

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Центр заочної, дистанційної і вечірньої форм навчання

Кафедра журналістики та філології

**ДОБІРКА ЖУРНАЛІСТСЬКИХ МАТЕРІАЛІВ:
ІНФОРМАЦІЙНІ ЖАНРИ**
A selection of journalistic materials: information genres

Кваліфікаційна робота
освітнього ступеня «бакалавр»
студентки спеціальності «Журналістика»,
освітньої програми «Журналістика»,
групи ЖТз – 71с

Кургаліної Олени Сергіївни

Науковий керівник:

Сидоренко Ольга Павлівна,

кандидат педагогічних наук, доцент

Суми 2021

Кургаліна О.С. Добірка журналістських матеріалів: інформаційні жанри [Текст] : робота на здобуття кваліфікаційного ступеня бакалавра; спец.: 061 Журналістика / О.С. Кургаліна; наук. керівник О. П. Сидоренко. – Суми: СумДУ, 2021. – 38 с.

Робота має творчий характер. Авторка з урахуванням аналізу інформаційного контенту сучасних медіа пропонує добірку журналістських матеріалів в інформаційних жанрах. Основною метою кваліфікаційної роботи є створення добірки журналістських матеріалів в інформаційних жанрах.

Ключові слова: інформаційні жанри, замітка, інтерв'ю, репортаж.

ЗМІСТ

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА.....	4
ВСТУП.....	4
1. Теоретичні основи підготовки журналістських матеріалів в інформаційних жанрах	7
2. Інформаційні жанри у місцевій пресі: моніторинг інформаційного ринку м. Суми	12
3. Специфікація інформаційного продукту.....	18
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	21
II. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ.....	23
ВИСНОВКИ.....	37

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

ВСТУП

Сучасне суспільство визначається як глобалізаційне, інформаційне, медіатизоване або медіасуспільство, оскільки засоби масової комунікації стали власне тим чинником, який має сильний вплив на всі сфери суспільного життя. Сьогодні мас-медіа дуже популярні й затребувані, вони впливають на повсякденне життя і водночас відображають його соціально-специфічні риси. ЗМІ транслюють не лише інформацію, а й зразки культури, моральні цінності, етичні норми, які формували сучасне суспільство протягом останніх століть – журналісти виступають не лише як мовники, а й як творці загальноважливих суспільних смислів.

Конкуренція на мас-медійному ринку постійно зростає, тому журналіст зобов'язаний виправдовувати довіру до ЗМІ в цілому та створювати високоякісний медіапродукт, який відповідатиме потребам та інтересам споживача. Журналіст, який виявляє свій професіоналізм, багатогранність, здатність оперативно та об'єктивно передавати важливу інформацію, допомагає аудиторії орієнтуватися в потоці інформації. Жанрова палітра видання безпосередньо пов'язана з ефективністю впливу його змісту на аудиторію. Чим різноманітніша жанрова палітра видання, тим більше інформаційних запитів споживачів воно може задовольнити. Жанри, за своїм характером пристосовані до передачі різного роду інформації, створюють в контексті видання проекцію об'єктивної реальності. Факт, «загорнутий» у певну жанрову форму, сприяє передачі інформації читачеві / глядачеві / слухачеві з максимальною повнотою та ефективністю в необхідному обсязі та відповідно до потреб аудиторії.

У сучасних медіа основна частина масових інформаційних потоків представлена саме інформаційними жанрами. У періодичних виданнях, як і в засобах масової інформації загалом, такі матеріали є основними носіями

оперативної інформації, що дозволяє аудиторії швидко моніторити найважливіші та найцікавіші події у певній сфері соціальної реальності.

Інформаційні жанри в сучасній журналістиці закріпилися як засіб обробки та подання актуальної інформації. Така характеристика, як актуальність інформації, у свою чергу, вимагає ефективності їх обробки, а великий обсяг інформаційного потоку вимагає точності, стислості та ясності в їх поданні. Специфіка типологічної моделі інформаційних жанрів полягає також у методах і прийомах подачі інформації, що реалізуються в «телеграфічному стилі» відображення реальних фактів у контексті реального часу.

Внутрішня типологія інформаційних жанрів, методика їх підготовки, функціонування у різних типах видань привертають увагу сучасних дослідників мас-медіа, зокрема таких, як: М. Василенко, О. Гарматій, О. Голуб, В. Костюк, Л. Кройчик, Т. Зозуль, Г. Назаренко, М. Недопитанський, А.Тертичний, О.Хіренко та інші. Незважаючи на значні теоретичні напрацювання щодо жанрової розмаїтості інформаційних повідомлень, вироблення практичних рекомендацій щодо підготовки таких матеріалів, питання функціонування інформаційних жанрів у сучасних мас-медіа не втрачає своєї актуальності, оскільки вони дозволяють аудиторії швидко зорієнтуватися в інформаційному просторі і на основі оперативно поданої інформації самостійно ухвалити відповідні рішення.

Мета кваліфікаційної роботи – підготувати добірку журналістських матеріалів в інформаційних жанрах.

Для досягнення поставленої мети необхідно було виконати низку завдань:

- розглянути теоретичні основи підготовки журналістських матеріалів в інформаційних жанрах;
- обґрунтувати потребу підготовки власного журналістського продукту на основі аналізу інформаційного ринку;
- створити власні інформаційні матеріали;
- подати специфікацію авторського інформаційного продукту.

Структура роботи відповідає вимогам до кваліфікаційних творчих робіт спеціальності 061 «Журналістика» освітнього ступеня «бакалавр» і містить пояснювальну записку, інформаційний проект і висновки. Пояснювальна записка містить інформацію про актуальність кваліфікаційної роботи, її мету і завдання; у ній подається аналіз медіаринку з позицій функціонування інформаційних жанрів, розкривається специфікація авторського інформаційного доробку, а також подається список наукових джерел, використаних у процесі виконання завдань роботи. У висновках викладено основні результати роботи.

1. Теоретичні основи підготовки журналістських матеріалів в інформаційних жанрах

На сторінках сучасних видань функціонує велика кількість жанрів, об'єднаних у такі метажанри, як інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні. Традиційно, інформаційні жанри, які найбільш лаконічно й оперативно відображають події, розташовувалися на початку випуску, аналітичні, які забезпечують всебічний аналіз факту чи події, всередині, художньо-публіцистичні – наприкінці. Таке розташування полегшувало читачеві пошук інформації. Таке розташування метажанрів не випадкове і пов'язане з переходом від більш строгих до менш строгих жанрових ознак, для яких існують такі терміни, як «строгий» та «нестрогий» жанр відповідно.

Для «строгих», тобто інформаційних жанрів, властиві такі жанрові вимоги, що не допускають змін у способі побудови тексту, а саме: певний обсяг, відсутність чи обмеження авторства, коментар, оцінка, використання кліше, штампів із зазначенням вихідної інформації, подання основної інформації в першому реченні, велика кількість пояснювальних локалізаторів, високий інформаційний вміст заголовків тощо. Інформаційні жанри використовуються, коли намагаються донести новину до читачів.

Для новинних текстів як базових в засобах масової інформації завдяки стабільності їх макро- та мікроструктури, високому ступеню повторюваності та багаторазовій відтворюваності, на думку Т. Добросклонської [7], властиві такі характеристики:

1) тексти новин здебільшого реалізують головну функцію масової комунікації - інформативну та одну з основних прагматичних функцій мови – повідомлення;

2) новинним текстам притаманні специфічні формати у порівнянні з іншими типами текстів масової комунікації. У пресі це, наприклад, специфічне розташування текстів новин у поєднанні з певним тематичним змістом;

3) на семантичному рівні тексти новин структуровані на основі стабільного переліку тем (політика, економіка, бізнес, спорт, культура, освіта), які регулярно висвітлюються у ЗМІ і які утворюють когнітивну основу масової інформації в медіа;

4) на мовному рівні текстам новин властиві певні структурні типи словосполучень, постійні текстоутворювальні елементи (фрази-зв'язки, посилення на джерела інформації, фрази для цитування), мовні кліше та тематично споріднені фрази;

б) тексти новин є важливою частиною національного культурно-ідеологічного контексту, що є результатом культурно-мовленнєвої діяльності соціального колективу, їм притаманний високий ступінь культурно-ідеологічної модальності, що безпосередньо передається через оцінку та коментар, а імпліцитно – на рівні добору фактів та визначення новинної цінності події.

7) новинні тексти є повторюваними та відтворюваними; повідомлення про одну й ту ж подію поширюється одночасно багатьма каналами з певною варіативністю змісту та форми подання.

Для того, щоб визначити жанрову специфіку інформаційних матеріалів, вважаємо за доцільне звернутися до визначення поняття «жанр». У «Словнику журналіста: терміни, мас-медіа, постаті» жанр визначається як «історично сформований стійкий тип медіатвору з відповідною структурою, способом засвоєння фактичного матеріалу та функціями» [17, с. 37], інформаційні жанри подаються як «різновиди медіатекстів, основною функцією яких є інформування, повідомлення первинних фактів без глибокого аналізу чи оцінних суджень» [17, с. 37]. До інформаційних жанрів Ю. Бідзіля зараховує факт, замітку, звіт, інтерв'ю, репортаж, кореспонденцію, бліц-опитування [17, с. 37]. За класифікацією А. Тертичного інформаційні жанри об'єднують замітку, інформаційну кореспонденцію, інформаційний звіт, інформаційне інтерв'ю, бліц-опитування, запитання-відповідь, репортаж, некролог [18]. Л. Кройчик до інформаційних зараховує такі групи журналістських жанрів та їх

жанрові різновиди, як: 1) оперативно-новинні (замітка у всіх її різновидах); оперативно-дослідницькі (інтерв'ю, репортаж, звіт) [10].

Замітка – це один із найпопулярніших і затребуваних жанрів інформаційної журналістики, «у якому точно, стисло й оперативно повідомляється про найсуттєвіші життєві факти» [17, с. 40]. Цей тип жанру часто використовують журналісти, оскільки він дозволяє подати основну ідею проблеми в стислому, невеликому обсязі та не займає багато часу для написання. Формат замітки позбавляє журналіста висловити емоційного позицію. Інформаційна структура замітки, яка представляє мінімальний розмір усього типового різноманіття журналістських жанрів, повинна виходити за межі новизни та унікальності змісту новин. Вона виконує дві основні функції: 1) аргументація основних питань, що розкривають зміст заявленої теми: об'єкт, суб'єкт, період часу, місце, причина, обставини; 2) структурне подання повідомлення визначається різними аргументами.

Жанр замітки охоплює кілька підвидів: подієва, розширена та коментована. У подієвій замітці автор згадує лише факт кількома рядками, не вдаючись у його подробиці. У розширеній замітці є місце для опису події. Автор тут не лише розповідає про подію, але може наводити думки людей – зацікавлених осіб. Водночас необхідно (але на практиці це з якихось причин не завжди виконується) опублікувати, якщо не всі, то принаймні протилежні погляди на охоплену подію чи явище. Коментована замітка має такі ж характеристики як і розширена. Але специфіка цього жанрового різновиду полягає в тому, що після опису події (явища) кореспондент надає слово експерту, який висловлює свою авторитетну думку щодо інциденту. Цей піджанр припускає, що складні, суперечливі теми, соціальні проблеми, що вимагають швидкої реакції експерта, є предметом коментарів. Роль журналіста полягає в тому, щоб забезпечити аудиторію таким фахівцем, щоб заспокоїти аудиторію своїми поглядами, зняти напругу, яка може виникнути у певних груп читачів після прочитання матеріалу. Така замітка охоплює ознаки двох жанрів: власне замітки, в якій автор говорить про соціальне явище чи проблему, та

коментаря експерта. Традиційно визначають два способи подання інформації в жанрі замітки. Перша, так звана тверда версія, заснована на принципі «перевернутої піраміди». Журналіст інформує аудиторію про новини, результат події, повідомляє причини того, що сталося. Тут актуальними будуть такі ліди, як «обернена піраміда», «питання», «збільшення напруги». Роль журналіста полягає в тому, щоб подати кожен факт у "шокуючій" та зрозумілішій для аудиторії ситуації. Другий варіант можна умовно назвати м'яким, оскільки він зосереджений не на фінальній події, а на її деталях. Принцип побудови тексту нагадує піраміду: починається з незалежної деталі і поступово, розвиваючи свою ідею, веде читача до події (явища), а також до умов її реалізації (прояву) тощо. У м'якій версії подання інформації підходять такі типи потенційних лідів: «замальовка», «нарощування напруги», «цитата», «анекдот», «фразеологізм».

Інтерв'ю – це інформаційний жанр журналістики, який являє собою розмову журналіста з однією або кількома особами – «суспільно важливими, компетентними у визначенні питань», що актуальні для громадськості. «Інтерв'ю передбачає оперативний відгук на певні вагомні події, порушення актуальних тем, оцінку явищ, подій, фактів суспільного й особистого життя» [17, с. 43]

За способом подання матеріалу можна виділити три типи інтерв'ю: 1) інтерв'ю-монолог; 2) інтерв'ю - діалог; 3) інтерв'ю-полілог, що дозволяє спілкуватися одночасно кільком партнерам. Такі форми, як прес-конференції, брифінги, анкети, швидкі опитування та різні форми інтерв'ю в Інтернеті, визначаються як різновиди полілогічних інтерв'ю. За метою подання інформації та способом отримання інформації визначають інформаційні інтерв'ю, оперативні інтерв'ю, інтерв'ю-думка, портретне інтерв'ю.

Звіт належить оперативно-дослідницьких інформаційних жанрів, він становить собою «розповідь-повідомлення про важливі масові заходи і передбачає належну повноту викладу матеріалу, використання яскравих деталей, показ життєвих ситуацій, оцінні судження, авторські узагальнення»

[17, с. 41]. В межах інформаційного звіту виділяють кілька підтипів: хронікальний, розгорнутий, тематичний, проблемний, а також звіт із поглибленим аналізом проблем та питань. Хронікальний звіт - найкоротший із усіх підтипів цього жанру, коли журналіст розповідає про подію, яку він відвідав, не публікує все, що бачив, а обмежується найважливішим. Розгорнутий звіт з місця події використовується тоді, коли журналіст, який відвідує захід, уважно стежить за його ходом і фіксує буквально все: основні думки та проблеми, що містяться у звітах доповідачів, коментарі аудиторії, реакція аудиторії, деякі цікаві моменти. Тематичний звіт використовується, коли журналіст, по-перше, відвідує конференцію, симпозіум, саміт чи зустріч з будь-якої поточної теми, а по-друге, якщо, крім усього іншого, витрачено багато часу для обговорення конкретної теми, про яку слід писати.

Репортаж є одним із найскладніших інформаційних жанрів в групі оперативно-дослідницьких жанрів. Його завдання – подати «у формі емоційно-піднесеної розповіді учасника певної події, безпосереднього свідка якогось явища» [17, с. 72] інформацію про важливу суспільну, мистецьку чи літературну подію. Репортаж передбачає динамічне відтворення події, показ її найхарактерніших деталей, використання емоційної лексики, поживлення оповіді, використання діалогічного мовлення. У мас-медіа функціонують такі види репортажів: тематичний, проблемний, замальовка, інтерв'ю, огляд.

Для всіх окреслених жанрів, що в принципі, й дозволяє їх об'єднати в одну групу інформаційних, притаманні за Г. Назаренко [12, с. 10–13]. такі ознаки, як:

1) інформаційність, що виявляється в насиченості публікацій фактичним матеріалом;

2) інформаційність безпосередньо пов'язана із документальністю, тобто строгим дотриманням фактів, використанням журналістом офіційних джерел, статистики, свідчень учасників подій та їх очевидців, а також залучення до підготовки матеріалу компетентних осіб;

- 3) оперативність, що є одним із найважливіших критеріїв визначення цінності інформації, яка має засвідчувати свіжість і новизну повідомлюваного;
- 4) актуальність, що виявляється у злободенності, соціальній значущості, соціальній затребуваності висвітлюваних питань і подій.

2. Інформаційні жанри у місцевій пресі: моніторинг інформаційного ринку м. Суми

Для того щоб визначити, які види інформаційних жанрів використовують журналісти і які жанрові різновиди функціонують на шпальтах місцевої преси, ми проаналізували матеріали інтернет-видань «Панорама» та «Ваш шанс» за березень 2021 року. «Панораму» ми обрали для аналізу з огляду на те, що вона є сумською суспільно-політичною газетою, контент якої представлений переважно новинними матеріалами про події в м. Суми та Сумській області. Сумська суспільно-ділова газета (щотижневик) «Ваш шанс», уже 29 років працює і розвивається на ринку ЗМІ Сумської області. За словами самої редакції щотижневика, це найбільш рейтингове, найбільше за обсягом та авторитетне видання Сумської області, що підтверджується моніторингом, проведеним відомими міжнародними компаніями (TNS Україна, Інститут рейтингових досліджень, Європейська бізнес-асамблея (Оксфорд, Великобританія) та ін.). Загальний тираж видання 72500 примірників. Аудиторія щотижневика «Ваш шанс» і «Панорами» досить широка. «Ваш шанс» визнано абсолютним лідером серед друкованих ЗМІ з рейтингом 64,0%, на другому місці «Панорама» – 32,7%, далі за рейтингом розташувалися інші видання Сумщини.

Для аналізу було матеріали за один тиждень газети «Панорама» із 24 по 31 березня 2021 року. За цей період у рубриці новини вийшло 83 матеріали.

Усі вони подаються в інформаційних жанрах. Із них заміток – 74, інтерв'ю - 4, репортажів - 0, звітів - 1, анонсів – 4.

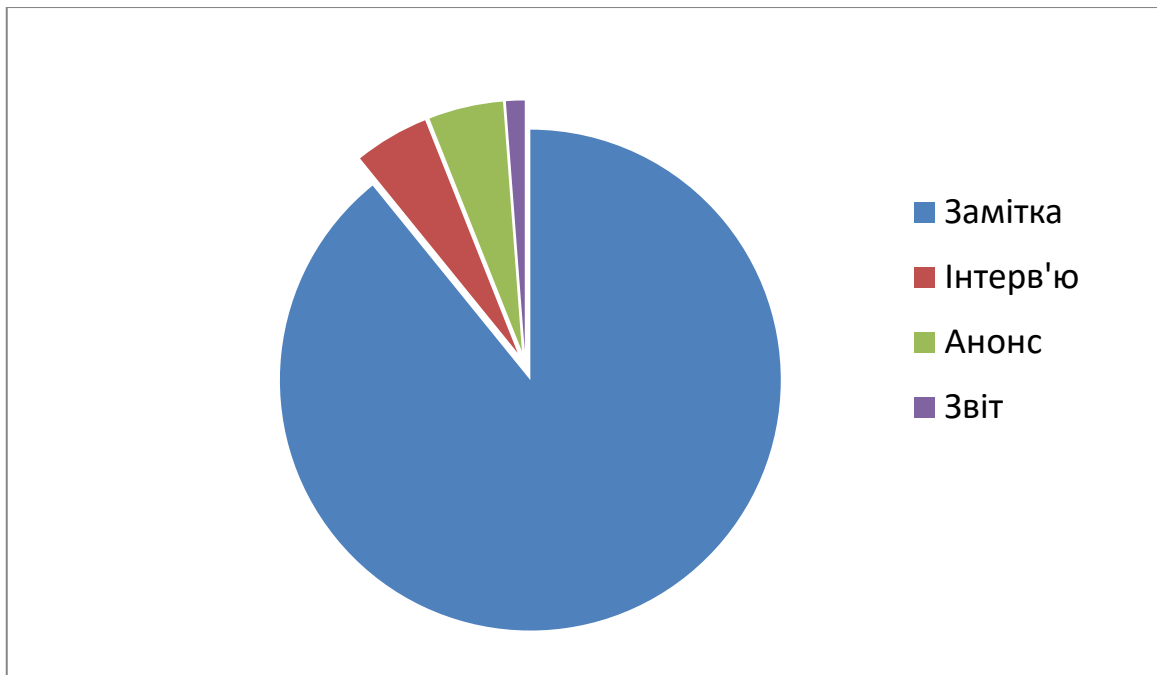


Рис. 1 – Жанрова палітра новинних матеріалів газети «Панорама»

До жанру подієвої замітки можна віднести матеріал: «У Сумах затримали нетверезого водія таксі» (31.03.2021);

До розширених заміток ми зарахували такі матеріали: «Підприємець з Сумщини підозрюється в привласненні 113 тис грн під час ремонту шкільного автобуса»; «Актор Олексій Вертинський отримав орден»; «На ж/д путях в Сумській області обнаружен мертвий мужчина без ноги»; На Сумщині знайдено три артилерійських снаряди часів Другої світової війни; Поліцейські Сумщини розшукують шахраїв, які одурили літню жінку (31.03.2021); «Сумчани стали менше травмуватися»; «На Сумщині затримали людей, які незаконно полювали на мігруючих гусей» (30.03.2021); «139 прийомних сімей та 29 дитячих будинків сімейного типу функціонують на Сумщині» (25.03.2021)

Коментованими замітками є такі матеріали: «На неотложку Сумської ЦГБ виділили недостаючі 2 млн гривень» (31.03.2021); «В Шостке на Сумщині сбили велосипедиста» (30.03.2021)

Замітка резюме: «У Сумах вийшов друком щорічний рейтинг «ТОП-50-2020» (31.03.2021)

Твердою заміткою можна вважати такі публікації: На Сумщині за добу зафіксовано 487 нових випадків зараження COVID-19 (31.03.2021); «Три сумські школи отримали директорів» (29.03.2021).

М'якою заміткою є такі матеріали: «Актор Олексій Вертинський отримав орден»; «На Сумщині засуджено чоловіка, який задушив сусідку, розрубав тіло та викинув у річку»; На Сумщині судитимуть жінку, яка систематично обкрадала власного батька (31.03.2021)

Анонс: «Сумытеплоэнерго» будет поставлять тепло и горячую воду потребителям КСПУ (31.03.2001); «Сумчани можуть отримати \$1000 на розвиток власного проєкту» (29.03.2021)

Інтерв'ю: «Сумська режисерка про долю приватного театру у місті»-інтерв'ю-портрет(26.03.2021); «У Сумах запрацювали тролейбуси на автономному ході» - бліц-інтерв'ю (26.03.2021); «До армії призвали 57 юнаків-сумчан» - бліц-інтерв'ю (25.03.2021); «У Сумах завершується реконструкція неврологічного корпусу лікарні № 4» - інтерв'ю-коментар» (24.03.2021)

Звіт: «В Сумах ужесточили карантинные меры» (24.03.2021).



Рис. 2 – Жанрові різновиди заміток у газеті «Панорама»

Статистичні показники засвідчили, що новинний контент видання представлений переважно замітками. Ми визначили їх жанрові різновиди і з'ясували, що переважають розширені замітки – 73%, коментовані замітки – 15%, події – 12%. Із них переважна більшість – 82% - це м'які замітки, 18%-тверді.

Тематично новинні матеріали представлені такими групами:

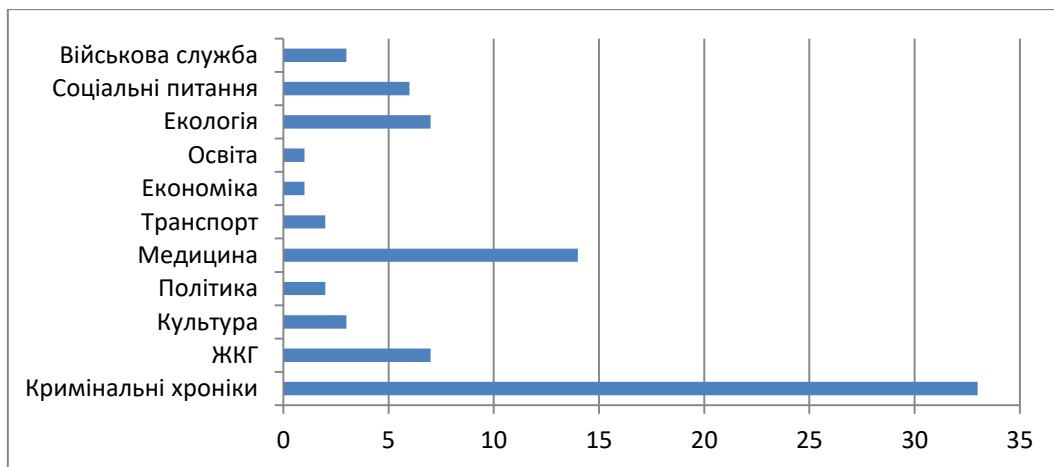


Рис. 3 – Тематика інформаційних матеріалів газети «Панорама»

Матеріали щотижневика «Ваш шанс» розподілено за такими тематичними рубриками: «Новини» - 14 публікацій; «Соціум» - 14 публікацій; «У справі» - 9 публікацій; «Спорт» – 9 публікацій; «Наше місто» - 4 публікації; «Феміда» - 4 публікації; «Здоров'я» – 8 публікацій; «Гумор» - 4 публікації. Загалом 64 матеріали опубліковано в номері 12 від 24 березня 2021 року, який було обрано для аналізу функціонування інформаційних жанрів у цьому виданні. Із них – 39 матеріалів представляють інформаційні жанри. Це більше половини усього інформаційного контенту – 61%. Водночас, на відміну від «Панорами», яка подає в абсолютній більшості інформаційно-оперативну інформацію, «Ваш шанс» пропонує більш різноманітну жанрову палітру.

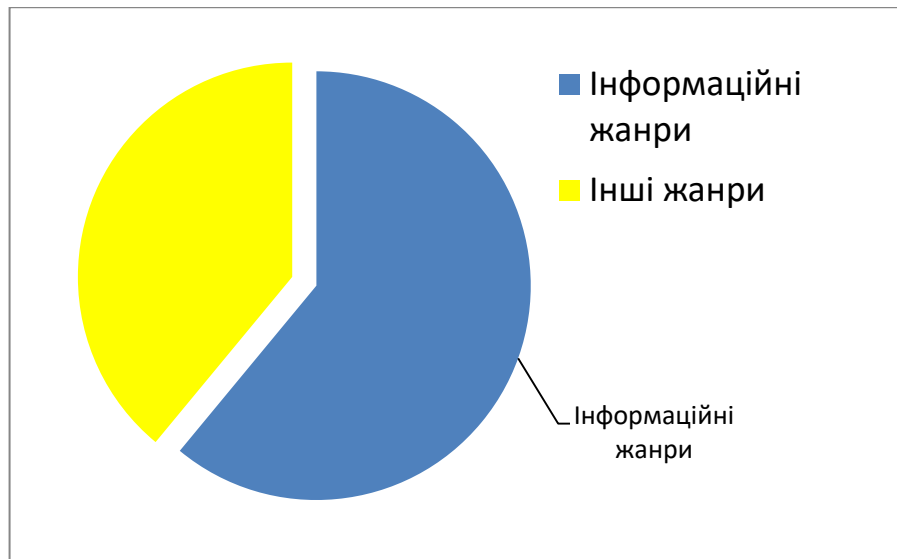


Рис. 4 – Інформаційні матеріали в жанровій палітрі щотижневика «Ваш шанс»

За рубриками інформаційна матеріали розподілилися так:

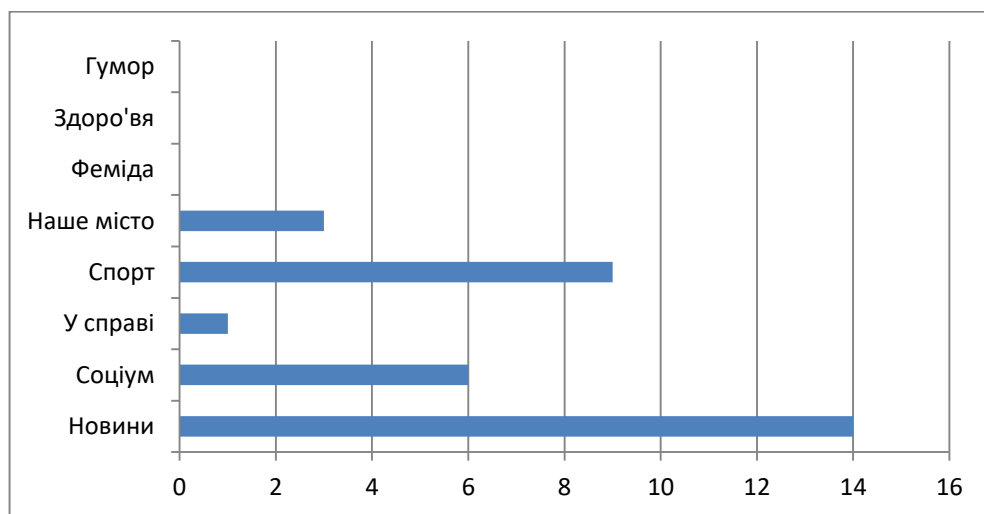


Рис. 5 – Розподіл інформаційних жанрів за рубриками в газеті «Ваш шанс»

Отже, можемо помітити, що в інформаційних жанрах подаються оперативні новини, спортивні новини, актуальні питання життя соціуму та життя міста.

Зупинимося детальніше на жанровій специфіці інформаційних матеріалів.

З-поміж них виявили замітки – 30, інтерв'ю – 4, звіти – 2 та анонси – 3.

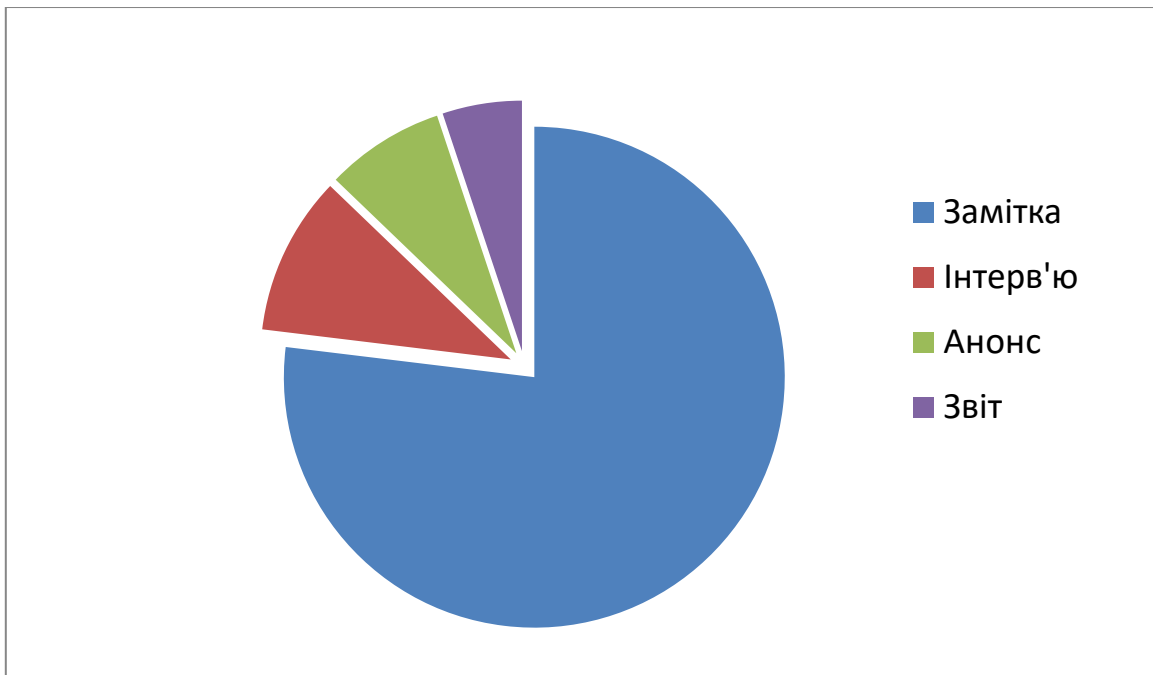


Рис. 6 – Жанрова палітра інформаційних матеріалів газети «Ваш шанс»

Діаграма на рисунку 6 засвідчує, що на відміну від «Панорами», частка заміток серед інформаційних жанрів «Вашого шансу» менша, а отже, крім оперативної новинної інформації, редакція приділяє увагу й оперативно-дослідницькій. Проте за аналізований період ми не виявили жодного матеріалу в жанрі репортажу. Імовірно, це зумовлено, власне, відсутністю відповідного інформаційного приводу – у період адаптивного карантину відкритих і масових заходів не відбувалося.

Прикладом жанру подієвої замітки можуть бути такі матеріали: «Фейкове зерно»; «Підірвав гранату у розпал суперечки»; «Суми хочуть зробити великим зеленим парком».

До розширених заміток ми зарахували такі матеріали: «Чиновники продавали секретну інформацію силових відомств»; «Фурам заборонять їздити центральними вулицями Сум».

Коментованими замітками є такі матеріали: «У казці не має бути торговельного центру»; «Сумська громада – серед 17 переможців конкурсу волонтерських ініціатив».

Частку кожного із жанрових різновидів заміток ілюструє діаграма на рисунку 7.

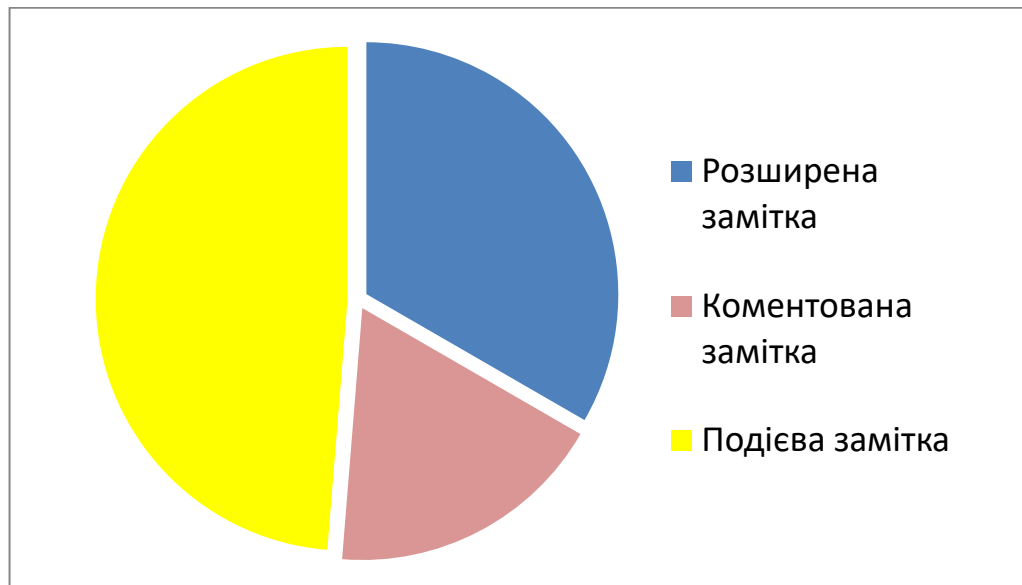


Рис. 7 – Жанрові різновиди заміток у газеті «Ваш шанс»

3. Специфікація інформаційного продукту

3.1. Структура

У підготовці власного інформаційного проекту ми врахували результати моніторингу сумських медіа щодо жанрової специфіки інформаційних матеріалів. Наш інформаційний продукт – це сім друкованих матеріалів:

1. Живуть, Тарасе, поміж нас і голос твій, і пензель твій, і слово... – розширена замітка.

2. Українські традиції в родинному колі – репортаж.
3. Суми – ФОП, рахунок 2:1: гра триває – інформаційна кореспонденція.
4. Вона ж піде в декрет !!! Чому жінкам платять менше і як це виправити? – інтерв'ю.
5. Просвітницькі курси з медіаграмотності: пілотний проєкт до старту готовий – замітка.
6. Міжнародна грантова програма DESTIN: визначено методику тестування пілотного проєкту «Outreach Media Literacy Courses» – замітка.
7. Не журналістикою єдиною... або знай наших! – розширена замітка.

Загальний обсяг матеріалів – 20 226 знаків, що становить 0,51 авторського друкованого аркуша.

3.2. Авторська ідея

Авторська ідея підготовленої нами добірки журналістських матеріалів визначається жанровою специфікою інформаційних жанрів.

У підготовці своїх матеріалів у жанрі замітки: «Просвітницькі курси з медіаграмотності: пілотний проєкт до старту готовий», «Міжнародна грантова програма DESTIN: визначено методику тестування пілотного проєкту «Outreach Media Literacy Courses»; «Не журналістикою єдиною... або знай наших!» – ми намагалися у короткій формі повідомити про іміджеві події кафедри журналістики та філології СумДУ. Жанр розширеної замітки «Живуть, Тарасе, поміж нас і голос твій, і пензель твій, і слово...» використали для повідомлення громадськості інформації про виховний захід до Шевченківських днів, основною ідеєю матеріалу є популяризація національних українських свят, висвітлення патріотичного та духовного виховання школярів.

«Українські традиції в родинному колі» – репортаж використано для того, щоб читачі відчули на собі «ефект присутності», уявили себе на місці яскравого, емоційно насиченого виховного заходу.

В інформаційній кореспонденції «Суми – ФОП, рахунок 2:1: гра триває» ми намагалися більш детально, ніж це дозволяє формат замітки, розкрити соціально важливе питання, викликане загальною епідситуацією в м. Суми – локдаун у торгових центрах.

У формі інтерв'ю «Вона ж піде в декрет !!! Чому жінкам платять менше і як це виправити?» ми порушили актуальне соціальне питання гендерної дискримінації – різниця в заробітній платі чоловіків і жінок.

3.3. Специфікація аудиторії

Зміст пропонованих в інформаційному проекті матеріалів буде цікавим різним групам осіб за віком, статтю, естетичними уподобаннями, незалежно від незалежно від соціального статусу і професії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вайшенберг З. Новинна журналістика: навчальний посібник. За загал. ред. В. Ф. Іванова. К. : Академія Української преси, 2011. 262 с.
2. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : монографія . К. : Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2006. 238 с.
3. Гарматій О. В. Інформаційні жанри як пріоритетні у практиці інформгентств / Поліграфія і видавнича справа. 2015. №1(69). С. 141–148.
4. Голік О. В. Жанрова система друкованих ЗМІ: новітні підходи до класифікації та перспективи розвитку [Електронний ресурс] . Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2386>
5. Голуб О. П. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практичний посібник / Інститут масової інформації. Київ: ТОВ “Софія-А”, 2016. 184 с.
6. Городенко Л.М. Тенденції розвитку інформаційних жанрів в українському Інтернеті // Science and Education a New Dimension.Humanities and Social Sciences, IV (12), Issue: 76, 2016. P. 46–49.
7. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов: Опыт исследования современной английской медиа речи. М.:МАКС Пресс, 2000. С.58-60.
8. Іванов В. Ф. Основи теорії масової комунікації і журналістики : навч. посіб. / за наук. ред. В. В. Різуна. Київ : Центр Вільної Преси, 2010. 258 с
9. Костюк В., Зозуль Т. Функціонування інформаційних жанрів на сторінках запорізьких регіональних видань // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації, 2016. №4 (28). С. 66– 69.
10. Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста: учебник / ред.-сост. С. Г. Корконосенко. URL: http://evartist.narod.ru/text5/64.htm#_top (дата звернення: 17.07.2021)

11. Михайлин І. Л. Основи журналістики: підручник. К.: Центр учбової літератури, 2011. 496 с.
12. Назаренко Г. І. Інформаційні жанри журналістики : навч. посіб. Київ : НАУ, 2010. 114 с.
13. Назаренко Г. І. Інформаційні жанри журналістики. Ч. 1. К. : НАУ, 2010. 32 с.
14. Недопитанський М. І., Карась М. А., Ільченко В. І. Уроки з журналістської практики. К. : Україна молода, 2010. 120 с.
15. Прилюк Д. Теорія і практика журналістської творчості / Д. Прилюк. – Київ : Вища школа, 1973. 271 с.
16. Сидоренко О., Лагута М. Медіаконтент online-видання «Український інтерес»: функціональнокомунікаційні та жанрово-тематичні властивості // Журналістська освіта в Україні: світові професійні стандарти : XV Всеукр. науково-практична конференція (Суми, 22–23 травня 2019 р.). Суми : Сумський державний університет, 2019. С. 52-60.
17. Словник журналіста: терміни, мас-медіа, постаті. Укл.: Ю. Бідзіля. – Ужгород : Закарпаття, 2007. 224 с.
18. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М.: Аспект Пресс, 2001. 321 с.
19. Хіренко О. О. Інформаційні жанри друкованих ЗМК як складова комунікаційного процесу // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації, 2015. №2 (22). С. 37– 42.
20. Чекмишев О. В. Основи професійної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики. К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2004. 129 с.
21. Шебеліст С. Трансформаційні процеси в системі журналістських жанрів // Вісник Львівського університету. Серія журналістика. 2010. Вип. 9. Ч. 1. С. 274 280.

II. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ

Живуть, Тарасе, поміж нас і голос твій, і пензель твій, і слово...

Під такою назвою 18 лютого пройшов виховний захід, приурочений до ювілею Великого Кобзаря, у Сумській загальноосвітній школі №6 у рамках міського методичного семінару за програмою «Школи молодих учителів».

Літературно-музичну композицію організувала і провела разом зі своїми вихованцями Васюкова Світлана Миколаївна, класовод 3-Б класу. Аби перейнятися духом Шевченкової епохи, зрозуміти, як жив маленький Тарас, як він боровся за право вільно висловлюватися – писати, малювати – коли став дорослим, які почуття його охоплювали у тяжкі хвилини життя і як вони вилилися у його творах, діти переглянули короткометражний телефільм про життя великого поета.

Маленькі артисти розповіли присутнім про допитливість малого Тараса, про його гострий розум, жагу до малювання, про життя у наймах і наполегливість у досягненні своєї мети. Найтонших струн душі торкнулася інсценізація «Розмова Тарасика з мамою». Вразили присутніх акторською майстерністю і глибиною розуміння ситуації учасники драматичних постанов «Тарас чумакує», «Мені тринадцятий минало».

Українська душа, щирі почуття дітей виявилися в піснях «Зацвіла в долині червона калина», «Тече вода із-гаю». Затамувавши подих і діти, і батьки, і гості слухали пісню «Зоре моя вечірняя» у виконанні Софійки Швець.

Найголовнішою книгою кожного українця є Кобзар. Це усвідомив кожен учень: по-різному, по-своєму – так як відчувають і розуміють – читали Тарасові вірші, але головне – з душею, від щирого серця.

Тепла, доброзичлива, родинна атмосфера, що панувала на святі нікого не залишила байдужим. Зі словами вдячності звернулася до учнів, учителя і батьків методист інформаційно-методичного центру управління освіти і науки Сумської міської ради Москаленко Людмила Миколаївна. Директор школи Новик Людмила Вікторівна підкреслила, що такий захід втілює в собі систему роботи усього педагогічного колективу, концептуальні засади навчання і виховання: дійти до серця кожного учня, підтримувати тісний зв'язок школи і сім'ї.

«Наше свято, – говорить Світлана Миколаївна, – це не разова акція. Це підсумок тривалої наполегливої роботи, починаючи з першого класу, коли учні вперше знайомляться з творчістю Великого Кобзаря, і до сьогодні: конкурс на краще читання віршів, конкурс малюнків до творів письменника, опрацювання художніх творів про життя Тараса тощо».

Дуже приємні враження отримали молоді спеціалісти – учителі початкових класів. Їх вразили сама атмосфера свята – кожна дитина була в національному костюмі, серйозні і по-дитячому милі виступи школярів, і ті почуття, які змогли у них викликати маленькі громадяни нашої країни.

Українські традиції в родинному колі

12 грудня 2019 року в рамках тижня сім'ї, який традиційно проводиться в Сумській загальноосвітній школі I-III ступенів №6, пройшло свято Калити, або Андрія.

Український народ має великі надбання у вихованні людських чеснот. Упродовж віків із покоління до покоління передавалися звичаї, обряди й традиції, які допомагали виховувати справжніх патріотів свого краю. Важливим завданням сучасної школи є виховання учнів в народному дусі, на основі національних духовних і культурних традицій.

Видатний український педагог Григорій Ващенко говорив: «Свій народ українець мусить любити так, як діти люблять своїх батьків: любити його традиції, свою рідну мову, свою пісню, звичаї, любити природу, серед якої він живе, його культуру». Саме таким принципом керується дирекція і педагогічний колектив Сумської загальноосвітньої школи I-III ступенів №6 в організації навчання й виховання юних громадян нашої країни.

Педагогічний досвід українців відбивається у фольклорі й етнічних традиціях, які дають ключ до пізнання національного духу, усвідомлення неповторності й самобутності народу. Одним із великих зимових свят є день Святого Андрія. Ще з далеких язичницьких часів в цей день традиційно проводилися вечорниці з гаданнями, веселощами, танцями. Зрозуміло, до гадань та вечорниць, які тепер проходять 13 грудня, святий Андрій Первозванний, один із дванадцяти апостолів Христа, жодного стосунку немає. Але так історично склалося, що поєдналися давні звичаї з християнським календарем. Святкується одне з найбільш шанованих молодіжних свят Калита, або Андрія, увечері 13 грудня за новим стилем, або ж 31 листопада за старим.

Тобто за старим стилем це відбувалось в ніч з листопада на грудень, в ніч напередодні зими.

Прилучилися до народного свята учні й батьки **4-Б класу**, які під керівництвом класовода **Світлани Миколаївни Васюкової** оживили один з днів народного календаря, а саме обряд Калити, пов'язаний із культом сонця.

Затишна українська світлиця. Біля печі справляється господиня (сама Світлана Миколаївна), готується приймати гостей. І одразу перед гостями свята ожили обряди наших предків.

От і перші гості – три кумоньки, роль яких виконували мами учнів Т.А.Гончар, Т.О.Мартінова, Н.М.Бойченко. Спочатку милувала слух присутніх у їхньому виконанні пісня «Ой у гаю при Дунаю». Далі з'явилися дівчата – веселі, цікаві, дещо приголомшені, адже не завжди потрапиш на справжні українські вечорниці. І, як ведеться, вони взялися до вишивання. Усіх учасників магічного дійства зачарували пісні «Виший, мамо, мені сорочку», «Ой, є в лісі калина».

Дещо ліричний настрій змінила наступна сцена, коли з'явилися завзяті хлопці, які принесли важливі обрядові атрибути – яблука, горіхи, хліб, полотно і навіть борошно, щоб дівчата могли калиту спекти. А потім прийшов час робити збитки (веселощі, жарти, пустощі). У цей вечір, щоб хлопці не зробили, то їм все прощали, бо така традиція існує, що на Андрія кожен хлопець «пустує». Хлопці веселили всіх дотепними жартами, цікавими історіями, гумористичними піснями. Про те, що збитки їм таки вдалися, свідчили щирий сміх і бурхливі оплески гостей.

Особливою родзинкою свята став такий собі флеш-моб. Батьки Гончар Поліни Тетяна Анатоліївна та Віталій Павлович вчили дітей елементів українського танцю. Особливо захопила історія кожного руху саме чоловічого танку, що містить елементи бойової і спортивної підготовки козаків. Це дійство

настільки захопило присутніх, що навіть гості не втрималися і приєдналися до дітей.

Хіба можуть обійтися Андріївські вечорниці без гадання? Тож запросили досвідчену Ворожку, її роль виконала учитель математики С.В. Шамрай. Вона всім напроорочила гарного року, успіхів у навчанні.

Завершилося свято традиційним обрядом кусання калити – символічного образу сонця – на щастя, на здоров'я. Цей обрядовий елемент дуже сподобався дітлахам. Вони дуже готувалися до свята, вчили слова, розучували пісні й сценки, а от калита стала для них смачним сюрпризом. Було видно, що вони не грали вечорниці, а переживали все, що відбувалося на імпровізованій сцені. Таким чином вони долучилися до давньої історії українського і частинку її взяли у сучасне життя.

Зі словами щирої вдячності звернулася до учнів передусім, до батьків, класовода і гостей директор школи Людмила Вікторівна Новик. Вона оцінила неабиякий талант дітей, прагнення до нових знань, відзначила, що заслуга в цьому, звичайно, Світлани Миколаївни, яка впродовж майже чотирьох років виховувала в них ці якості.

Васюкова Світлана Миколаївна, ініціатор, організатор і безпосередній учасник виховного заходу, висловила подяку всім батькам, хто брав безпосередню участь, хто прийшов підтримати дітей, членам батьківського комітету за допомогу в організації заходу, вчителю музичного мистецтва Андрію Івановичу Головченку – музичні підготовлені ним, а також двом помічницям – студенткам-практиканткам Катерині Піскун та Олені Мельниковій. Вона підкреслила – що це не просто народознавча акція, це справжнє родинне свято, тому що і батькам, і дітям є чим пишатися. Це результат багаторічної злагодженої роботи сім'ї і школи.

Суми –ФОП, рахунок 2:1: гра триває

Рішенням виконавчого комітету Сумської міської ради від 02.04.2021 № 162 «Про додаткові невідкладні обмежувальні заходи щодо запобігання поширенню коронавірусу COVID-19 на території Сумської міської територіальної громади на період дії «червоного рівня» епідемічної небезпеки», зокрема, були закриті всі непродовольчі магазини.

З квітня в Сумах підприємці почали активно мітингувати під будівлею міської та обласної ради. Головною вимогою мітингувальників був дозвіл на торгівлю на Центральному й інших ринках непродовольчими товарами. Оскільки, на їх думку, заборона на вільну торгівлю порушує права людини. Самі підприємці скаржаться, що влада проводить локдаун вибірково, мовляв, «Сільпо» та «АТБ» торгує непродовольчими товарами, а вони не можуть.

Проте на позачерговому засіданні виконкому Сумської міської ради було внесено зміни до вищенаведеного рішення. Відтепер «суб'єктам господарювання дозволити у період з 10 по 16 квітня 2021 року здійснювати видачу товарів непродовольчої групи за попереднім замовленням на виніс без доступу до торговельної зони при умові відсутності скупчення людей (дві та більше особи) перед об'єктом торгівлі. Визначити 12.04.2021 санітарним днем для ринків Сумської міської територіальної громади з метою проведення спеціальних санітарно-протиепідемічних заходів».

Мається на увазі, 12 квітня (понеділок), сумські ринки будуть зачинені на один день для проведення дезінфікуючої обробки приміщень. Один з членів виконкому запропонував ввести по всіх торговельних точках «санітарний день», не виокремлювати тільки ринки, задля того аби була справедливість та рівність між ФОПами. Міський голова не прийняв думки свого колеги, аргументуючи тим, що в окремих магазинах (мається на увазі «Сільпо», «АТБ»)

санітарних норм дотримуються частіше ніж на базарі. Проте він не аргументував свої слова жодною статистикою.

Начебто послабили людям обмежувальні заходи – дія зміненого рішення починається з понеділка, 12 квітня. Підприємці вийшли на роботу на наступний день, дотримуючись усіх санітарних норм. Водночас поліція почала виписувати попередження за порушення карантину. Тож розлючені мешканці вийшли та перекрили центральну вулицю.

ФОПи мають намір мітингувати далі, аби відтермінували введення розрахункових касових апаратів, вони мають право на волевиявлення та можуть захищати свій бізнес. Головне питання, які обмеження послаблять інші рішення виконкому міської ради та КабМіну аби знизити суспільну напругу через пандемію викликану COVID-19, залишається відкритим.

Вона ж піде в декрет !!!

Чому жінкам платять менше і як це виправити?

Що таке гендерний розрив в оплаті праці, зрозуміло кожному: до сих пір у всьому світі жінки отримують менше за роботу, яку вони виконують нарівні з чоловіками. У деяких країнах існує День рівної оплати праці: ця дата символізує, скільки днів в новому році жінки повинні працювати додатково, щоб отримати стільки ж, скільки в минулому році заробили чоловіки. В Україні цього року він, наприклад, припав на четверте квітня. За коментарем щодо гендерної дискримінації ми звернулися до громадської експертки Світлани Кухарчук.

– В Україні різниця між зарплатами жінок і чоловіків, в залежності від сфери зайнятості, становить від 25-40%. Так, у середня зарплата чоловіків у 2020 році становила 14 203 гривні, тоді як жінок — 11 558. І ситуація невтішна: за даними Світового економічного форуму на те, щоб викоринити нерівність в світі, при нинішніх темпах розвитку потрібно ще 170 років, – зауважила пані Світлана.

– *Чому не всі вірять в те, що це правда?*

– Багато хто, як і раніше, вважає гендерну нерівність в оплаті праці міфом. Але, наприклад, статистика Бюро перепису населення США свідчить: на кожен долар, який заробляє чоловік, жінка отримує всього 79 центів. Це точні дані, хоча статистика не враховує безлічі інших факторів, що впливають на доходи (освіта, стаж, кількість відпрацьованих годин), і тому не можна вважати її точною.

Говорячи про різницю в оплаті праці, дійсно потрібно враховувати різні фактори, нерівність влаштована набагато складніше. В першу чергу важливо звертати увагу на професію, так як в різних сферах розрив у зарплатах теж буде різним. The Wall Street Journal випустив вражаючу інфографіку про те, як

відрізняється рівень зарплат в різних сферах в США: жінки заробляють більше за чоловіків в семи галузях; в інших сферах розрив може досягати декількох десятків відсотків. Потрібно враховувати й інші фактори: вік, рівень освіти, етнічну приналежність.

– *Чому нерівність досі існує?*

– Часто економічну нерівність жінок і чоловіків намагаються пояснити тим, що жінки «схильні» вибирати менш оплачувану роботу – професії вчительки і медсестри, наприклад, вважаються традиційно «жіночими». Але на вибір професії впливає безліч факторів: соціологи говорять про «моральну економіку» – неформальні норми, які змушують жінок робити той чи інший вибір. Наприклад, традиційно вважається, що жінка повинна приділяти більше уваги сім'ї - заради цього вона може працювати на неповну ставку або вибрати роботу, яку легше поєднувати з вихованням дітей, що відбивається і на її доходах. Довга декретна відпустка, неможливість віддати дитину в дитячий сад підштовхують жінок до того, щоб вибрати більш «зручну» професію.

У двадцять першому столітті чоловіків як і раніше вважають «добытчиком», а жінок - «берегинями вогнища». В англійській мові існують поняття «штраф за материнство» (motherhood penalty) і «бонус за батьківство» (fatherhood bonus). Багато роботодавців вважають чоловіків більш стабільними і надійними співробітниками, ніж жінок

Основна причина тут – дискримінація: роботодавці часто вважають, що працівник-чоловік буде більше працювати на благо сім'ї, а жінка, навпаки, буде відволікатися від роботи.

Звичайно, гендерна нерівність пов'язана не тільки з материнством. Багато професій, як і раніше, залишаються закритими для жінок. Більш того, у сферах, що традиційно вважаються «чоловічими», рівень зарплат нерідко буває вище, ніж в традиційно «жіночих», що вимагають такого ж рівня навичок. Нарешті,

на ситуацію впливають гендерні стереотипи: жінкам буває складніше просити надбавки до зарплати.

– *Як можна виправити ситуацію?*

– Боротися з нерівністю можна і потрібно на різних рівнях.

Насамперед це стосується роботодавців: в Україні, як і в інших країнах, дискримінацію за ознакою статі забороняє Трудовий кодекс. Але на практиці жінки як і раніше можуть з нею стикатися, нехай і в прихованому вигляді. Нарешті, потрібно допомагати самим жінкам боротися зі стереотипами. Багато жінок на співбесідах називають роботодавцю суму заробітної плати схожу на ту, що їм платили раніше – свідомо нижчу. Порада для жінок в цій ситуації – не боятися просити більше, бо роботодавець і сам може піти їм назустріч і запропонувати суму, відповідну її навичкам.

Головне - розуміти, що нерівна оплата праці дійсно існує і її варто усувати прямо зараз, а не чекати ще 170 років.

Просвітницькі курси з медіаграмотності: пілотний проєкт до старту готовий

Викладачі кафедри журналістики та філології в межах виконання робочого пакету «Outreach Media Literacy Courses» міжнародної грантової програми DESTIN «Журналістська освіта задля демократії в Україні: розробка стандартів, доброчесність та професіоналізм» (національний проєкт Erasmus+ KA2) підготували пілотний проєкт «Просвітницьких курсів з медіаграмотності».

Ці курси мають на меті формування і розвиток навичок критичного сприйняття інформації; інформаційної грамотності; здатності використання медіа в комунікації з іншими людьми. Просвітницький проєкт розрахований на широку громадськість, він може зацікавити учнів середніх шкіл, учителів, студентів і всіх, хто хоче підвищити рівень медіаграмотності. На сьогодні це 5 навчальних модулів, які містять відеоматеріали, короткий конспект за темою повідомлення, а також тести, за якими можна визначити власний прогрес в опануванні навчального контенту та визначити власний рівень медіаграмотності.

Запрошуємо всіх охочих долучитися до тестування пілотного проєкту «Просвітницьких курсів із медіаграмотності». **За посиланням <https://examenarium.sumdu.edu.ua/promo/program/79>** ви перейдете до стартової сторінки. Тут ви зможете ознайомитися із інструкцією, як зареєструватися та працювати в програмі. Після опрацювання навчального контенту залиште свій відгук – дайте відповіді на запитання анкети. Для нас дуже важлива ваша думка.

Міжнародна грантова програма DESTIN: визначено методику тестування пілотного проєкту «Outreach Media Literacy Courses»

Кафедра журналістики та філології СумДУ організувала й провела онлайн нараду із відповідальними за реалізацію робочого пакету «Outreach Media Literacy Courses» міжнародної грантової програми DESTIN «Журналістська освіта задля демократії в Україні: розробка стандартів, добросесність та професіоналізм» (національний проєкт Erasmus+ KA2). До наради приєдналися представники 10 університетів України.

Олена Ткаченко, керівник команди DESTIN СумДУ, прокоментувала основні результати чергового етапу з підготовки просвітницьких курсів медіаграмотності, окреслила мету і завдання пілотного проєкту. Ольга Сидоренко ознайомила учасників наради зі структурою просвітницького проєкту, з методикою роботи в ньому, методологією тестування та оцінювання запропонованих матеріалів. Учасники наради визначилися із цільовою групою осіб, які проводитимуть експертизу. Думку експертів буде враховано для вдосконалення методики підготовки навчальних модулів.

Пілотний проєкт охоплює 5 навчальних модулів, які містять авторські навчальні відеоматеріали, їх короткі конспекти й тести для визначення прогресу в опануванні програми. У підготовці пілотного проєкту взяли участь команди DESTIN Сумського державного університету, Запорізького національного університету, Інституту журналістики КНУ, ЧНУ імені Юрія Федьковича, МEGУ імені Степана Дем'янчука.

Запрошуємо всіх охочих долучитися до тестування пілотного проєкту [«Просвітницьких курсів із медіаграмотності»](#)

Не журналістикою єдиною... або знай наших!

Студентки кафедри журналістики та філології достойно представили СумДУ у Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт з української мови, літератури (з методикою їх викладання), який цьогогоріч проводився на базі факультету української філології та літературної творчості імені Андрія Малишка НПУ ім. М. Драгоманова.

Традиційно на II етап конкурсу кафедра надсилає три роботи – найкращі за результатами проведення I етапу Конкурсу. За перемогу в секції з української мови змагалися 49 студентів – представників університетів з різних регіонів України. Після заочного рецензування до участі в II етапі було рекомендовано дві роботи студенток-журналісток. 15 квітня відбулася онлайн науково-практична конференція, де учасниці презентували свої творчі доробки. Оцінювалися як, власне, зміст доповіді, презентація основних результатів, якість ілюстративного матеріалу, так і вміння дискутувати, ставити запитання, відстоювати власну позицію.

За підсумками експертного рецензування та усного туру Галузева комісія Конкурсу з української мови визначила роботу Марини Садимаки «Упровадження нового українського правопису на сторінках газети "ДЕНЬ" (на прикладі вживання фемінітивів)» кращою в номінації «Актуальність теми» (науковий керівник Олена Бондаренко). За результатами двох етапів II туру Конкурсу галузева конкурсна комісія вирішила визнати переможцями та нагородити дипломом II ступеня –Лейлу Вишняк за роботу «Мовні прояви авторської присутності в інформаційному медіаконтенті» (науковий керівник Ольга Сидоренко).

Член Галузева комісія Конкурсу з української мови завідувач відділу граматики та наукової термінології Інститут української мови НАН України Катерина Городенська високо оцінила рівень усіх поданих на Конкурс робіт,

відзначила широту і розкритість наукового мислення конкурсанток, різноаспектність тематики наукових інтересів. Науковиця висловила глибоку вдячність керівникам за невтомну працю, прищеплення любові до українського слова та її наукового вивчення.

«Це перший мій досвід – брати участь у такому заході, – поділилася Лейла. – Це було надзвичайно цікаво, адже було стільки багато нових тем, актуальних питань. Вразила активність студентів, які ставили запитання. Я старалася відповідати так, щоб достойно представити роботу, не підвести керівника, і мені це вдалося...».

Вітаємо наших учасниць з перемогами. А всім студентам побажаємо розширювати свої освітні горизонти, не боятися братися за нові справи, старатися – і досягати задуманого. Адже, як говорив Бенджамін Франклін, старанність – мати удачі.

ВИСНОВКИ

1. Інформаційні жанри журналістики – це форми, які лаконічно й оперативно подають актуальну інформацію. Інформаційні жанри відповідають таким вимогам, що не допускають змін у способі побудови тексту, а саме: визначений обсяг, відсутність чи обмеження авторства, коментаря, оцінки, використання мовних кліше, штампів із зазначенням вихідної інформації, подання основної інформації в першому реченні, велика кількість пояснювальних локалізаторів, високий інформаційний вміст заголовків тощо. Усі жанрові форми об'єднуються у групи: 1) оперативно-новинні (заметка у всіх її різновидах); оперативно-дослідницькі (інтерв'ю, репортаж, звіт). Усім жанровим різновидам притаманні такі ознаки, як інформаційність, документальність, оперативність, актуальність.

2. Моніторинг Сумських видань – суспільно-політичної газети «Панорама» та суспільно-ділового щотижневика «Ваш шанс» – засвідчив, що інформаційні жанри утворюють основну частину їхнього контенту: 100% для «Панорами» та 61% для «Вашого шансу». Переважна частина матеріалів подається у жанрі заметки: 89% «Панорама», 77% «Ваш шанс». В обох виданнях представлені жанрові різновиди заметки: подієва, розширена, коментована. Редакція газети «Панорама» віддає перевагу розширеним заметкам – 73%; коментована і подієва займають по 15% і 12% контенту. У «Вашому шансі» більше подієвих заметок – 49%, значна частина розширених – 33%, коментованих – 18%.

Частка заметок серед інформаційних жанрів «Вашого шансу» менша, а отже, крім оперативної новинної інформації, редакція приділяє увагу й оперативно-дослідницькій: інтерв'ю – 10%, анонс – 8%, звіт – 5%. У «Панорамі» – 5%, 5%, 1% відповідно. За аналізований період ми не виявили жодного матеріалу в жанрі репортажу. Імовірно, це зумовлено, власне, відсутністю відповідного інформаційного приводу – у період адаптивного карантину відкритих і масових заходів не відбувалося.

Тематичними пріоритетами інформаційних матеріалів «Панорами» є кримінальні хроніки, медицина, ЖКГ, екологія, соціальні проблеми. В інформаційних жанрах «Ваш шанс» подає оперативні новини, спортивні новини, актуальні питання життя соціуму та життя міста.

3. З урахуванням загальних положень теорії жанрів, результатів моніторингу сумських медіа щодо функціонування інформаційних жанрів ми підготували власний інформаційний проєкт, який складається із семи друкованих матеріалів, загальний обсяг яких становить 20 226 знаків, або 0,51 авторського друкованого аркуша.

4. Авторська ідея підготовленої нами добірки журналістських матеріалів визначається жанровою специфікою інформаційних жанрів. У жанрі замітки підготовлено такі матеріали: «Просвітницькі курси з медіаграмотності: пілотний проєкт до старту готовий», «Міжнародна грантова програма DESTIN: визначено методику тестування пілотного проєкту «Outreach Media Literacy Courses»; «Не журналістикою єдиною... або знай наших!», які у короткій формі повідомляють про іміджеві події кафедри журналістики та філології СумДУ. Матеріали оприлюднені на сайті кафедри (<https://journ.sumdu.edu.ua/ua/>) в розділі «Новини». Жанр розширеної замітки «Живуть, Тарасе, поміж нас і голос твій, і пензель твій, і слово...» використали для повідомлення про виховний захід до Шевченківських днів, основною ідеєю матеріалу є популяризація національних державних свят. «Українські традиції в родинному колі» підготовлено в жанрі репортажу, який дозволяє читачеві уявити себе на місці події. В інформаційній кореспонденції «Суми – ФОП, рахунок 2:1: гра триває» ми намагалися більш детально, ніж це дозволяє формат замітки, розкрити соціально важливе питання – проблем малого бізнесу під час адаптивного карантину. Форма інтерв'ю – «Вона ж піде в декрет !!! Чому жінкам платять менше і як це виправити?» – дозволила отримати інформацію від експертки щодо питання гендерної дискримінації жінок.