

ФАКУЛЬТЕТ ФІЛОЛОГІЇ ТА ЖУРНАЛІСТИКИ

Продоус Леся
Науковий керівник – доц. Дащенко Наталія

КРОСМЕДІЙНІ МАТЕРІАЛИ У ПРАКТИЦІ СУСПІЛЬНОГО МОВНИКА УКРАЇНИ

Суспільне телерадіомовлення стало важливим елементом у розвитку демократичних країн, адже є показником свободи слова. Воно покликане об'єктивно висвітлювати різні точки зору та брати участь у формуванні культурного рівня громадян. Сьогодні суспільний мовник в Україні перебуває в стані реформування, тому аналіз та висвітлення технологій виготовлення його продукту особливо актуальні. Серед сучасних підходів до підготовки інформації до оприлюднення заслуговує уваги кросмедійний принцип.

Аналіз наукових публікацій засвідчує, що явище кросмедіа висвітлюється у працях як західних, так і вітчизняних учених: Дж. Д. Болтера, Л. Василик, Л. Городенко, Р. Грусіна, Г. Дженкінса, М. Женченко, Я. Засурського, А. Калмикова, М. Кастельса, Г. Почепцова, Р. Хольфельда, В. Шевченко, М. Шнайдера, Ш. Шульца та ін.

Про необхідність, можливості і доцільність застосування кросмедійних підходів у практиці українських засобів масового інформування мовиться у колективній монографії «Кросмедіа: контент, технології, перспективи» [2], у «Підручнику з крос-медіа» [4] та багатьох одноосібних публікаціях українських науковців.

Мета статті – окреслити перспективність кросмедійних принципів у практиці суспільного мовника України.

Джерельну базу дослідження становлять програми телеканалу «UA: Перший» та «UA:Регіони» упродовж 2020 р. [1].

За 2020 р. у сітці ефірного суспільного мовлення відбулось чимало змін, зумовлених урахуванням інтересів аудиторій, які в кожен конкретний проміжок часу дивляться телевізор, слухають радіо чи користуються іншими каналами отримання інформації.

Мовлення Національної суспільної телерадіокомпанії України (НСТУ) розвивається на основі мультиплатформної стратегії, відповідно до якої створюються програми для національного та регіональних ефірів телебачення, радіо, веб-сайту новин НСТУ, мобільних додатків та соціальних медіа, щоб обслуговувати інформаційні потреби громадян України на всіх медійних платформах. Створення крос-платформи дозволяє Суспільному охопити якомога більшу частку медіапростору країни, є ефективним інструментом залучення аудиторії. Значна частина виробленого продукту – універсальна, тобто придатна для крос-платформового використання та розміщення на інших каналах НСТУ.

Одним із прикладів кросмедійного продукту Суспільного є марафон «На карантині», який на початку літа переформатували на «Суспільну студію. Марафон», розширивши тематику із суто карантинної до суспільно-політичної. Однак сьогодні марафон «Суспільна студія» – це лише частина великого проекту «Суспільна студія». У будні у прямому ефірі телеканалу «UA: Перший» та регіональних каналів журналісти розповідають про найголовніші події у світі й країні. Тематично проект охоплює соціальну, політичну та культурну сфери життя сучасного суспільства. Глядач має змогу за допомогою прямих включень із регіонів дізнатися свіжу, оперативну інформацію.

За словами члена правління, відповідального за платформу телебачення, Ярослава Лодигіна, цей проєкт важливий, адже глядач суспільного мовника отримає якісне зображення зі студії та сучасний рівень роботи в прямому ефірі. «Суспільна студія і проєкти навколо неї створять єдність для телеканалу: естетичну, візуальну й смислову. Це практичне та ідеологічне рішення, котре нарешті виведе нас у сучасність. Вона працюватиме на повну: звідти

виходитимуть і «Новини», і «Спорт», і багато інших поточних проєктів. У нашій Суспільній студії вже є і ранкове шоу, і спецпроєкти, і брейкінги. Студія універсальна. Сподіваюся, цей великий павільйон на 650 м² ніколи не пустуватиме.

Водночас ми згенерували багато нових вакансій, переформатували зсередини дирекцію телебачення, щоб забезпечити цю студію журналістами, техніками, менеджерами й людьми інших телепрофесій. Цей проєкт вдалося реалізувати завдяки BBC Media Action, їхня участь – вирішальна. Усі продюсери, які розбудовували його, – мої герої!» [1].

Норвезький вчений Івар Джон Ердал пропонує розрізнити кросмедійне виробництво та кросмедійну комунікацію, які відповідають внутрішньому (організаційному) і зовнішньому (аудиторному) вимірам кросмедіа [6]. Внутрішній вимір кросмедіа описує виробничі процеси, режими організації та співпраці в медіа-організації, яка працює для кількох платформ, а зовнішній вимір – процес комунікації з аудиторією, внаслідок якої створюються медіа-продукти, орієнтовані на кроспросування, інтертекстуальність і повторне використання контенту.

На думку науковця, різні значення мають і поняття кросмедіа та мультиплатформність: перше вказує на використання більше ніж однієї медіаплатформи без комунікативних відносин чи взаємозв'язків між ними, кросмедіа є розширенням мультиплатформності, коли різні медіаплатформи мають комунікативний зв'язок, «спілкуючись одна з одною» [6].

За принципом мультиплатформності із 7 вересня 2020 р. на всіх платформах Суспільного виходить виборчий марафон «Місцеві», де розповідають історії з усієї країни про проблеми, якими живуть люди в регіонах і як їх можна вирішувати на місцевому рівні, не чекаючи політичних рішень «зверху». Історії з різних регіонів готують команди «Новин», їх транслюють в ефірі міжрегіонального «Ранку на Суспільному», «Суспільної студії», у новинних випусках «UA: Перший», в ефірі «Українського радіо», а також на сайті та в соціальних мережах суспільного мовника [2].

Варто відзначити також суспільно-політичне ток-шоу «Зворотній відлік», яке виходить у прямому ефірі між Новинами на «UA: Перший» з 21:35 до 23:00. Під час ток-шоу депутати Верховної Ради України, політичні оглядачі, експерти дискутують про поточні події у суспільному житті країни, реалізацію передвиборних програм, плани реформ.

Виконавча продюсерка суспільно-політичного мовлення на Суспільному Олександра Очман характеризує новий формат: «Наповнення блоків бачимо таким: в першому обговорюємо топ-тему тижня зі спікерами, що мають протилежні позиції і мають вплив на ситуацію. Другий блок «парламентський» – це або події у парламенті, чи дискусії щодо законотворчості, щодо законопроєктів, які суспільство вважає неоднозначними. Третій блок передбачає розмову з одним гостем. Сюди ми будемо запрошувати політичних топів і керівників різних структур, які безпосередньо впливають на життя українців» [3].

Якщо детальніше розглянути перспективи регіональних телеканалів, то блискучими назвати їх важко. Регіональні студії готують випуски місцевих новин, матеріали для суспільно-політичних програм «Тема дня», «Виборчий округ» та інформаційної програми «Сьогодні. Головне». Крім цього на осінь 2020 р. в ефірі регіональних філій UA: Суспільне мовлення заплановано 11 нових проєктів, які пройшли відбір у двох хвилях конкурсу та підготовку з командою продюсерів. Автори обраних ідей доопрацьовують свої матеріали з продюсерами філій, а також проводять експертизу проєктів із планово-економічним, юридичним і виробничим департаментами та технічною дирекцією суспільного мовника. Виготовлятимуть різні за тематикою програми не всі філії. Важливою вимогою до кожного обраного проєкту стала регіональна складова: розповідати про історії людей, туристичні локації, розслідування в контексті регіону, в якому мовить відповідна філія Суспільного.

Як показує практика, регіональним мовникам дуже важко конкурувати з загальноукраїнськими каналами через брак фінансування і слабе технічне забезпечення.

Висновки. Принципи кросмедіа у програмах Суспільного мовника України мають кілька основних аспектів: 1) пришвидшення надходження інформації до цільової аудиторії; 2) донесення інформації до різних вікових груп; 3) доступність матеріалів будь-де і будь-коли через використання інтернету, мобільних пристроїв, цифрових каналів зв'язку. Світові суспільні мовники вже застосовують усі ці медійні технології, тому сьогодні журналіст

повинен уміти адаптувати створюваний матеріал до усіх медійних каналів і платформ, щоби відповідати сучасним вимогам у галузі інформації.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Архів випусків програм на UA: Перший. URL: <https://tv.suspilne.media/programs>
2. Кросмедіа: контент, технології, перспективи : колективна монографія / за заг. ред. В. Е. Шевченко. Київ : Інститут журналістики КНУ ім. Т. Шевченка, 2017. 234 с.
3. На Суспільне повертається ток-шоу «Зворотний відлік» URL: https://stv.detector.media/reformuvannya/tv/na_suspilne_povertaetsya_tokshou_zvorotniy_vidlik/
4. Підручник з крос-медіа / видавці І. Н. Крецу, М. Гузун, Л. Василик. Boon-Sibiu : Schiller Publishing House, 2015. 140 с.
5. Суспільна студія на UA: Перший. URL: <https://tv.suspilne.media/news/channel/110409>
6. Erdal Ivar John. Cross-Media News Journalism: Institutional, Professional and Textual Strategies and Practices in Multi-Platform News Production : Doctoral thesis submitted for the degree of Ph.D. Oslo, 2008. 382 p.

Аношкіна Аліна

Науковий керівник – доц. Панчук Галина

**ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЛЕКСИКИ НА ПОЗНАЧЕННЯ ЇЖІ В РОМАНІ
«ФЕЛІКС АВСТРІЯ» СОФІЇ АНДРУХОВИЧ**

Їжа – основне джерело енергії, яке необхідне для життєдіяльності організму людини. У різні історичні часи склад їжі й харчування людей змінювалися залежно від розвитку виробничих сил суспільства, кліматичних і географічних умов, виду господарської діяльності. Характер харчування населення залежить також від культурного рівня розвитку країни, національних звичаїв народу, що в ній проживає.

З розвитком культури загалом їжа стає чимось більшим, ніж просто засобом для існування. Народна кухня – це така сама культурна спадщина народу, як мова, література, мистецтво, це неоціненний здобуток, яким можна пишатися, який не слід забувати.

Мета статті полягає в опрацюванні та систематизації семантико-стилістичних параметрів лексики на позначення їжі в романі «Фелікс Австрія» Софії Андрухович.

Так, тематична група лексики (ТГЛ) «Назви їжі» вже була предметом ґрунтовного вивчення переважно на матеріалі різних говірок південно-західного наріччя.

Зазначену групу лексики в українських говорах Східної Словаччини дослідила З. Ганудель, у карпатських говірках – Е. Гоца, предметом вивчення Л. Ура стали назви їжі в ужансько-латорицьких угорських говірках Закарпатської області, Є. Турчин здійснила системний опис назв їжі східнополіських говірок. Крім того, вивчення різних шарів лексики харчування представлено в публікаціях таких науковців, як П. Бабій, В. Борисенко, М. Бубряк, Й. Дзедзелівський, Я. Закревська, А. Майборода, В. Німчук, М. Тимченко та ін. Окремі номени на позначення назв їжі зафіксовано в численних лексикографічних джерелах таких авторів, як Г. Аркушин, В. Ващенко, Б. Галас, О. Євтушок, П. Лисенко, М. Негрич, Ю. Піпаш, В. Чабаненко, Г. Шило та ін.

Аналіз назв їжі на матеріалі говірок Прип'ятського Полісся здійснив білоруський дослідник Г. Вештарт.

Значний досвід у дослідженні лексики харчування мають російські вчені: С. Дмитрієва, І. Лутовінова (псковські говори), Н. Ільїнська (архангельські говори), Л. Анохіна (орловські говори), В. Губарева (гамбовські говори), Т. Карасьова (говірки Воронежчини), О. Малоземліна (російські говори камчадалів).

У статті акцентуємо увагу на кулінарній лексиці в романі «Фелікс Австрія» Софії Андрухович. Спочатку ми ознайомилися із науково-критичними працями дослідників лексики на позначення їжі.

У статті проаналізовано семантичні та стилістичні особливості кулінарної лексики в романі «Фелікс Австрія». До семантичних особливостей лексики на позначення їжі в романі можемо віднести такі способи найменування їжі, як багатозначність лексичних одиниць, складна описова конструкція, діалектизми та запозичення. Чимало назв їжі є багатозначними: