

бізнесом ЛНУ ім. І. Франка не є винятком. Працівники кар'єрного відділу організували чимало проєктів, де працює ланцюг бізнес-освіта-влада.

Університет — це багаторівнева структура, де є різні рівні освітнього й бізнес-процесів, які забезпечують результативну діяльність на благо репутації й впізнаваності його серед інших закладів освіти. Тому медіаосвітні проєкти, які організують кар'єрні відділи є не лише важливою складовою у роботі університету, а невіддільною частиною життя закладу освіти.

Робота журналіста у кар'єрному відділі є надзвичайно важливою, бо не тільки допомагає комунікувати зі компаніями-роботодавцями, а й організувати події, які допомагають розвиватися університету в медійному просторі спільно з бізнес-середовищем. Зараз журналіст задля найрезультативнішої роботи повинен набувати різних навичок, щоб стати універсальним солдатом, який може працювати у будь-якій сфері та з різними проєктами.

### Список використаної літератури

1. Універсальний телерадіожурналіст: від «універсалізації» до спеціалізації. *Держава та регіони. Серія Соціальні комунікації*. 2018. № 1. С. 43. URL: [https://scholar.google.com.ua/scholar?cluster=14123568404330456201&hl=uk&as\\_sdt=2005&scioldt=0,5](https://scholar.google.com.ua/scholar?cluster=14123568404330456201&hl=uk&as_sdt=2005&scioldt=0,5)
2. Журналістська освіта епохи WEB.3.0: дослідження, новітні навички, спроби перезавантаження. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2018. № 43. 277 с. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/8360/8315>
3. Інтернет-журналістика як нова форма універсального мультимедіа. Матеріали науково-практичної конференції. Миколаїв. 2019. С. 6-7, 41-42. URL: <https://mku.edu.ua/wp-content/uploads/2021/01/Zbirnyk-tez-2019-2020.-Internet-zhurnalistyka.pdf>

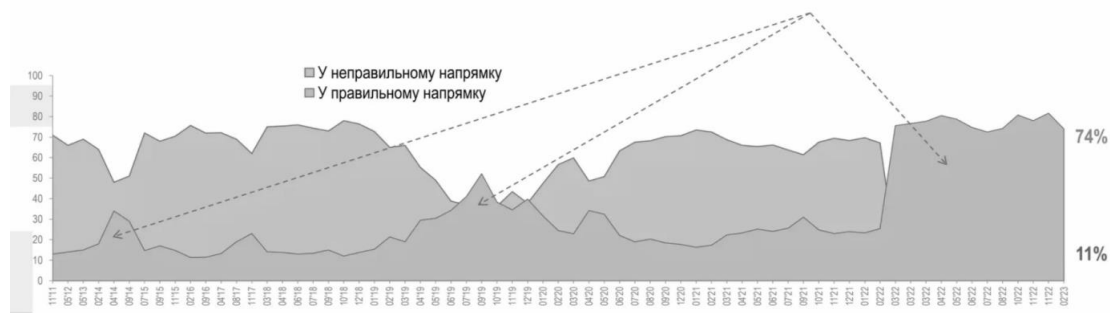
*Андрій Сінько,  
здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,  
спеціальність 061 Журналістика,  
Київський університет імені Бориса Грінченка  
Науковий керівник – доктор наук із соціальних комунікацій,  
професор Ольга Мітчук*

### ВПЛИВ ВІЙНИ НА РІВЕНЬ ДОВІРИ ДО ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ, ІНСТИТУЦІЙ І ДЕРЖАВНИХ КОМУНІКАНТІВ

У період нестабільності та постійних викликів, що постають на шляху існування інформаційного суспільства варто згадати про сучасні процеси комунікації та ситуації, що спровокували неабиякий вплив на збільшення довіри до певних національних інституцій. Розглядаючи інформацію з відкритих джерел, стає зрозуміло, що період формування думок до різноманітних джерел інформації та каналів комунікації протягом всього існування незалежної України відбувався досить динамічно але й динаміка цього розвитку постійно змінювалась відповідно до зовнішніх факторів впливу. Однак, пропонуємо розглянути найбільш актуальний період взаємодії різних інституцій із суспільством та зміни рівня довіри населення до них за останні десять років. Зокрема, йдеться про період із початку вторгнення російської федерації на територію України у 2014 році.

Варто згадати, що стаття 34 Конституція України засвідчує наступне, – «Кожному гарантується право на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань. Кожен має право вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб – на свій вибір».[3] Відповідно, таке трактування робить можливим виникнення великої кількості джерел інформації серед яких представники суспільства можуть самостійно обирати ті, що імпонують їхнім особистим переконанням. Згадуючи умови демократичного суспільства, що вимагають рівності та доступності, зокрема доступу до інформації та свободи слова, варто зазначити про важливість цих факторів для повноцінного функціонування вищезгаданого поняття. Демократизація держави, відбувається також і за рахунок державної інформаційної політики, що, в свою чергу, сприяє зміцненню громадянського суспільства, задоволенню інтересів його суб'єктів та захисту їх прав та свобод [5].

Під час дослідження було звернено увагу на актуальні дані соціологічних досліджень сьогодення, що трактують реакцію суспільства на питання довіри до певних інституцій та зміни споживчих уподобань сприйняття новинних публікацій протягом раніше згаданого періоду. Аналізуючи графік Комплексне дослідження «Як війна змінила мене та країну. Підсумки року» проведеного Rating Group[2], що демонструє збільшення прихильності до держави в періоди прийняття важких політичних рішень, варто звернути увагу на кілька визначних рис його динаміки (Рисунок № 1).



Продовжуючи аналіз вищезгаданого дослідження проведеного Rating Group, можна сказати, що думка суспільства у питанні ефективності виконання обов'язків майже однозначна і становить 90% серед опитаних респондентів. Варто зазначити, що з часів 2014 року довіра до Збройних сил України значно підвищилась і вони виступають однозначних лідером серед опитаних. Період ведення війни на території України протягом уже майже десятка років також значно вплинув на довіру до безпекових організацій, зокрема, до таких як Добровольчі батальйони, Державна служба з надзвичайних ситуацій України, Служба безпеки України, Національна поліція України тощо. У графіку також фігурує окремо безпосередньо персону шостого Президента України Володимира Зеленського, що з початком повномасштабного вторгнення виступає не лише гарантом Конституції України, а й Верховним Головнокомандувачем ЗСУ в умовах воєнного стану в країні.

Від початку повномасштабного вторгнення процес і канали комунікації значно змінили свої точки перетину зі суспільством. Аудиторія стала споживати більше інформаційного, а саме новинного контенту, оскільки виникла нагальна потреба максимально оперативної обізнаності щодо актуальної ситуації в країні через загрозу життю мирного населення. Тобто, з'явилась нагальна потреба отримання актуальної та оперативної інформації.

Продовжуючи аналіз раніше згаданого дослідження проведеного Rating Group бачимо, що за кілька років, з 2019 до 2023 року рівень довіри до національних і місцевих ЗМІ значно збільшився (Рисунок № 2).

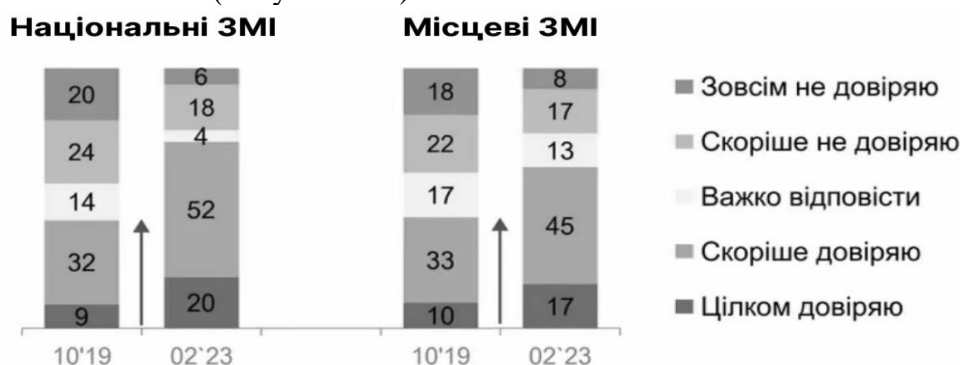


Рис. 2. Рівень довіри до національних і місцевих ЗМІ

Статистика відповідей на кшталт «зовсім не довіряю» або «скоріше не довіряю», прямо пропорційно змінилась в позитивний бік. Важливо зазначити, що період воєнного стану вніс певні константи в інформаційну діяльність видань, інформаційних бюро та приватних джерел комунікації. Виникла певна цензура інформаційного простору, яка дозволила почасти регулювати потоки інформації задля формування в суспільстві одностайної позиції підтримки держави та її економіки у нестабільний період, а саме в період повномасштабного вторгнення. Такого розвитку подій уникнути неможливо, тому медіа підлаштувалися під сучасні умови. Одним з таких кроків стало створення «Єдині новини», де об'єдналися головні канали країни. Безперервний інформаційний марафон «Єдині новини» як абсолютно унікальне явище вітчизняного та й світового медіадискурсу став інструментом інформування українців у режимі 24/7 про хід і наслідки війни, а також майданчиком функціонування «мови перемоги» задля стимулювання вікторіальних інтенцій нації.[4] Крім того, феномену «кишенькових» новин у звичному для нас усіх пристрої - своєму мобільному телефоні.

Ще одним цікавим фактором видозміни сприйняття населенням інформації є феномен отримання інформації через мобільні пристрої. Повномасштабне вторгнення

створило потребу активного споживання новинного контенту, який представники усіх верств населення моніторили значно частіше ніж до того. Найпопулярнішими джерелами інформації стали соціальні мережі та месенджери, тому що вони відносно прості в користуванні і доступні абсолютній більшості населення протягом усього дня незалежно від місця перебування. Це підтверджують результати дослідження «Медіаспоживання українців в умовах повномасштабної війни», проведеного Київським міжнародним інститутом соціології на замовлення ОПОРИ.[1] Детальніше частину результатів продемонстровано нижче на Рис. № 3.

Можливі декілька варіантів відповіді



Рис. 3. Джерела отримання інформації протягом перших двох місяців повномасштабного вторгнення

На графіку бачимо, що для отримання актуальної інформації соцмережами користуються 76,6% українців. Телебачення у цьому дослідженні займає другу позицію з 66,7% респондентів, третю – інтернет (не включаючи соціальні мережі) – 61,2% користувачів. Крім того бачимо, що також значна частина опитаних, а саме 28,4% громадян, слухають радіо. Зокрема найменша частина населення споживають інформацію за допомогою друкованих ЗМІ і це лише 15,7% опитаних.

Підсумовуючи, варто вказати, що протягом останніх десяти років коли перед державою поставали складні політичні рішення – рівень довіри населення до неї значно збільшувався. Також поява великої кількості інформаційних вірусів, фейків та дезінформації відіграли неабиякий вплив на вибір перевірених джерел інформації, якими як правило виступають державні інституції. Враховуючи відсутність важелів впливу на анонімні джерела інформації та свободу слова кожного журналіста чи лідера думок – збільшується відповідність представників влади, які часто виступають першоджерелом достовірної та перевіреної інформації.

### Список використаної літератури

1. Дослідження «Медіаспоживання українців в умовах повномасштабної війни». Київський міжнародний інститут соціології на замовлення ОПОРИ. URL: [https://oporaua.org/report/polit\\_ad/24068-mediaspozhyvannia-ukrayintsiv-v-umovakh-povnomasshtabnoyi-viini-opituvannia-opori](https://oporaua.org/report/polit_ad/24068-mediaspozhyvannia-ukrayintsiv-v-umovakh-povnomasshtabnoyi-viini-opituvannia-opori) (дата звернення: 19.04.2023).
2. Комплексне дослідження «Як війна змінила мене та країну. Підсумки року». Rating Group. URL: [https://ratinggroup.ua/research/ukraine/kompleksne\\_dosl\\_dzhennya\\_yak\\_v\\_yna\\_zm\\_nila\\_me\\_ne\\_ta\\_kra\\_nu\\_p\\_dsumki\\_roku.html](https://ratinggroup.ua/research/ukraine/kompleksne_dosl_dzhennya_yak_v_yna_zm_nila_me_ne_ta_kra_nu_p_dsumki_roku.html) (дата звернення: 19.04.2023).
3. Конституція України. Відомості Верховної Ради України (ВВР). 1996. № 30. С. 141. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 19.04.2023).

4. Супрун В. М. «Мова перемоги» в інформаційному дискурсі війни. *Обрії друкарства*. 2022. С. 131–142.

5. Черватюк В. Б. Вплив громадянського суспільства на ефективність інформаційної політики держави в період війни. *Юридичний вісник*. 2022. №3. С. 116–121.

*Анастасія Тагамлицька,*  
здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,  
спеціальність 061 Журналістика,  
Вінницький державний педагогічний університет  
імені Михайла Коцюбинського  
*Науковий керівник – кандидат філологічних наук,*  
старший викладач *Тетяна Ценкало*

### **ОСОБЛИВОСТІ ВІДОБРАЖЕННЯ НАРОДНИХ ТРАДИЦІЙ В ДИТЯЧИХ ЖУРНАЛАХ «ПІЗНАЙКО» ТА «КУЛЯ»**

Знання рідної історії, традицій, народної культури лежать в основі національної самосвідомості особистості. Саме тому в сучасних дитячих журналах окрему увагу приділяють інформації про українські традиції, звичаї, обряди та візуальне мистецтво.

О Берегова відзначає, що звичаї, традиції та обряди українського народу належать до найдавніших кодово-символічних комунікаційних форм: «Звичай – це спосіб людської діяльності в побутовій і професійних сферах, що спирається на певні кліше і передається від одного покоління до іншого через спеціальний код наслідування без змін. Звичай, як і обряд, традиція, належить до традиційної форми засвоєння культури» [1, с. 128-129]. «Національна культура – це синтез цінностей, створених різними прошарками та класами окремого суспільства» [5, с. 26].

О. Косяк вважає, що міфологічно-ритуальна комунікація на сучасному етапі розвитку людства є ефективною, «оскільки людина як духовна істота незмінно потребує культу, втіленням якого колись були стародавні ритми свят, карнавалу, громадських зібрань, властивості соборів, які символізували цілісність світу» [3, с. 110].

У рубриці «Мої традиції» журналу «Пізнайко» розповідається про незмінний елемент Різдва в Україні – дідух. «*Дідух (або: діди, коляда, колядник, сніп, король) – дідівський дух – дух дідів, тобто всіх прапрацюрів роду. У ньому зимує дух предків. За обрядом, українці так ніби запрошували на свята душі померлих родичів. А також просили багатого врожаю*» (Пізнайко. 2022. № 1. С. 10). Діти можуть дізнатися про традиції плетіння святкового снопа, його різновиди, способи прикрашання. Вказується, хто мав брати участь в обряді занесення дідуху в оселю, в якому місці його ставили в хаті, через який час виносили надвір, як вимолочували, як сіяли з нього зерно та як спалювали соломку. Також редактори розмістили одну із відомих колядок, яку традиційно виконували українці в Різдвяні свята.

Ритуал – це «канонізована (в інтерпретації сучасності, напевно, – релігійна) комунікація, котра, як вважають, здатна впливати на природні й надприродні сили. Ритуалом головно були лише дії надзвичайно сакрального характеру, у яких форма виконання жорстко регламентувалася й містила норми складних символічних дій (начебо незбагнених для обмеженого людського розуму), що передавалися спадково» [3, с. 111]. Обряд же вважається набагато приземленішим явищем, що «пов'язане не так