

5. Шевченко В. Е. Мультимедійні історії: навч. посіб. Київ: Інститут журналістики, 2020. 74 с.
6. Slukh. URL: <https://slukh.media/news/>.
7. Ukraine Forever. URL: <https://ukraineforever.com.ua>.
8. LiRoom. URL: <https://liroom.com.ua/>.

*Діана Кривенко,
здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
спеціальність 061 Журналістика,
Київський університет імені Бориса Грінченка
Науковий керівник – кандидат педагогічних наук,
доцент Аліна Лісневська*

МУЛЬТИМЕДІЙНІСТЬ В ПРОСУВАННІ УКРАЇНСЬКОЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

Актуальність просування української національної ідентичності як ніколи важлива під час повномасштабної війни з росією, аби припинити створення міфів про ототожнення нашої культури з ворожою.

Тема усвідомлення українців як окремою нацією вже 30 років як на часі, але суспільство все ще ставить питання щодо шляхів реалізації. Міністр культури та інформаційної політики України Олександр Ткаченко в своїй статті для Української правди відмітив два обов'язкових пункти: перше – протидія дезінформації, робота з медіаграмотністю, прозорі правила для всіх медіа, друге – нове життя нашої культурної спадщини повернення культурних цінностей, відродження святинь, відкриття туристичних маршрутів, промоція історії та культури України, пам'ятних дат та імен видатних українців, промоція історії, культури та мови проти нав'язування російських наративів [2]. У обох випадках журналісти як вартіві інфопростору мають брати активну участь та допомагати. Загострення політичної ситуації, і як наслідок потреба в просуванні ідеї національної ідентичності, змусило журналістів шукати неординарні способи донесення просвітницької інформації.

Використання аудіо, відео та інших мультимедійних засобів на вебсайтах стало в наші дні звичайним явищем. Мультимедіа можуть бути частиною інформації, що подається на електронних сторінках, або можуть виконувати лише розважальну чи рекламну функцію [3]. Частіше за все мультимедійні проєкти охоплюють значно більшу аудиторію, ніж ті, що використовують одне джерело поширення інформації. Так виходить за рахунок вибору аудиторією комфортного споживання інформації у вигляді: відео-, аудіо- контенту, записів та постів у соціальних мережах, тощо. Тому для того, аби якомога більше людей дізнались та познайомилися з продуктом, який створює медіа, журналісти інтерпретують його під різні актуальні платформи. Звісно, існують ризики створення ефекту інформаційного шуму, бо якщо споживач підписаний на всі джерела даного медіа, передивляючись та читаючи одне й те саме, йому стане нудно. Тому потрібно розуміти функціонал і можливості кожної платформи, вміти їх використовувати й комбінувати.

Мультимедіа створює мультисенсорне навчальне оточення з урахуванням мультисенсорних особливостей навчання. Залучення всіх органів почуттів веде до збільшення ступеня засвоєння матеріалу порівняно з традиційними методами [1, с. 5]. Передивляючись відео, потім слухаючи подкаст, потім читаючи статтю чи замітку, споживач закріплює знання, краще запам'ятовує інформацію, яка в свою чергу

відкладається у пам'яті. Це актуально для тематики просування національної ідентичності, яка вимагає осмислення.

Українські медіа мають чималий досвід у поєднанні декількох ресурсів для поширення й популяризації контенту. Прикладом є мультимедійний проєкт Ukraïner. Медіа має свій сайт, сторінку в інстаграм та ютуб-канал. Сайт містить великі статті про історію, культуру України та сучасні реалії війни, великі фотодайджести, створені власноруч, інтерактивні сторінки про кожен регіон країни. Інстаграм для більш актуальних новин, спогад, коротких матеріалів з простішою ілюстрацією, що зручно для користувачів, які надають перевагу простому скролінгу для відпочинку. На ютубі Ukraïner створює контент саме з просування української національної ідентичності. «Стріха» — це документальний проєкт про українську народну архітектуру, її регіональні особливості та шляхи порятунку. «Хоробрі міста» підтримує героїчних людей із Нової Каховки, Бердянська, Мелітополя, Херсона, Маріуполя та інших містечок і сіл [5].

Якщо розглянути детальніші приклади, візьмемо до уваги матеріал «Як північ Сіверщини чинила опір окупації» [4]. Великий проілюстрований лонгрід із коментарями, власними історіями та яскравими прикладами. Цікавий для аудиторії, яка зацікавлена в поглибленні в матеріал. В інстаграмі він розбитий на дві частини, більш скорочений, виділені саме власні історії жителів Сіверщини. Ютуб відкриває більше емоцій, глядачу легше перейняти настрої героїв репортажу. Також треба відмітити, що матеріали на кожній з платформ складаються як пазли, тому журналіст залишає посилання на іншу соціальну мережу чи сайт, створюючи лабіринт, у кінці якого читач отримує цілісну картинку. Тобто Ukraïner подав матеріал таким чином, аби захопити максимальну кількість аудиторії, при цьому зацікавити переглянути інші частини цієї історії.

Проєкт Live is true – не тільки про українську ідентичність, але й про «життя в моменті», українське життя в реаліях, які не перестають вражати. Контент проєкту поширюється на таких платформах: в інстаграмі (тут короткі пости на актуальну тематику, анонси відео, корисні посилання й думки відомих людей про культуру, мову, націю); ютубі (дві основні рубрики: «Відбиток» про культурну спадщину кожного регіону України та «Інше життя війна» – рефлексії українців про їхні переживання й спогади війни); фейсбуці (використовується задля залучення більшої аудиторії до перегляду контенту на ютубі). Тобто Live is true – мультимедіа, яке дозволяє поглибитись в тему української самоідентифікації, рефлексії, мандруючи різними сайтами, ресурсами, соціальними мережами [6].

Отже, тематика просування української національної ідентичності вимагає використання мультимедіа, яке в свою чергу сприяє запам'ятовуванню та кращому сприйняттю інформації. Мультимедійний журналіст має знати й вміти використовувати функції і можливості ресурсів, з якими працює, а також відрізнити їх та підлаштовувати кожний матеріал. Тоді як результат медіа зможе досягнути збільшенню аудиторії та відповісти на її запити щодо шляху споживання контенту.

Список використаної літератури

1. Сергієнко В., Богачков Ю. Мультимедійні системи як засоби інтерактивного навчання 2012. с. 112.
2. Ткаченко О. Чому українці мають усвідомити важливість національної ідентичності. 22.02.2021. URL: <https://life.pravda.com.ua/columns/2021/02/22/244016/>
3. Крейг Р. Інтернет-журналістика. 2007. с. 324.

4. «Як північ Сіверщини чинила опір окупації». 08.04.2023 URL: <https://ukrainer.net/pivnich-sivershchyny/>.
5. Ukraïner. URP: <https://ukrainer.net>.
6. You-Tube Live is true URL: https://www.youtube.com/channel/UCNAQojnIUf_QMcsanFfAuGQ/featured.

*Анжеліка Бондарчук,
здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,
спеціальність 061 «Журналістика»,
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка
Науковий керівник – кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент Галина Синоруб*

ІНФОРМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ГРОМАД В ОНЛАЙН-ПРОСТОРІ (НА ПРИКЛАДІ САЙТУ БЛОБЕРІЗЬКОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ)

В умовах воєнного стану, коли всі ланки владної ієрархії природно тяжіють до централізації управлінських рішень, пріоритетом стає визначення першочергових завдань, які мають покладатися на органи місцевого самоврядування регіонів і територіальних громад, задля того, щоб, з одного боку, забезпечити їх максимальну ефективність в управлінні ресурсним потенціалом відповідних територій, а з іншого, налагодити координацію діяльності всіх владних інституцій із метою своєчасного забезпечення нагальних потреб фронту та відновлення економіки [1].

Місцеве самоврядування – сполучна ланка між владою і народом, що забезпечує узгодження інтересів громадян із державними інтересами і підтримує якість суспільного життя на території муніципального утворення. Однак у цій галузі може існувати ряд невирішених проблем: недостатній рівень розвитку зв'язків між владою і суспільством; відсутність налагодженого конструктивного діалогу владних структур зі ЗМІ; недостатній рівень комунікативної компетентності працівників органів місцевого самоврядування тощо [2].

Розвиток публічної сфери в Україні, а саме проведення реформи місцевого самоврядування та децентралізації влади, вимагає використання нових підходів до муніципального управління, що в результаті дозволяє підвищити рівень добробуту населення та досягти стратегічних цілей. Відповідно, територіальні громади отримали більше можливостей, що сприятиме підвищенню рівня відповідальності за комплексний та збалансований розвиток території [5, с. 4].

Для місцевого самоврядування вкрай важливим є не лише результати діяльності, а й обізнаність громадськості про роботу місцевої влади, її досягнення, основні проблеми та виклики, що стоять перед громадою, про позицію муніципалітету з ключових питань. Успіх будь-якої фахової та результативної діяльності може бути зведений нанівець, якщо ця діяльність не матиме грамотного інформаційного супроводу. Отже, довіра до діяльності органів місцевого самоврядування великою мірою залежить від того, наскільки адекватно та ефективно буде працювати інформаційний підрозділ виконавчих органів місцевої ради [3, с.15].

Інформування про плани розвитку громади і широкого залучення громадян до їх реалізації потребує розбудови ефективних комунікаційних зв'язків, що полягає у системності взаємодії, довірі, об'єктивності, оперативності.