

2. PUBLIC RELATIONS AND ORGANIZATIONAL COMMUNICATION

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-250-0-3>

PROBLEM-THEMATIC VECTORS OF NEWS ITEMS ON THE WEBSITES OF UKRAINIAN HEIs

ПРОБЛЕМНО-ТЕМАТИЧНІ ВЕКТОРИ НОВИНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ НА САЙТАХ ЗВО УКРАЇНИ

Khlystun I. V.

*Candidate of Philological Sciences,
Associate Professor,
Associate Professor at the Department
of Applied Linguistics and Journalism
Pavlo Tychyna Uman State
Pedagogical University
Uman, Ukraine*

Хлисту́н І. В.

*кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри прикладної
лінгвістики та журналістики
Уманський державний
педагогічний університет
імені Павла Тичини,
м. Умань, Україна*

Найважливіші завдання сайту закладу вищої освіти – це організація та координація навчальної діяльності, розміщення навчально-методичних матеріалів, упровадження інформаційних технологій у навчальний процес. Проте не менш актуальним для ефективної діяльності освітнього закладу є налагодження комунікації між студентами й викладачами, сприяння поширенню певних цінностей, мобілізація членів організації до сумлінної роботи чи навчання, підвищення корпоративної культури серед учасників освітнього процесу, формування позитивного іміджу закладу, що сприяє залученню споживача освітніх послуг, підвищенню його конкурентоспроможності [2, с. 21–22].

На це спрямована робота новинного контенту, який є обов'язковим складником сайту. Інформаційні тексти на сайті повідомляють про найбільш актуальні події з життя закладу чи його структурних підрозділів, показують навчальні, наукові та творчі досягнення студентів і викладачів, тим самим згуртовуючи їх у єдиний монолітний організм.

У сучасному інформаційному просторі перше місце посідає новина, яку називають самостійним жанром журналістики. Новинний сегмент

є предметом дослідження таких науковців, як В. Бабенко, О. Голуб, В. Здоровега, Л. Кройчик, О. Кузнецова, О. Мелешенко, Н. Ротон, а в інтернет-журналістиці – А. Захарченко, У. Лешко, І. Тонкіх та ін. Основними вимогами до новини називають актуальність, достовірність, доступність мови, а її головним завданням є інформування про найбільш актуальні події, а також висвітлення теми з усіх боків, щоб аудиторія самостійно могла зробити висновки та сформуванати свій погляд на те чи те питання [1, с. 32].

Новинний контент, розміщений на вебсайтах ЗВО, хоч і має особливості інтернет-медіа (інтерактивність, мультимедійність, гіпертекстуальність), проте зберігає й ознаки класичних новин у традиційних ЗМІ – структурну організацію, проблемно-тематичні особливості.

Для аналізу тематичного спрямування новинного контенту ми обрали такі вебсайти ЗВО: Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка (далі – ІЖ КНУ); факультету зв'язків з громадськістю та журналістики Київського національного університету культури і мистецтв (далі – ФЗГЖ КНУКМ); факультету філології та журналістики Центрально-українського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка (далі – ФФЖ ЦДПУ); факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка (далі – ФЖ ЛНУ); факультету української філології та журналістики Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка (далі – ФУФЖ КПНУ). Для аналізу новинного контенту вищеназваних сайтів ЗВО ми вибрали новинні повідомлення за період із 1 вересня 2019 р. до 1 вересня 2020 р. (424 тексти).

Проаналізувавши тематику повідомлень на вебсайтах, ми визначили основні проблемно-тематичні вектори новин.

1. Інформація про освітні послуги факультету, профорієнтаційні заходи; створення позитивного іміджу закладу (199 повідомлень). До цієї групи повідомлень належить переважно інформація для абітурієнтів про Дні відкритих дверей, освітні можливості, які надає факультет. Крім того, до цього напрямку ми віднесли відгуки студентів і випускників про навчальний заклад, його переваги. Лише на сайті ФЗГЖ КНУКМ ми зафіксували *поради вступникам щодо підготовки до ЗНО*, які стосуються різних його аспектів (реєстрації, опрацювання навчального матеріалу, участі у пробному й основному ЗНО, психологічної готовності тощо). Лише сайт ФЗГЖ КНУКМ розміщує на своїй новинній сторінці *пізнавальну інформацію про специфіку навчання на факультеті і майбутню професію*, яка має

допомогти абітурієнтові у виборі фаху саме цього факультету; до цієї групи належать повідомлення про різні професії у ЗМІ та сфері PR, історію їх виникнення; про фахові якості журналіста й піарника, їхні компетентності, які формує навчання на факультеті. Ще одна велика група повідомлень на сайті ФЗГЖ КНУКМ, яка сприяє покращенню іміджу факультету, – це **поради для підвищення мотивації, професійної майстерності**, цільовою аудиторією яких є не лише студенти, а й абітурієнти; такі дописи стосуються як загальних, так і професійних порад щодо самовдосконалення. На сайті ФЗГЖ КНУКМ було зафіксовано 188 повідомлень цієї тематичної групи, ФЖ ЛНУ – 2, ФУФЖ КПНУ – 1, ІЖ КНУ – 5, ФФЖ ЦДПУ – 3.

2. Виховна робота (161 повідомлення). Ця група новин включає такі спрямування:

– **Національно-патріотичні заходи** (4 повідомлення), які спрямовані передусім на культивування поваги до рідної мови, вдосконалення володіння нею.

– **Культурно-мистецькі події** (102 повідомлення); ці дописи містять інформацію про засідання поетичних студій, творчі зустрічі студентів з письменниками, журналістами, громадськими діячами, науковцями, які діляться секретами творчості, презентують свої книги, проводять майстер-класи. Сюди ми віднесли також повідомлення про інші розважальні, творчі заходи студентства – концерти, конкурси, екскурсії, що виявляють творчий потенціал молоді. На сайті ФЗГЖ КНУКМ було зафіксовано 42 такі повідомлення, ФФЖ ЦДПУ – 34, ІЖ КНУ – 9, ФЖ ЛНУ – 13, ФУФЖ КПНУ – 4.

– **Спортивні досягнення студентів** (2 повідомлення, ФФЖ ЦДПУ).

– **Пізнавальна інформація на соціокультурні й мистецькі теми** (53 повідомлення), яка сприяє формуванню в студентів художнього смаку, критичного мислення, правил поведінки тощо. На сайті ФЗГЖ КНУКМ було зафіксовано 48 таких повідомлень, ФЖ ЛНУ – 2, ФУФЖ КПНУ – 1, ІЖ КНУ – 2.

3. Наукова діяльність викладачів і студентів (34 повідомлення). До цієї групи ми включили такі напрями:

– **Наукові заходи – конференції, семінари, круглі столи** тощо (23 повідомлення). До цієї групи належать повідомлення, які містять анонси майбутніх наукових заходів або звіти про заходи, що відбулися, – з коротким викладом тем, які обговорювалися, змісту наукових дискусій. На сайті ФФЖ ЦДПУ було зафіксовано 3 таких повідомлення, ІЖ КНУ – 1, ФЖ ЛНУ – 8, ФУФЖ КПНУ – 11, ФЗГЖ КНУКМ – жодного.

– **Наукові здобутки викладачів і студентів** (11 повідомлень). До цієї групи новин ми включили повідомлення про захисти дисертаційних досліджень викладачів, наукові публікації (монографії, статті, рецензії) та їх короткий опис, нагороди і відзнаки за наукові досягнення. На сайті ФФЖ ЦДПУ було зафіксовано 2 таких повідомлення, ІЖ КНУ – 2, ФЖ ЛНУ – 4, ФУФЖ КПНУ – 3.

4. Навчальна діяльність та соціальна адаптація студентів (30 повідомлень). До цієї групи належать дописи переважно про проходження студентами різноманітних практик, часто від першої особи – студента, що ділиться враженнями. На сайті ФЗГЖ КНУКМ було зафіксовано 14 таких повідомлення, ІЖ КНУ – 6, ФЖ ЛНУ – 3, ФУФЖ КПНУ – 4, ФФЖ ЦДПУ – 3.

Проаналізувавши проблемно-тематичні спрямування і зробивши кількісні підрахунки матеріалів у кожній групі, можемо констатувати, що інформація про освітні послуги факультету, профорієнтаційні заходи; створення позитивного іміджу закладу (199 повідомлень) становить 47% від загальної кількості повідомлень; інформація про виховну роботу (161 повідомлення) – 38%; наукова діяльність викладачів і студентів (34 повідомлення) – 8%; навчальна діяльність та соціальна адаптація студентів (30 повідомлень) – 7%.

Аналіз проблемно-тематичних векторів новинного контенту сайтів ЗВО дозволив з'ясувати, на які групи цільової аудиторії спрямовані повідомлення та які пріоритети у своїй діяльності мають окреслені заклади. Так, визначальними для всіх сайтів є такі теми, як освітні послуги факультету, профорієнтаційні заходи, створення позитивного іміджу закладу, оскільки вони сприяють приверненню уваги майбутніх абітурієнтів, підвищенню кокурентноспроможності ЗВО на освітньому ринку. Також велику увагу сайти досліджуваних закладів приділяють висвітленню виховної роботи зі студентами, що є не лише невіддільним складником освітнього процесу, а й сприяє формуванню спільних цінностей колективу факультету (інституту).

Література:

1. Голуб О. П. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практичний посібник / Інститут масової інформації. Київ : ТОВ «Софія-А», 2016. 184 с.

2. Кононец Н. В. Веб-сайт як інформаційний ресурс навчального закладу – крок до якісної освіти. *Комп'ютер у школі та сім'ї*. № 1, 2016. С. 21–26.