

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА

СОЦІОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

Пояснювальна записка
до кваліфікаційної роботи
на тему

«Мобільні технології у створенні журналістського контенту»

Виконала: студентка 4 курсу групи СМК-41
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності 061 Журналістика
Антощенко Л. П.

Керівник: Субота М. М.

Рецензент:

Харків – 2024

Зміст

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ МОБІЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СТВОРЕННІ ЖУРНАЛІСТСЬКОГО КОНТЕНТУ	7
1.1. Аналіз змін, які переживає сучасна журналістика	7
1.2. Поняття та сутність мобільних додатків у контексті журналістської роботи	9
Висновки до розділу 1	19
РОЗДІЛ 2. ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ МОБІЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ЖУРНАЛІСТСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	20
2.1. Основні тренди та виклики у роботі сучасних мобільних технологій при створенні журналістського контенту	20
2.2. Методи та засоби використання мобільних технологій у журналістиці	26
Висновки до розділу 2	34
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИКА ВИКОРИСТАННЯ МОБІЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СТВОРЕННІ ЖУРНАЛІСТСЬКОГО КОНТЕНТУ	36
3.1. Прикладне використання мобільних технологій на прикладі роботи української регіональної редакції новин	36
Висновки до розділу 3	50
ВИСНОВКИ	52

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Сьогодні практика журналістської діяльності зазнає трансформацій під впливом сучасних інформаційно-комунікативних, і зокрема, мобільних технологій, що забезпечують зручні формати, оперативність та інтерактивність у поданні інформації, у взаємодії з аудиторією, а також розширюють можливості з отримання, фіксації, зберігання та поширення журналістської інформації. Мобільні пристрої, такі як смартфони та планшети, стали не лише необхідними атрибутами повсякденного життя, але й важливими інструментами для створення та розповсюдження журналістського контенту.

Розвиток технологій віртуальної реальності розширює зміст матеріалів у медіа. Адже кожна з них має свої унікальні особливості і використовується для різних цілей журналістами та редакціями. Віртуальна реальність занурює користувача у нову реальність, де він відчуває присутність у певному середовищі, відображаючи його фізичний вигляд. З іншого боку, мобільна реальність створює зображення на відстані від користувача і не потребує спеціальних пристроїв.

У професійному журналістському середовищі та в теорії журналістики в останні роки говорять про становлення мобільної журналістики. Проте це поняття і явище залишається відносно новим і недостатньо розробленим як у світовій науковій літературі, так і в українській.

Ступінь наукової розробленості. За підсумками аналізу вітчизняних та зарубіжних досліджень можна підкреслити значний інтерес до теми «мобільні технології у створенні журналістського контенту». У вітчизняних дослідженнях, наприклад, Г. Синоруб у своїй статті «Мобільні технології та сучасний медіатекст» та О. Костриба у публікації «Мобільна журналістика: нові можливості» зосереджують увагу на використанні мобільних пристроїв у реальному часі та їхньому впливі на новинний контент.

У зарубіжній літературі, в роботах таких авторів як Н. Чадвик (N. Chadwick «Revolutionizing the newsroom: How online and mobile technologies have changed broadcast journalism»); О. Вестлунд (O. Westlund «Mobile news: A review and model of journalism in an age of mobile media. Digital journalism», «Mobile journalism and MoJos»); А. Агарвал та І. Агарвал (A. Agarwal, I. Agarwal «History and Evolution of Mobile Journalism»); розглядають важливість та наслідки використання мобільних технологій для поширення та споживання новин. Їхні дослідження свідчать про те, що мобільність переформатує засоби комунікації та створює нові можливості для журналістів.

Отже, проблематика мобільних технологій у створенні журналістського контенту вирізняється надзвичайною актуальністю та має значний потенціал для подальших досліджень. Незважаючи на наявність певних теоретичних напрацювань, залишаються ще багато аспектів, які вимагають уваги – такі як вдосконалення технічних засобів, адаптація журналістських практик, а також вирішення етичних та правових питань у цьому новому медіа-середовищі.

Об'єктом дослідження є мобільні технології у медіадіяльності.

Предметом дослідження є способи та особливості використання мобільних технологій у створенні журналістського контенту.

Мета дослідження – аналіз та систематизація практики використання мобільних технологій у створенні журналістського контенту.

Завдання дослідження:

- Обґрунтувати категоріальний апарат дослідження.
- Визначити та окреслити науково-практичний підхід до вивчення мобільних технологій у створенні журналістського контенту.
- Визначити функціональні особливості застосування мобільних технологій у професійній журналістській діяльності та у «громадянській журналістиці».

- Визначити та диференціювати конкретні мобільні технології у створенні журналістського контенту.

- Здійснити аналіз практичного кейсу роботи українського інформаційного медіа, що активно використовує мобільні технології.

- За результатами теоретичного та практичного дослідження спрогнозувати перспективи та можливості для використання мобільних технологій у створенні журналістського контенту в системі українських медіа.

Методи дослідження: в роботі використовувались загальнонаукові методи. Методом абстрагування виділені найбільш суттєві риси об'єкту дослідження. За допомогою аналітико-синтетичного методу дослідження з'ясована сутність явища та концепту «мобільної журналістики». Методи категоризації та типізації застосовувалися при аналізі практик використання мобільних технологій у журналістиці, а також при аналізі переваг та обмежень цих технологій в журналістській роботі. Становлення «мобільної журналістики» аналізувалися за допомогою журналістського методу історико-типологічного вивчення ЗМІ. Була проаналізована наукова та фахова література з теми. За допомогою методу журналістського аналізу вдалося проаналізувати суть використання технологій в межах конкретного медіа-середовища та вплив на реципієнтів, вказати на слабкі та сильні сторони, перспективи подальшого застосування.

Також використовувалися метод кейс-стаді. Був проаналізований практичний приклад роботи української регіональної редакції новин «Pavlograd_pov/24/7», яка активно використовує мобільні технології у створенні журналістського контенту.

Теоретичною та методологічною основою дослідження є положення сучасної теорії журналістики, зокрема щодо інтернет-журналістики, мобільної журналістики, професійних практик і стандартів професійної журналістської діяльності, історичного аналізу журналістики. Також ми

спиралися на напрацювання сучасної теорії медіа щодо розвитку інформаційно-комунікативних технологій, появи і становлення нових форм медіа.

Теоретична новизна дослідження. Робота спрямована на теоретичне обґрунтування і аналіз актуальних явищ у сфері мобільної журналістики. Зокрема, розкривається новизна у розумінні впливу мобільних технологій на різні аспекти процесу журналістської роботи, а також узагальнення сучасних практик використання мобільних пристроїв для створення контенту інформаційних медіа.

Практичне значення виконаного дослідження полягає у дослідженні та висвітленні основних диференційних ознак мобільних технологій у створенні журналістського контенту, окреслення перспектив подальших досліджень та визначення напрямів вивчення об'єкта.

Апробація результатів дослідження. Основні результати теоретичного дослідження обговорювалися в межах студентської наукової конференції «CommUniCon: Злива соціо відкриттів» на соціологічному факультеті Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна 01.12.2023. р.

Структура дипломної роботи складається з наступних елементів: вступу, трьох розділів, поділених на підрозділи, висновків до них, загального висновку, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи складає – 57 сторінок (основний зміст – 53 сторінки, список використаних джерел – 4 сторінки). Список використаних джерел містить 32 найменування.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ МОБІЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СТВОРЕННІ ЖУРНАЛІСТСЬКОГО КОНТЕНТУ

1.1. Аналіз змін, які переживає сучасна журналістика

Постійний розвиток технологій впливає на журналістику багатьма способами, постійно змінюючи способи збирання, обробки, поширення та споживання інформації. Для того, щоб зрозуміти основи використання мобільних технологій у створенні журналістського контенту розберемо основні поняття у журналістиці.

Журналістика – це професійна діяльність, спрямована на збирання, обробку та поширення інформації через засоби масової інформації (ЗМІ), такі як газети, журнали, радіо, телебачення, інтернет. Основна мета журналістики – інформувати суспільство про події та явища, які мають суспільний інтерес, а також сприяти формуванню громадської думки.

Поява інтернету суттєво змінила журналістику, вплинувши на всі аспекти цієї професії – від збирання інформації до її поширення та взаємодії з аудиторією. У наш час журналісти можуть відслідковувати тренди, новини та громадську думку через соціальні мережі. А смартфони і мобільні додатки дозволяють журналістам швидко знімати, редагувати та публікувати матеріали прямо з місця подій. Змінився і вид взаємодії журналістів із аудиторією. Журналісти можуть використовувати інтерактивні елементи, такі як опитування, вікторини та інтерактивні графіки, для залучення аудиторії. Популярним явищем став краудсорсинг – залучення аудиторії до збору інформації, підтвердження фактів та участі в журналістських розслідуваннях.

Таким чином з'явилась інтернет-журналістика – форма журналістики, яка зосереджується на створенні, публікації та розповсюдженні новин і інформації через інтернет. Вона включає в себе всі види новинного контенту,

доступного онлайн, включаючи текстові статті, відео, аудіо, фотозвіти та інфографіку.

Різниця між традиційними та інтернет-ЗМІ полягає у значних перевагах останніх. По-перше, весь контент створюється і розповсюджується в цифровому вигляді, що дозволяє легко його оновлювати, поширювати і архівувати. По-друге, журналістам набагато легше взаємодіяти з аудиторією через коментарі, опитування, лайки та поширення в соціальних мережах. Новини та статті поширюються дуже швидко та є доступними для кожного, у кого є доступ до інтернету. Також перевагою інтернет-ЗМІ є те, що вони можуть поєднувати текст, фотографії, відео, аудіо, інфографіку та інтерактивні елементи, створюючи більш насичений і привабливий контент. Проте також вони мають свої недоліки, такі як недостовірність інформації чи фейки, монетизація, конкуренція, кіберзлочини тощо.

Поява мобільних додатків дала змогу звичайним громадянам стати учасниками журналістських процесів. Люди зараз можуть знімати події, писати про них і поширювати інформацію через соціальні мережі та спеціальні платформи. Через це виникло нове явище, як громадянська журналістика - форма журналістики, де звичайні громадяни, а не професійні журналісти, збирають, звітують, аналізують і поширюють новини та інформацію.

Характеристики громадянської журналістики:

- децентралізація (не мають фізичного офісу, працівники можуть працювати з інших міст онлайн);
- працівники без формальної журналістської освіти або професійного досвіду;
- відкриті платформи для подачі матеріалів, публічні обговорення та можливість зворотного зв'язку;
- оперативність (можуть публікувати новини з місця подій);
- локальність (можуть мати конкретний фокус на тему);

- гнучкість та інноваційність (швидко адаптуються до трендів, використовують різні формати);
- фінансування через краудфандинг і волонтерство;
- етичні виклики(не мають формальної підготовки, питання етики та професійних стандартів можуть бути менш регульованими).

Якщо кожен може створювати та поширювати інформацію, що ж можна розуміти під поняттям «журналістський контент»? У роботі ми будемо розглядати це поняття як інформаційні матеріали, створені журналістами для інформування, аналізу та розважання аудиторії. Вони можуть включати статті, репортажі, інтерв'ю, новини, аналітичні матеріали, огляди, редакційні колонки, фотографії, відео, подкасти та інші формати.

Також ми будемо звертати увагу на такі характеристики як об'єктивність, точність, актуальність, достовірність, глибина аналізу, етика та різноманітність форматів.

1.2 Поняття та сутність мобільних додатків у контексті журналістської роботи

Розберемо поняття «мобільних додатків» більш детально.

Мобільні додатки є спеціальним програмним забезпеченням, розробленим для використання на мобільних пристроях. Вони призначені для вирішення різних потреб користувачів - від розваг до бізнесу. Ринок мобільних додатків постійно розвивається та динамічно змінюється, надаючи користувачам інформацію у зручному форматі для використання на їхніх мобільних пристроях.

Марина Грабар та Марія Кашка у своїй роботі «Історія розвитку мобільних додатків та їх взаємозв'язок із туристичною індустрією»

охарактеризували історію розвитку мобільних додатків від звичайного WAP-браузера до платформ App Store та Google Play [1].

До ери підключення мобільних пристроїв до інтернету розвиток мобільних додатків обмежувався створенням невеликих довідників для зберігання номерів. З часом виникла потреба у зберіганні більшої кількості контактів та розширенні функціоналу. Розробники також прагнули виділитися серед конкурентів, додаючи нові функції до своїх додатків.

Початкові мобільні пристрої вже містили калькулятори, контакти, календарі та прості ігри, що робило їх універсальними для повсякденного використання. Впровадження технології WAP (Wireless Application Protocol) у 1998 році відкрило можливість підключення мобільних пристроїв до Інтернету. Nokia 7100, випущена у 1999 році, стала одним із перших телефонів з WAP-браузером. Ця технологія проклала шлях для компаній, що спеціалізувалися на розробці продуктів для мобільних пристроїв. WAP дозволяв користувачам отримувати доступ до повідомлень, електронної пошти, карт та бронювання квитків через спеціальні WAP-сторінки, адаптовані для екранів мобільних телефонів. Ці сторінки мали простий текстовий формат і мінімальну кількість зображень.

Технологія WAP дозволяла завантажувати прості сторінки зі спеціально створених WAP-сайтів, але мала недоліки у вигляді низької швидкості передачі даних та безперервного протоколу передачі, що обмежувало доступ під час завантаження. Вартість з'єднання через WAP була високою і залежала від обсягу трафіку.

Іншою важливою віхою в історії розвитку мобільних додатків стало створення операційної системи Symbian та платформи Java. Операційна система Symbian, розроблена у 2001 році компаніями Nokia, Sony Ericsson, Motorola і Samsung, не здобула широкого визнання на ринку через проблеми з несумісністю програм з різними версіями операційної системи.

Платформа Java, розроблена компанією Sun Microsystems, здобула популярність серед розробників завдяки можливості створювати різноманітні додатки для мобільних телефонів, що робило їх більш персоналізованими та зручними для користувачів. Java використовувалася на різних пристроях, від мобільних телефонів до корпоративних серверів і суперкомп'ютерів.

У 2008 році Apple запустила App Store, що стало каталізатором для розвитку мобільних додатків. У день відкриття магазин пропонував 500 додатків. App Store мав понад 800 нативних програм, з яких близько 200 були безкоштовними, а понад 90% коштували менше 10 доларів США.

У відповідь на успіх Apple, у 2008 році Google запустив Android Market, який дозволяв завантажувати програми та ігри для операційної системи Android. У 2009 році почали підтримку платних програм у США та Великобританії. У 2012 році Google об'єднав свої сервіси у Google Play. У березні 2012 року на майданчику було вже 450 000 додатків і ігор для Android.

Сьогодні Google Play Store є основним магазином для власників Android. Хоча існують інші сторонні платформи, такі як Amazon Appstore, жодна з них не має такого великого обсягу контенту, як Google Play.

Всі смартфони та планшети з операційною системою Android мають доступ до Google Play. Крім того, інші продукти, такі як годинник Android Wear, Android Auto та Android TV, також використовують Google Play.

Розвиток мобільних додатків від простих WAP-браузерів до платформ App Store та Google Play перетворив їх на потужний бізнесовий інструмент. Свідченням цього є зростаюча кількість завантажень мобільних додатків: у 2017 році було завантажено 178,1 млрд додатків, у 2018 році – 205,4 млрд, а прогноз на 2022 рік показував зростання до 258,2 млрд завантажень [1].

Зі зростанням кількості завантажень додатків зазвичай збільшується і кількість користувачів мобільних телефонів. Це свідчить про взаємозв'язок цих показників: із збільшенням кількості користувачів смартфонів

автоматично зростає число осіб, які користуються мобільними додатками. Це, в свою чергу, призводить до збільшення обсягу завантажень цих додатків.

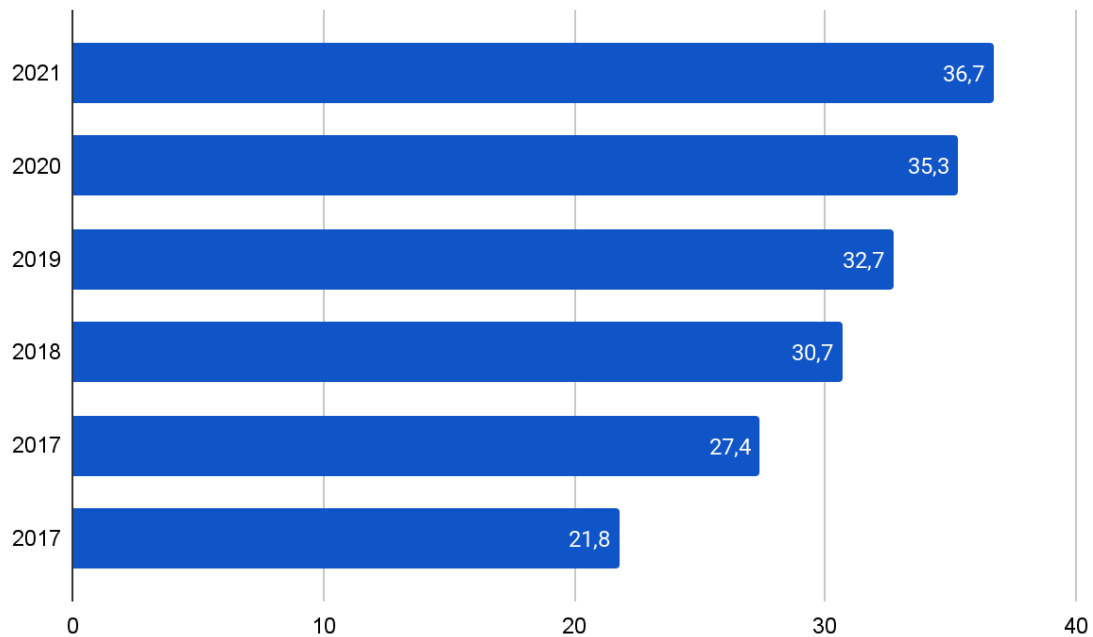


Рис. 1.1 Витрати одного користувача на мобільні додатки, дол. США [1].

Загальне поширення мобільних додатків в сучасному світі обумовлене наявністю доступних смартфонів, зростанням кількості користувачів таких пристроїв у всьому світі і збільшенням обсягу мобільного трафіку. Кожен додаток має свою конкретну функціональність і завантажується користувачами відповідно до їх професійних та особистих потреб.

Дослідження вченого В. Гвоздева залишається актуальним, оскільки він стверджує, що ключовими процесами модифікації та трансформації системи ЗМІ є взаємозв'язана дигіталізація та конвергенція. Зараз технології комунікації та поширення інформації швидко змінюються. Розвиток інтернету відкриває нові можливості для споживання та поширення інформації. Тексти, як основні одиниці змісту, переносяться до цифрового простору через процес дигіталізації. Це дозволяє легко розповсюджувати зміст ЗМІ через будь-який канал електронної комунікації. В результаті інтернет перетворюється на особливе інформаційно-комунікаційне

середовище, де медіапродукти, завдяки своєму цифровому формату, здатні подолати будь-які обмеження, які існували для традиційних ЗМІ. Дигіталізація усуває відмінності між різними мас-медіа та нівелює їх зміст, відкриваючи шлях до їхньої конвергенції [2, с.164].

У зв'язку з цим, журналісти відчують потребу в адаптації до нових реалій. Це не лише змінює характер їхньої роботи, але й розширює межі їхньої професійної діяльності. Тепер вони повинні бути більш універсальними і мислити мультимедійно, щоб відповідати вимогам сучасного медіа-пейзажу.

Використання мобільних пристроїв у сфері репортажів та створення відеоматеріалів є актуальною та перспективною галуззю в журналістиці. Сучасні комунікаційні технології дозволяють журналістам та репортерам здійснювати швидкі та ефективні зйомки без значних інвестицій у складне обладнання. Мобільні пристрої, такі як смартфони та планшети, стали потужними інструментами для створення журналістського контенту.

І. Агавал та А. Агавал зазначають, що мобільність та доступність цих пристроїв дозволяють журналістам бути на передовій подій і фіксувати їх у реальному часі. Застосування різноманітних додатків для зйомки та обробки відеоматеріалів на мобільних пристроях розширює творчий потенціал журналістів. Отримані таким чином матеріали часто вражають високою якістю та можливістю швидкого поширення через соціальні мережі та інші мобільні платформи.

Мобільність та легкість використання мобільних пристроїв для створення репортажів не тільки підвищують ефективність роботи журналістів, але й розширюють можливості залучення аудиторії до подій. Цей підхід стає важливим чинником в сучасній журналістській практиці, де швидкість та доступність інформації визначають успіх новинного матеріалу[3]

Мобільність має суттєвий вплив на якість виконання завдань, забезпечуючи можливість репортажів навіть у важкодоступних місцях чи в умовах швидко подій, що швидко змінюються. Технологічний прогрес також дозволяє журналістам у режимі реального часу взаємодіяти з аудиторією під час трансляції, отримуючи зворотний зв'язок та створюючи інтерактивний контент.

Українська дослідниця Г. Синоруб провела дослідження, результати якого свідчать, що мобільні телефони стали зручними помічниками в журналістській діяльності та незалежно від медіа, в якому працює журналіст, широко використовуються поряд із іншими професійними технічними пристроями. Так, серед опитаних дослідницею журналістів, що використовують мобільний пристрій під час роботи, більше половини є представниками інтернет-видань (65%). Частка журналістів, що працюють на двох інформаційних платформах – інтернет-виданні та друкованій газеті, – становить 10%, на телебаченні – 20% від опитаних, а частка тих, хто працює у газетах і журналах становить 5% респондентів (Рис. 2) [4, с. 273-280].

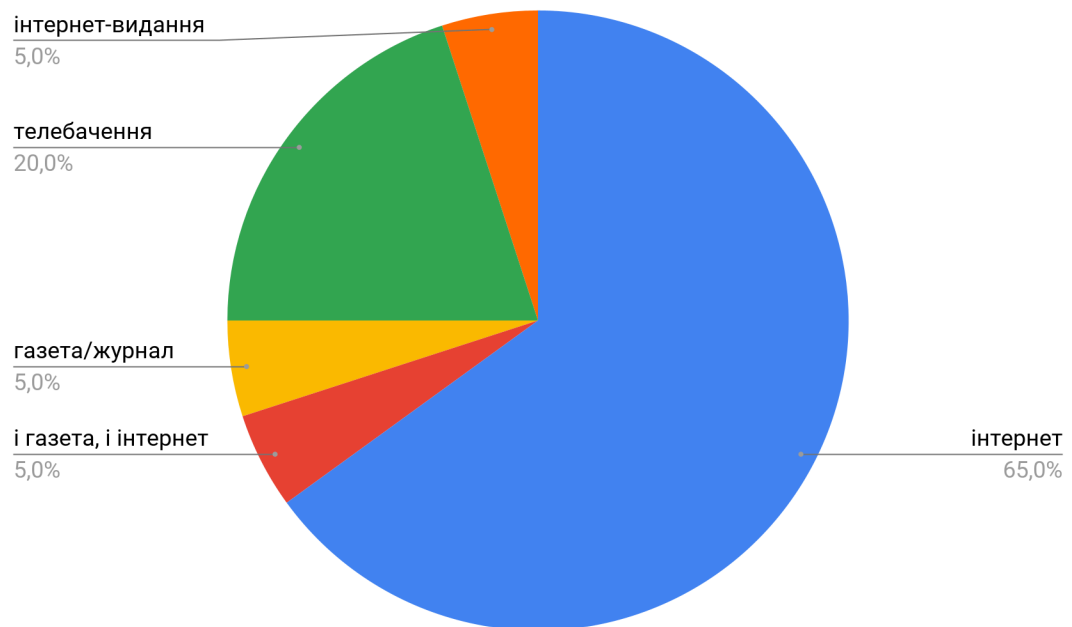


Рис.2 Журналісти, які використовують мобільні пристрої під час роботи [4].

Однією з ключових переваг використання мобільних технологій для журналістів, є їхня здатність допомагати журналістам оперативно та ефективно взаємодіяти з аудиторією через соціальні мережі та інші мобільні платформи. Це стимулює взаємодію та залучення глядачів, роблячи інформацію більш доступною та захопливою.

Інтерактивність та залучення аудиторії в медіа стали ключовими елементами, а мобільна журналістика в цьому відіграє важливу роль. Інтерактивні можливості мобільної журналістики дозволяють включати відгуки та матеріали аудиторії у створення контенту. Глядачі можуть надсилати фото, відео або коментарі, які потім можуть бути використані в репортажах.

Український вчений Б. Потятиник, описуючи характеристики аудиторії в інтернеті, виділяє дві основні риси: локальність і глобальність. Крім цього, він аргументує, що користувачі інтернет-ресурсів виявляють інтенсивний інтерес до пошуку потрібної інформації, характеризуються швидкою та динамічною поведінкою, залишаються анонімними, активно співпрацюють (виправляють помилки, уточнюють факти, надають нові аргументи, активно коментують), і виявляють більшу фрагментованість. При цьому користувачі висувають високі вимоги до якості контенту, виступаючи як комунікатори і автори, активно співпрацюючи з редакцією та виступаючи рівноправними партнерами у створенні публікацій [5, с. 246].

Розповсюдження живого ефіру, трансляцій, стрімів та інших медійних матеріалів через соціальні мережі створює швидкопоширювані та взаємодіючі інформаційні хвилі, активізуючи обговорення та залучаючи нових глядачів.

Мобільні додатки надають можливість створювати інтерактивний контент для аудиторії, такий як опитування, голосування чи інші елементи, що дозволяють глядачам безпосередньо брати участь у формуванні контенту.

Використання таких технологій, як розширена реальність (AR) та віртуальна реальність (VR) у мобільній журналістиці відкриває нові можливості для інтерактивних іммерсивних вражень (тобто таких, що передбачають часткове чи повне занурення у віртуальний світ), залучаючи аудиторію на новий рівень.

У період з 2013 по 2014 роки мобільна журналістика зазнала вибухового зростання. В Україні це було пов'язано з подіями на Майдані, Донбасі та в Криму, а у світі – з розвитком нових технологій. Богдан Кутєпов, один із найактивніших стримерів під час Євромайдану, досі вважається експертом у сфері мобільної журналістики в Україні.

2018 року на майстер-класі з мобільної журналістики Б. Кутєпов представив наступний список мобільних додатків, які використовує у своїй роботі. За його словами найкращі додатки для журналіста це:

- KineMaster – додаток, інструмент для редагування кольору та звуку відео; додавання музики, тексту; дозволяє робити зворотне програвання відео; його склеювання і обрізання, уповільнення; має бібліотеку фільтрів та спецефектів.

- Quik – цей додаток самостійно компонує відео з наявних файлів на пристрої користувача, самостійно аналізує фото і відео, вміє розрізняти посмішки, а також синхронізувати все з музикою.

- Movie – інструмент для редагування відео, зокрема, для створення трейлерів у голлівудському стилі.

- Inshot – дозволяє робити редагування відео і додавання музики, що підходить для Instagram і TikTok.

- Legend – допомагає зробити моушн-дизайн для тексту.

- Snapseed – дозволяє робити професійне редагування фотографій [6].

У березні 2015 року в Дубліні було проведено конференцію на тему мобільної журналістики. Журналістка RTE News Патрісія О'Каллаган та тренер BBC з використання смартфона Марк Сеттл проводили тренінг з

використанням смартфонів для відеорепортажів. За їх словами, найдорожчою складовою спорядження журналіста є смартфон, адже саме він дозволяє зробити кадри з різних кутів, як часто не вдається із великою камерою. Перевагою смартфона є наявність додатків із різними функціями, як наприклад уповільнена зйомка [7].

Важливо зазначати, що за останні роки збільшилась і кількість мобільних додатків для редагування відео та аудіо матеріалів. Керівники групи з інновацій RTE Глен Малкахі [8] та Бернхард Ліл [9] навіть створили списки рекомендованих додатків для iOS та Android.

Варто зазначити, що мобільна журналістика стає платформою не лише для створення інформаційного продукту, але й для спільної експертизи та обміну ідеями. Інтерактивність і залучення аудиторії перетворюють медіа на простір для обговорення, співпраці та спільного формування контенту. Мобільні платформи дозволяють глядачам брати участь у визначенні тематики та напрямків журналістських матеріалів. Відкриті дискусії, запитання аудиторії та спільні обговорення можуть впливати на вибір тем, які висвітлює журналіст.

Відмінною особливістю мобільної журналістики є здатність адаптувати контент під індивідуальні потреби аудиторії. Використання персоналізованих вкладок, підписок та рекомендацій дозволяє користувачам отримувати інформацію, яка їх конкретно цікавить.

Мобільність пристроїв дозволяє глядачам, які стали свідками подій, зафіксувати їх та ділитися власними матеріалами. «Громадський журналізм», заснований на взаємодії та обміні інформацією з аудиторією, стає все більш важливим чинником медіа-простору.

В. Рябічев та А. Баклан інтерпретують можливість здійснювати створення власного контенту та його поширення через інтернет як «п'яту революцію» у сфері інформатизації суспільства. Вони називають цей процес громадянською журналістикою. За їхніми словами, «використання мережевих

технологій призвело до виникнення нової практичної галузі для науки під назвою «соціальна інформатика» – соціальні медіа» [10;11].

Мобільні пристрої дозволяють проводити віртуальні та інтерактивні заходи, такі як вебінари чи онлайн-дискусії, сприяючи залученню аудиторії та створенню спільної спільноти.

У світлі цих тенденцій, важливо продовжувати розвивати технології та методи журналістики, спрямовані на покращення взаємодії між журналістами та аудиторією для забезпечення якісного та актуального інформаційного досвіду для всіх.

Висновки до розділу 1

Мобільні технології, стаючи у своєрідним інструментом для кожного журналіста, визначають нові стандарти швидкості, доступності та взаємодії з аудиторією. Ця трансформація відкриває двері до нових форматів контенту, ефективної комунікації та взаємодії зі світом інформації. Журналіст, що засвоїв професію «моджо», має змогу швидше реагувати на події чи навіть опублікувати сюжет, поки його колеги будуть налаштовувати техніку або лише прямувати на місце подій. До списку вагомих переваг варто додати й нестандартні кути зйомки, компактність, можливість працювати у важкодоступних місцях та в сучасних реаліях навіть більшу безпеку.

Розвиток мобільної журналістики також взаємодіє з ростом соціальних мереж та їхнім впливом на новинний ландшафт. Застосування мобільних технологій для роботи з соціальними мережами дозволяє журналістам ефективно взаємодіяти з аудиторією та швидко реагувати на зміни в громадській думці.

Інтерактивні елементи та використання геолокації дозволяють створювати контент, який адаптується до місцезнаходження користувача та взаємодіє з ним. Мобільні технології сприяють розвитку стрімінгових платформ та можливості надавати новини в режимі реального часу.

Мобільна журналістика, або «мобільний журналізм» є важливим інгредієнтом сучасної медіа-реальності. З кожним роком, коли мобільні пристрої та додатки стають ще потужнішими та доступнішими, перспективи розвитку цієї галузі є такими, що обіцяють багато чого.

РОЗДІЛ 2. ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ МОБІЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ЖУРНАЛІСТСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

2.1. Основні тренди та виклики у роботі сучасних мобільних технологій при створенні журналістського контенту

У своїй роботі «Мобільна журналістика: нові можливості» О. Костриба зазначає, що громадянська журналістика спирається на два ключові фактори – поширення Інтернету та розвиток мобільних технологій. Якщо перший фактор розвивався поступово протягом останніх двох десятиліть, то другий раптово досяг значного прогресу за останні два роки. Протягом цього періоду виробники програмного забезпечення доклали максимальних зусиль, щоб камери мобільних пристроїв могли конкурувати з професійним журналістським обладнанням.

У відповідь на цей розвиток було створено ряд платформ для аматорських журналістів, основною метою яких є залучення світової спільноти до глобального діалогу.

Не менш важливим стає потокове відео, яке транслюється на інтернет-каналах у форматі прямого або відкладеного ефіру. Завдяки покриттю мобільного зв'язку третього покоління такі трансляції можуть змагатися з телевізійними. Це значно підвищує мобільність журналістів та надає можливість транслювати відео для широкої аудиторії.[12].

Смартфони та планшети оснащені високоякісними камерами та можливістю транслювати живий відео-контент дозволяють журналістам вести ефірні передачі навіть у важкодоступних чи екстремальних умовах.

Мобільний живий ефір здобуває популярність серед аудиторії, оскільки він створює враження присутності в самому центрі подій, а також стає

доступним для глядачів навіть під час подорожей чи в їхньому повсякденному житті, що розширює аудиторію та забезпечує глобальний охоплення. Журналісти можуть взаємодіяти з глядачами в реальному часі, отримуючи коментарі та питання.

Т. Радута у своїй роботі стверджує, що віртуальна реальність є новим інструментом для журналістів, який дозволяє розповідати свої історії, використовуючи цифровий сегмент. А також описує віртуальну реальність як повне поглиблення користувача у нову для нього реальність шляхом створення відеоряду. Користувач отримує враження присутності в конкретному оточенні, а їхні фізичні характеристики відображаються у віртуальному середовищі. Розширена реальність (доповнена) – це технологія, яка генерує зображення на певній відстані від користувача і не вимагає від нього використання додаткових матеріалів або спеціального обладнання [13, с. 46-50].

У своїй роботі «History and Evolution of Mobile Journalism» І. Агавал та А. Агавал привели відмінний приклад, коли мобільні технології сприяли легкій та зручній публікації інформації та відеоматеріалів під час важливих подій. Згідно з звітом Al Jazeera, «мобільні телефони та соціальні медіа відіграли важливу роль у подіях Арабської весни, дозволяючи протестувальникам спілкуватися, обмінюватися інформацією та фіксувати події в режимі реального часу» [3]. Зазначається, що громадянські журналісти, використовуючи лише свої мобільні телефони, змогли зафіксувати та розповсюдити кадри протестів і урядових репресій, що відбувалися, привертаючи увагу світової спільноти до регіону та сприяючи створенню повної картини про події повстання [3].

У сукупності з високою продуктивністю та широким функціоналом, мобільні пристрої стають невід'ємним інструментом для сучасних журналістів, визначаючи нові стандарти у процесі створення та поширення журналістського контенту.

Николь Чадвік в межах свого дослідження «*Revolutionizing the Newsroom: How Online and Mobile Technologies Have Changed Broadcast Journalism*» брала інтерв'ю у різних респондентів у сфері журналістики і за їхніми словами, журналісти використовують інтернет не лише для обміну новинним вмістом. Усі опитані пояснили, що щодня користуються інтернетом для пошуку ідей для історій, фотографій і фактів.

У цій публікації зазначається, що Девід Ротман, продюсер CBS Sunday Morning, пояснив, як він використовує соціальні мережі та місцевих партнерів, щоб охопити та знайти персонажів для історій по всій країні.

«Я постійно шукаю історії/персонажів/факти в Інтернеті. Я використовую Facebook/Twitter/Meetups, щоб знайти персонажів у місцевостях, куди я подорожую. Наприклад, я працював над історією про Табаско, і мені потрібно було взяти інтерв'ю у шанувальників Табаско в Новому Орлеані, тому я запитав місцеву філію в Новому Орлеані та офіційних адміністраторів Tabasco Facebook, якби я міг опублікувати на їхніх сторінках «Заклик для шанувальників Tabasco».

Шеллі Слейтер, репортер і ведуча з WFAA-TV у Далласі, штат Техас, також пояснила, що її присутність в інтернеті є життєво важливою для її роботи, оскільки це дозволяє їй охоплювати та спілкуватися з молодшою аудиторією щодо новин на таких платформах, як Facebook і Twitter. Вона може проникнути в ті демографічні групи, які використовують соціальні медіа як основні джерела своєї інформації [14].

Однак, разом із багатьма перевагами, існують виклики, з якими доводиться стикатися при використанні мобільних пристроїв для репортажів. Обмежена ємність акумуляторів, обмежені можливості зйомки у складних умовах освітлення та необхідність вмілого володіння технікою – всі ці фактори потребують уваги та вдосконалення навичок журналістів.

О. Костриба у своїй публікації зазначає, що на відміну від попередньо підготовлених сюжетів, стріми більше спрямовані на оперативність, тому

журналісти можуть нехтувати якістю контенту. Це робить їх полем для жорсткої конкуренції з телевізійними аналогами. Для перетворення мобільної журналістики на серйозне джерело якісного контенту потрібно вкласти чимало зусиль. Основна проблема полягає не в обробці відеоматеріалів, а в перевірці їхньої достовірності – факт-чекінг стає, можливо, найбільшою проблемою цієї сфери. Перевірити оперативну інформацію буває складно, а іноді просто неможливо, тому обговорення про громадянську журналістику поступово переходять до концепції авторської журналістики, де кожен має власну репутацію і самостійно несе ризики за свої матеріали [12].

Нік Ньюман у своїй роботі «Mainstream media and the distribution of news in the age of social discovery» стверджує, що поступово з'являються нові правила та норми щодо того, як організації та журналісти мають залучатися до соціальних мереж. У запалі реальних подій журналісти під величезним тиском вигадують, як перевірити найбільш достовірну інформацію та як відокремити сигнал від шуму. Також зростає кількість прикладів – деякі з них висвітлено в розділі 4 цього звіту – того, як окремі журналісти могли використовувати соціальні медіа, щоб повідомити історії та підвищити свій особистий авторитет, стаючи при цьому «вузлами мережі», які мають великий вплив [15].

Використання мобільних технологій для зйомки та розповсюдження матеріалів може порушувати конфіденційність та приватність осіб, які опинилися у фокусі уваги. Журналісти повинні бути особливо обережними, уникати неприпустимого вторгнення в особисте життя та захищати права та гідність своїх об'єктів.

Використання різноманітних фільтрів та редагування через мобільні додатки може впливати на точність подання інформації. Журналісти повинні дотримуватися високих стандартів об'єктивності та не спотворювати факти для забезпечення достовірності інформації.

Ю. Алексеенко у своїй роботі «Соціальні медіа як основа інформаційно-мережевого суспільства» наголошує на викликах такого інформаційно-комунікативного простору, такі як низка злочинів у сфері кібербезпеки: викрадення й розголошення персональних даних, хакерські атаки, вірусні програми, нецензурну лексику й залякування в соціальних мережах, спам-розсилки на електронну пошту, месенджери чи чат-сервіси, фейкові повідомлення. Ці процеси потребують комплексного наукового аналізу, законодавчого регулювання й етичної саморегуляції користувачів соціальних мереж [16].

І. Агавал та А. Агавал у своїй роботі «History and Evolution of Mobile Journalism» також наголошують на викликах мобільної журналістики, що якість контенту, створюваного на мобільних пристроях, може бути різною, і існує ризик того, що важливі історії можуть бути пропущені або не помічені під час поспіху, щоб зафіксувати останні новини. Крім того, зростання фейкових новин і дезінформації на платформах соціальних медіа викликало занепокоєння щодо точності та надійності контенту мобільної журналістики [3].

При використанні мобільних технологій журналісти повинні бути свідомі можливостей дискримінації та вибору об'єктів своєї уваги. Забезпечення різноманітності та представлення різних точок зору допомагає уникнути прихованих відхилень та враховувати потреби всіх груп суспільства. У процесі створення контенту через мобільні технології, журналісти повинні поважати права та гідність осіб, які стають об'єктами їхньої уваги. Вони повинні уникати стереотипів, упереджень та неадекватних коментарів.

Використання мобільних пристроїв може вести до ризиків кібератак, витоку особистої інформації та маніпуляцій змістом. Журналісти повинні дбати про безпеку своїх пристроїв, а також захищати конфіденційні матеріали, які можуть бути використані в їхній журналістській роботі.

В умовах розширеного використання мобільних технологій, журналісти повинні пам'ятати про своє здоров'я та безпеку, а також зберігати прозорість у використанні мобільних технологій, пояснювати методи створення матеріалів та взаємодію з аудиторією. Відкритість сприяє довірі та високому рівню етичності.

Реклама на мобільних платформах може впливати на об'єктивність та незалежність інформаційного матеріалу. Журналісти повинні дотримуватися етичних норм у взаємодії з рекламодавцями, щоб не стати інструментом маніпуляції чи розповсюдження необ'єктивної інформації.

Права та обов'язки журналістів регулюються Конституцією України [20] та законами України – «Про інформацію» [17], «Про медіа» [18]. Захист діяльності журналістів регулюється Законом України «Про державну підтримку медіа, гарантії професійної діяльності та соціальний захист журналіста» [20]. Так само, право кожного на інформацію, можливість її вільного одержання, використання, поширення, зберігання та захисту закріплено у спеціальному Законі України «Про інформацію» [17], що регулює інформаційні відносини в Україні. Крім цього, статтею 25 Закону визначені гарантії діяльності засобів масової інформації та журналістів, де крім права журналіста під час виконання своїх професійних обов'язків здійснювати письмові, аудіо- та відеозаписи із застосуванням необхідних технічних засобів, за винятком випадків, що прямо передбачені законом (у тому числі під час висвітлення масових заходів, демонстрацій та заворушень), визначено також, що після пред'явлення документа, що засвідчує його професійну належність, працівник засобу масової інформації має право збирати інформацію в районах стихійного лиха, катастроф, у місцях аварій, масових безладів, воєнних дій, крім випадків передбачених законом. Тому, відповідно до Закону, документу, що засвідчує професійну належність журналіста, працівника засобу масової інформації достатньо для

безперешкодного збирання інформації та висвітлення подій у місцях масових безладів.

І. Агавал та А. Агавал резюмують, що незважаючи на проблеми, еволюція мобільної журналістики стала значним і трансформуючим процесом у медіаіндустрії, пропонуючи нові можливості для журналістів, щоб взаємодіяти з аудиторією, розповідати важливі історії та розширювати межі того, що можливо у сфері репортажів новин [3].

Розуміння та дотримання етичних норм у використанні мобільних технологій допомагає журналістам забезпечувати високий стандарт професійної діяльності та довіру глядачів. Постійний діалог та обговорення цих аспектів сприяють розвитку відповідального та етичного підходу до використання нових технологій у журналістиці.

2.2. Методи та засоби використання мобільних технологій у журналістиці

Журналістика за останні роки набула значного розвитку. Люди хочуть отримувати інформацію прямо з місця подій і, головне, негайно. Щоб зняти відео чи зробити яскраві фото, журналісту більше не потрібна важка техніка – достатньо смартфона.

Оскар Вестлунд у своїй роботі «Mobile New: A review and model of journalism in an age of mobile media» створив модель журналістики (Див. рис. 2.1) За його словами існують два протилежні підходи до налаштування вмісту та послуг для мобільного інтерфейсу, як показано на рисунку. У вимірі персоналізації під керівництвом людини, активності з формування мобільних новин ведуться через ручне створення та розсилання SMS-повідомлень про новини, а також через використання спеціальних мобільних редакторів для

налаштування контенту. Цей підхід включає в себе і роботу журналістів або громадських журналістів, що створюють унікальний матеріал спеціально для мобільних платформ. З іншого боку, сучасні практики налаштування взаємодіють з технологіями, використовуючи їх для персоналізації доступу до новин, наприклад, через персоналізовані функції та функції на основі місцезнаходження у мобільних додатках. Щодо перепрофілювання, воно також може бути ручним або технологічним. Ручне перепрофілювання передбачає ручне перетворення вмісту з інших джерел без зміни самого змісту, тоді як технологічне перепрофілювання відбувається автоматично за допомогою систем керування вмістом [22; 23]

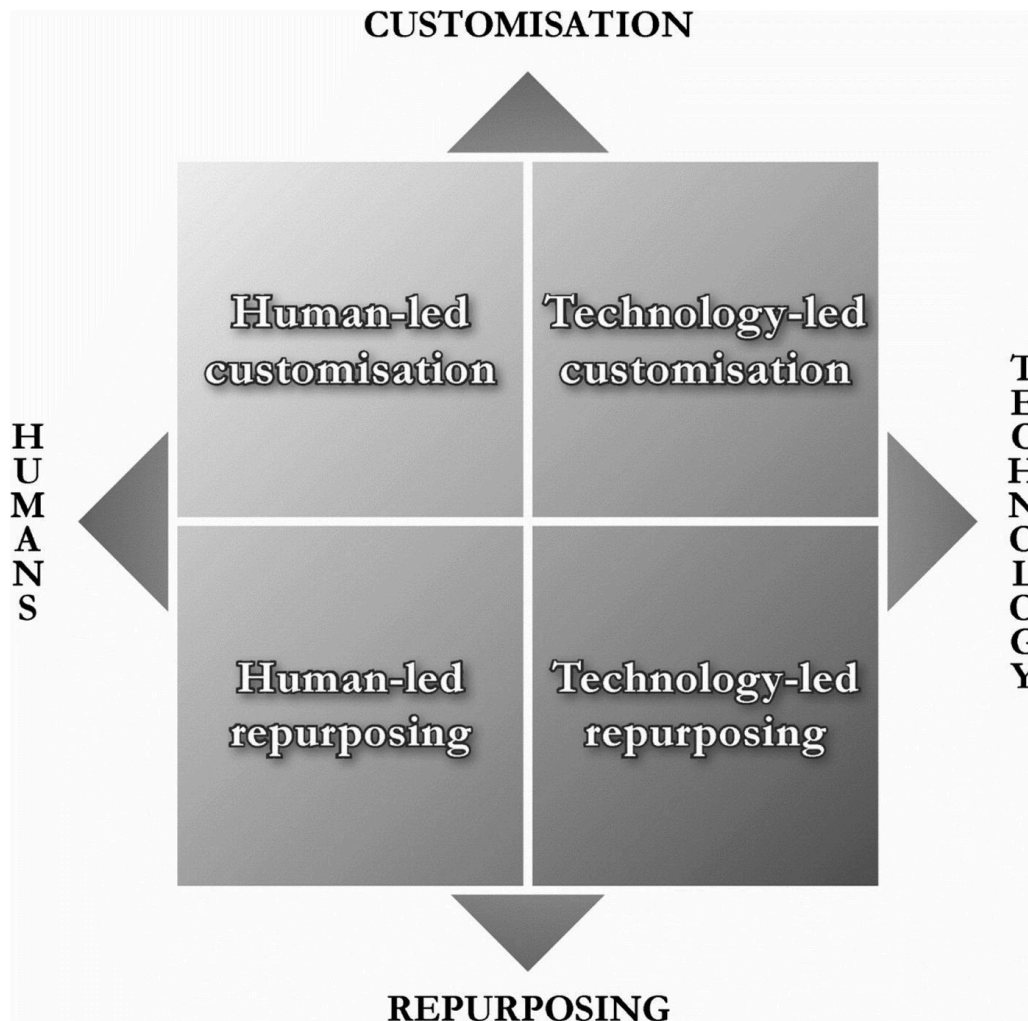


Рис.2.1 Модель журналістики в епоху мобільних технологій за О. Вестлундом [22].

У 2015 році Дуй Лінь Ту, директор програми цифрових медіа Колумбійського університету, проводив тренінг на тему «Практичні поради щодо використання мобільного телефону у журналістиці».

«Чотири роки тому в кожній редакції були перекидні камери (кишенькові – MediaLab). Журналіст сказав: « Я буду знімати фільм». Це як будинок будувати: ти не знаєш, як це зробити. Перші фільми в США були жахливими. Люди записували все, що відбувалося навколо. Але потім з'явився iPhone» [24].

За його словами, смартфон має кілька переваг:

- Компактність.
- Багатофункціональність (можливість знімати відео, фотографувати, робити нотатки).
- Спілкування. Раніше оператору потрібно було знімати, бігти до офісу до комп'ютера і завантажувати матеріал. Тепер можна записати відео і миттєво поділитися ним. Якщо щось трапиться о 8:00, глядачі зможуть побачити це вже о 8:02.
- Наявність додатків. Перед відправкою зображення можна швидко відредагувати: додати яскравості, контрастності, затемнити або висвітлити окремі елементи, обрізати, прибрати тіні, додати кольору. Для цього можна використовувати програму Snapseed (доступну для iOS і Android).

Фактори, що визначають якісну журналістську фотографію:

- Якісне зображення, яке передає історію, інакше відоме як композиція.
- Вибір точки зйомки.
- Знаходження сенсу у хаосі. Світ є хаотичним, і завдання фотографа – зосередити увагу глядача на чомусь особливому.

Поради Дуй Лінь Ту щодо композицій, що привертають увагу:

1. Серед великої кількості кіл людина звертає увагу на квадрат, оскільки воно виділяється унікальністю. Це одна з технік, відомих як обрамлення. Твір, заключений у рамку, має ефект «подивіться на мене», що спонукає до уваги. Кожна деталь може служити обрамленням, особливо це ефективно, коли деталей багато.

2. Дзеркала чудово підходять для створення рамки. Навіть якщо в кадрі багато деталей, увага глядача все одно буде зосереджена на тому, що відбивається в дзеркалі.

3. Особи можуть бути підставлені одними і тими ж людьми. Фотографуйте своїх героїв, щоб інші були на їхньому боці.

4. Глядач спрямовуватиме свій погляд на те, куди вказують лінії, і буде рухатися в напрямку їхнього напрямку. Це особливо ефективно, коли є багато елементів, які мають підкреслити щось важливе. Лінії, схожі на рамки, можна знайти в навколишньому середовищі.

5. Техніка «близько» дозволяє легко спрямовувати увагу на головний об'єкт, оскільки на знімку немає зайвих деталей. Це зазвичай фотографія у великому масштабі, що показує обличчя чи об'єкт дуже детально. Проте для фотокореспондентів такі завдання важко виконувати, оскільки вони мають фотографувати людей з надзвичайно близької відстані. Це часто ставить їх у складне положення, оскільки між фотографом і об'єктом є певна умовна угода щодо особистого простору.

6. Рухи. Піднімайтеся, присідайте, бігайте, щоб зробити якісне фото.

7. У вас не буде історії, якщо нікого не буде в кадрі. Це полегшить фотографування об'єкта, але це буде лише фотографія об'єкта.

8. Використовуйте Instagram. Це потужний інструмент для обміну фотографіями та відео. Ви повинні бути в Instagram, тому що ним користується весь світ. Ваші фотографії мають величезний потенціал аудиторії.

Як стати популярним в Instagram та інших соціальних мережах:

1. Тегуйте інших користувачів. Якщо хтось не підписаний на вас, один із способів привернути його увагу - це тегувати його на вашому зображенні.

2. Використовуйте хештеги. Це підвищить вашу видимість і допоможе забезпечити, що ваш пост не втратиться серед інших.

3. Пов'яжіть свій обліковий запис зі сторінками у Facebook і Twitter. Це розширить вашу аудиторію, оскільки ваш контент буде поширюватися серед більшого кола користувачів.

Поради щодо створення відео:

1. Створювати короткі інформативні або емоційні відео.

2. Користувачам iPhone рекомендується додаток iMovie для редагування відео. Однак також можна редагувати відео онлайн. Наприклад, YouTube має онлайн-редактор.

3. Рекомендується програма Periscope (для iOS та Android), щоб транслювати відео онлайн. Це інструмент, який дозволяє транслювати відео з будь-якого місця. Для цього не потрібне телевізійне обладнання. Наприклад, перевага цієї програми перед Ustream полягає в тому, що всі підписники у Twitter отримають сповіщення про початок трансляції. Це автоматично збільшує вашу аудиторію [24].

У 2015 році під час Школи громадської активності MediaStream, що проходила в Українському католицькому університеті з 13 по 16 жовтня, австралійсько-німецький журналіст та репортер Гай Деген давав поради українським журналістам. За його словами, смартфон як інструмент репортажу відіграє особливу роль у сфері громадянської журналістики. Він вважає, що саме мобільні технології створили громадянську журналістику. Можливість використовувати мобільний телефон для роботи є важливою "фішкою" для всіх громадянських журналістів. Певним фундаментом, відправною точкою є вміння працювати з мобільним пристроєм. «Це, – стверджує Гай Дежен, – професійна навичка, якій повинні навчитися всі громадські журналісти».

За словами Гая Дегена, коли журналісти знають, як правильно користуватися мобільними телефонами і впевнені, що їм подобається матеріал, який вони створюють, вони можуть писати хороші історії.

Мобільні телефони пропонують журналістам багато можливостей. Перш за все, це можливість записувати звук. Щоб записати звук і правильно його використати, на мобільний телефон потрібно встановити хоча б одну з наступних програм:

- Audioboo – додаток для запису, трансляції та розповсюдження аудіо.
- Soundcloud – аудіо інструмент, який дозволяє користувачам завантажувати та поширювати аудіофайли. Веб-сайт дозволяє користувачам ділитися аудіо файлами в соціальних мережах, на персональних веб-сайтах і в блогах за допомогою функції вбудовування. Записи також можна візуалізувати за допомогою фотографій.
- Voice Memos – додаток, що дозволяє використовувати мобільний телефон як диктофон для запису високоякісного аудіо.
- Voice Record Pro – додаток для мобільних пристроїв iOS, подібний до Voice Memos [25].

Завдяки застосуванню спеціальних програм, звук стає якіснішим і може бути використаний у професійній журналістиці. Це включає додавання фотографій, геолокацію, поширення в соціальних мережах, вбудовування на сайт у вигляді аудіоплеєра та інші можливості.

Цікавим явищем у мобільній журналістиці стало опублікування журналістами відео під час написання статті. Wall Street Journal, наприклад, активно використовує мобільне відео, заохочуючи журналістів записувати відео на телефон під час написання статті [26].



Рис. 2.2 Видання The Wall Street Journal

Гай Деген дає таку пораду: «Створюючи відео, ви повинні пам'ятати про свою аудиторію та про те, як вони використовують свій мобільний телефон. Це допоможе нам зрозуміти формат і структуру фільму».

«Ми створіння, які розповідають історії», – каже тренер. «Історії, які мають початок, середину та кінець, завжди працюють» [25].

Він також рекомендував такі програми для роботи із відео: PicPlayPost (програма для створення колажів для мобільних пристроїв), ThingLink (дозволяє зробити відео та фотографії більш інтерактивними), Vine (створення інтерактивних коротких відео з ефектами руху), Vambuser та Periscope (програми, які потребують доступу к інтернету).

Гай Деген вважає фотографію важливою складовою журналістського контенту і рекомендує дотримуватися основних правил при її використанні. Він застерігає про необхідність різноманітності планів та ракурсів, дотримання принципу «правила третин» та обдумування того, яку історію ви хочете передати. Різноманітні плани дозволяють отримати повний контекст зображення, а пошук нових ракурсів допомагає знайти цікаві кадри. Крім

того, він рекомендує уникати використання функції масштабування, оскільки це може вплинути на якість зображення.

«Ваші ноги неймовірно важливі для ваших навичок фотографії. Використовуйте ноги замість збільшення» [25].

Рекомендований список програм для роботи з фотографіями від Гая Дегена: Instagram (додаток, в якому можна редагувати фотографію і одразу опублікувати), Picmonkey (онлайн-редактор фотографій), Snapseed (онлайн-редактор фотографій, який дозволяє використовувати велику кількість інструментів редагування: яскравість, контраст, насиченість, тіні, світло, тепло та ін.), Legend (створення рухомих зображень із текстом), TheNounProject(сайт, де можна завантажити ілюстрації, значки, ескізи та ін.).

За останні роки журналістика відчула значний розвиток, спричинений попитом на миттєвий доступ до інформації прямо з місця подій. Смартфони стали важливим інструментом для журналістів, дозволяючи знімати відео та робити яскраві фотографії без необхідності важкого обладнання. Важливо зазначити, що саме підготовка журналістів до роботи з мобільними технологіями відіграє ключову роль у сфері громадянської журналістики.

Висновки до розділу 2

Мобільність та інтерактивність призвели до широкої популярності соціальних мереж, які сьогодні виступають як основні платформи для пошуку та поширення інформації. Цей фактор значно вплинув на роботу журналістів, які тепер повинні звертатися до соціальних мереж як до нового джерела інформації. Вони стали осередком оперативного отримання та розповсюдження новин. Користувачі соціальних мереж здійснюють все більше впливу на журналістські процеси, що відкриває нові можливості для роботи журналістів. Соціальні мережі наразі виступають не лише як засіб комунікації між користувачами, але й як основне джерело інформації для журналістів, оскільки оперативність та ексклюзивність матеріалів є у них пріоритетними. Інформація, яка подається у соцмережах, часто стає важливим джерелом для журналістів, особливо коли розглядаються події, які відображаються очевидцями.

У той час створення загального інформаційного простору, масове застосування персональних комп'ютерів та комп'ютерних систем викликали необхідність розв'язування комплексної проблеми захисту інформації. Інформація є одним з найбільш цінних ресурсів будь-якої компанії, тому забезпечення за захисту інформації є однією з найважливіших і пріоритетних задач. З розвитком мобільних технологій зростає ризик кібератак та витоку конфіденційної інформації. Журналісти повинні приділяти увагу заходам безпеки, таким як шифрування та двоетапна аутентифікація, для захисту своїх даних та даних їхніх джерел.

Використання мобільних додатків для створення та обробки контенту може вести до ризиків, пов'язаних із зберіганням та обробкою даних. Журналісти повинні обирати довірені додатки та ретельно перевіряти їхні політики конфіденційності.

Мобільні пристрої можуть стати об'єктом крадіжок або втрати. Забезпечення фізичної безпеки пристроїв та резервного копіювання даних є необхідними заходами для збереження важливої інформації.

В умовах використання мобільних технологій для зйомки та створення журналістських матеріалів, збереження доказів є важливим аспектом. Журналісти повинні розуміти, як ефективно збирати та зберігати матеріали для можливих подальших розслідувань чи судових справ.

В мобільній журналістиці етика використання джерел грає важливу роль. Забезпечення безпеки джерел, анонімності, та використання інформації з дозволу є обов'язковими принципами, щоб уникнути можливих проблем для джерел та журналістів.

Забезпечення безпеки та відповідності етичним нормам у використанні мобільних технологій вимагає від журналістів не тільки розуміння новітніх технологій, але і уміння впроваджувати їх, дотримуючись високих стандартів професійної етики та забезпечуючи важливий баланс між доступністю інформації та захистом осіб та даних.

РОЗДІЛ 3. ПРАКТИКА ВИКОРИСТАННЯ МОБІЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СТВОРЕННІ ЖУРНАЛІСТСЬКОГО КОНТЕНТУ

3.1. Прикладне використання мобільних технологій на прикладі роботи української регіональної редакції новин

Ми вирішили проаналізувати роботу регіональної редакції новин «Pavlograd_now/24». Саме ця місцева редакція не має веб-сайту, а публікується виключно у соціальних мережах. Вона має свої сторінки у таких мережах як Instagram, Telegram, TikTok, Facebook. Ця місцева редакція розповідає новини міста Павлоград. На даний момент дана редакція не має офіційного статусу ЗМІ. Під час дослідження ми знайшли інтернет-редакцією із такою ж назвою, яка мала веб-сайт, проте пізніше виявилось, що це дві різні редакції із однаковою назвою.

У описі в Instagram: «Будьте в курсі життя міста. Побачили цікаве – підпишіться. З приводу реклами писати на @pavlograd_now24_reklama. Підпишись». В кінці опису посилання на телеграм-канал [27].

У описі в Telegram: «ПІДПИШИСЬ!! Будь в курсі життя міста та країни. Офіційний Павлоград. Оперативно про важливе 24/7. Тільки перевірена інформація, без фейків» [28].

У описі в TikTok: «Найшвидший інформаційний портал міста Павлоград та області. Підпишись» [29].

На Facebook вони не мають опису [30].

У різних соцмережах вони мають різні охоплення.

Instagram – 17,2 тисячі підписників.

Telegram – 39,288 тисячі підписників.

TikTok – 12,4 тисячі підписників.

Facebook – 605 підписників.

Усі сторінки були створені у різний час, і з самого початку була створена сторінка у Телеграмі, проте вона була зовсім іншою. Канал у Телеграмі був створений 2 квітня 2020 року і там публікувались новини про погоду у Павлограді та загальновідомі статистики щодо коронавірусу. Новини публікувались російською та українською мовами. Також на каналі були присутні пісні різних виконавців. Далі на каналі були лише репости з Інстаграму та каналу «Павлоградська міська рада та виконком». Також були наявні новини не лише про Павлоград, а й інші міста України. До грудня 2021 року пости були не щоденними. Активно телеграм-канал почав працювати після 24 лютого 2022 року. Зміст публікацій змінився, канал повідомляв про місцезнаходження укриттів та початок повітряних тривог, усі новини почали публікуватися українською мовою. Публікувались новини з місця трагедій без цензури. У зв'язку із війною підписників повідомляли про рух транспортів, роботи лікарень, банків, центрів надання допомоги, води та світла, а також пунктів збору допомоги для військових та ВПО. 27 лютого 2022 року був створений окремий телеграм канал із інформацією про повітряну тривогу. З марту 2022 року в каналі публікувались збори коштів з гуманітарних питань. З квітня 2022 року з'явилися опитування підписників. У 2023 році на каналі з'явилися реклама а також був створений окремий чат-канал «Барахолка Pavlograd_now» [31]. Опис каналу: «Павлоград, барахолка для безкоштовних оголошень. Адміністрація не несе відповідальність за «продавців» та якість купленої вами речі. *комерція платна реклама». Правила каналу: «Публікуйте одним повідомленням фото/відео та текст з контактами для зв'язку. Без спаму, та заборонених речей. Без пересилань з інших каналів. Збори коштів не публікувати. Вакансії типу офісів та казино в бан йдуть одразу. Чат не для розмов. Всіх порушників будемо блокувати. Не кидайте нікому передоплату, тільки особиста зустріч

або накладений платіж на пошті. Стережіться шахраїв. Стоїть обмеження для повідомлень у 5 хвилин».

На даний момент у телеграм каналі публікуються новини Павлограда, повідомлення про повітряну тривогу, реклами та опитування, інтерв'ю від місцевих влад, збори на воєнну техніку та гуманітарну допомогу. Сторінка вважається офіційним каналом міста Павлоград. У описі є посилання на двох людей: @informato_r_now(надсилати новину) та @operadmin(адміністратор, писати з питань реклами). Їхні сторінки повністю анонімні, не мають фото, імені та фамілії.

Сторінка на Facebook була створена 17 листопада 2022 року. Вона не має опису та контактних даних, окрім посилання на телеграм канал. В основному на сторінці публікуються головні події міста, різноманітні інтерв'ю та реклама.

Перша сторінка в Instagram була заблокована, перша публікація на новій сторінці була 17 листопада 2022 року. З початку ведення сторінки, усі новини публікуються українською мовою. У порівнянні з іншими сторінками, ця є найбільш офіційною, адже містить публікації із інтерв'ю з місцевою владою, повідомлення від державних інстанцій та відомості про політичну ситуацію в країні. Не зважаючи на це, сторінка все ж таки містить рекламу.

Сторінка в TikTok була створена в 2022 році, проте вона була заблокована. Нова сторінка була створена у 2023 році. На сторінці публікуються відео про головні події міста, різні інтерв'ю, у тому числі із військовими, також публікуються відео, зняті очевидцями різних ситуацій. Кількість переглядів відео приблизно 1000.

Важливо зазначити, що на кожній сторінці відкриті коментарі, де підписники можуть залишати відгуки та спілкуватись. У свою чергу, редакція відповідає на питання та коментарі підписників. Цікавим явищем у цій редакції є плата за контент від підписників. Підписники надсилають новину адміністраторам каналу та отримують за це грошову винагороду.

Аби дізнатись склад редакції та подробиці роботи, я взяла інтерв'ю у головного адміністратора сторінок. Саме він є обличчям редакції та не ховається за анонімністю.

- Пане Антоне, скільки працівників у складі редакції?
- Всього в складі 7 працівників. Це журналіст, редактор, адміни каналів, оператор, монтажер. Але чітких посад немає, в тому плані, що я можу бути оператором або змонтувати щось, і навпаки. Журналіст може бути адміном і т.п за потреби.
- Хто погоджує тексти до публікацій?
- Тексти до публікації погоджуються з головним адміністратором(зі мною), редактором та журналістом.
- Які вимоги до найму та працівників?
- Для найму напевно орієнтування взагалі у світі соцмереж, вміння користуватись телефоном, камерою на базових рівнях. Під кожную посаду в цілому свої потреби базові. Монтажер – вміння монтувати, редактор/копірайтер – вміння писати там сучасні захоплюючі тексти і т.п. До працівників в цілому вимоги мінімальні, щоб виконували свої обов'язки вчасно, швидко, якісно, були креативні.
- Чи справді редакція платить підписникам за контент??
- Ми запустили у себе практику не перші я думаю в Павлограді, але ми зараз найбільші в місті, із грошовою винагородою за контент. Частіше люди не просять грошей, просто надсилають контент, але якщо пишуть, що за гроші, то ми обговорюємо суму. Якщо зійшлися, то скидаємо і публікуємо, якщо ні, то відео чи текст ми не чіпаємо. Важливий момент, що відео не повинно більше бути ні у кого, якщо ми його купили. Суми не космічні, на каву вистачить, залежить від контенту.
- Чи є якийсь необхідний мінімум публікацій у день чи неділю??
- Раніше був, зараз відійшли від цього, головне швидко реагувати на події, що відбуваються і бути першими в публікації контенту.

У чому різниця між традиційними редакціями новин та цією?

Важливо зазначити, що ця редакція відповідає критеріям громадянської журналістики. Підписники можуть самі створювати новини, надсилаючи редакції контент та навіть отримуючи за це грошову винагороду. По-друге, це швидкість та оперативність, замість традиційної редакційної структури з розділеними посадами, у цій редакції гнучка команда, яка здатна оперативно реагувати на події, що відбуваються. Наприклад, головний адміністратор може виконувати різні функції, включаючи роботу оператора чи монтажера.

Цю редакцію також відрізняє анонімність та гнучкість команди. Під публікаціями не відзначається якому працівнику належить текст. Тобто у редакції немає жорсткої ієрархії або чітких посад, вони працюють як один елемент. Це дозволяє команді швидко адаптуватися до змінних потреб та ситуацій. Також вони активно взаємодіють з аудиторією через відкриті коментарі на всіх своїх сторінках, дозволяючи підписникам залишати відгуки та надсилати контент для публікації.

Важливо зазначити, що редакція має конкретний фокус на місцеві новини та важливість для громади щоденно публікуючи новини про місто. Також редакція активно відстежує події в контексті загальнонаціональних та глобальних тенденцій.

Для підписників редакції «Pavlograd_now/24/7» є кілька очевидних переваг та зручностей:

- Швидкість та оперативність: Редакція швидко реагує на події, що відбуваються, і оперативно публікує інформацію. Це дозволяє підписникам бути в курсі найважливіших подій міста. Так як редакція публікує новини у соцмережах, підписники отримують повідомлення від додатків про оновлення контенту, що дуже пришвидшує зв'язок редакції та аудиторії.
- Різноманітність контенту: На сторінках у соцмережах публікується різноманітний контент – від новин та інтерв'ю до реклами та

гуманітарних акцій. Це робить сторінки цікавими та різноманітними для підписників.

- Взаємодія з аудиторією: Редакція активно взаємодіє зі своїми підписниками через коментарі та відповіді на їхні запитання. Це створює відчуття спільноти та залученості до життя міста.
- Можливість отримати грошову винагороду: За внесок у контент підписники можуть отримати грошову винагороду. Це стимулює активність та зацікавленість у співпраці з редакцією.
- Різноманітність форматів інформації: Від текстових новин до відео на ТікТок, редакція використовує різні формати для представлення інформації, що дозволяє задовольнити різні потреби та уподобання аудиторії.

Які помилки я помітила у роботі редакції?

По-перше, це нерівне ведення сторінок. Наприклад, Інстаграм та Телеграм редакція веде активніше ніж Фейсбук та Тік Ток. Таким чином аудиторія нерівномірно розподіляється, і інші сторінки занепадають.

По-друге, хоча ми і дізнались про вимоги до найму від головного адміністратора, їх публікація про найм цілком відрізняється:

«Павлоград – Потрібні люди на постійну роботу. **ЧАТ МЕНЕДЖЕР.**
ВИМОГИ: Відповідальність та бажання працювати. 16-28 років. **НОВАЧКІВ**
НАВЧАСМО. Переїзд оплачуємо. Надаємо житло. Графік роботи 5/2. З 8:00
до 17:00. Дружній колектив. **СТАВКА 2500 в неділю. ВИПЛАТИ**
ЩОТИЖНЯ. Приведи друга, отримай винагороду. По всіх питаннях
@HR_Katerina_dp. НАБИРАЄМО З УСІХ МІСТ УКРАЇНИ».

У даній публікації не вказано про обов'язки та вміння чат-менеджеру, про досвід роботи, про кількість чатів, які повинен вести менеджер та їх назви, адже у даної редакції не один чат у Телеграмі (Рис.3.1)

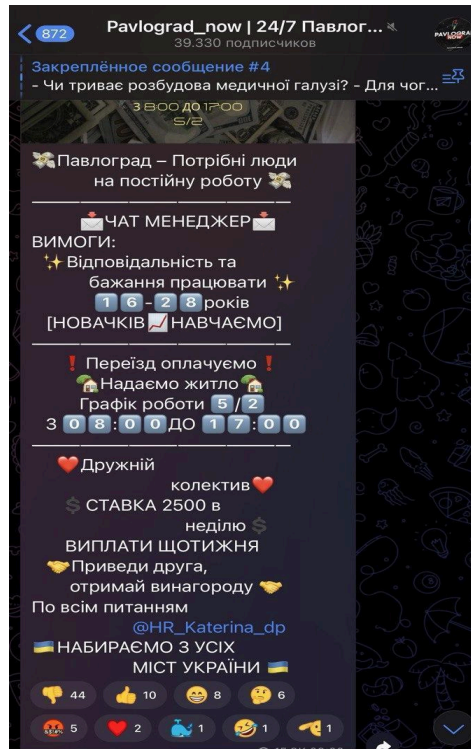


Рис.3.1 Публікація вакансії мобільної редакції «Pavlograd_now/24/7»

По-третє, проблеми із цензурою. Після початку війни, редакція викладала публікації у Телеграмі без необхідної цензури та попереджень. Це порушення етики, є вкрай вразливі до таких явищ люди (Рис. 3.2)



Рис.3.2 Приклад публікації мобільної редакції «Pavlograd_now/24/7» без цензури

При перегляді реклами ми не помітили порушень закону України «Про рекламу». Проте, мене дуже вразив текст щодо плати за контент від підписників. «Платимо гроші за контент!! Побачили якийсь треш на вулицях Павлограда? Надсилайте фото/відео тільки Нам та забирайте гроші за опублікований контент. Нам потрібні відео/фото цікавих, кумедних, незвичайних ситуацій, ДТП, бійки і не обмежуйтеся цим. Суми обговорюємо персонально, анонімність вашу підтримуємо – чекаємо. P.S: коли надсилаєте контент за гроші, та прописуйте «надсилаю контент за гроші», щоб ми розуміли). Надіслати новину: @informatore_now» (Рис. 3.3)

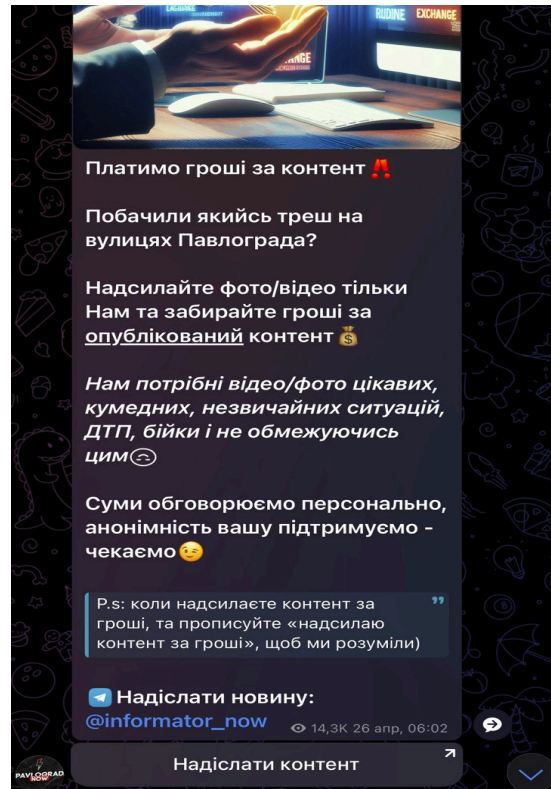


Рис.7 Закріплена публікація мобільної редакції «Pavlograd_now/24/7» про плату за контент

Такий текст закликає підписників, по-перше, бути поблизу таких ситуацій, по-друге, спонукає підписників створювати такі ситуації, адже в них з'являється мотивація-грошова винагорода. Це можна вважати порушенням етики.

Не враховуючи вищезазначені помилки, зі специфікою своєї роботи редакція може стикатися із такими проблемами, як неперевірена інформація, фейки та дезінформація, недостатня прозорість, невірне розуміння аудиторії. Також можуть бути проблеми із безпекою даних, оскільки редакція працює з особистими даними підписників, важливо забезпечити високий рівень захисту цих даних від несанкціонованого доступу.

На своїй особистій сторінці в Інстаграм, адміністратор висловив свою думку щодо проблем мобільної журналістики із аудиторією:

«Чи ми можемо догодити всім?»

Нещодавно ми створили чат у телеграмі, він був призначений для коментарів під постами... Пізніше ми вирішили його залишити як повноцінний чат, так зараз там вже 800 з лишком людей і у кожного є своя думка...

На початку війни сирену було чути погано – скаржилися, зараз вона голосно кричить - скаржаться.

Даєш людям інформацію – скаржаться, даєш менше – скаржаться.

Виклав жарт, підняти людям настрій – ти чмо.

Пишеш російською мовою – ти сепар, навіть якщо ти змалку вчиш українську мову і в змозі вільно розмовляти та писати цією мовою.

Допомагаєш переселенцям – мало.

Допомагаєш людям з обмеженими можливостями – піаришся.

Не показуєш чеки – крадеш, покажи чеки.

Показуєш чеки – ніхто не дивиться.

Припустився помилки в слові – адмін даун, все зрозуміло.

Це малий список того, що відбувається не тільки в чаті, але і в інстаграмі. Це я вже не писав про всякі особи незрозумілої статі, які кидають посилання на телеграм канали з розлученнями, скарбами та іншим гімном.

Так хто ми такі і чи в силах ми всім догодити ¿» (пер. з рос.) [32].

В цьому висловлюванні адміністратор дуже точно відображає складність роботи з аудиторією в сучасних умовах мобільної журналістики. Постійний потік коментарів та реакцій може бути дуже важким для керування, особливо коли вони є різноманітними та часом суперечливими.

Насправді, важливо пам'ятати, що неможливо догодити всім. Аудиторія складається з різних людей з різними думками, переконаннями та очікуваннями. Тому, незважаючи на намагання надати якісний контент, завжди будуть ті, хто буде незадоволений.

Проте, важливо продовжувати працювати з аудиторією, слухати їхні погляди та відгуки, і намагатися враховувати їх у роботі. Відкритий діалог з

аудиторією може допомогти зрозуміти їхні потреби та побажання, що в свою чергу може покращити якість контенту та взаємодії з аудиторією.

І в кінцевому підсумку, хоча неможливо угодити всім, важливо прагнути до максимальної об'єктивності, професійності та етичності в своїй роботі.

При спостереженні за роботою даної мобільної редакції, можна зробити висновок, що вона належить до громадянської журналістики. Це можна довести тим, що у публікації про найм, вони беруть людей без досвіду та освіти, а також з інших міст. Вони відкриті до нових учасників і активно залучають громадськість до процесу створення новин, даючи грошову винагороду за новини, а також відкриваючи коментарі для обговорення публікацій. Також вони не мають чітких посад, що визначає їх гнучкість у створенні контенту, журналіст може бути відеооператором, кореспондентом, монтажником тощо. Вони мають конкретний фокус на новини міста Павлоград, а спонсуються донатами та процентом від реклами. Також вони мали проблеми із етичними питаннями, як на вище прикріплених фотографіях. «Pavlograd_now» непрофесійне медіа, воно не має ліцензії на мовлення, проте при всіх недоліках, воно розвивається та щоденно публікує журналістський контент.

3.2 Рекомендації щодо поліпшення використання мобільних технологій у створенні журналістського контенту

За результатами аналізу кейсу роботи досліджуваного медіа, ми спробували визначити чого бракує для повноцінної роботи для повноцінної роботи «Pavlograd_now/24/7», і запропонували наступні рекомендації:

- Рівномірне ведення сторінок: Нерівномірне ведення сторінок може призвести до втрати аудиторії та занепаду деяких платформ. Редакція

повинна ретельно вивчити свою аудиторію на кожній платформі та розробити стратегію контенту, яка буде пристосована до потреб кожної групи.

- Оголошення про вакансії: Оголошення про найм повинні бути чіткими та інформативними. Редакція повинна уточнити всі вимоги до кандидатів, обов'язки та умови праці, щоб уникнути непорозумінь.
- Цензура та етика: Редакція повинна бути уважною до вмісту, який вони публікують, та забезпечити, щоб він був відповідним віковим обмеженням та етичним стандартам. Це може включати попередження про чутливий вміст та застосування цензури відповідно до необхідності.
- Рекламні практики: Рекламні повідомлення повинні відповідати законодавству та етичним стандартам. Запропонований текст з залученням аудиторії за допомогою грошової винагороди може бути спробою маніпулювати або стимулювати небезпечні дії, що може призвести до негативних наслідків. Редакція повинна уникати заохочення до неетичних дій та забезпечити, щоб їхні рекламні практики були сумісні з вимогами законодавства та етики.
- Збереження балансу: Збалансований підхід до роботи з аудиторією може включати різноманітність контенту, об'єктивність відображення подій, уважність до різних точок зору та відкритість до зворотного зв'язку від аудиторії.
- Аналіз даних: Необхідно використовувати аналітичні інструменти, щоб зрозуміти, який контент найбільше сприймається аудиторією. Аналіз показників взаємодії (лайки, коментарі, перегляди) для кожного типу контенту та платформи необхідний, щоб оптимізувати свою стратегію. Активне спілкування зі своєю аудиторією, відповіді на коментарі та питання, опитування та анкети для збору думок та пропозицій.

Важливо відчувати пульс аудиторії та враховувати їхні потреби та уподобання.

Що можна покращити в роботі редакції «Pavlograd_now/24/7»?

- Креативність: Створювати оригінальний та цікавий контент, який буде привертати увагу аудиторії. Експериментувати з різними форматами (відео, фото, текст, графіка) та темами, щоб збагатити свій контент.
- Професійний розвиток: Інвестувати у навчання та професійний розвиток команди. Стежити за новими тенденціями в медіа, розвивати навички роботи з соціальними медіа та використання аналітичних інструментів.
- Зберігання довіри: Важливо будувати довіру з аудиторією, надавати достовірну та перевірену інформацію, уникати поширення фейків та маніпулятивного вмісту. Будувати репутацію як надійного джерела новин та інформації.

Поради редакціям із такою ж специфікою як у редакції «Pavlograd_now/24/7»:

- Використовуйте соціальні медіа для поширення новин. Використання популярних соціальних медіа платформ, таких як Instagram, Twitter, Facebook, дозволяє швидко розповісти про події та привернути увагу аудиторії.
- Використовуйте мобільні додатки для зйомки та редагування відео. Існує безліч додатків для зйомки та обробки відео на мобільних пристроях, які дозволяють швидко реагувати на події, створювати та публікувати контент.
- Використовуйте розширену реальність (AR) та віртуальну реальність (VR). Ці технології дозволяють створювати іммерсивний контент, який може краще заангажувати аудиторію та допомагати їй краще розуміти події.

- Монетизуйте контент через мобільні платформи. Заробіток на контенті стає все популярнішим. Розгляньте можливості монетизації через рекламу, спонсорські контенти або підписку на ваші матеріали через мобільні додатки.
- Використовуйте інтерактивні елементи. Залучайте аудиторію до взаємодії з вашим контентом за допомогою опитувань, голосувань, вікторин або інших інтерактивних форматів. Активно взаємодійте з аудиторією, відповідаючи на відгуки та коментарі, підлаштовуйте свій контент до їхніх уподобань.
- Використовуйте мультимедіа. Додавайте в контент візуальні елементи, такі як зображення, відео або графіка, щоб зробити його більш привабливим та зрозумілим для аудиторії.
- Використовуйте короткі та зрозумілі текстові блоки. Розбивайте контент на короткі абзаци та використовуйте простий мовний стиль, щоб полегшити сприйняття інформації.
- Слідкуйте за трендами та беріть участь у тренінгах визначних мобільних журналістів. Інвестуйте у навчання своєї команди та технологій, які використовуєте у роботі.
- Дотримуйтеся прозорості та етики у роботі. Забезпечення безпеки джерел, анонімності, та використання інформації з дозволу є обов'язковими принципами, щоб уникнути можливих проблем для джерел та журналістів.

У висновку, можна сказати, що «Pavlograd_now/24/7» має потенціал стати важливим джерелом новин та інформації для своєї аудиторії. У наш час коли мобільна журналістика ще розвивається, у редакції є шанс стати однією із найвідоміших редакцій із такою специфікою роботи.

Висновки до розділу 3

Мобільні технології стали неодмінною складовою сучасного життя, перетворюючи підходи до отримання та поширення інформації. У цьому контексті, мобільна журналістика, або ж «мобільний журналізм» займає центральне місце, відкриваючи нові можливості для створення та споживання журналістського контенту.

Ю. Алексеенко стверджувала, що сьогодні спостерігається стрімкий приріст кількості користувачів соціальних медіа завдяки доступності інтернету через мобільні пристрої. Потреба людей у спілкуванні й взаємодії спричинила швидкий розвиток соціальних медіа, таких як соціальні мережі та блоги. З появою платформ для власного вираження та пошуку схожих за інтересами людей відбулася зміна соціально-комунікаційного обличчя сучасної особистості. Звичайний користувач тепер може стати лідером думок та сформувати власну соціальну спільноту зі своїми читачами й прихильниками [16].

Регіональне мобільне медіа, редакція «Pavlograd_now/24/7» і є таким прикладом симбіозу журналістики та аудиторії, яка працює як одне ціле. Проаналізувавши роботу редакції можна сказати, що мобільна журналістика має переваги як для журналістів, так і для аудиторії. Швидкість, зручність, активна взаємодія та різноманітність контенту-все це визначає новий шлях у журналістиці.

Перспективи редакції «Pavlograd_now/24/7» є досить обіцяючими, особливо в контексті зростаючої популярності соціальних мереж як основного джерела новин для багатьох людей. Залучення більшої кількості підписників на різних платформах соцмереж допоможе збільшити вплив редакції і забезпечить більшу охопленість місцевої громади. Додавання нових форматів контенту, таких як живі відеотрансляції, інтерактивні сторіз, AR-фільтри тощо, може зробити сторінки редакції більш привабливими та

зацікавлюючими для аудиторії. Активна взаємодія з підписниками, запитання про їхні уподобання та ідеї, а також залучення до створення контенту може зміцнити відносини та побудувати сильну спільноту. Посилення зусиль у напрямку монетизації контенту, включаючи спонсорські публікації, підписки на преміальний контент або власні товари та послуги, може забезпечити стабільні доходи редакції.

З кожним роком, коли смартфони та інші мобільні пристрої стають ще потужнішими та доступнішими, перспективи розвитку цієї галузі надзвичайно багатообіцяючі. Ми можемо очікувати розширення функціоналу мобільних додатків для журналістів. З використанням більш потужних процесорів та вдосконалених камер, мобільні пристрої стають справжніми інструментами для створення різноманітного контенту. Очікується подальше вдосконалення функцій редагування, обробки відео та звуку, що дозволяє журналістам створювати вражаючий контент без значних зусиль.

Таким чином, можна сказати, що мобільні технології, стаючи у своєрідним інструментом для кожного журналіста, визначають нові стандарти швидкості, доступності та взаємодії з аудиторією. Ця трансформація відкриває двері до нових форматів контенту, ефективної комунікації та взаємодії зі світом інформації. Загальною константою залишається необхідність бережливого та етичного використання цих технологій для забезпечення високої якості та достовірності журналістського контенту.

ВИСНОВКИ

У роботі загальнонауковими методами було виявлено та проаналізовано значний вплив мобільних технологій на журналістську практику, розкрито їхню роль у створенні та поширенні журналістського контенту.

Теоретико-методологічними засадами дослідження стали положення сучасної теорії журналістики, зокрема щодо інтернет-журналістики, мобільної журналістики, професійних практик і стандартів професійної журналістської діяльності, історичного аналізу журналістики. Виходячи з цих положень, було обґрунтовано категоріальний апарат дослідження, визначено науково-практичний підхід до вивчення мобільних технологій у журналістиці, диференційовано конкретні мобільні технології у створенні журналістського контенту.

Було сформульовано та обґрунтовано понятійний апарат дослідження, зокрема ключові у роботі поняття «журналістика», «інтернет-журналістика», «громадянська журналістика», «мобільні додатки» тощо.

Здійснений історичний та історико-типологічний аналіз розвитку мобільний додатків. Також було визначено функціональні особливості застосування мобільних технологій у професійній журналістській діяльності та у «громадянській журналістиці». Було охарактеризовано значущість та перспективи мобільних технологій у створенні журналістського контенту.

За результатами теоретичного аналізу мобільних технологій у створенні журналістського контенту, а також практичного дослідження прикладного використання мобільних технологій на прикладі роботи української регіональної редакції новин, визначено специфічні риси мобільних редакцій, охарактеризовано їхню відмінність від традиційних ЗМІ, визначено переваги та виклики мобільних редакцій. У ході дослідження було визначено, що мобільна редакція «Pavlograd_now/24/7» належить до громадянської журналістики. Також були визначені рекомендації для мобільних редакцій.

У роботі зроблено висновок, що використання мобільних технологій у журналістиці стає все більш важливим і значущим у сучасному медіа-ландшафті. До позитивних рис використання мобільних технологій у створенні журналістського контенту ми віднесли швидкість та оперативність, інтерактивність, взаємодія з аудиторією, різноманітність форматів та контенту, а також монетизація. Були визначені виклики з якими стикаються мобільні редакції, що належать до «громадянської журналістики». Це етичні виклики, проблеми із цензурою, неосвічені працівники, неперевірена інформація та фейки, недостатня прозорість, проблеми із безпекою даних тощо.

Не зважаючи на виклики, мобільні технології відкривають нові можливості для журналістів у створенні, зборі та поширенні інформації, а також у взаємодії з аудиторією. Завдяки смартфонам і планшетам журналісти можуть фотографувати, записувати відео, писати та публікувати матеріали прямо на місці події без зайвої затримки. Вони можуть створювати контент, що взаємодіє з глядачами або читачами через різноманітні мобільні додатки та соціальні мережі. А також експериментувати зі звуком, відео, фотографіями та іншими мультимедійними форматами, щоб краще передати суть події чи історії. У цілому використання мобільних технологій у журналістиці дозволяє створювати більш доступний, оперативний та цікавий контент для аудиторії.

Постійний розвиток технологій, поява нових методів комунікації з аудиторією, глобальні тренди та зміни у діяльності журналістів потребують подальших досліджень, зокрема що стосується вдосконалення технічних засобів, адаптація журналістських практик, а також вирішення етичних та правових питань у цьому новому медіа-середовищі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. M. Hrabar, M. Kashka. History of development of mobile applications and their interaction with the tourist industry. URL: http://www.apfn-journal.in.ua/eng/archive/24_2019/part_1/4.pdf
2. Гвоздєв В. Медіаконвергенція як чинник трансформацій ЗМІ та їхньої аудиторії // Освіта регіону: Політологія. Психологія комунікацій: укр. наук. журн. 2012. №4. С. 164. URL: <https://social-science.uu.edu.ua/article/917>
3. Agarwal A., Agarwal I. History and Evolution of Mobile Journalism // Journalism- Empowering Media Landscape, 2023. pp. 1-11. URL: https://www.researchgate.net/publication/374447597_History_and_Evolution_of_Mobile_Journalism
4. Синоруб Г. Мобільні технології та сучасний медіатекст // Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2019. Випуск 46. С. 273-280. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/10063>
5. Потятиник Б. В. Інтернет-журналістика : навч. посіб. / Б. В. Потятиник. Львів : ПАІС, 2010. 246 с
6. Сторіцентричність. Богдан Кутєпов про те, як розповісти будь-яку історію за хвилину. URL: <https://ms.detector.media/maister-klas/post/20918/2018-04-05-storitsentrychnist-bogdan-kutieпов-pro-te-yak-rozpovisty-bud-yaku-istoriyu-za-khvylynu/>
7. How to get started in mobile journalism. Mobile journalists and trainers shared their tips and starter advice at the Mobile Journalism Conference in Dublin. URL: <https://www.journalism.co.uk/news/how-to-get-started-in-mobile-journalism/s2/a564666/>

8. Interactive Mojo App list for iOS via Thinglink. URL: <https://tvvj.wordpress.com/2014/07/11/interactive-mojo-app-list-for-ios-via-thinglink/>
9. Basic MoJo Android Apps. URL: <https://www.dermedientyp.de/basic-mojo-android-apps/>
10. Рябічев В., Баклан А. Мобільні технології соціальних комунікацій в Інтернет-журналістиці. Lviv Politechnic National University Institutional Repository. URL: <https://core.ac.uk/-download/pdf/67636134.pdf>.
11. Рябічев В. Л., Баклан А. О. Моблогінг як один із різновидів соціальних медіа. // Наукові записки Інституту журналістики, 2013. Том 50. С. 159–161.
12. Костриба О. Мобільна журналістика: нові можливості. European Journalism Observatory. 2015. URL: <http://ua.ejo-online.eu/2153/сфери-висвітнення/медіа-журналістика/мобільна-журналістика-нові-можливості>.
13. Радута Т. С. Технології доповненої та віртуальної реальності в digital-media // Молодий вчений. № 4 (56). квітень, 2018. стр.46-50. URL: [file:///C:/Users/lubov/Downloads/molv_2018_4\(1\)_14.pdf](file:///C:/Users/lubov/Downloads/molv_2018_4(1)_14.pdf)
14. Chadwick N. Revolutionizing the newsroom: How online and mobile technologies have changed broadcast journalism // Elon Journal of Undergraduate research in communications. 2014. №5 (1). URL: <http://www.inquiriesjournal.com/articles/969/revolutionizing-the-newsroom-how-online-and-mobile-technologies-have-changed-broadcast-journalism>
15. N. Newman Mainstream Media and the Distribution of News in the Age of Social Discovery / Reuters Institute for the Study of Journalism, 2011. URL: <https://ora.ox.ac.uk/objects/uuid:94164da6-9150-4938-8996-badfdef6b507>
16. Алексеєнко Ю. О. Соціальні медіа як основа інформаційно-мережевого суспільства // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика // Том 32 (71). № 2 Ч. 2. 2021 // УДК 070:004.738.5:316.77 // DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.2-2/36>

17. Закон України «Про інформацію» // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1992, № 48, ст.650 // URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>
18. Закон України «Про медіа» // Документ 2849-IX, чинний, поточна редакція. Редакція від 02.07.2023, підстава. 3136-IX // URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>
19. Конституція України від 28 червня 1996 р. // Відомості Верховної Ради України. 1996. №30. Ст. 34.
20. Закон України «Про державну підтримку медіа, гарантії професійної діяльності та соціальний захист журналіста» // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1997, № 50, ст. 302 // URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/540/97-%D0%B2%D1%80#Text>
21. Про впровадження Порядку накладення штрафів на порушення законодавства про рекламу: Наказ Державного комітету України у справах захисту прав споживачів від 17 жовтня 1997 р. // Бюлетень законодавства юридичної практики України. 2018. №7. с. 272
22. Westlund O. Mobile news: A review and model of journalism in an age of mobile media. Digital journalism. 2013. № 1(1). Pp.6-26. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2012.740273>
23. Westlund O, Quinn S. Mobile journalism and MoJos. InOxford research encyclopedia of communication 2018 Aug 28. URL: <https://oxfordre.com/communication/display/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-841>
24. Дуй Лінь Ту – Як використовувати мобільний телефон в журналістиці – Lviv Media Forum 2015. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=8-2ieD4T54s>
25. 13 інструментів мобільної журналістики Олександр Ярощук. URL: <https://ms.detector.media/how-to/post/14617/2015-10-31-13-instrumentiv-mobilno-i-zhurnalistyky/>
26. The Wall Street Journal. URL: <https://www.wsj.com/>

27. Pavlograd_now Instagram. URL:
https://www.instagram.com/pavlograd_now24?igsh=N3F4eWdwOTR3OWdr
28. Pavlograd_now Telegram. URL: https://t.me/pavlograd_now
29. Pavlograd_now TikTok. URL: <https://www.tiktok.com/@pavlograd.now>
30. Pavlograd_now Facebook. URL:
<https://www.facebook.com/share/nvT8QGL9Z6fpcjv9/?mibextid=LQQJ4d>
31. Барахолка Pavlograd_now Telegram URL:
https://t.me/baraholka_pavlograd_now24
32. Адміністратор Pavlograd_now URL:
https://www.instagram.com/toshenka_pr?igsh=Y2V1MHJ5bnppMHNn

Анотація

Дипломна робота на тему «Мобільні технології у створенні журналістського контенту» присвячена аналізу основних методів та засобів використання мобільних технологій у журналістській практиці, визначенню їхніх переваг та викликів, а також перспектив подальших досліджень.

Об'єктом дослідження виступають мобільні технології у медіадіяльності. Предметом – способи та особливості використання мобільних технологій у створенні журналістського контенту. Мета кваліфікаційної роботи полягає у аналізі та систематизації практики використання мобільних технологій у створенні журналістського контенту.

Аналіз джерельної бази дозволив: 1) обґрунтувати категоріальній апарат дослідження; 2) Визначити та окреслити науково-практичний підхід до вивчення мобільних технологій у створенні журналістського контенту; 3) визначити функціональні особливості застосування мобільних технологій у професійній журналістській діяльності та у «громадянській журналістиці»; 4) визначити та диференціювати конкретні мобільні технології у створенні журналістського контенту.

Результатом практичного дослідження є визначення прикладного використання мобільних технологій на прикладі роботи українського інформаційного медіа. На основі отриманих результатів були сформовані рекомендації для покращення роботи мобільних редакцій.

Результатами теоретичного та практичного дослідження є прогнози перспектив та можливостей для використання мобільних технологій у створенні журналістського контенту в системі українських медіа. Далі напрацювання зможуть стати у нагоді для подальших досліджень зі вказаної теми.

Ключові слова: журналістика, інтернет-журналістика, громадянська журналістика, мобільні технології, мобільні редакції.

ABSTRACT

The thesis "Mobile Technologies in Journalism Content Creation" is dedicated to analyzing the main methods and tools of using mobile technologies in journalistic practice, identifying their advantages and challenges, and outlining prospects for further research.

The object of the study is mobile technologies in media activities, while the subject is the methods and features of using mobile technologies in creating journalistic content. The goal of the research work is to analyze and systematize the practice of using mobile technologies in creating journalistic content.

The analysis of the source base allowed: 1) to substantiate the categorical apparatus of the research; 2) to determine and outline the scientific and practical approach to studying mobile technologies in creating journalistic content; 3) to identify the functional features of using mobile technologies in professional journalistic activities and in "citizen journalism"; 4) to identify and differentiate specific mobile technologies in creating journalistic content.

The result of the practical research is the identification of the applied use of mobile technologies based on the example of the work of Ukrainian information media. Based on the obtained results, recommendations were formulated to improve the work of mobile editorial offices.

The results of theoretical and practical research include forecasts of prospects and opportunities for using mobile technologies in creating journalistic content in the Ukrainian media system. Further developments can be useful for further research on the specified topic.

Keywords: journalism, internet journalism, citizen journalism, mobile technologies, mobile editorial offices.