

О. В. Назаренко

кандидат філологічних наук

доцент кафедри філології

e-mail: olena_nazarenko@ukr.net, ORCID: 0000-0003-3966-9994

Дніпровський аграрно-економічний університет

вул. Сергія Єфремова, 25, м. Дніпро, Україна, 49027

САЙТ ВИШУ ЯК ЕЛЕМЕНТ КОМУНІКАЦІЇ

Метою дослідження є виявлення специфіки використання сайту вишу як каналу комунікації, що забезпечує формування й реалізацію інформаційного потенціалу навчального закладу в умовах переходу до інформаційного суспільства.

Методологія дослідження. Статтю присвячено розгляду проблеми зростання інтересу до візуалізації, що зумовлене значними вимогами сучасної комунікації. Беззаперечно, «ескалація зображення» не тільки являє собою якісно новий процес розвитку мовленнєвої комунікації, а й відповідає першочерговим потребам сучасної молоді. У такий спосіб світ постсучасності орієнтується на візуальний спосіб подання інформації. Для вирішення поставлених завдань використано методи спостереження та опису.

Результати. Висловлено думку, що нові засоби комунікації спричиняють нове сприйняття людиною інформації. Розвиток науково-технічного прогресу, динамізм життя, збільшення обсягів інформації та прискорення темпів реагування на неї тощо примушують людину отримувати, запам'ятовувати, вивчати, обробляти значні інформаційні масиви в новому альтернативному форматі; час і умови існування часто порушують лінійність інформації, змушують працювати з нею одночасно, швидко, переключаючись з фрагменту на фрагмент, з одного інформаційного потоку на інший. Інтернет як канал комунікації, як простір, де здійснюються віртуальне функціонування об'єктів і суб'єктів усіх сфер життєдіяльності суспільства, неминуче взаємодіє з кожною з них. Так, важливо відзначити, що зв'язок освітнього простору з інтернет-простором є багатобічним і багаторівневим, що є наслідком взаємопроникнення, створення своєрідного симбіозу. Критерієм сучасності та здатності використовувати комп'ютерні технології для репрезентації можливостей вишу може бути рівень підготовки та розвитку сайту навчального закладу і його представництва в інтернеті, зокрема орієнтація його на молодіжну аудиторію. Щоденне зростання обсягів і видів інформації, яку необхідно швидко інтерпретувати та проаналізувати, вимагає нових форм подання інформації, які б полегшували процес сприйняття й запам'ятовування.

Новизна. Сучасні тенденції інформатизації та дигіталізації навчального процесу актуалізують необхідність упровадження та використання електронних освітніх ресурсів, технологій дистанційної взаємодії в освітньому процесі.

Практичне значення. Результати дослідження можуть бути використані під час планування та розробки сайтів вишів.

Ключові слова: комунікація, мова, мислення, структура сайту, інформація.

I. Вступ

Поява на сучасному етапі та активне використання нових інформаційних технологій, внаслідок чого зростання ролі візуальної інформації, а також масова комп'ютеризація різноманітних галузей життя, поява великої кількості комп'ютерних текстів, де коди різних семіотичних систем перебувають у тісній та активній взаємодії, – усе це дає змогу фахівцям говорити про «кризу вербального тексту», «його витіснення у XXI ст. образними візуальними повідомленнями, сприяє значному зростанню інтересу до невербальних засобів письмової комунікації, інформаційна ємність та прагматичний потенціал яких нерідко вищий, ніж у вербальних засобів» [1, с. 41].

Виходячи з того, що моделі свідомості, які пов'язані з процесами пізнання, набуття, вироблення, зберігання, використання та трансляції знань, досліджує когнітологія, науковців не полишає інтерес до питань щодо репрезентації знань і обробки інформації, яка надходить до людини різними сенсорними каналами, а також проблеми кодування знань у пам'яті, процесів прийняття рішень, логічних операцій мислення та інших видів пізнавальної діяльності. З огляду на те, що саме через мову об'єктивується розумова та емоційна діяльність людини, значення мов-

ної системи як однієї з універсальних семіотичних систем для когнітології є надзвичайно великим.

Різні аспекти, дотичні до цього питання, у своїх працях досліджували такі провідні вітчизняні та закордонні вчені: Г. Гич [1], А. Градюшко [2], Н. Коч [3], Л. Калашникова [4], А. Кисельова [5], А. Фещенко [6], А. Шелестова [7], Г. Почепцов, Ф. Шарков, Н. Крахмальова та ін.

II. Постановка завдання і методи дослідження

Метою дослідження є виявлення специфіки використання сайту вишу як каналу комунікації, що забезпечує формування й реалізацію інформаційного потенціалу навчального закладу в умовах переходу до інформаційного суспільства.

Для вирішення поставлених завдань використано методи спостереження та опису.

Матеріалом для вивчення обрано сайт вишу як джерела максимально наближеного й зрозумілого для комунікації з молодим поколінням. «На зміну епохи людини, що читає, приходять епоха візуалізації інформації, коли потрібні та популярні такі новини, які можна сприймати, розглядаючи. Виникають нові підходи в репрезентації фактів і цифр» [2, с. 79].

III. Результати

Інтернет як канал комунікації, як простір, де здійснюються віртуальна взаємодія й функціонування об'єктів і суб'єктів усіх сфер життєдіяльності суспільства, неминує взаємодіє з кожною з них. Так, важливо відзначити, що зв'язок освітнього простору з інтернет-простором є багатобічним і багаторівневим, що є наслідком взаємопроникнення, створення своєрідного симбіозу. Цілком закономірні висловлення вчених про те, що віртуальний простір стає ареною боротьби за розподіл інформаційних ресурсів і контроль над знанням. У свою чергу, наявність подібного симбіозу має як свої позитивні сторони, так і негативні. Наприклад, прийнято говорити про те, що у сфері управління освіти ми маємо значний досвід, але велика ймовірність, що цей досвід виявиться слабким у нових умовах симбіозу з віртуальним простором. Водночас освітній простір одержує можливість істотно розширити сферу впливу й арсенал засобів завдяки активному використанню потенціалу інтернет-простору [4].

Навчальний заклад, який покликаний здійснювати освітянську місію в суспільстві, акумулює й поширює накопичені людством знання, має підтверджувати свою спеціалізацію, використовуючи такий інформаційний простір, як мережа Інтернет. Критерієм сучасності та здатності використовувати комп'ютерні технології для репрезентації можливостей вишу може бути рівень підготовки та розвитку сайту навчального закладу і його представництва в інтернеті.

З огляду на потреби часу, майбутні покоління абітурієнтів будуть дедалі активніше спиратись на сайти університетів, обираючи свою майбутню спеціальність та виш. За таких умов сайт стає досить важливим інструментом інформаційного впливу, за допомогою якого виш має змогу знаходити вступників, які відповідають вимогам університету.

Якісний доступ до потрібної інформації слугує основою для впровадження дієвих засобів забезпечення якості освіти, що особливо стає актуальним за умов автономізації, що відбувається в системі вищої освіти України та повинна супроводжуватися прозорістю й відкритістю інформації про діяльність університетів для викладачів, студентів, абітурієнтів і широкої громадськості.

Доступ до інформації став одним із 10 стандартів внутрішнього забезпечення якості вищої освіти (ESG), які затверджені на конференції міністрів освіти країн Європейського простору вищої освіти. Володіючи інформацією про навчальні програми, абітурієнти та студенти здатні зробити більш зважений вибір щодо свого майбутнього фаху.

Обираючи університет, абітурієнти та їх батьки прискіпливо порівнюють ціни та якість навчання в різних вишах, звертають увагу на бренд, репутацію та імідж університету. Особливу увагу приділяють також показникам якості викладацького складу й рівню наукових досліджень, різноманітним рейтингам і грантовим програмам. Саме виділення унікальних рис і допомагає навчальному закладу позиціонуватись серед конкурентів. Університету із 100-річною історією є що повідомити про себе широкому загалу й зацікавленим особам зокрема. Із цієї метою й було створено сайт Дніпровського державного аграрно-економічного університету.

Сайт сприяє впровадженню інформаційно-комунікаційних технологій у практику роботи закладу вищої освіти та виступає інструментом мережевої взаємодії всіх учасників освітнього процесу. На сайті можна знайти контактну інформацію про навчальний заклад (адресу, номери телефонів, адресу електронної пошти); дані про адміністрацію; порядок вступу до навчального закладу; електронні версії організаційних документів навчального закладу (локальні документи та положення); матеріали щодо організації навчального процесу, режим навчання; навчально-методичні матеріали педагогічних працівників; інформацію про події (свята, конференції, конкурси тощо); матеріали про персоналії (керівники, педагоги, випускники, ділові партнери).

Важливий момент при сприйнятті сайту користувачем – перше враження. Воно стає відправною точкою для рішення: залишитися на сайті чи шукати інформацію в іншому місці.

Оформлення сайту зумовлюють його мета та особливості цільової аудиторії. Завдання сайту – брендувати організацію чи власника, вразити глядача, створити певний образ тощо. Залежно від завдань підбирається відповідне оформлення.

Корпоративний дизайн, як і корпоративна філософія, корпоративна культура й корпоративна поведінка, є елементом корпоративної ідентичності.

Добре продумана навігація – це вже половина успіху сайту.

Дослідники виділяють такі основні принципи навігаційної панелі: розміщення в лівому верхньому кутку, «правило трьох кліків», використання списків і гіперпосилань, клавіші швидкого переходу та помірна насиченість анімацією та графікою. З огляду на це можемо розглянути навігацію сайту ДДАЕУ.

Головна сторінка містить значну кількість елементів. Угорі під шапкою розміщено кнопки, за допомогою яких можна перейти до інших розділів сайту. У верхній частині сайту можна побачити кнопки зміни мови української/англійської, рядок пошуку по сайту. До шапки електронного видання входить напис «Дніпровський державний аграрно-економічний університет», зображення логотипу навчального закладу, а також під шапкою розташовані посилання на такі розділи сайту: «Університет», «Структура», «Діяльність», «Абітурієнту», «Студенту», «Контакти». Кожен із цих розділів має ряд підрозділів. Так, «Університет» містить інформацію про керівництво, нормативно-правові документи, історію ДДАЕУ, стратегію університету, асоціацію випускників ДДАЕУ. А також кожен із цих підрозділів поетапно розкриває подальші підрозділи. Зокрема, підрозділ «Історія ДДАЕУ» містить посилання на гімн, герб та прапор ДДАЕУ, музей ДДАЕУ, видатних учених-випускників, літопис, а також охоплює й газету «Вісті ДДАЕУ».

Підрозділ «Структура» розкладається на відповідні підрозділи «Інститути і факультети», «Бібліотека», «Коледжі», «Навчальний відділ», «Відділ міжнародних зв'язків та публічних комунікацій» та ряд інших, які, у свою чергу розкладаються ще на підрозділи, де згадуються всі факультети; бібліотека подає електронний каталог, нові надходження, депозитарій, віртуальні виставки, інформаційні ресурси та ще багато цікавого й корисного. Відділ міжнародних зв'язків та публічних комунікацій повідомляє про міжнародні проекти, програми мобільності тощо. У розділі «Діяльність» зібрано підрозділи про навчальний процес, освітні програми спеціальностей, наукову та виховну роботи, фінансово-економічну діяльність, ліцензування та акредитацію, про охорону праці та рейтингову оцінку. При розгортанні цих підрозділів далі можна одержати вичерпну інформацію і про анонси конференцій, премії, стипендії та гранти, спеціалізовані вчені ради, рекомендації для кураторів, зокрема стоп булінг, що є нині дуже важливим.

У нижній частині сайту розміщені банери для переходу на інші урядові сайти та посилання на сторінки Міністерства освіти і науки України, сайт Президента України, сайт Верховної Ради України, сайт Урядової «Гарячої лінії», гарячу лінію ДДАЕУ.

Сайт допомагає задовольнити багато інформаційних запитів студентів, зокрема щотижня оновлюється актуальний розклад занять за денною та заочною формами навчання, пропонується доступ до дистанційної системи навчання з рекомендаціями щодо технічної підтримки та наявністю інструкції для роботи в системі MOODLE.

Сучасні тенденції інформатизації та дигіталізації навчального процесу актуалізують необхідність упровадження та використання електронних освітніх ресурсів, технологій дистанційної взаємодії в освітньому процесі, практик електронного (дистанційного) навчання у вишах.

Сайт є одним з інструментів забезпечення навчальної та наукової діяльності університету й публічним органом інформації, доступ до якої відкритий для всіх охочих.

За часів пандемії та тривалих карантинних заходів дуже важливим і необхідним є доступ усіх охочих до ресурсів університетської бібліотеки, яка є головною в методичному об'єднанні сільськогосподарських бібліотек Дніпропетровської області, яке включає 13 бібліотек коледжів та науково-дослідних установ. Бібліотека забезпечує творами друку та інформаційними документами науковців, аспірантів, студентів та працівників структурних підрозділів. Сторінка бібліотеки має два інтерактивних віконця «Е-доставка» й «Запитай у бібліотекаря», які є зручними та корисними для відвідувачів.

Майбутні абітурієнти та їх батьки можуть одержати достатньо великий обсяг інформації з головної сторінки за допомогою швидкого доступу: тут оголошення щодо Дня відкритих дверей і правила набору, регламент роботи приймальної комісії, перелік документів, обсяги державного замовлення, конкурсні предмети і вартість навчання. Для цієї категорії відвідувачів сайту інформація є легкою в доступі й оформлена привабливо, можна побачити ще й ряд фото із студентського життя, а якщо переглянути інформацію про факультети і кафедри університету, то і «віртуально» познайомитися з професорсько-викладацьким складом вишу, переглянувши фото співробітників та дізнавшись про їхні наукові здобутки.

Швидкий доступ дає можливість ознайомитися з роботою освітніх центрів «Крим-Україна» та «Донбас-Україна», створених на базі Дніпровського державного аграрно-економічного університету, через які жителі тимчасово непідконтрольних Україні територій можуть вступати за спрощеною системою до нашого університету та його структурних підрозділів.

Внизу головної сторінки є стрічки-слайдери з інформацією про факультети, а також інші структурні підрозділи, такі як Клініко-діагностичний центр ДДАЕУ «Rancho», Науково-дослідна лабо-

раторія гідроекології, Науково-дослідний центр біобезпеки та екологічного контролю ресурсів АПК.

У самому низу головної сторінки сайту подано інформацію про те, що матеріали про ДДАЕУ можна знайти й на сторінках соціальних мереж. У червні 2020 р. інформація про ДДАЕУ розміщена на сторінці YouTube, де представлені такі розділи: «Головна», «Відео», плейлисти, канали, обговорення. На головній сторінці можна переглянути відео «Жвава історія ДДАЕУ в особах», «Відеоколаж історії ветфаку 2011–2020», рекламний ролик ветфаку, дізнавшись у такий спосіб про освітнє середовище ДДАЕУ.

Рада Студентів ДДАЕУ представлена офіційною сторінкою в Instagram, де можна ознайомитися із цікавими студентськими заходами, дізнатися розклад занять, а також побачити інформацію для абітурієнтів, і це все проілюстровано рядом фото.

У мережі Facebook також представлена сторінка ДДАЕУ, де є логотип вишу, інформація про адресу, контакти, відео, публікації – все, що буде цікавим для відвідувачів цього сервісу.

Сайт легко та швидко завантажується й на смартфони з різними операційними системами, що свідчить про його доступність і якість виконання робіт із його створення.

Інтернет-сайти як інтерактивні канали формування, реалізації й трансляції інформаційного потенціалу ВНЗ мають складну функціональну структуру та широкий спектр функцій. На думку Л. В. Калашникової, основними функціями інтернет-сайтів ВНЗ виступають: представницька функція, або функція позиціонування; інформаційна функція; комунікаційна функція; рекламна функція; PR-функція; коригувальна функція; інноваційна функція; функція соціальної диференціації (вияв власних переваг); функція зворотного зв'язку (канал зворотного зв'язку) [4].

IV. Висновки

Результатом діяльності команди університету можна назвати створення та підтримку сайту, збирання, обробку, оформлення й публікацію інформації, що презентує актуальний процес діяльності вишу. На сайті йде постійне інформування учасників освітнього процесу про діяльність університету, викладацький склад, досягнення та здобутки в освіті й науці, освітні програми та проекти, що сприяє формуванню позитивного іміджу й просуванню бренду навчального закладу.

Сучасна людина потребує постійного швидкого доступу до актуальної та різноманітної інформації. Обмеження чи відсутність можливості задовольняти цю потребу викликає дискомфорт, почуття невпевненості. Молоде покоління, яке народилося з «гаджетами в руках» та живе в епоху комп'ютерів, мобільних пристроїв, інтернету, набуває вміння та здатності швидко орієнтуватися у величезній масі різноспрямованих, а іноді й протилежних відомостей, використовуючи всі можливі джерела інформації. Зростання інтересу до проблеми візуалізації зумовлене самими вимогами сучасної комунікації.

Перспективою наших досліджень є увага до мовностилістичного оформлення сайтів вишів.

Список використаної літератури

1. Гич Г. М. «Кліпове» мислення молоді: друг чи ворог навчання? *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія»*. Серія: Педагогіка. 2016. Т. 269. Вип. 257. С. 38–42.
2. Градюшко А. Перспективні стратегії вебжурналістики в глобальному інформаційному просторі. *Міжнародна журналістика – 2014: Диалог культур і взаємодія медіа різних країн* : матер. 3 Міжнародн. науч.-практ. конф., г. Минск, 20 лютого 2014. Минск, 2014. С. 77–88.
3. Коч Н. В. Когнітивна лінгвістика : навч. посіб. Миколаїв : Іліон, 2021. 132 с.
4. Калашникова Л. В. Інтернет-сайти вищих навчальних закладів як інноваційні канали комунікацій в умовах формування інформаційного суспільства України : дис. ... канд. соціол. наук : 20.00.08. Харків, 2005. 175 с.
5. Кисельова А. А. Архівні ресурси України в глобальній інформаційній мережі: види, доступ, перспективи : автореф. дис. ... канд. іст. наук : 07.00.10 / Держ. ком. арх. України, Укр. НДІ арх. справи та документознавства. Київ, 2005. 19 с.
6. Феценко А. В. Веб-сайт університету в сучасному інформаційно-комунікаційному просторі. URL: <http://ido.tsu.ru/files/pub2010/Feshenko.pdf> (дата звернення: 15.10.2021).
7. Шелестова А. М. Веб-сайт ВНЗ як комунікаційне середовище функціонування електронної навчальної документації. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2011. № 4. С. 47–53.
8. Закон України «Про вищу освіту» від 1 липня 2014 р. № 1556-VII в редакції від 5 січня 2017 р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18> (дата звернення: 11.10.2021).
9. Деякі питання оприлюднення інформації про діяльність вищих навчальних закладів : Наказ МОН від 19 лютого 2015 р. № 166. URL: <http://osvita> (дата звернення: 11.10.2021).
10. Грищенко І. М., Крахмалева Н. А. Эффективность коммуникационной деятельности высших учебных заведений. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2013. № 4–2. С. 218–224.

References

1. Ghych, Gh. M. (2016). «Clip» thinking of young people: friend or foe of learning? «Klipove» myslennja molodi: drugh chy vorogh navchannja? *Naukovi praci Chornomors'kogo derzhavnogo universytetu imeni Petra Moghyly kompleksu «Kyjevo-Moghylyjans'ka akademija»*. Serija: *Pedagoghika*, 257, 38–42 [in Ukrainian].
2. Ghradjushko, A. (2014). Perspektivnye strategii vebzhurnalystiki v global'nom informacionnom prostranstve [Promising strategies of web journalism in the global information space], *Mezhdunarodnaja zhurnalistika – 2014: Dialog kul'tur i vzaimodejstvie media raznyh stran*, materialy 3 Mezhdunarodnoj nauchno-praktycheskoj konferencyy [International Journalism - 2014: Dialogue of Cultures and Media Interaction of Different Countries, Proceedings of the 3 International Scientific and Practical Conference]. Mynsk [in Russian].
3. Koch, N. V. (2021). Kognityvna linghystyka [Cognitive linguistics]. Mykolajiv: Ilion [in Ukrainian].
4. Kalashnykova, L. V. (2005). *Internet-sajty vyshhykh navchalnykh zakladiv jak innovacijni kanaly komunikacij v umovakh formuvannja informacijnogo suspilystva Ukrainy* [Internet sites of higher educational institutions as innovative channels of communication in the conditions of formation of the information society of Ukraine]. (Candidate's thesis). Kharkiv [in Ukrainian].
5. Kyseljova, A. A. (2005). *Arkhivni resursy Ukrainy v globalnij informacijnij merezhi: vydy, dostup, perspektyvy* [Archival resources of Ukraine in the global information network: types, access, prospects]. (Extended abstract of candidate's thesis). Derzh. kom. arkh. Ukrainy, Ukr. NDI arkh. spravy ta dokumentoznavstva. Kyiv [in Ukrainian].
6. Feshhenko, A. V. Veb-sajt unyversyteta v sovremenom ynformacyonno-kommunikacyonnom prostranstve [Veb-sajt universyteta v sovremenom informacionno-kommunikacionnom prostranstve]. Retrieved from <http://ido.tsu.ru/les/pub2010/Feshenko.pdf> [in Russian].
7. Shelestova, A. M. (2011). Veb-sajt VNZ jak komunikacijne seredovyshe funkcionuvannja elektronnoji navchalnoji dokumentaciji [University website as a communication environment for the functioning of electronic educational documentation]. *Bibliotekoznavstvo. Dokumentoznavstvo. Informologhija*, 4, 47–53 [in Ukrainian].
8. Law of Ukraine On Higher Education from July 1 2014, № 1556-VII (2017, January 5). Retrieved from <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18> [in Ukrainian].
9. Some issues of disclosure of information about the activities of higher education institutions: Order of the Ministry of Education and Science from February 19 2015 № 166 (2015, February 19). Retrieved from <http://osvita.gov.ua> [in Ukrainian].
10. Grishhenko I. M., & Krahmaleva N. A. (2013). Jeftektivnost' kommunikacionnoj dejatel'nosti vysshih uchebnyh zavedenij [The effectiveness of communication activities of higher education institutions]. *Visnyk Khmeljnyckogo nacional'nogo universytetu. Ekonomichni nauky*, 4–2, 218–224 [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 25.10.2021.

Received 25.10.2021.

Nazarenko O. Higher Education Site as an Element of Communication

The purpose of the study is to identify the specifics of using the site of the university as a channel of communication, which provides the formation and implementation of information potential of the institution in the transition to the information society.

Research methodology. The article is devoted to the problem of growing interest in visualization, which is due to the significant requirements of modern communication. There is no doubt that the «escalation of the image» is not only a qualitatively new process of development of speech communication, but also meets the priority needs of modern youth. In this way, the postmodern world focuses on the visual way of presenting information. Methods of observation and description were used to solve the tasks.

Results. The paper argues that new means of communication cause a new perception of information. The development of scientific and technological progress, the dynamism of life, increasing the amount of information and accelerating the pace of response to it, etc. forces a person to receive, remember, study, process large amounts of information in a new alternative format; time and conditions of existence often violate the linearity of information, forcing to work with it simultaneously, quickly, switching from fragment to fragment, from one information flow to another. The Internet as a channel of communication, as a space where the virtual interaction and functioning of objects and subjects of all spheres of society, inevitably interacts with each of them. The criterion of modernity and ability to use computer technology to represent the capabilities of the university can be the level of preparation and development of the site of the educational institution and its representation on the Internet, in particular its focus on the youth audience. The daily growth of volumes and types of information that need to be quickly interpreted and analyzed requires new forms of information presentation that would facilitate the process of perception and memorization.

Novelty. *Modern tendencies of informatization and digitalization of educational process actualize necessity of introduction and use of electronic educational resources, technologies of remote interaction in educational process,*

Practical significance. *The results of the study can be used in the planning and development of university websites.*

Key words: *communication, language, thinking, site structure, information.*

Назаренко Е. В. Сайт вуза как элемент коммуникации

Целью исследования является выявление специфики использования сайта вуза как канала коммуникации, обеспечивающего формирование и реализацию информационного потенциала учебного заведения в условиях перехода к информационному обществу.

Методология исследования. *Статья посвящена рассмотрению проблемы роста интереса к визуализации, что обусловлено значительными требованиями современной коммуникации. Безусловно, что «эскалация изображения» не только представляет собой качественно новый процесс развития речевой коммуникации, но и отвечает первоочередным потребностям современной молодежи. Таким образом, мир постсовременности ориентируется на визуальный способ представления информации. Для решения поставленных задач используются методы наблюдения и описания.*

Результаты. *В работе высказывается мнение, что новые средства коммуникации влекут за собой новое восприятие человеком информации. Развитие научно-технического прогресса, динамика жизни, увеличение объемов информации и ускорение темпов реагирования на нее заставляют человека получать, запоминать, изучать, обрабатывать значительные информационные массивы в новом альтернативном формате; время и условия существования часто нарушают линейность информации, заставляют работать с ней одновременно быстро, переключаясь с фрагмента на фрагмент, с одного информационного потока на другой. Интернет как канал коммуникации, как пространство, где осуществляется виртуальное взаимодействие и функционирование объектов и субъектов всех сфер жизнедеятельности общества, неизбежно взаимодействует с каждой из них. Критерием современности и способности использовать компьютерные технологии для представления возможностей вуза может служить уровень подготовки и развития сайта учебного заведения и его представительства в Интернете, в частности, ориентация его на молодежную аудиторию. Ежедневный рост объемов и видов информации, которую необходимо быстро интерпретировать и проанализировать, требует новых форм представления информации, облегчающих процесс восприятия и запоминания.*

Новизна. *Современные тенденции информатизации и дигитализации учебного процесса актуализируют необходимость внедрения и использования электронных образовательных ресурсов, технологий дистанционного взаимодействия в образовательном процессе.*

Практическое значение. *Результаты исследования могут использоваться при планировании и разработке сайтов вузов.*

Ключевые слова: *коммуникация, язык, мышление, структура сайта, информация.*

Н. Ф. Семен

кандидат наук з соціальних комунікацій, доцент
кафедра журналістики та засобів масової комунікації
e-mail: natalia.f.semen@ipnu.ua, ORCID: 0000-0002-4814-0198
Національний університет «Львівська політехніка»
вул. Степана Бандери, 12, м. Львів, Україна, 79000

ПРОПАГУВАННЯ ВАКЦИНАЦІЇ ВІД COVID-19 У ПРОФІЛЯХ ПРОГРАМИ «ТСН» В INSTAGRAM ТА FACEBOOK

Метою дослідження є проаналізувати особливості інформаційної кампанії щодо масової вакцинації від Covid-19 у профілях програми «ТСН» в Instagram та Facebook.

Методологія дослідження. У процесі дослідження використано метод аналізу для характеристики інформації про необхідність вакцинації від Covid-19, поданої в Instagram- та Facebook-профілях програми «ТСН»; метод аналогій та порівняння – для зіставлення інформації про щеплення від Covid-19 на аналізованих акаунтах «ТСН». Пости, що стосувалися вакцинації від Covid-19 у профілях Facebook та Instagram передачі «ТСН», були відібрані для дослідження за допомогою методу контент-аналізу. Застосовуючи метод узагальнення, вдалося дійти до логічних висновків та охарактеризувати особливості подачі інформації «ТСН» про необхідність вакцинації від Covid-19 у профілях Facebook та Instagram.

Результати. Проаналізувавши акаунти програми «ТСН» в Instagram та Facebook, можна стверджувати, що тема вакцинації від Covid-19 тут не є топовою. Аналізовані профілі фокусуються на загальній інформації, статистиці захворювання по регіонах України, натомість рідко публікують пости про необхідність вакцинації від Covid-19.

Новизна. Оскільки вакцинація – це єдиний можливий метод вберегтися чи спростити перебіг Covid-19, виникає потреба в підвищенні рівня довіри до щеплення серед населення. Соціальні мережі, зокрема Instagram та Facebook, сьогодні є перспективним каналом в інформуванні громадськості про всі тонкощі вакцинування та його впливу на перебіг пандемії коронавірусу. У такі складні для людства часи медіа мають виробити чітку стратегію подачі інформації про необхідність вакцинації від Covid-19 на цих соціальних платформах. Для вироблення арсеналу таких навичок потрібно регулярно досліджувати прийоми, що застосовують вітчизняні медіа в Instagram та Facebook для пропагування необхідності масової вакцинації.

Практичне значення. Результати можуть бути використані під час комплексних досліджень інформаційних кампаній українських медіа в Instagram та Facebook, а також для розроблення чіткої стратегії роботи українських ЗМІ під час висвітлення інформації про Covid-19 та вакцинацію від цієї недуги зокрема.

Ключові слова: Instagram, Facebook, медіа, Covid-19, акаунт, пост.

I. Вступ

Сьогодні Instagram та Facebook є перспективними платформами для поширення інформації медіа серед суспільства. Останнім часом потреба громадськості в оперативному поширенні інформації набула масштабного значення, адже внаслідок пандемії Covid-19 людство хоче отримувати актуальну, збалансовану та якісну інформацію про цю недугу. Як відомо, для того, щоб побороти коронавірус, потрібна масова вакцинація. Однак, аналізуючи інформацію медіа, бачимо, що українці не поспішають вакцинуватися, відтак рівень довіри до вакцинації невисокий. Роль соціальних мереж, зокрема Instagram та Facebook, у цьому аспекті є провідною. Саме тому потрібно ретельно та регулярно аналізувати специфіку роботи медіа в соціальних мережах, особливо в період пандемії Covid-19, для того, аби допомогти ЗМІ виробити власну стратегію пропагування необхідності вакцинації від цієї недуги серед населення України.

Згідно з інформацією з офіційного сайту «ТСН», ця програма є найпопулярнішою новинною передачею в країні із середньою часткою 12,0%, а «ТСН. Тиждень» – кращим підсумковим випуском з часткою 13,7% [10].

Зважаючи на впливовість та рейтинговість, ця телепрограма розвиває свою роботу й у всіх найвідоміших соцмережах, зокрема Instagram та Facebook. Це свідчить про глобалізацію та прогресивність цього ЗМІ [8, с. 95], а відтак і про можливість впливати на підвищення рівня довіри щодо вакцинації від коронавірусу серед населення.