

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЖИТОМИРСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА
Навчально-науковий інститут філології та журналістики
Кафедра журналістики та дидактичної філології

Реєстраційний № _____

Дата реєстрації _____

**СЕРІЯ МАТЕРІАЛІВ ПРО ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ НА
ШПАЛЬТАХ ГАЗЕТ ЖИТОМИРЩИНИ**

**Кваліфікаційна (дипломна) робота
здобувача вищої освіти
першого (бакалаврського) рівня вищої
освіти
спеціальності 061 «Журналістика»
освітньої програми «Журналістика»
41Бд-Журн групи
Маруга Альони Сергіївни**

Науковий керівник:
професор кафедри журналістики,
реклами та PR, доктор філологічних
наук, професор
Партико Зіновій Васильович

Рекомендована до захисту
рішенням кафедри журналістики, реклами та PR

Протокол № _____ від «___» _____ 20__ р.

Зав. кафедри _____ Валерій БАШМАНІВСЬКИЙ
(підпис) (ПІБ)

Житомир – 2023

Дата захисту _____

**Результат
захисту**

Оцінка		
за університетською шкалою	за 100 бальною шкалою	за шкалою ECTS

Голова ЕК

(підпис)

(ПІБ)

Члени ЕК

(підпис)

(ПІБ)

(підпис)

(ПІБ)

(підпис)

(ПІБ)

(підпис)

(ПІБ)

Секретар ЕК

(підпис)

(ПІБ)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. СТАН РИНКУ МОЛОДІЖНИХ ВИДАНЬ УКРАЇНИ.....	8
1.1. Особливості, специфіка та ознака молодіжних видань України.....	8
1.2. Проблематика молодіжних видань на ринку України.....	12
1.3. Стан ринку молодіжних видань Житомирщини.....	14
РОЗДІЛ 2. ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПУБЛІКАЦІЙ.....	15
2.1. Чинні стандарти та закони, які розповсюджуються на публікації.....	15
2.2. Оцінка обсягу публікацій.....	16
2.3. Трудомісткість підготовки.....	19
2.4. Вартість підготовки публікацій та їх оприлюднення.....	21
2.5. Технічні та програмні засоби.....	23
РОЗДІЛ 3. СПЕЦИФІКА АУДИТОРІЇ.....	25
3.1. Специфіка цільової аудиторії інформаційних публікацій.....	25
3.2. Якісна характеристика молодіжної аудиторії споживачів друкованих ЗМІ.....	38
РОЗДІЛ 4. ОПИС ПУБЛІКАЦІЙ.....	42
4.1. Загальна характеристика матеріалу.....	42
4.2. Обґрунтування вибору назви.....	43
4.3. Джерела інформації.....	46
4.4. Авторський задум та ідея.....	47
4.5. Обґрунтування обраного жанру.....	47
ВИСНОВКИ.....	49
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ.....	51
ДОДАТКИ	
А. Публікація статті «Не будь зовнішністю, будь особливістю».....	55
Б. Публікація статті «Корисна розвага».....	56
В. Публікація статті «Допомога психолога. Чи варто та як обрати?».....	57
Г. Публікація статті «Булінг. Чому».....	58

Д. Стаття «Успіх і як його досягти?»	59
Ж. Стаття «Вміння спілкуватися»	62
З. Стаття «Критика хейту»	55
К. Стаття «Залежність від соціальних мереж серед молоді».....	67
Л. Стаття «Буллінг. Чому?».....	72
М. Стаття «Корисна розвага».....	77
Н. Не будь зовнішністю, будь особистістю.....	78

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Актуальність теми дослідження визначається її відповідністю сучасним потребам суспільства, сучасному стану конкретної галузі науки, перспективам її розвитку, а також практичним завданням конкретної сфери [1].

Актуальність визначається ступенем відповідності потребам особи чи держави. У нашому випадку слід розуміти, що актуальність полягає у відповідності пізнавальним потребам. По-перше, молодь є важливою складовою суспільства, тому її проблеми потребують уваги та розгляду в громадському просторі. Шляхом публікації серії матеріалів на цю тему, газета Житомирщини може надати цінну інформацію своїм читачам, а також сприяти поширенню обговорення цих проблем.

По-друге, сучасна молодь стикається з різноманітними викликами, які вимагають уваги та розв'язання. Зокрема, це можуть бути питання здоров'я, освіти, зайнятості, міжособистісних відносин та інших аспектів життя. Інформація, яка міститься у серії матеріалів, може допомогти молоді краще зрозуміти ці проблеми та знайти шляхи їх вирішення.

По-третє, у сучасному світі інформація є дуже важливим ресурсом. За допомогою інформації можна зробити свідомі рішення, підвищити свій рівень освіти та знань, розширити свій кругозір. Серія матеріалів про проблеми сучасної молоді на шпальтах газети Житомирщини може стати цінним джерелом інформації для молоді, що допоможе їм розширити свій світогляд та знання.

Отже, можна стверджувати, що тема «Серія матеріалів про проблеми сучасної молоді на шпальтах газет Житомирщини» є актуальною, оскільки вона відповідає потребам суспільства в інформації про проблеми молоді.

Об'єкт дослідження: інформаційні продукти безпосередньо, а також супутні матеріали, що є опубліковані; їхня технічна база з оформлення; створення продукту. Власний інформаційний продукт опублікований у: щомісячній студентсько-викладацькій газеті Житомирського державного

університету імені Івана Франка «Універсум»; інформаційно-аналітичному виданні «Times.zt»; на сайті «Житомир.інфо».

Розглянемо перелік опублікованих матеріалів:

Маруга А. Не будь зовнішністю, будь особистістю // *Житомир. інфо*. Житомир, 2023. URL: https://www.zhitomir.info/post_3117.html

Маруга А. Корисна розвага // *Житомир. інфо*. Житомир, 2023. URL: https://www.zhitomir.info/post_3115.html

Маруга А. Допомога психолога. Чи варто та як обрати? // *Житомир. інфо*. Житомир, 2023. URL: https://www.zhitomir.info/post_3114.html

Маруга А. Булінг. Чому? // *Житомир. інфо*. Житомир, 2023. URL: https://www.zhitomir.info/post_3113.html

Маруга А. Критика хейту // *Times.zt*. Житомир, 2023. URL: <https://times.zt.ua/krytyka-kheytu/>

Маруга А. Залежність від соціальних мереж серед молоді // *Times.zt*. 2023. Житомир, URL: <https://times.zt.ua/zalezhnist-vid-sotsialnykh-merezh-impulsvnist-linoshchi-samohubstvo/>

Предмет дослідження полягає у розробці власної концепції серії матеріалів про проблеми підлітків, що буде спрямована на молодь різних вікових груп, кінцевою метою яких буде просвітницька діяльність.

Метою нашого дослідження є: а) часткове розв'язання суспільної проблеми; б) оприлюднення інформаційного продукту та його розповсюдження у мережі Інтернет.

Завдання:

- Визначити актуальний стан ринку молодіжних видань України (розділ 1);
- Проаналізувати техніко-економічні характеристики інформаційного продукту (розділ 2);
- Визначити специфіку аудиторії (розділ 3);

- Надати поетапний опис та обґрунтування використання літературних та технологічних аспектів при підготовці інформаційного продукту (розділ 4);
- Підготувати інформаційний продукт (розділ 4);
- Охарактеризувати матеріали продукту (розділ 4).

Методи дослідження. Для отримання інформації про проблеми сучасної молоді було використано різні методи пошуку інформації, такі як:

- Пошукові системи: було використано різні пошукові системи для знаходження статей, новин, досліджень та інших матеріалів, що стосуються проблем молоді. Серед пошукових систем, було обрано найбільш відомі системи - Google, Bing, Yahoo.

- Спостереження: у ході дослідження було проведено спостереження за життям молоді, відвідування місць збору молоді та інші заходи, щоб з'ясувати їхні потреби та проблеми.

Джерелом інформації послуговували також засоби масової інформації, та люди, які мають досвід у вирішенні проблем молоді.

Практичне значення нашого дослідження полягає у висвітленні проблеми недостатньої кількості спеціалізованих видань для молоді, які були б покликані доносити різноманітну інформацію до молодого покоління.

Структура роботи. Кваліфікаційна (дипломна) робота складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків та додатків. Список літератури налічує 40 джерел українською та англійською мовами. Загальний обсяг роботи – 40 сторінок.

ВИСНОВКИ

У ході роботи над розробкою серії матеріалів про проблеми сучасної молоді ми використовували як літературні, так і технологічні аспекти. Використання відповідної мови та цікавого контенту допоможе створити ефективний матеріал, який молодь захоче читати. Крім того, використання технологій робить газету більш професійною та привабливою для читачів.

Статті спрямовані на читачів віком від 16 до 24 років, молодих людей, які не бачать свого життя без соціальних мереж, які мало концентрують увагу на предметі, тому для привернення їхньої уваги було використано короткі абзаци та візуалізацію.

При створенні матеріалу, ми намагалися зробити його таким, який буде відповідати поточним подіям і проблемам, якими може бути зацікавлена молодь. Розробляючи контент, було враховано той факт, що молодіжна аудиторія різноманітна, з різними інтересами, тому і контент ми намагалися створити різноманітним.

Прогнозований ступінь досягнення мети. На даний момент мета нашого дослідження - оприлюднення інформаційного продукту та його розповсюдження у мережі Інтернет – досягнута, оскільки матеріали опубліковані у щомісячній студентсько-викладацькій газеті Житомирського державного університету імені Івана Франка «Універсум» (URL: <https://zu.edu.ua/universum.html>); інформаційно-аналітичному виданні «Times.zt» (URL: <https://times.zt.ua/>); та на сайті «Житомир.інфо» (URL: <https://www.zhitomir.info/>).

Серії матеріалів, що зосереджуються на проблемах сучасної молоді, можуть виконувати важливу роль у свідомості громадськості. Журналісти мають можливість освітлювати та розкривати проблеми, з якими зіштовхуються молоді люди, привертати увагу суспільства та посприяти змінам.

Ефективність таких матеріалів у розв'язанні соціальних проблем залежить від декількох факторів, включаючи якість журналістського дослідження, об'єктивність та точність інформації, залучення думок та досліджень експертів, а також здатність привернути увагу та мобілізувати громадськість для дії.

Результат виконання кожного із завдань:

Виконання кожного з наведених у вступі завдань дало можливість успішно здійснити розробку інформаційного продукту про проблеми сучасної молоді. Було зібрано достатню кількість літератури та проаналізовано стан ринку Житомирщини, що дало можливість зрозуміти потреби та інтереси цільової аудиторії. Результатом роботи є готовий інформаційний продукт з досить новим підходом до розкриття проблем молоді та їх взаємозв'язку з ринком товарів та послуг. Були досліджені техніко-економічні характеристики продукту та цільова аудиторія кінцевого інформаційного продукту.

Рекомендації для ЗМІ, з метою оприлюднення продукту що до проблем молоді:

- Для підвищення ефективності оприлюднення матеріалів рекомендується залучення більш широкого кола читачів шляхом просування у соціальних мережах та співпраці з іншими виданнями.
- Рекомендується продовжувати оприлюднювати матеріали за темою публікацій, оскільки проблеми молоді завжди актуальні і потребують уваги.

Отже, в цілому можна стверджувати, що публікації були успішно реалізовані і при виході отримують позитивний відгук від читачів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Акопов А.І. Типологія журналів. Питання методології та історії. Запоріжжя: 1987, с. 61- 77.
2. Альошина І.В. Корпоративний імідж. Маркетинг. Київ: 1998. № 1. с. 50-53.
3. Антонова С.Г. Проблеми типології та редагування. Навчальний посібник 1989, 104 с.
4. Бріггз К. Медіа. Журнали. Київ: 2005, с. 146.
5. Володимиров В.М. Історія української журналістики (1917-1997), Луганськ: СУДУ, 1998, 360 с.
6. Галузь преси в Україні: нові можливості і старі загрози. // Матеріали круглого столу видавців періодичної преси УАВПП. Київ: УАВПП, 2005. 100 с
7. Герасимов С. В. Менеджмент спеціальних подій в сфері культури Київ: Планета музики, 2009. 384 с.
8. Городенко Л. М. Нові медіа: журналістика чи комунікація?. Київ: 2006, с.60
9. Головенко Р. Тютюн, алкоголь і друковані медіа. Інститут масової інформації. Київ, 2010, с. 45
10. Головенько В.А. Молоде покоління України в алгоритмі суспільних процесів / Головенько В.А. // Український соціум. – 2006. – №2. – С.20 – 34.
11. Гранкіна Н. В. Проблеми становлення якісної преси в Україні // Раздел Вербальная и невербальная коммуникация в средствах массовой информации: проблемы и тенденции развития: 2003. с. 43 – 47.
12. Зражевська Н. Нові медіа та нові форми комунікації в медіа культурі. Актуальні питання масової комунікації. 2013. с.70-75.
13. Карпенко В. Журналістика: Основи професійної комунікації: 2002. с. 54-62 16.

14. Князев А. Основи тележурналістики і телерепортажу: навч. посібник Киргизько-Російський Слов'янський університет. Бішкек: Вид-во КРСУ, 2001. 160 с.
15. Кривошея Г. П. Журналістика: поняття, терміни: Навч. посібник// Київський міжнародний ун- т. — К.: КиМо, 2004. 205 с.
16. Кукушкін О. Українська періодика: Історія і сучасність. Львів, 2005. с. 538 – 540.
17. Лібанова Е.М. Молодь та молодіжна політика в Україні: соціально-демографічні аспекти /За ред. Е.М.Лібанової. К.: Ін-т демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАН України, 2010. 248 с.
18. Михайлин І.Л. Історія української журналістики 19 ст., Київ: 2003. с. 462.
19. Москаленко А. З. Журнальна періодика. Основи журналістики. Київ, 1994. 156 с.
20. Молодь в Україні. Дослідження молодіжного сектора: проблеми та перспективи. – К.: Програма розвитку Організації Об'єднаних Націй в Україні, 2006. 124 с.
21. Нове покоління незалежної України (1991–2001 роки): Щорічна доповідь Президентові України, Верховній Раді України, Кабінету Міністрів України про становище молоді в Україні(за підсумками 2001 р.) /Кол. авторів: В. А.Головенько, 78 О. О. Яременко(керівники) та ін. – К.: Державний інститут проблем сім'ї та молоді, 2002. с. 38.
22. Петрів Т. І. Інформаційні процеси в контексті глобалізації. К. : Грамота, 2003. 48 с.
23. Потятиник Б. В. Інтернет-журналістика: навч. посіб. Борис Володимирович Потятиник. Львів: ПАІС, 2010. 246 с.
24. Реснянская Л.Л. Особливості процесу формування системи сучасної періодики. Київ, 1996. 299 с.

25. Соціальні проблеми працевлаштування молоді / О.М. Балакірєва (керівник авт. кол.). В.В. Онікієнко, О.В. Валькована та ін.. – К. : Державний інститут проблем сім'ї та молоді, 2004. 144 с.
26. Савченко Л. В. Корпоративні видання як інструмент формування ефективної комунікації. Журнал «Бізнес Форум ІТ» 2004: 73-75 с.
27. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства: [монографія] [О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін.]; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. К., 2013. 220 с.
28. Суворов С. Особливий інтерес. Видавці запускають нішеві журнали, не чекаючи рекламодавців. *Індустрія реклами*. 26 грудня 2006. № 12. 9-13 с.
29. Слінчук В. Молодіжна преса на теренах національної історії / В. Слінчук. // Українське народознавство: стан і перспективи розвитку на зламі віків : зб. наук. пр. – Київ: 2002. 600 с.
30. Тимошик М. Деякі аспекти організаційної перебудови молодіжних газет України (у співавт.) / М. Тимошик // Журналістика: преса, радіо, телебачення. 1989. 94 с.
31. Media casts youth in a constant bad light. URL: https://www-the-guardian-com.translate.goog/media/2004/oct/12/pressandpublishing.broadcasting?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=ru&_x_tr_hl=ru&_x_tr_pto=sc. 2020. (дата звернення: 10.04.2023).
32. Problems faced by the youth today. URL: <https://www.dawn.com/news/965881/problems-faced-by-the-youth-today>. 2008. (дата звернення: 10.04.2023).
33. Who are the youth of today? Generation unlimited. URL: <https://www.unicef.org/cuba/en/publications/who-are-the-youth-today-generation-unlimited>. 2020. (дата звернення: 10.04.2023).
34. The Problems and Status of Modern Youth. URL: https://www.researchgate.net/publication/316851307_The_Problems_and_Status_of_Modern_Youth. 2016. (дата звернення: 10.04.2023).
35. Problems Of Modern Youth. URL: <https://studymoose.com/problems-of-modern-youth-essay>. 2020. (дата звернення: 10.04.2023).

36. Сайт Житомирського державного університету імені Івана Франка. 2011. URL: <https://zu.edu.ua/universum.html>. (дата звернення: 10.04.2023).
37. Інформаційно-аналітичне видання «Times.zt». 2009. URL: <https://times.zt.ua/>. (дата звернення: 10.04.2023).
38. Сайт «Житомир.інфо». 2010. URL: <https://www.zhitomir.info/>. (дата звернення: 10.04.2023).
39. Житомиряка політехніка. 1994. URL: <https://news.ztu.edu.ua/> (дата звернення: 16.04.2023).
40. Трафік веб-сайту. 2001. URL: <https://www.similarweb.com/ru/> (дата звернення: 16.04.2023).
41. Journal of Youth Studies. Self-esteem and satisfaction in the workgroup. 2023. URL: <https://techniumscience.com/index.php/socialsciences/article/view/8508> (дата звернення: 16.04.2023).
42. UNESCO. Media and Information Literacy to Empower Youth, Citizens, and communities. 2023. URL: <https://techniumscience.com/index.php/socialsciences/article/view/8508> (дата звернення: 16.04.2023).