

ЕЛЕКТРОННІ ЗМІ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКА:**ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

Засоби масової інформації – могутня сила впливу на свідомість людей, засіб оперативного повідомлення інформації в різні куточки світу, найбільш ефективний засіб впливу на емоції людини, здатне переконувати реципієнта щонайкраще. Особливо чітко це проявляється у відношенні електронних ЗМІ. У міру розширення технічних можливостей їхня роль зростає. А за емоційним впливом на почуття і свідомість людей вони збирають найбільшу аудиторію. У засобах масової інформації, а особливо на телебаченні, питання підвищення ефективності виступів тісно пов'язані з рівнем організації творчого процесу, форм та засобів соціально-політичного виховання журналістського, художнього і технічного персоналу. Перш за все, це відбір проблем, вирішення яких може бути підтримано і підказано аудиторією, і створення перспективних планів роботи ЗМІ, їх включають.

Загальновідомо, що в наш час ЗМІ справляють найбільш вагомий вплив на суспільну свідомість. Через здатність швидко і майже тотально охоплювати найбільш широкі аудиторії ЗМІ можуть трансформувати традиційну систему духовного виробництва, і сьогодні у розвинених суспільно-політичних системах панує теза, що ті, хто володіє ЗМІ, володіють громадською думкою.

Відповідно до концепції відомого канадського соціолога і культуролога Г.М.Маклуена, ера мас-медіа і електронної інформації радикально змінює як життя людини, так і її саму. Сучасні ЗМІ як складова частка масової культури скорочують на планеті простір і час, ліквідовують всі національні кордони, пов'язуючи в єдину мережу найвіддаленіші куточки [1].

У місті Івано-Франківську найбільш поширеними засобами масової інформації є саме друкована продукція, тобто газети та журнали.

Перша газета в Івано-Франківську «Дзєннік Станіславовскі» почала виходити 2 вересня 1848 р. Після переїзду зі Львова українця Івана Данкевича в місті почалося швидкими темпами розвиватися польські видавництва газет та часописів. Так, у 1872 р. виходить «Кур'єр Станіславівський», незабаром — «Бігун Станіславівський» (1873), «Гасло» (1875), «Газета Підкарпатська» (1876), «Хроніка» (1880), «Голос Станіславівський» (1881), «Ехо Покуття» (1883), «Хроніка Станіславівська» (1885), брошура для дітей: «Світелко» (1883). Видавались й українські видання: перша українська газета в місті «Господарь и Промышленник» (1879-1882 рр.), часопис «Денниця» (1880), який редагував відомий український мовознавець Іван Верхратський. Після створення єпархії вийшов «Вісник Станіславської єпархії» (1886-1939 рр.) та «Богословський альманах» (1887) [2].

На сьогодні у місті видаються [2]:

1) газети: «Галичина», «Прикарпатська правда», «Репортер», «Галицький кореспондент», «Вечірній Івано-Франківськ», «Західний кур'єр», «Івано-Франківськ і франківці», «Нова Зоря», «Вперед», «Рідна земля», «Івано-Франківський Оглядач», «Світ молоді», «Молодий поляк», «Пластилін», «АФША Прикарпаття», «Анонс-контракт», «СІТІ»;

2) журнали: «Мега», «Щаслива пара», «Версаль», «Like».

Серед видань з поданих вище видань електронні версії мають усі газети та журнали окрім газет «Вперед», «Рідна земля», «Івано-Франківський Оглядач», «Світ молоді» та «Молодий поляк».

Серед сучасної франківської молоді найпопулярнішими є журнали «Версаль» та «Like». Ці журнали є досить хорошим прикладом електронних ЗМІ, адже приваблюють своїх читачів не лише цікавими рубриками та актуальними статтями, але й простим та одночасно зручним у користуванні веб сайтом.

Зручність, можливість сприймати інформацію відразу кількома органами чуття та відсутність плати (принаймні за основні канали) сприяють розвитку телебачення як основного засобу масової інформації. Телебачення є джерелом інформації різного роду – комерційної, політичної, культурної, освітньої, розважальної.

В Івано-Франківську здійснюють трансляцію такі телекомпанії [2]: Івано-Франківська обласна телерадіокомпанія «РАІ»; Івано-Франківське обласне телебачення «Галичина»; Івано-Франківська обласна телерадіокомпанія «3-Студія»; Івано-Франківська муніципальна телерадіокомпанія «Вежа». Кожна з них, за винятком телерадіокомпанії «3-Студія» мають свої сайти. Проте усі відомості про ТРК кожен бажаючий може знайти на офіційній сторінці у Facebook. З 2007 р. в Івано-Франківську телеканал «24» подає місцеві новини у 15-хвилинних інформаційних блоках: останні події громадського та політичного життя Прикарпаття, новини економіки, спорту, шоу-бізнесу, культури, курси валют та погода.

Ще одним популярним видом ЗМІ є радіо. У радіоефірі можна сьогодні почути, в основному, музичні твори, новини, дискусії.

На території міста своє мовлення здійснюють такі всеукраїнські та місцеві радіокомпанії [2]: 1-ий канал НРУ/Івано-Франківська ОДТРК (1-ий канал НРУ / Івано-Франківська ОДТРК), «Ретро FM» (Київ/Москва), «MusicРадіо» (Київ), «Русское Радио Україна» (Київ/Москва), «Європа плюс» (Київ/Москва), «ХІТ FM Україна» (Київ), «Шарманка» (Київ), «Люкс FM» (Київ), «Західний полюс» (Івано-Франківськ), «Дзвони» (Івано-Франківськ), «Авторадіо-Україна» (Київ), «Вежа» (Івано-Франківськ), «Ера» (Київ), «Urban Space Radio» (Івано-Франківськ). Також проводове мовлення здійснює Івано-Франківська обласна державна телерадіокомпанія.

Усі ці радіокомпанії здійснюють свою діяльність за допомогою всесвітньої мережі Інтернет, розвиваючи свої офіційні сайти.

До ЗМІ, котрі існують лише в електронному вигляді слід віднести [2]: Інтернет-видання «Події», Інформаційний портал «Ifportal.net», «День.if.ua», Агенція новин «Firtka.if.ua», «Galka.if.ua», «Типовий Франківськ», а також UFRA.

При здійсненні порівняльної характеристики електронних ЗМІ було зроблено наступні висновки:

1) серед поданих порталів новин найбільшу кількість рубрик має саме galka.if.ua, вона ж має одну з найбільш відвідуваних сторінок у мережі Інтернет;

2) найпопулярнішими рубриками є такі рубрики як: політика, новини, світ, статті, цікаво, інтерв'ю і , звісно ж, фото- та відеорубрики;

3) серед молодого покоління, найбільш популярним є портал новин «Типовий Франківськ», а особливо його група у соцмережі ВКонтакте;

4) найменша кількість реклами та «найпросторішими» за своїм дизайном є UFRA, Типовий Франківськ та Galka.if.ua;

5) окрім того, усі ці електронні ЗМІ мають свої офіційні сторінки у таких соцмережах, як Facebook, ВКонтакте та YouTube, що і робить їх такими популярними.

Економічна ситуація, яка склалася в сучасній Україні, не забезпечує економічної свободи і самостійності засобів масової інформації, розвитку високих інформаційних технологій, ринку послуг засобів масової інформації, зокрема рекламного ринку та рекламної привабливості ЗМІ, ринку освітніх і виховних програм, який практично відсутній в Україні. У зв'язку з цим засоби масової інформації в нас нерідко залежать не від споживача інформації, а від певних інформаційних планів і владних структур. Ці та інші негативні тенденції призводять до того, що в суспільстві, в його соціальних, економічних і політичних структурах з'явилася недовіра до вітчизняних мас-медіа. Аналіз стану засобів масової інформації свідчить про те, що розвиток телебачення і радіомовлення, друкованих періодичних видань, мережі Інтернет відбувається по висхідній, незважаючи на економічні та політичні труднощі й проблеми.

Список використаних джерел

1. Вплив засобів масової інформації та інших джерел на формування здорового способу життя дітей та молоді [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.health.gov.ua/health.nsf/>
2. Засоби масової інформації в Івано-Франківську [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://uk.wikipedia.org/wiki/>

Анотація

Проаналізовано електронні засоби масової інформації Івано-Франківська. Визначено перспективи їхнього розвитку в сучасному інформаційному суспільстві.

Ключові слова: електронні ЗМІ, друковані ЗМІ, телебачення, радіо.

Abstract

The electronic mass media of Ivano-Frankivsk is analyzed. The perspectives of their development in the modern information society are defined.

Keywords: electronic mass media, printed mass media, television, radio.

УДК 81'32

О. Б. Гургула, В. Д. Мельник
(м. Івано-Франківськ)

ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО ПЕРЕКЛАДУ В НІМЕЦЬКІЙ МОВІ

Науково-технічні тексти належать до царини наукової комунікації, учасники