

Науковий керівник: Одобецька І.С., асистент кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

Вероніка Ніколайчук

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського

СПЕЦИФІКА КОНТЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВИДАННЯ «ДЕНЬ ЗА ДНЕМ» В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

У статті досліджено трансформацію контент-менеджменту авторських часописів в умовах тотальної цифровізації медіапростору на прикладі видання «День за днем». Проаналізовано стратегії адаптації традиційної якісної преси до вимог цифрового середовища, зокрема через впровадження мультиплатформенності, декомпозицію контенту для соціальних мереж та використання інструментів дата-журналістики.

Ключові слова: цифровізація медіа, контент-менеджмент, авторський часопис, «День за днем», якісна журналістика, мультиплатформенність, декомпозиція контенту, дата-журналістика, інтерактивна інфографіка, управління спільнотою, лонгрід, цифрова трансформація.

Процеси тотальної цифровізації сучасного медійного простору зумовлювали докорінну трансформацію підходів до створення, розповсюдження та управління контентом. У цьому контексті особливої актуальності набуває дослідження досвіду авторських часописів, які, на відміну від агрегаторів новин, роблять ставку на унікальну візію, інтелектуальну складову та глибинну аналітику. Інформаційне видання «День за днем» постає як показовий кейс адаптації традиційних стандартів якісної преси до динамічного цифрового середовища, де контент-менеджмент перетворюється з технічного процесу на складну стратегію управління смислами.

Специфіка контент-менеджменту видання «День за днем» базується на синергії авторського суб'єктивізму та технологічної функціональності. В умовах цифрової еволюції редакційна політика видання трансформувалася у бік мультиплатформенності, де кожен матеріал проходить через етап адаптивної верстки для забезпечення оптимального сприйняття на різних типах пристроїв. Важливою ознакою є збереження

ідентичності авторського голосу, що в цифрову епоху стає головною конкурентною перевагою над знеособленим контентом, генерованим алгоритмами [2].

Ключовим елементом стратегії управління контентом є тематичне структурування, яке дозволяє видавати максимум користі з кожної публікації. Наприклад, аналітичний лонгвід, присвячений культурним трансформаціям, не лише публікується на основному сайті, а й декомпонується на низку мікроформатів для соціальних мереж: ключові тези для Telegram, візуальні цитати для Instagram та дискусійні питання для Facebook. Такий підхід забезпечує тривале «життя» контенту та розширення аудиторії без втрати інтелектуальної якості.

Особливу увагу в межах контент-менеджменту приділено візуальній складовій та інтерактивності. Цифровізація висуває високі вимоги до естетики подачі матеріалу, тому «День за днем» активно впроваджує елементи дата-журналістики. Наприклад, при підготовці матеріалів про економічні тенденції або соціологічні опитування, редакція використовує інтерактивну інфографіку та динамічні графіки, що дозволяють читачеві самостійно досліджувати дані. Це не лише підвищує рівень залученості, а й зміцнює довіру до видання як до джерела верифікованої інформації.

Авторський характер видання накладає відбиток на роботу з коментарями та зворотним зв'язком. В умовах цифровізації управління спільнотою стає невід'ємною частиною контент-менеджменту. Редакція не просто модерує дискусії, а стимулює інтелектуальний обмін думками між авторами та читачами, перетворюючи пасивну аудиторію на активних учасників медійного процесу. Це створює ефект «клубу за інтересами», що є критично важливим для утримання лояльної аудиторії в умовах інформаційного перенасичення [1].

Технологічний аспект контент-менеджменту у «День за днем» також охоплює використання SEO-інструментів та аналітику поведінкових факторів. Проте, на відміну від табloidних видань, тут оптимізація під пошукові запити не шкодить змісту. Редакція використовує ключові слова як інструмент навігації, що допомагає зацікавленому читачеві знайти відповідний аналітичний контент серед величезного масиву мережевого шуму. Аналіз часу перебування користувача на сторінці та глибини перегляду дозволяє коригувати обсяги текстів та складність їхньої структури, роблячи їх більш комфортними для споживання з екранів смартфонів [3].

Окремим напрямом виступає управління архівом видання. Цифровізація дозволяє актуалізувати старі матеріали, створюючи тематичні добірки або посилаючись на попередні дослідження, що створює тяглість дискурсу. Це підкреслює експертність авторів та демонструє еволюцію їхніх поглядів, що є надзвичайно цінним для авторського журналу. Таким чином, контент-менеджмент видання «День

за днем» у сучасних реаліях є збалансованою системою, де традиційні цінності якісної журналістики підсилюються інноваційними технологічними інструментами, забезпечуючи життєздатність та впливовість медіапродукту.

Список використаних джерел

1. Гандзюк Віталій. Журнал «Сучасність»: історія, традиції, новаторство. Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Історія. Вип. 47. Збірник наукових праць / За заг. ред. О. А. Мельничука. Вінниця: ВДПУ, 2024. С. 82-90.
2. Житарюк М. Г. Соціокультурна модель журналістики: традиції та інновації. Львів : ПАІС, 2008. 418 с.
3. Крайнікова Т. Розвиток лояльності аудиторії на основі знань про комунікаційну поведінку фанатів: "від закоханості до ідентичності". Scientific notes of the institute of journalism. 2022. Т. 2. С. 34-53. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2022_2_6

Науковий керівник: Житарюк М.Г., кандидат філологічних наук, доктор наук із соціальних комунікацій, професор.

Вікторія Новотна

*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Житомирського державного університету імені І. Франка*

СТРАТЕГІЯ ФОРМУВАННЯ ПЕРСОНАЛЬНОГО БРЕНДУ ФОТОГРАФА В ЦИФРОВИХ МЕДІА: ВІЗУАЛЬНИЙ ТА КОМУНІКАЦІЙНИЙ АСПЕКТИ

У тезах розкрито сутність персонального бренду фотографа як стратегічного активу в умовах сучасних цифрових комунікацій. Проаналізовано особливості використання Instagram, TikTok та Threads для просування контенту. Описано роль практичних доробок у формуванні цілісного медійного образу фахівця.

Ключові слова: *персональний бренд, фотограф, Instagram, контент-стратегія, візуальна ідентичність, цифрові медіа.*

У сучасних умовах розвитку цифрових технологій поняття бренду трансформується з інструменту просування товарів у комплексне соціально-комунікаційне явище, що охоплює також особистість фахівця. Особливо актуальним це є для представників креативних професій,