

Отже, онлайнове медіа «Полонне.City» є прикладом сучасного регіонального інформаційного ресурсу, що поєднує локальний фокус, авторський контент і дотримання високих журналістських стандартів. Його діяльність базується на принципах незалежності, прозорості та активної взаємодії з аудиторією, що забезпечує довіру користувачів і ефективність комунікації.

Список використаних джерел

1. Про редакцію. Полонне.City. URL : <https://polonne.city/home/about>. (дата звернення: 15.04.2026).

Безейко Вероніка – здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності «Журналістика» факультету філології й журналістики імені Михайла Стельмаха Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

Науковий керівник – Гандзюк В.О., кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю, декан факультету філології й журналістики імені Михайла Стельмаха Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

ВІКТОРІЯ БУХТІЙ

ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ ЮВІЛЕЙНИХ ВИДАНЬ У СИСТЕМІ УНІВЕРСИТЕТСЬКОЇ КОМУНІКАЦІЇ

У сучасному інформаційному суспільстві заклади вищої освіти функціонують не лише як освітні й наукові інституції, а і як повноцінні суб'єкти соціальних комунікацій. Вони конкурують за увагу абітурієнтів, вибудовують партнерства, формують власний бренд і активно працюють над репутацією у публічному просторі. У цьому контексті важливу роль відіграє видавнича діяльність університетів, яка охоплює широкий спектр продукції – від навчальної літератури до іміджевих і презентаційних матеріалів. Особливе місце серед них займають ювілейні видання, що створюються з нагоди визначних дат і виступають не лише як джерело інформації, а й як інструмент стратегічної комунікації.

Ювілейне видання можна розглядати як специфічний різновид книжкової продукції, приурочене конкретній ювілейній даті, наприклад, річниці заснування університету, факультету, кафедри або іншого структурного підрозділу [1, с.85]. Його зміст спрямований на узагальнення історичного досвіду, висвітлення ключових етапів

розвитку, представлення досягнень та окреслення перспектив розвитку чи плані на майбутнє. Таке видання не обмежується фактографічною функцією, а виступає засобом формування образу установи.

У системі соціальних комунікацій ювілейні видання виконують багатофункціональну роль. Передусім вони забезпечують інформаційний обмін, акумулюючи та поширюючи знання про діяльність закладу. Водночас вони виконують іміджеву функцію, адже сприяють формуванню позитивного сприйняття університету як успішної, стабільної та перспективної інституції. Не менш важливою є інтегративна функція, що проявляється в об'єднанні університетської спільноти навколо спільної історії та досягнень. Крім того, ювілейні видання мають культурну місію, оскільки фіксують і передають наступним поколінням традиції, цінності та досвід.

Особливості підготовки ювілейних видань значною мірою визначаються їх змістовою специфікою. На відміну від стандартних навчальних чи наукових текстів, вони мають синтетичний характер, поєднуючи елементи історичного дослідження, публіцистики, аналітики та презентаційного матеріалу. У таких виданнях зазвичай представлено історичний огляд становлення університету, розкрито основні етапи його розвитку, висвітлено досягнення у науковій, освітній та громадській діяльності. Важливим компонентом є також інформація про структурні підрозділи, освітні програми, міжнародні зв'язки, участь у всеукраїнських та міжнародних проєктах.

Суттєвою рисою ювілейних видань є персоніфікація змісту. Адже через біографічні довідки, інтерв'ю, спогади та нариси розкривається внесок конкретних людей у розвиток навчального закладу. Це можуть бути ректори, науковці, викладачі, випускники, які досягли значних результатів у своїй професійній діяльності. Такий підхід дозволяє не лише передати фактичну інформацію, а й створити емоційний вимір тексту, що підсилює його вплив на читача.

Важливою характеристикою ювілейних видань є поєднання документальності та публіцистичності. Вони базуються на архівних джерелах, офіційних документах, статистичних даних, що забезпечує достовірність і наукову обґрунтованість матеріалу. Крім того тексти орієнтовані на широку аудиторію, тому мають бути доступними, логічними та стилістично виразними.

Не менш важливою складовою підготовки ювілейного видання є його візуальне та художнє оформлення, яке безпосередньо впливає на сприйняття змісту та загальне враження від видання. Художнє редагування як послідовний процес аналізу, оцінки та контролю за якістю виконання зображальних елементів забезпечує обґрунтування концепції оформлення і її поліграфічне втілення, що

особливо важливо для ювілейних видань як іміджевих продуктів. Саме через систему зображальних засобів реалізується головне завдання – відтворити ідею видання так, щоб воно виокремлювалося серед інших, відповідало своїй тематиці, структурі та змісту, а також забезпечувало читачеві зручність, естетичне задоволення і ефективність сприйняття інформації.

У ювілейних виданнях візуальний компонент виконує не допоміжну, а рівноцінну комунікаційну функцію. Фотографії, архівні матеріали, ілюстрації, діаграми та інші елементи не лише доповнюють текст, а й формують окремий інформаційний пласт. Завдання художнього оформлення – забезпечити єдність форми і змісту, створити естетично довершену матеріальну конструкцію видання, яка буде зручною у користуванні, привабливою для читача та функціонально виправданою. Зокрема, обкладинка має виконувати роль комунікаційного сигналу, привертаючи увагу та стимулюючи інтерес, тоді як внутрішні елементи оформлення повинні організовувати процес читання, роблячи його логічним і комфортним.

Особливу роль у цьому процесі відіграє взаємодія редактора та художнього редактора. Редактор, який глибоко розуміє зміст і структуру видання, ініціює ідеї художнього оформлення, формує концепцію та контролює відповідність зображального ряду текстовому наповненню. Уже на стадії формування концепції слід окреслити стиль ілюстрацій, принципи їх розташування та забезпечити узгодженість графічних рішень, що допомагає уникнути стилістичної розрізненості й гарантує цілісність видання [2].

Підготовка ювілейного видання потребує чіткої організації та злагодженої роботи команди фахівців. На початковому етапі визначаються ключові параметри: концепція, мета, цільова аудиторія, обсяг і структура майбутнього видання. Важливим складником є збір матеріалів, який передбачає роботу з архівними джерелами, бібліотеками, приватними колекціями, а також проведення інтерв'ю й опитувань. Особливу увагу приділяють перевірці достовірності фактів, адже такі видання мають тривалу цінність і часто слугують джерельною базою для подальших досліджень.

Наступний етап охоплює написання та редакційне опрацювання текстів. При цьому важливо зберегти єдність стилю, послідовність викладу й відповідність матеріалу загальній концепції. Далі відбувається підготовка ілюстрацій, розробка дизайнерського рішення та верстка. Фінальні стадії включають коректуру, технічну підготовку до друку й контроль якості. Увесь цей процес вимагає значних часових і організаційних ресурсів, що зумовлює його тривалість.

У системі університетських комунікацій ювілейні видання виступають важливим інструментом як внутрішньої, так і зовнішньої взаємодії. Для внутрішньої аудиторії вони сприяють формуванню корпоративної культури, зміцненню відчуття приналежності до спільноти, усвідомленню спільної історії та цінностей. Для зовнішньої аудиторії такі видання є джерелом інформації про університет, його досягнення, науковий потенціал і перспективи розвитку. Вони активно використовуються у презентаційній діяльності, під час офіційних заходів, зустрічей із партнерами, участі у виставках і форумах.

Ювілейні видання виступають важливим елементом комунікаційної стратегії закладів вищої освіти. Вони поєднують у собі функції історичної пам'яті, інформаційного ресурсу та іміджевого продукту, що дозволяє ефективно представляти університет у сучасному інформаційному просторі. Особливості їх підготовки зумовлені необхідністю інтеграції різних типів контенту, забезпечення високого рівня достовірності, а також привабливості для читача. У підсумку ювілейне видання стає не лише результатом видавничої діяльності, а й важливим чинником формування репутації університету, його позиціонування у національному та міжнародному освітньому середовищі.

Список використаних джерел

1. Тимошик М. Видавнича продукція та її види. Книга як основний предмет виданичої діяльності. Друкарство. 2001. № 5. С. 84–86.
2. Тимошик М. Технічне редагування: теоретичні та практичні аспекти / Тимошик М. – К. : КНУКіМ, 2012. – 31 с. – (Теорія та історія видавничої справи і редагування ; вип. 7)

Бухтій Вікторія – здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності «Журналістика» факультету філології й журналістики імені Михайла Стельмаха Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

Науковий керівник – Гандзюк В.О., кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю, декан факультету філології й журналістики імені Михайла Стельмаха Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.