

Ірина Богачук

асистент кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю, Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського

МОДЕЛЬ КОНВЕРГЕНТНОЇ РЕДАКЦІЇ СУЧАСНОГО МЕДІА: СТРУКТУРНИЙ АНАЛІЗ «РАДІО СВОБОДА»

У статті проаналізовано модель конвергентної редакції сучасного медіа на прикладі «Радіо Свобода», зосереджуючись на її структурних і функціональних особливостях. Визначено ключові рівні організації редакції, а також поєднання централізації та автономії в межах єдиної медіасистеми. Дослідження демонструє ефективність інтеграції різних форматів і платформ у спільному редакційному циклі в умовах цифрового середовища.

Ключові слова: конвергентна редакція, медіаконвергенція, цифрові медіа, кросмедійність.

У цифровому медіасередовищі конвергентна редакція постає не лише як технічне об'єднання платформ, а як спосіб організації виробництва контенту, за якого новинна, аналітична, аудіовізуальна й дистрибуційна логіка працюють у спільному редакційному циклі [1]. У цьому контексті «Радіо Свобода» є показовим прикладом сучасного медіа, де конвергенція реалізується одночасно на рівні структури, форматів, редакційних стандартів і каналів поширення контенту.

Мета дослідження – виявити ключові структурні ознаки конвергентної редакції на прикладі «Радіо Свобода» та окреслити функціональну модель її роботи. Методологічну основу становлять структурно-функціональний аналіз, аналіз цифрової архітектури медіа, а також узагальнення наукових підходів до розуміння мультимедійної, кросмедійної та конвергентної редакції.

Теоретично важливо розрізняти суміжні поняття. Мультимедійна редакція поєднує різні типи контенту в межах одного матеріалу; кросмедійна – адаптує той самий зміст для кількох платформ; конвергентна – інтегрує редакційні процеси, кадри, формати й канали дистрибуції в єдину виробничу систему [1]. Дослідники також пов'язують таку модель з універсалізацією ролей, появою нових редакторських функцій і зміною newsroom culture, коли виробництво контенту від початку планується для кількох середовищ споживання [2]. Саме цей тип є найточнішим для опису «Радіо Свобода».

Структурний аналіз сайту й пов'язаних сторінок дає підстави виділити кілька рівнів організації. Перший рівень – базова новинна редакція з

широкою тематичною сіткою: політика, економіка, суспільство, культура, спорт, Україна, світ, війна [6]. Другий – спеціалізовані проєктні вертикалі, які мають власну тематичну, форматну й часто платформну ідентичність: «Схеми», «Крим.Реалії», «Донбас.Реалії», «Приазов'я», «Китай.Виклики» та ін. Третій – форматні підсистеми: мультимедіа, фото, спецпроєкти, телепрограми, подкасти [6, 7]. Четвертий – зовнішні канали дистрибуції, інтегровані в редакційну модель: YouTube, Facebook, Instagram, Telegram, Apple Podcasts, Spotify, YouTube Music [5, 6, 7].

Отже, редакція функціонує не за схемою «окремий відділ – окрема платформа», а як інтегрований вузол із тематичними й форматними відгалуженнями. Умовно цю модель можна визначити як проєктно-платформну конвергентну редакцію. Її ядром є спільний бренд, єдині редакційні стандарти та координація контенту, а периферією – спеціалізовані продукти, що працюють на різні аудиторні сегменти й способи споживання інформації. Така структура відповідає висновкам дослідників, які пов'язують конвергенцію з перебудовою редакційної організації, синхронізацією виробництва та постійною адаптацією контенту до платформної логіки [2].

Особливістю моделі «Радіо Свобода» є поєднання централізації та автономії. З одного боку, українська служба входить до ширшої мережі RFE/RL і працює в межах єдиних професійних стандартів, де наголошено на точності, верифікації, двох незалежних джерелах, коректному атрибутуванні, розмежуванні форматів і стандартизованому брендингу на вебплатформах та в соціальних мережах [6]. З іншого боку, окремі проєкти мають власні редакційні обличчя, тематичну спеціалізацію, окремі YouTube-напрями та сталі аудиторні спільноти. Це дає змогу одночасно підтримувати цілісність медіаорганізації та гнучкість у роботі з нішевими темами.

Показово, що сучасна українська «Радіо Свобода» поєднує оперативну новинну журналістику, розслідування, фронтові репортажі, документальні фільми, подкасти та спецпроєкти [4]. Конвергенція тут виявляється не лише у множинності носіїв, а у здатності однієї редакційної системи продукувати різноформатний контент для різних сценаріїв споживання: читання, перегляду, прослуховування, шерінгу в соцмережах і повторного платформного поширення.

Отже, «Радіо Свобода» репрезентує зрілу модель конвергентної редакції, в якій інтеграція відбувається на трьох рівнях: організаційному, форматному та дистрибуційному. Її структурна ефективність забезпечується не лише наявністю багатьох платформ, а передусім здатністю поєднувати новини, розслідування, відео, подкасти й спецпроєкти в єдиний редакційний цикл. Саме така модель є показовою для сучасних медіа, що працюють в умовах цифрової конкуренції, платформізації та фрагментації аудиторій.

Список використаних джерел

1. Василик Л. Є. Крос-медіа як тренд сучасної журналістики. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. Т. 52. С. 297–300.
2. Женченко М. І. Новітні редакторські професії в умовах конвергенції та мультимедіатизації ЗМІ. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2012. Т. 49. С. 142–146.
3. Женченко М. І. Організаційні моделі редакцій ЗМІ в умовах мультиплатформного медіавиробництва. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Т. 55. С. 80–84.
4. Jenkins H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York : New York University Press, 2006. 368 p.
5. Про українську редакцію Радіо Свобода. URL: <https://www.radiosvoboda.org/about-radiosvoboda> (дата звернення: 06.04.2026).
6. Програми. Радіо Свобода : вебсайт. URL: <https://www.radiosvoboda.org/p/6981.html> (дата звернення: 06.04.2026).
7. Подкасти. Радіо Свобода : вебсайт. URL: <https://www.radiosvoboda.org/p/7606.html> (дата звернення: 06.04.2026).

Дар'я Демиденко

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

ВИКОРИСТАННЯ СТАТИЧНОЇ ТА ДИНАМІЧНОЇ ІНФОГРАФІКИ В НОВИНАРНОМУ ПОТОЦІ «I-VIN.INFO»

У статті висвітлено особливість візуальної подачі контенту як основного елемента залучення аудиторії, опрацьовано вміст медіа-платформи, досліджено структуру та жанрову специфіку видання, на прикладі «I-vin.info». Проаналізовано графічні та інтерактивні складники ресурсу.

Ключові слова: візуалізація, діджиталізація, онлайн-медіа, інтерактивність, цифровізація контенту, специфіка, кросмедійність.

Сучасний інформаційний простір характеризується значними викликами, пов'язаними з процесами цифровізації контенту. Онлайн-журналістика також не є винятком. Інтернет-видання щороку продукують дедалі більший обсяг матеріалів, оновлюючи свій сегмент і структурні особливості. Завдяки цьому відбувається формування нових