

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

жанрових властивостей, та мультимедійних форматів. Таке наповнення зумовлює потребу в систематизації та науковому осмисленні процесів їх модернізації.

Значущість дослідження полягає у трансформації місцевих ЗМК, які перестали бути звичайним джерелом новин, а вийшли на новий рівень діджиталізації та стали надійними провідниками у сфері соціальних послуг. Аналіз публікацій «I-vin.info» демонструє якісну інтеграцію візуальних елементів та інфографіки, підсилюючи емоційний інтерес читачів.

Поєднання динаміки зображувальних елементів із текстовим контентом дозволяє виданню мати ефективний зворотній зв'язок із мешканцями громади. В такий спосіб платформа на відміну від традиційної журналістики, краще сприяє формуванню довіри та оптимізовано взаємодіє з аудиторією.

Проблематика теми зумовлена необхідністю пошуку нових форматів для взаємодії із аудиторією. За словами Т. Плеханової, пріоритетом сучасних журналістів є ефективно та швидко ознайомлення із медіапродуктом, що відбувається за допомогою пристосування інформаційного поля до потреб кожного читача. Уповільнення теоретичного осмислення контенту на фоні стрімкого розвитку технологій змушує редакторів знаходити нові методи привернення уваги, зокрема, впроваджують інноваційні візуальні елементи.[2, с. 252].

Через глобальну інноваційність контенту, онлайн-видання почали змінювати наповнення стрічок, спираючись на популярні вимоги сьогодення. Також спостерігається перехід медіа-ресурсів до візуальних образів, де ключовим аспектом виступає оперативність відтворювальних елементів та поглиблений контакт із користувачами. Складність текстових конструкцій замінюється спрощеними цитуваннями і коротким змістом викладення думок, заповнюючи основний арсенал публікацій мультимедійними та анімованими вставками. Тепер онлайн-сайти мають бути не просто інформативним, а графічно бездоганним, адже високий стандарт оформлення став «вхідним квитком» до уваги публіки. Споживач більше не хоче вивчати «сухі» факти – він шукає живий, наочно адаптований продукт, який поважає його час і приносить задоволення від перегляду.

Головна сторінка «I-vin.info» демонструє великий рівень відтворювальної динаміки, яка заохочує відвідування інтернет-сервісу з перших секунд. Особливість наповнення забезпечує інтерактивність інтерфейсу: наприклад, використання динамічних взаємодій у навігаційному меню (насамперед, анімоване акцентування на рубриках, як-от «Суспільство») створює відчуття живого діалогу з платформою.

Невід'ємним складником є рекламна інтеграція, що надає спрощеність викладу думок, не перенавантажуючи зміст, а органічно вписується своєю гармонійністю.

Особливість розділу «Мультимедіа» має зручну відеовізуалізацію, що дозволяє переглядати YouTube-проекти, не залишаючи сторінки. Поєднання свіжих авторських ілюстрацій та відео перетворює звичайні новин на гнучкий медіапростір, що миттєво адаптується до запитів аудиторії. Тут кожен елемент дбає про комфорт людини, допомагаючи їй легко орієнтуватися в потоці подій та отримувати інформацію у найбільш зручному форматі.

З огляду на трансформацію контенту в сучасному кросмедійному просторі визначається зміщенням акценту з текстовим підходом на об'єктивну візуалізацію, де графічний складник виступає не просто ілюстрацією, а мовою емпатії та поваги до когнітивних потреб читача [3, с. 40]. У цьому контексті також можна виокремити те, що інформаційна графіка сьогодні є складною комунікаційною практикою, що втілюється у розмаїтті форм і функцій. Вона вдало поєднує в собі суто журналістські завдання та дизайнерські рішення, де ключовими властивостями виступають понятійність, наочність та естетична привабливість. У наукових колах і досі бракує єдиного погляду на природу інфографіки: її трактують і як метод передання новин, і як декоративний прийом [1].

Проте, аналізуючи структуру сучасних медіаплатформ, можна стверджувати, що інфографіка є повноправним засобом презентації інформації. Вона володіє всіма ознаками повноцінного журналістського твору, оскільки не лише ілюструє факт, а й формує глибокий контекст, роблячи візуальний простір максимально зрозумілим.[4, с. 310].

Підсумовуючи повноту дослідження можна запевнити, що у сучасному просторі Вінниччини портал «I-vin.info» постає взірцем успішного медіахолдингу, який не просто підлаштовується під виклики інформаційної епохи, а й задає новий стандарт якості для інтернет-ЗМІ.

Ресурс демонструє перехід до іншого рівня цифрової преси, слугуючи об'єктом для наслідування та глибокого аналізу механізмів олюднення віртуального середовища. Майбутнє місцевої журналістики – у поєднанні нових технологій та постійної уваги до потреб людей. Отже, «I-vin.info» є вдалим прикладом сучасного медіа, що може бути одночасно прогресивним і зрозумілим для кожного.

Список використаних джерел

1. Одобецька І. Адаптація регіонального телевізійного контенту до формату соціальних мереж (на прикладі телеканалу «ВІТА». Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2024. Випуск 54-55. С. 231-239.

2. Плеханова Т. М. Візуальна ідентифікація та дизайн-стратегії сучасних медіаплатформ. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2021. Том 32 (71). № 3, ч. 2. С. 238–244.

3. Чабаненко М. В. Мультимедійність в інтернет-журналістиці : навч.-метод. посіб. Запоріжжя : Просвіта, 2018. 80 с.

4. Швед О. В. Інфографіка як засіб візуальної комунікації в сучасній журналістиці. *Гуманітарна освіта у технічних вищих навчальних закладах*. 2014. Вип. 30. С. 305–313. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gotvnz_2014_30_29 (дата звернення: 23.04.2026).

5. I-vin.info : інформаційний портал. URL: <https://i-vin.info/> (дата звернення: 23.04.2026)

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

Дмитро Марковський

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

TELEGRAM-КАНАЛИ ЯК ІНСТРУМЕНТ СУЧАСНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

У статті описано специфіку Telegram як месенджера і повноцінної медіаплатформи в сучасному цифровому середовищі. Проаналізовано особливості цього каналу комунікації у підтримці різних форматів контенту, окреслено його значущість у ролі інструмента контент-маркетингу, указано на ризики використання в журналістиці.

Установлено, що Telegram є ефективною платформою для поширення новин, аналітичного контенту та побудови комунікації з аудиторією.

Ключові слова: *Telegram, Telegram-канали, соціальні мережі, месенджер, медіаплатформа, контент, аудиторія.*

У сучасному інформаційному суспільстві цифрові технології суттєво трансформують підходи до створення та поширення інформації. Традиційні засоби масової інформації поступово втрачають монополію, поступаючись місцем новим медіаплатформам. Однією з таких платформ є месенджер Telegram, який активно використовують як канал поширення новин й аналітичного контенту.