

ВЕРОНІКА БЕЗЕЙКО

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ДИЗАЙН ОНЛАЙНОВОГО МЕДІА «ПОЛОННЕ.CITY»

Незалежне інтернет-видання «Полонне.City» є важливим регіональним інформаційним ресурсом Хмельницької області, що функціонує з 2018 року. Редакція онлайн-медіа позиціонує себе так: «Полонне.City – це медіа про життя Полонської громади, Шепетівського району та Хмельниччини. Ми створюємо 100% авторський контент: новини, репортажі, інтерв'ю, відео та історії людей, які живуть поруч із нами. Наша редакція – це команда, яка живе в Полонному і знає місто та район зсередини. Ми не копіюємо чужі матеріали і не займаємось копіпастом. Кожен текст, кожне фото, кожне відео – наше власне» [15].

Контент медіа «Полонне.City» ґрунтується на принципах авторства, достовірності та незалежності: редакція створює власні матеріали, перевіряє інформацію та не залежить від політичних чи бюджетних структур. Важливою характеристикою сайту є чіткий локальний фокус, оскільки він орієнтується саме на потреби та інтереси мешканців регіону, уникаючи загальнонаціонального новинного порядку денного.

Редакцію онлайн-видання «Полонне.City» складають: шеф-редактор Квашин Віталій Валерійович, редакторка та журналістка Цимбалюк Анна Вікторівна і монтажер та оператор Максимов Максим Вікторович.

Медіа також активно взаємодіє з аудиторією, залучаючи користувачів до створення контенту та комунікації, а також розвиває мультимедійні формати й присутність у соціальних мережах. Окрім інформаційної функції, сайт виконує комунікаційно-рекламну роль, співпрацюючи з місцевим бізнесом і створюючи різні формати промоконтенту для охоплення широкої аудиторії.

Рекламна політика медіа «Полонне.City» ґрунтується на принципах прозорості, етичності та редакційної незалежності. Усі комерційні матеріали чітко маркуються й відокремлюються від журналістського контенту, що унеможливорює приховану рекламу та вплив рекламодавців на редакційну політику. Медіа дотримується суворого відбору партнерів, співпрацюючи лише з тими, хто відповідає його цінностям, і відмовляється від сумнівних або незаконних категорій товарів і послуг.

Важливою складовою є дотримання правових і професійних стандартів, зокрема використання ліцензованого контенту в рекламі та недопущення маніпулятивних практик. Редакція залишає за

собою право відмовити у публікації будь-якої реклами, навіть якщо вона формально законна, але суперечить етичним засадам медіа.

Крім того, Polonne.City підкреслює свою незалежність на фінансовому, політичному та редакційному рівнях: медіа не залежить від одного джерела фінансування, не пов'язане з політичними структурами, а всі рішення щодо контенту ухвалюються виключно редакцією. Це забезпечує довіру аудиторії та підтримує високі стандарти журналістики.

Дизайн медіасайту «Полонне.City» є типовим прикладом сучасного локального онлайн-медіа з чіткою орієнтацією на зручність сприйняття та швидкий доступ до інформації. Головна сторінка (<https://polonne.city/>) оформлена у сучасному мінімалістичному стилі (див. Додаток А). У верхній частині сторінки розміщено яскравий жовтий інформаційний банер, який одразу привертає увагу та виконує функцію анонсу, своєрідного заклику перейти в Telegram: *«Усі новини міста — у Telegram. Разом переможемо!»*. Це типовий елемент для онлайн-медіа, спрямований на утримання аудиторії та перенаправлення на інші платформи. Нижче знаходиться головне навігаційне меню у стриманій темній гамі, що створює контраст і забезпечує зручний доступ до основних розділів.

Центральну частину займає логотип «Полонне.City», виконаний у поєднанні строгого шрифту та рукописного стилю, що додає бренду впізнаваності та певної локальної ідентичності. Під логотипом розміщено стилізовану ілюстрацію міського ландшафту, яка виконує декоративну функцію та підсилює відчуття прив'язаності до Хмельницького регіону.

Ліва колонка містить додаткові інформаційні віджети (погода, курс валют), що підвищує практичну цінність сторінки для користувача. Нижнє меню дублює або деталізує рубрики, використовуючи просту горизонтальну структуру з розділювачами, що полегшує навігацію.

Веб-сайт побудований за зразком новинного порталу з класичною структурою стрічки новин: на головній сторінці розміщені розділи новин, популярних статей, відео та тематичних категорій. Навігація організована за допомогою верхнього меню, розділеного на категорії («Місто», «Район», «Люди», «Відео» тощо), що забезпечує швидкий доступ до різних типів контенту. Дизайн мінімалістичний, без надмірної кількості декоративних елементів, що відповідає функціональності новинного ресурсу. Важливу роль відіграє візуальна ієрархія: найважливіші новини виділені за допомогою більших зображень та шрифтів, тоді як другорядні новини представлені у більш компактних блоках. Такий підхід полегшує користувачам огляд сторінки.

Дизайн сайту орієнтований на швидке сприйняття інформації: короткі тексти, чіткі заголовки та швидкий доступ до відео та новин. Включення гіпертекстових елементів (меню, розділи, внутрішні посилання) забезпечує зручну навігацію та сприяє нелінійному сприйняттю контенту. Сайт також підтримує мультимедійний контент та регулярне оновлення матеріалів відповідно до стандартів онлайн-журналістики.

Онлайнове видання «Полонне.City» має офіційні сторінки у соціальних мережах, які також є важливими каналами поширення контенту медіа та інструментом комунікації з аудиторією. Вони орієнтована на оперативне інформування користувачів про події у Полонному та громаді, публікуючи новини, важливі повідомлення, інтерв'ю, а також фото- й відеоматеріали.

Станом на 15 квітня 2026 року сторінка у Facebook (<https://www.facebook.com/polonne.city>) має понад 13 тисяч підписників, що свідчить про значну популярність ресурсу серед місцевих жителів. Сторінка у Telegram (<https://t.me/polonnecity>) є оперативним цифровим майданчиком медіа, призначеним для швидкого поширення новин і важливої інформації для мешканців громади. Канал налічує понад 600 підписників і позиціонується як джерело «достовірної та актуальної інформації», що оперативно реагує на події міста та регіону. Сторінка в Instagram (<https://www.instagram.com/polonne.city>) має 449 дописів, 6 807 читачів та 603 підписника. Контент онлайн-видання «Полонне.City» в усіх цих соціальних мережах має регулярний характер і адаптований до їх формату – короткі пости, візуальний супровід, емоційні заголовки, що сприяє швидкому залученню уваги та поширенню інформації.

YouTube-канал (<https://www.youtube.com/@polonne>) є мультимедійною платформою медіа, що доповнює його інформаційну діяльність відеоконтентом. Канал містить близько 50 відео та має понад 500 підписників, що свідчить про поступовий розвиток і формування аудиторії в межах локального медіапростору.

Канал у TikTok (<https://www.tiktok.com/@polonne.city>) є сучасним короткоформатним відеоканалом медіа «Полонне.City», орієнтованим на швидке та емоційне донесення інформації до аудиторії. Контент сторінки представлений у форматі коротких відео, що відповідає специфіці платформи та дозволяє оперативно реагувати на події у громаді. Основу контенту становлять новини, відео з місця подій, історії людей, а також розважальні або іміджеві ролики, пов'язані з життям міста Полонного та регіону. Відео зазвичай мають динамічний монтаж, супроводжуються текстовими підписами та музикою, що підсилює емоційний ефект і сприяє кращому залученню користувачів.

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