

ВІННИЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА КОЦЮБИНСЬКОГО

Факультет філології й журналістики імені Михайла Стельмаха

Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**СТРУКТУРА, КОНТЕНТ, КРОСМЕДІЙНІСТЬ АУДИТОРІЇ
ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯ «СІЧ НЬЮЗ»**

Студентки IV курсу, групи 4ЖА
Освітньої програми *Журналістика*
Галузі знань *06 Журналістика*
Спеціальності *061 Журналістика*
Ступеня вищої освіти *бакалавра*
Тихолаз Яни Костянтинівни

Науковий керівник: Гандзюк В.О.,
доцент, кандидат наук із соціальних
комунікацій

Розширена шкала _____

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Голова Екзаменаційної комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

Члени Екзаменаційної комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

(підпис) (ініціали, прізвище)

(підпис) (ініціали, прізвище)

АНОТАЦІЯ

У кваліфікаційній роботі визначено та проаналізовано особливості структури, контенту, кросмедійності аудиторії Вінницького інтернет-видання «Січ Ньюз», досліджено структуру його аудиторії. Виявлено нові зв'язки між організаційною структурою, контентом та кросмедійною взаємодією, що створює основу для подальшої розробки моделей оптимізації цифрових платформ. Отримані дані сприяють покращенню як контент-стратегій, так і технологічних рішень, що використовуються сучасними інтернет-виданнями. Дослідження висвітлює не тільки поточний стан та тенденції розвитку інтернет-видання, але й запропонувало нові перспективи для подальших наукових досліджень у сфері цифрових медіа.

Ключові слова: структура, контент, кросмедійність, онлайн-платформи, інтернет-видання, соціальні мережі, залученість аудиторії.

ANNOTATION

In the qualification work, the features of the structure, content, and cross-media of the audience of the Vinnytsia online publication «Sich News» were determined and analysed, and the structure of its audience was studied. New links between organisational structure, content and cross-media interaction have been discovered, which creates the basis for the further development of models for optimising digital platforms. The data obtained contribute to the improvement of both content strategies and technological solutions used by modern Internet publications. The study not only highlighted the current state and trends in the development of the online publication, but also offered new prospects for further scientific research in the field of digital media.

Keywords: structure, content, cross-media, online platforms, online publications, social networks, audience engagement.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
 РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТРУКТУРИ, КОНТЕНТУ ТА КРОСМЕДІЙНОСТІ ІНТЕРНЕТ-ВИДАНЬ.....	 8
1.1. Структура інтернет-видань: основні елементи та тенденції розвитку	8
1.2. Контент інтернет-видань: вимоги до якості та формати подання	13
1.3. Кросмедійність як стратегія залучення аудиторії.....	19
 РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТРУКТУРИ, КОНТЕНТУ, КРОСМЕДІЙНОСТІ АУДИТОРІЇ ІНТЕРНЕТ ВИДАННЯ «СІЧ НЬЮЗ»	 25
2.1. Загальна характеристика інтернет-видання «Січ Ньюз»	25
2.2. Аналіз структури та наповнення контенту інтернет-видання «Січ Ньюз».....	28
2.3. Оцінка кросмедійної політики інтернет-видання «Січ Ньюз»	30
2.4. Рекомендації щодо покращення структури, контенту та кросмедійності інтернет-видання «Січ Ньюз»	33
 ВИСНОВКИ	 40
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	43
ДОДАТКИ.....	46

ВСТУП

Стрімкий розвиток інформаційних технологій та глобальне поширення інтернету докорінно змінили сучасний медіапростір, створивши нові форми передачі інформації та взаємодії з аудиторією. Важливим аспектом цього розвитку стали інтернет-видання, які значно прискорили процес передачі новин. Журналісти тепер можуть у реальному часі повідомляти про події через соціальні мережі або новинні платформи пропонуючи оперативність, доступність та інтерактивність, що недосяжні для традиційних медіа. Це, своєю чергою, висуває нові вимоги до розуміння їхньої сутності, функціонування та впливу на суспільство.

Актуальність дослідження. Комунікативна роль мас-медіа в повсякденному житті постійно зростає. У сучасному світі - інтернет, соцмережі, месенджери витісняють традиційні способи донесення інформації (ТБ, Радіо, друковані ЗМІ), для людини набагато легше самотійно знайти потрібну їй інформацію в інтернеті, ніж шукати її по телеканалах або на радіо, вже не кажучи про покупку чергової газети або журналу. Підвищена потреба в ефективних засобах комунікації, зміна у попиті споживачів на візуальні та аудіовізуальні формати, а також вплив цифрових платформ та соціальних мереж роблять мультимедійний контент ключовим елементом сучасної медіастратегії. Це відкриває нові можливості для взаємодії з аудиторією, а також ставить перед дослідниками та професіоналами медіа завдання зрозуміти та вивчити роль контенту у формуванні культурних практик, комунікаційних стратегіях та впливі на суспільство. Інтернет-видання, будучи цифровим медіа, стає одним із ключових елементів кросмедійної стратегії, що дозволяє поширювати контент на різні аудиторії та збільшувати охоплення інформації. Отже, дослідження цих процесів дозволяє виявити нові виклики та можливості для журналістів.

Мета дослідження. Проаналізувати структур, контент та кросмедійність інтернет-видання, а також дослідити особливості його

аудиторії. Відповідно до зазначеної мети виникає необхідність вирішення таких **завдань**:

- визначити ключові характеристики та типологію сучасних інтернет-видань;
- з'ясувати специфіку, недоліки та переваги функціонування інтернет-видань;
- проаналізувати особливості структури та створення контенту онлайн-медіа;
- дослідити принципи та форми реалізації кросмедійності в інтернет-виданнях;
- охарактеризувати специфіку аудиторії інтернет-видань, її демографічні, соціальні та психологічні особливості;
- розробити практичні рекомендації щодо оптимізації функціонування інтернет-видань з урахуванням потреб сучасної аудиторії.

Об'єкт дослідження – інтернет видання «Січ Ньюз»

Предмет дослідження – прийоми інформування аудиторії інтернет видання «Січ Ньюз» за допомогою соцмереж і месенджерів.

Методи дослідження. Використано методи аналізу та синтезу, які дозволили дослідити об'єкт для цілісного розуміння; контент-аналіз; опитування (анкетування); спостереження та веб-аналітика, які відстежують поведінку користувачів на сайтах та в соціальних мережах, надаючи статистичні дані про відвідуваність та взаємодію.

Застосування цих методів комплексно дозволяють отримати всебічне уявлення про роботу інтернет-видання та його взаємодію з аудиторією.

Джерельна основа роботи – Останніми роками опубліковано чимало наукових праць, присвячених різним аспектам онлайн-журналістики. Ці дослідження охоплюють широкий спектр питань, пов'язаних із особливостями функціонування онлайн-медіа в сучасному інформаційному просторі. Так, наприклад, явище кросмедійності досліджують Л. Василик, А. Досенко, М. Женченко, В. Шевченко. Ключові характеристики інтернет-

видань, їхню структуру, принципи роботи, взаємодію з аудиторією розглядають у своїх працях А. Захарченко, М. Кіца, Р. Крейг, В. Тарасюк. Питанням адаптації традиційних журналістських жанрів у цифровому середовищі та виникненню нових форматів присвячені роботи Л. Городенко і Є. Цимбаленка, О. Грозної, І. Тонкіх, М. Чабаненко. Вплив технологічних інновацій на розвиток медіа вивчають О. Романчук, О. Ситник. Чимала кількість робіт із зазначеної тематики вказує на потребу в інтегрованому підході до вивчення трансформацій у сфері онлайн журналістики.

Наукова новизна кваліфікаційної роботи полягає у виявленні нових зв'язків між організаційною структурою, контентом та кросмедійною взаємодією, що створює основу для подальшої розробки моделей оптимізації цифрових платформ. Отримані дані сприятимуть покращенню як контент-стратегій, так і технологічних рішень, що використовуються сучасними інтернет-виданнями. Таким чином, дослідження не тільки висвітлює поточний стан та тенденції розвитку інтернет-видань, але й пропонує нові перспективи для подальших наукових досліджень у сфері цифрових медіа.

Теоретичне та практичне значення одержаних результатів. Результати даної дипломної роботи мають як значне теоретичне, так і важливе практичне значення для подальшого розвитку сфери інтернет-видань. На теоретичному рівні дослідження поглиблює уявлення про сутність та функціонування інтернет-видань як особливого типу медіа в умовах цифрової епохи. Систематизує знання про структуру, кросмедійність та контент інтернет-видань. Уточнює розуміння особливостей сучасної аудиторії інтернет-видань. Практична цінність одержаних результатів полягає в їхній можливості бути безпосередньо застосованими для підвищення ефективності функціонування інтернет-видань.

Одержані результати сприятимуть подальшому розвитку, підвищенню конкурентоспроможності онлайн-медіа в сучасному інформаційному просторі.

Структура кваліфікаційної роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, що містять 7 підрозділів, висновків, списку використаних джерел (29 позицій), 2 додатків. Загальний обсяг роботи – 48 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТРУКТУРИ, КОНТЕНТУ ТА КРОСМЕДІЙНОСТІ ІНТЕРНЕТ-ВИДАНЬ

1.1. Структура інтернет-видань: основні елементи та тенденції розвитку

За останні десятиліття онлайн-медіа відіграли визначальну роль у трансформації медійного простору, пристосовуючись до вимог цифрової епохи, реагуючи на появу нових технологій та зміни у медіаповедінці аудиторії. Сучасні інтернет-видання еволюціонували від простих веб-сторінок до складних мультимедійних платформ, що надають інформацію в різноманітних форматах. Їхня структура відображає як традиційні журналістські принципи, так і нові можливості, що надаються цифровими технологіями. Основними перевагами цих медіа є миттєва публікація новин, інтерактивність, мультимедійність, використання гіперпосилань, персоналізація контенту [1]. Онлайн-медіа як частина нових медіа мають низку особливостей, що суттєво відрізняють їх від традиційних засобів масової інформації. Серед ключових характеристик можна, зокрема, виділити: інтерактивність, що забезпечує активну взаємодію з аудиторією; персоналізацію інформації, яка адаптує контент під інтереси конкретного користувача; гнучкість форми, змісту й використання; безперервність подачі та споживання контенту. Крім того, онлайн-медіа вирізняються можливістю оперативного редагування й вилучення опублікованої інформації, швидкістю надання й оновлення даних [5].

Принципова відмінність цифрової, як її ще називають, онлайн-журналістики від традиційної полягає в тому, що йдеться про «поєднання в онлайн-сфері друкованих елементів із елементами аудіо та відео, модуляризацію текстових елементів за допомогою гіперпосилань, а також нові форми взаємодії з користувачем, відсутність граничних термінів виробництва

й збуту на одній технічній платформ. Аналізуючи особливості цифрової журналістики, Б. Потятиник підкреслює ознаку інтеграції: «Цифрова журналістика має дивовижну властивість поєднувати глибину аналітичного підходу чи розслідування з легкістю, швидкістю і навіть грайливістю телебачення» [15]. Своєрідною комунікаційною рисою онлайнових медіа, як стверджує І. Тонкіх, є «перерозподіл традиційних ролей між комунікатором реципієнтом: замість вертикальної моделі спілкування виникає горизонтальна модель, у якій обидва учасники стають рівноправними» [21]. Л. Мудрак зазначає: «цифрова епоха надає небачені раніше можливості, а революційний розвиток нових медіа неминуче призводить до руйнації традиційних ЗМІ» [13].

На думку В. Прощенко та О. Кирилової, в сучасному науковому дискурсі можна сформулювати визначення кросмедіа в журналістиці як процесу виробництва, передачі та функціонування певного повідомлення через дві та більше медіаплатформи, що включає інформаційний обмін і між каналами поширення, і між виробниками та споживачами [17]. Це трактування чітко окреслює головну особливість явища, що простежується в самій етимології терміну. Адже воно походить від англійського «to cross media», що означає перетин або перехід через медіа. Виходить, що медіапродукт пересувається різними медійними платформами [17].

Важливим кроком у розвитку онлайн-медіа в Україні стало їхнє законодавче врегулювання. У грудні 2022 року був ухвалений Закон «Про медіа» (набув чинності 31 березня 2023 року), який увів у законодавче поле України поняття онлайн-медіа як «медіа, що регулярно поширює інформацію у текстовій, аудіо-, аудіовізуальній чи іншій формі в електронному (цифровому) вигляді за допомогою мережі Інтернет на власному вебсайті, крім медіа, які віднесені Законом до аудіовізуальних медіа» [16]. Основними ознаки онлайн-медіа згідно з законом є:

1. Регулярність поширення інформації, що характеризується систематичністю та рівномірністю подачі контенту.

2. Форма зовнішнього прояву інформації, яка може бути текстовою, аудіо, аудіовізуальною в електронному (цифровому) форматі.

3. Поширення інформації за допомогою мережі Інтернет.

4. Наявність власного вебсайту [9].

До законодавчого визначення, з урахуванням журналістських принципів і практик, можна додати ще такі аспекти: відповідальне виробництво та поширення контенту для широкої аудиторії, виконання основних функцій журналістики. Комплексне розуміння онлайн-медіа дозволяє глибше досягнути динаміку їхнього розвитку та роль у сучасному інформаційному просторі, враховуючи не лише технічні аспекти, а й професійні стандарти та їхню соціальну відповідальність.

До основних елементів структури інтернет-видань відносяться:

- Головна сторінка (Homepage). Це візитівка видання, що надає огляд найважливіших новин, статей та матеріалів. Вона зазвичай містить заголовки, короткі анотації, зображення та посилання на повні версії матеріалів. Головна сторінка має бути інтуїтивно зрозумілою, швидко завантажуватися та адаптуватися до різних пристроїв (привабливий вебдизайн).

- Розділи та рубрики. Інформація повинна бути структурована за тематичними розділами (наприклад: «Політика», «Економіка», «Культура», «Технології», «Спорт» тощо). Це дозволяє користувачам легко знаходити цікавий для них контент. Всередині розділів можуть бути підрозділи або рубрики для більш детальної класифікації.

- Матеріали (статті, новини, репортажі). Це основний контент видання. Вони можуть містити текст, фотографії, відео, аудіо, інфографіку, інтерактивні елементи. Гіперпосилання забезпечують ефективне пересування між різними частинами контенту, дозволяючи швидко отримувати доступ до додаткової інформації. Вони можуть вести як до інших матеріалів того ж видання, так і до зовнішніх ресурсів, включаючи першоджерела.

- Пошук. Функція пошуку є критично важливою для інтернет-видань, оскільки дозволяє користувачам швидко знаходити конкретний контент за ключовими словами.
- Меню навігації. Це система посилань, яка допомагає користувачам орієнтуватися по сайту. Може бути як головне меню, що веде до основних розділів, так і додаткові меню (наприклад: «топ-матеріали», «популярне»).
- Блоки з рекомендованим контентом. Часто зустрічаються блоки типу «Читайте також», «Схожі матеріали» або «Найпопулярніше», що збільшує час перебування користувача на сайті та знайомить його з іншими матеріалами.
- Мультимедійні елементи. Відеогалереї, фотогалереї, аудіоподкасти, інтерактивні карти, інфографіка стають невід'ємною частиною сучасних видань, покращуючи споживання інформації.
- Коментарі та зворотний зв'язок. Можливість залишати коментарі під матеріалами створює інтерактивну платформу для обговорень та взаємодії з аудиторією. Форми зворотного зв'язку дозволяють користувачам звертатися до редакції.
- Соціальні кнопки. Інтеграція з соціальними мережами дозволяє читачам легко ділитися контентом та залучати нову аудиторію.
- Рекламні блоки. Рекламні блоки - це джерело доходу для багатьох інтернет-видань. Важливо, щоб реклама була ненав'язливою та не заважала споживанню контенту.
- Адаптивний дизайн: Забезпечує коректне відображення сайту на різних пристроях – комп'ютерах, планшетах, смартфонах.
- Профіль користувача. Видання активно пропонують реєстрацію та створення особистого профілю, що дозволяє персоналізувати подачу контенту, зберігати обрані матеріали тощо.

Сучасна журналістика зазнає глибоких змін у зв'язку з активною цифровізацією та розвитком інтернет-видань. Зміни в медіасередовищі

диктують нові формати, підходи до створення та розповсюдження контенту, а також впливають на взаємодію з аудиторією.

Інтернет-видання наразі користуються широкою популярністю завдяки своїй доступності та швидкості оновлення інформації. В умовах стрімко зростаючої конкуренції традиційні друковані ЗМІ все більше переходять на онлайн-платформи. Онлайн-журналістика набуває ключової ролі у формуванні суспільної думки, пропонуючи інтерактивні формати, мультимедійні матеріали та персоналізований контент.

Розвиток новітніх технологій, таких як штучний інтелект, аналітичні інструменти та мобільні додатки, дозволяє інтернет-виданням оптимізувати роботу зі своїми користувачами, підвищуючи ефективність розповсюдження інформації. Сучасні платформи забезпечують швидкий аналіз аудиторії, що дозволяє редакціям краще розуміти потреби своїх читачів.

Інтеграція з соціальними мережами стає важливою складовою для поширення контенту. Журналісти використовують платформи для взаємодії з аудиторією, організації прямих ефірів та створення спільнот навколо тематики видання. Це сприяє збільшенню охоплення та підтримці інтересу до матеріалів.

Основними тенденціями розвитку інтернет-видань є:

- Візуалізація та мультимедійність. Зростає значення відео, фото, інтерактивної графіки та інших візуальних елементів для привернення уваги та кращого засвоєння інформації.
- Мобільний пріоритет. Розробка дизайну та функціоналу сайту насамперед для мобільних пристроїв, оскільки більшість користувачів отримують інформацію через смартфони.
- Персоналізація та алгоритми. Використання алгоритмів штучного інтелекту для аналізу поведінки користувачів та пропонування їм найбільш відповідного контенту.

- Підписка та платний контент. Зростає кількість інтернет-видань, що впроваджують моделі платного доступу до ексклюзивного або преміум-контенту.
- Інтеграція з соціальними мережами та месенджерами. Активне використання соціальних платформ для поширення контенту та взаємодії з аудиторією.
- Подкастинг та аудіоконтент. Зростання популярності аудіоформатів як способу споживання новин та аналітичних матеріалів.
- Фактчекінг та боротьба з фейками. В умовах інформаційного перенасичення зростає потреба у перевірній інформації, що призводить до розвитку спеціалізованих фактчекінгових відділів та проєктів.
- Використання штучного інтелекту (AI): AI застосовується для автоматичного написання деяких типів новин, перекладу, оптимізації заголовків, аналізу даних та підвищення ефективності роботи редакції.
- Розширення форматів взаємодії: Опитування, вікторини, онлайн-трансляції, прямі ефіри з експертами та інтерактивні дискусії.

Ці тенденції розвитку інтернет-видань свідчать про те, що цифрова трансформація та інтеграція сучасних технологій суттєво змінюють роботу медіа-сфери. Від редакцій вимагається не лише оперативність, але й здатність адаптуватися до нових платформ, використовувати інноваційні інструменти та пропонувати аудиторії унікальний, персоналізований контент. Для журналістів, які працюють онлайн, розуміння цих факторів є необхідною умовою для успішного створення та розповсюдження інформації в сучасних умовах.

1.2. Контент інтернет-видань: вимоги до якості та формати подання

Оскільки, інтернет-видання відіграють одну з ключових ролей у формуванні сучасного інформаційного простору та розширюються стрімкими темпами, між ними загострюється конкурентна боротьба. І саме якість

контенту та методи його подання мають вагоме значення для збереження довіри читачів, оптимізації пошукової видачі та розширення охоплення аудиторії. Відповідно, якість контенту та дотримання встановлених форматів подання стають ключовими чинниками, що впливають на довіру читачів, утримання аудиторії та репутацію видання.

Якщо раніше в мережі переважали аналоги друкованих видань, то сьогодні більшість онлайн-медіа існують виключно у віртуальному форматі. При цьому проблема якості контенту стає однією з найбільш актуальних на сучасному етапі, оскільки в боротьбі за читацьку увагу медіа використовують методи, які підвищують їхній статус під час ранжирування сайтів у пошукових системах, проте суперечать традиційним професійним стандартам журналістської діяльності. Це призводить до загального зниження якості поширюваної інформації і втрати довіри читачів.

Для покращення користувацьких інтерфейсів сучасні онлайн-медіа широко використовують можливості мультимедіа, зокрема, для привернення й утримання уваги аудиторії, забезпечення ефективного засвоєння інформації. Доведено, що запам'ятовування інформації складається з: 20% – за наявності звукового супроводу, 30% – у разі поєднання звуку і відеозображення, 60% – за умови інтерактивної взаємодії. Крім того, інформація, подана в динамічних чи анімованих образах, засвоюється в сотні разів швидше за звичайний текст [8].

Ефективність візуальної інформації зумовлює все ширше її застосування в сучасних онлайн-медіа. Візуальна мова стає ключовим елементом цифрової журналістики, відображаючи суттєві зміни у споживанні медіаконтенту. Вербальна домінанта медіатексту поступово втрачає свої позиції, оскільки аудиторія надає перевагу полікодовим текстам, які містять не лише вербальні елементи, а й ілюстрації, відео, звукові ефекти та інші мультимедійні засоби. Окрім того, люди не читають тексти в мережі в звичайному розумінні, а швидко переглядають їх, вишукуючи важливі для себе елементи. Найчастіше увагу читачів привертають графічні компоненти, виразні заголовки, виділений

текст, структуровані списки, числові дані тощо [25]. Це явище також відображає тенденцію втрати в онлайні значення «текстоцентричності» матеріалу. Тому додавання до текстової інформації графічних та аудіовізуальних елементів не лише привертає увагу аудиторії, але й сприяє кращому фокусуванню на головному в повідомленні. Вебсайти сучасних українських онлайн-видань функціонують як мультимедійні платформи, де органічно поєднуються різні формати контенту. Різноманітний мультимедійний інструментарій дозволяє створювати багаторівневі журналістські матеріали, які відповідають сучасним тенденціям споживання інформації. Майже всі традиційні жанри журналістики у мережі набули мультимедійних рис, що суттєво розширило їхні комунікативні можливості та виразний потенціал. Більшість онлайн-публікацій поєднують різні типи контенту. Для висвітлення поточних подій часто достатньо тексту, доповненого фотографіями чи коротким відеосюжетом. Однак складні та багатоаспектні теми, такі, наприклад, як аналіз соціально-економічних тенденцій, огляд технологічних інновацій чи висвітлення масштабних культурних подій, вимагають більш комплексного підходу з використанням ширшого спектру мультимедійних інструментів.

Мультимедіатизація – це не лише технологічний тренд, а й чинник формування нової парадигми медіакомунікації, що відкриває нові можливості для журналістської творчості та взаємодії з аудиторією. Ця взаємодія виходить на новий рівень завдяки ще одній визначальній рисі онлайн-журналістики – інтерактивності, яка суттєво змінила характер відносин між виробниками та споживачами інформації. Поняття інтерактивності можна визначити як здатність медіа забезпечувати двосторонню комунікацію між користувачем і платформою, дозволяючи активну участь аудиторії у створенні, споживанні та поширенні контенту. Таким чином користувач отримує високий рівень контролю над тим, що, де і як він споживає. Він може обирати формат (текст, відео, аудіо), порядок ознайомлення з мультимедійним матеріалом, а також швидко переміщуватися між різними частинами контенту завдяки

гіперпосиланням. Інтерактивність також проявляється у можливості миттєвого реагування на контент. Користувачі можуть залишати коментарі, ставити оцінки і реакції, робити репости та обговорювати матеріали на різних платформах. Це сприяє формуванню активного діалогу між медіа та аудиторією [21].

Редакції онлайн-медіа сьогодні здебільшого застосовують підхід мультиплатформного виробництва. Ця тенденція відображає глибинні трансформації у способах споживання контенту. Сучасна аудиторія активно використовує різноманітні гаджети та медіаплатформи для отримання інформації, що змушує медіа адаптуватися до нових реалій. Специфіку медіаспоживання можна простежити через різні соціологічні опитування. Наприклад, результати дослідження «Українські медіа, ставлення та довіра у 2023 році» (USAID/Internews) підтвердили кілька ключових тенденцій останніх років. Зафіксовано перевагу мобільних пристроїв: смартфон утвердився як основний девайс для отримання інформації. Це підкреслює необхідність розробки адаптивних версій сайтів для зручного перегляду на екранах мобільних телефонів. Щодо джерел новин, то соціальні мережі продовжують впевнено лідирувати, охоплюючи 76% аудиторії, далі йдуть веб-сайти (41%) і телебачення (30%). Примітно, що 66% респондентів споживають новини винятково з інтернету, відмовившись від телебачення. Топові позиції серед соціальних мереж для отримання новин належать Telegram (72%), Facebook (19%) і YouTube (16%) [22].

З огляду на ці тенденції, одним із ключових завдань для українських видань стає забезпечення своєї присутності там, де зосереджена їхня цільова аудиторія. Загалом мультиплатформність можна визначити як стратегію, за якою редакції створюють, адаптують і поширюють контент через різні медіаплатформи та пристрої, забезпечуючи безперервне та зручне споживання інформації.

Основними технологічними платформами, з якими сьогодні працюють редакційні колективи інтернет-видань, є:

1. Вебсайти з адаптивним дизайном, які автоматично підлаштовуються під розмір екрану, забезпечуючи зручний перегляд на різних пристроях – ноутбуках, планшетах, смартфонах. Також варто згадати про мобільні додатки як потужний інструмент взаємодії з аудиторією, що надає користувачам швидкий доступ до контенту та певні додаткові функції, наприклад, push-сповіщення про новини. Поєднання «сайт + мобільний додаток» задовольняє потреби різних сегментів аудиторії та максимізує охоплення, забезпечуючи доступність до контенту в будь-який час і в зручному форматі, що своєю чергою підвищує залученість і лояльність користувачів.

2. Соціальні мережі (Facebook, Instagram, TikTok). Вони для медіа стали повноцінними комунікаційними майданчиками і джерелом зростання трафіку, а не просто доповненням до їхніх сайтів. Соцмережі надають великі можливості для широкого охоплення цільової аудиторії та ефективної взаємодії з нею. Успіх того чи іншого медіа сьогодні може визначатися, зокрема, і тим, наскільки якісно воно представлене в соцмережах. Редакціям доводиться створювати унікальні матеріали і розробляти окремі стрічки новин для різних соцмереж, враховуючи особливості аудиторії та адаптуючи контент під специфіку кожної платформи.

3. Відеоканали (YouTube). Сьогодні спостерігається стрімке зростання популярності відеоконтенту. Він дозволяє ефективно подавати складні матеріали та залучати нову аудиторію. Відеохостинг YouTube перетворився на важливу платформу не лише для телеканалів, але й для інтернет-видань. Українські онлайн-медіа поступово нарощують свою присутність на YouTube. Вони запускають нові проєкти, надаючи перевагу розмовним жанрам пропонуючи різноманітний контент і зосереджуючись здебільшого на кількох форматах: інтерв'ю з впливовими особами, подкасти з обговоренням актуальних тем, експлейнери для роз'яснення важливих подій. Такі проєкти дозволяють медіа експериментувати з подачею контенту та розширювати аудиторію.

4. Месенджери (Telegram, Viber). В Україні найбільшу популярність здобув Telegram. Початково створений як месенджер, він перетворився на потужну платформу для споживання та поширення медіаконтенту. В умовах російсько-української війни Telegram став головним джерелом новин для значної частини українців [22].

Реагуючи на цю тенденцію, багато українських медіа створили свої Telegram-канали, часто публікуючи там новини навіть швидше, ніж на власних сайтах. Це відображає загальну тенденцію: аудиторія надає перевагу зручним платформам для отримання інформації, не бажаючи відвідувати окремі новинні сайти. Однак, попри свою популярність і зручність, Telegram несе серйозні ризики. Він має прямі зв'язки з державою-агресоркою, що створює загрозу витоку персональних даних, включаючи інформацію воєнного характеру. Російські пропагандисти активно використовують цю платформу для поширення дезінформації та проведення інформаційних атак проти України. Зважаючи на ці загрози, фахівці з інформаційної безпеки називають Telegram «гнилою цукеркою в гарній обгортці» і радять українцям переходити на безпечніші альтернативи, наприклад WhatsApp, для кращого захисту особистих даних і національних інтересів [12].

Можна констатувати, що мультиплатформність стала невід'ємною частиною сучасної медіастратегії, дозволяючи виданням охопити максимально широку аудиторію через різні канали комунікації. Ефективне використання цього підходу вимагає від медіа не лише технологічної адаптації, але й трансформації професійних компетенцій журналістів, що є ще однією ключовою тенденцією розвитку сучасних онлайн-видань.

Традиційні журналістські вміння сьогодні доповнюються широким спектром додаткових компетенцій. Сучасному журналісту може бути корисно мати навички SMM, аналізу даних, створення інфографіки, фото- та відеозйомки, монтажу. Крім того, необхідними стають уміння інтерактивного спілкування з аудиторією та застосування елементів гейміфікації у поданні інформації. Також важливими є розуміння веб-аналітики та монетизації,

знання основ SEO, вміння працювати зі штучним інтелектом і здійснювати фактчекінг. Розширення журналістських компетенцій відображається і на структурі редакцій. З'являються нові відділи/команди з аналізу даних, візуалізації інформації, розробки проєктів віртуальної та доповненої реальності, а також автоматизації створення контенту. Це своєю чергою сприяє розвитку нових напрямів: журналістики даних, імерсивної журналістики, тобто з використанням VR/AR технологій, а також автоматизованої журналістики, що застосовує штучний інтелект для створення контенту на основі структурованих даних. Цифровий арсенал навичок змінюється стрімко, тому найважливішим стає вміння швидко адаптуватися до нових технологій. Це вимагає від редакцій систематичного підходу до навчання та розвитку персоналу. Успішні видання інвестують у підвищення кваліфікації співробітників, забезпечуючи навчання з широкого спектру актуальних тем.

Отже, огляд основних тенденцій функціонування інтернет-видань свідчить про глибокі трансформації у галузі. Інтерактивність, персоналізація, автоматизація контенту та мультиплатформність не просто змінюють способи створення та поширення інформації, але й змушують переосмислити саму суть журналістики в цифрову епоху. Ці зміни вимагають від видань постійної адаптації, набуття їхніми працівниками нових компетенцій та пошуку інноваційних бізнес-моделей.

1.3. Кросмедійність як стратегія залучення аудиторії

У сучасному світі цифрових медіа кросмедійність стає невід'ємною складовою успіху будь-якої контент-стратегії. Завдяки поєднанню різних платформ та форматів контенту, організації та медіа-платформи мають можливість досягати більшої аудиторії та підвищувати рівень залучення аудиторії.

Кросмедійність це - практика використання кількох медіа-платформ для поширення контенту. Це може бути поєднання текстових статей, відео, аудіо, інфографіки та ін., що дозволяє забезпечити різноманіття інформаційних форматів та відповідати на потреби різних сегментів аудиторії, що значно підвищує охоплення контенту. Адже таким чином можна взаємодіяти з медіа-матеріалами через соціальні мережі, блоги, подкасти та ін. таким чином, споживач має змогу вибрати найзручніший для себе формат.

На думку Досенко А.К., кросмедіа є феноменом ХХІ століття, що мають низку переваг, виступають рушійною силою в інформаційному полі, забезпечують інформаційні потреби суспільства. Зазначений тип медіа апелює до усіх вікових груп споживацької аудиторії, дає змогу журналістам побачити інформаційні бажання читачів, налагодити зворотній зв'язок та багато іншого [7].

Крім того, кросмедійність сприяє формуванню єдиного бренду інтернет-видань, адже всі елементи медіа-продукту можуть мати однаковий стиль подання. Це не лише покращує сприйняття контенту, але й зміцнює довіру аудиторії.

Завдяки використанню різних платформ, контент має можливість охопити ширший спектр користувачів, що дозволяє врахувати інтереси різних демографічних груп населення. Застосування різноманітних форматів контенту інтернет-виданнями сприяє активнішій взаємодії та залученню аудиторії. Використання кросмедійної стратегії дозволяє адаптувати контент під специфіку кожної платформи, що підвищує його ефективність.

Також варто зазначити, що кросмедійність відкриває нові можливості для монетизації контенту. Завдяки різноманітним форматам реклами медіа можуть отримувати доходи з різних джерел. Наприклад, контент, що виходить у формі статей, може бути підтриманий відеоматеріалами чи подкастами, що дає рекламодавцям більше варіантів для досягнення своєї цільової аудиторії.

Кросмедійність не лише зміщує межі традиційного медіа, а й спонукає до нових підходів у створенні контенту. Протягом часу вона стає невід'ємною

частиною стратегії будь-якої медіа-компанії, адже дозволяє швидше адаптуватись до постійно змінюваного інформаційного середовища цим самим підвищує конкурентоспроможність на ринку.

Проте, незважаючи на потенційні вигоди, впровадження кросмедійності супроводжується низкою недоліків та ризиків, які варто взяти до уваги.

Одним із суттєвих недоліків є технічні виклики, що виникають при реалізації кросмедійних рішень. Інтеграція різноманітних форматів контенту часто вимагає високої кваліфікації розробників та постійного оновлення програмного забезпечення. Зокрема, проблема сумісності платформ може стати серйозною перешкодою: одні й ті ж мультимедійні елементи відображаються по-різному на різних пристроях або навіть в різних браузерах.

Крім того, впровадження та використання інноваційних технологій, які лежать в основі кросмедійності, часто потребує значних фінансових вкладень. Для малих та середніх видань це може стати недосяжною перспективою, оскільки їх підтримка та оновлення вимагає постійних інвестицій.

Важливим аспектом є й ризик втрати якості контенту в прагненні до мультиформатності. Інтенсивне використання відеоматеріалів, інфографіки та інтерактивних елементів іноді може призвести до поверхневості подачі інформації. Журналісти ризикують занедбати глибину аналізу, зосереджуючись на візуальних ефектах, а не на змісті.

Наприклад, занадто активне використання мультимедіа може відволікати увагу аудиторії від суті матеріалу, що в кінцевому результаті знижує рівень розуміння представлених фактів.

Ще один недолік кросмедійності полягає в труднощах збереження стилістичної цілісності матеріалів. Об'єднання різних медіа-платформ часто спричиняє суперечність у візуальних та текстових рішеннях. Наприклад, стиль оформлення відеоролика може не гармоніювати з дизайнерським рішенням текстового блоку, що створює дисонанс для аудиторії.

В окремих випадках цей дисонанс може призводити до втрати впізнаваності видання, а також до зниження довіри користувачів. Ретельне

планування є обов'язковим, проте навіть при наявності висококваліфікованих фахівців з дизайну та контенту інколи важко поєднати усі елементи в єдине ціле.

Сучасна аудиторія характеризується високою чутливістю до інформаційного перевантаження. Надмірне використання інтерактивних елементів, спливаючих вікон, анімації та інших кросмедійних компонентів може призвести до зниження зручності користування сайтом. Ризик полягає у тому, що користувачі можуть розгубитись через занадто великий обсяг інформації, що намагається висвітлюватися одночасно. Адже надмірно насичений мультимедійний контент знижує увагу користувачів і може викликати відчуття втоми від інформаційного потоку.

Ще одним з вагомих недоліків кросмедійності являється монетизація контенту. Реклама на мультимедійних платформах часто виявляється менш ефективною через різні фактори, зокрема через складне розміщення банерів, непродумані інтеграції або надмірну візуальну конкуренцію. Рекламодавці висувають вимоги, пов'язані з інтеграцією своїх матеріалів у вже насичене медійне середовище, що може суперечити суті основного контенту. Рекламні блоки, що накладаються на мультимедійний контент, іноді знижують його якість і можуть викликати негативну реакцію аудиторії. Складність у поєднанні комерційних інтересів із редакційною політикою стає значною перепорою, особливо коли йдеться про дотримання етичних норм журналістики.

Публікація відео, фотографій або інтерактивних матеріалів може порушувати авторські права, якщо не дотримано належної ліцензійної політики. Також існують ризики щодо неправомірного використання особистої інформації, що може викликати юридичні суперечки чи навіть призвести до судових позовів.

Для журналістів це означає необхідність ретельно контролювати кожен етап виробництва контенту, що включає перевірку погоджень з авторами та

дотримання законодавчих норм. Відповідність етичним принципам та юридичним нормам завжди викликає довіру аудиторії.

Багато користувачів, особливо представники старших поколінь, можуть відчувати складнощі з адаптацією до нових форматів подачі інформації. Інтерфейси, що інтегрують відео, аудіо та текст, потребують додаткових зусиль і навчання, що може відштовхувати певну категорію аудиторії.

Подібна ситуація вимагає ретельного аналізу цільових груп користувачів. Онлайн-видання повинні проводити дослідження та опитування, щоб зрозуміти, наскільки різні сегменти аудиторії готові сприймати нові формати. Без стратегії адаптації існує ризик втратити частину читачів, які звикли до традиційного подання новин.

Для журналістів та медіаекспертів ключовим завданням має бути знаходження балансу між впровадженням інновацій та збереженням традиційної якості контенту. Потрібно докладно аналізувати аудиторські дані, співпрацювати з технічними спеціалістами та розробляти чітку редакційну стратегію, яка б враховувала специфіку кожного формату подачі інформації.

Враховуючи вищезазначені моменти, інтеграція кросмедійності має вважатися важливим, але складним етапом розвитку інтернет-видань. Ефективне впровадження сучасних технологій вимагає не лише фінансових ресурсів і технологічних рішень, але й високого рівня командної взаємодії та збереження редакційної незалежності.

Завдяки об'єктивному аналізу недоліків та конкретним рекомендаціям, журналісти та медіаексперти можуть сформулювати стратегії, які дозволять зменшити негативні наслідки кросмедійності, зберігаючи при цьому конкурентоспроможність та унікальність контенту. Це сприятиме не лише підвищенню якості матеріалів, а й залученню більш широкої аудиторії.

Висновки до розділу. Отже, лише при гармонійному поєднанні традиційних методів роботи з сучасними технологіями можливо досягти реальної синергії, що дозволить успішно адаптуватись до нових викликів інформаційного простору.

Успішна інтеграція мультимедійних форматів вимагає постійного зважування ризиків і можливостей, ретельної підготовки та аналізу, тому важливо пам'ятати про баланс між інноваціями й фундаментальними принципами якісної журналістики.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ СТРУКТУРИ, КОНТЕНТУ, КРОСМЕДІЙНОСТІ АУДИТОРІЇ ІНТЕРНЕТ ВИДАННЯ «СІЧ НЬЮЗ»

2.1. Загальна характеристика інтернет-видання «Січ Ньюз»

У сучасних умовах розвитку інформаційного простору, інтернет-видання становлять важливий канал комунікації між суспільством та владними органами, а також між окремими соціальними та професійними групами. Вінницьке інтернет-видання «Січ Ньюз» є прикладом сучасного медіа-ресурсу, який поєднав у собі якісний контент, актуальні новини регіону та інноваційні підходи до поширення інформації.

«Січ Ньюз» спеціалізується на висвітленні новин не тільки регіону а й про події в Україні та світі. Видання має чітку місію – забезпечення об'єктивного та неупередженого інформування аудиторії про актуальні події.

Важливо зазначити, що «Січ Ньюз» офіційно зареєстрований Національною радою України з питань телебачення і радіомовлення як онлайн-медіа. Цей факт свідчить про його надійність та дотримання журналістських стандартів.

Редакційна структура «Січ Ньюз» включає головного редактора, заступника редактора, журналістів та SMM-менеджера. Контент створюється на основі редакційної політики, яка передбачає перевірку фактів, збалансованість та дотримання етичних стандартів журналістики.

Технічна інфраструктура видання включає вебсайт, YouTube канал, а також акаунти в соціальних мережах (Facebook, Tik Tok, Instagram, Viber, Telegram).

Інтернет-видання «Січ Ньюз» було створено у відповідь на потребу оновлення місцевої інформаційної системи та забезпечення конкурентоспроможності традиційних медіа в умовах цифровізації. Формування концепції видання стало результатом об'єднання професіоналів у галузі журналістики. Від початку діяльності редакція акцентувала на

важливості оперативного висвітлення новин міста Вінниці та області, аналітичного осмислення подій та висвітлення соціальних ініціатив на всіх рівнях – від місцевої влади до окремих громадських організацій.

Концептуальна база «Січ Ньюз» ґрунтується на принципах об'єктивності, незалежності та відповідальності за надану інформацію. Редакційна політика видання орієнтується на висвітлення подій, що мають значний соціальний, економічний та політичний резонанс, а також розробку аналітичних матеріалів, спрямованих на поглиблений аналіз поточних явищ у регіоні. Ці принципи дозволяють виданню займати почесну позицію серед конкурентів і сприяють формуванню довіри з боку читачів.

Основною тематикою «Січ Ньюз» є висвітлення актуальних подій Вінницької області, що охоплюють політичні новини, економічний розвиток, соціальну сферу, культуру, спорт, екологічні проблеми. Видання забезпечує читача інформацією як з боку місцевих органів влади, так і з боку різноманітних неурядових організацій, представників бізнес-середовища та експертних кіл. Такий багатогранний підхід дозволяє охопити широку аудиторію і надати читачам комплексне розуміння ситуації у регіоні.

Серед основних форматів матеріалів варто виділити: оперативні новинні сюжети, аналітичні статті, інтерв'ю з представниками влади та експертами, відеорепортажі та фотогалереї. Редактори «Січ Ньюз» приділяють велику увагу актуальності та достовірності інформації, завдяки чому видання здобуло репутацію надійного джерела новин для мешканців регіону. Додатково, платформа забезпечує інтерактивне спілкування між авторами та читачами через коментарі, онлайн-опитування та соціальні мережі, що сприяє обміну думками та формуванню громадської дискусії.

Контент видання можна умовно поділити на два великі блоки: інформаційний та аналітичний. Інформаційний блок характеризується швидкістю оновлення даних, широкою тематикою та оперативністю репортажів, у той час як аналітичний блок спрямований на розгорнутий розбір

актуальних подій та кризових ситуацій, що впливають на соціально-економічне життя регіону.

Цільова аудиторія видання «Січ Ньюз» є досить різноманітною, включаючи представників різних соціальних груп, вікових категорій та професійних спільнот. До основних груп аудиторії належать:

- ✓ Жителі Вінниці та Вінницької області: даний сегмент читає видання для отримання актуальних новин про події регіону, що безпосередньо впливають на їх повсякденне життя.

- ✓ Представники бізнесу та підприємці: суб'єкти господарювання цікавляться економічними новинами, аналітичними матеріалами та ринковими дослідженнями, що сприяють прийняттю обґрунтованих ділових рішень.

- ✓ Політичні діячі та експерти: ця група використовує матеріали видання для аналізу політичної ситуації, формування власних позицій та обґрунтування стратегій розвитку регіону.

- ✓ Молодь та студенти: зазначена категорія зацікавлена не лише у швидкому отриманні новин, але й у критичному аналізі соціальних проблем, що дозволяє формувати власну громадянську позицію.

- ✓ Громадські активісти: даний блок аудиторії орієнтований на інформування про події, що можуть бути пов'язані з ініціативними рухами та суспільними процесами.

Такий широкий спектр читачів вимагає від редакції «Січ Ньюз» високої гнучкості та різноманіття підходів до підготовки матеріалів, щоб забезпечити задоволення інформаційних потреб різних груп суспільства.

Однією з важливих особливостей видання є орієнтація на соціально-активних користувачів та тих, хто прагне самостійно аналізувати події, що відбуваються в регіоні. В свою чергу, це сприяє формуванню колективної свідомості та залучення громадян до вирішення актуальних суспільних проблем.

2.2. Аналіз структури та наповнення контенту інтернет-видання «Січ Ньюз»

Вінницьке інтернет-видання «Січ Ньюз» – це медіа, яке пропонує широкий спектр новин, аналітики та матеріалів, орієнтованих на поточні події у місті, регіоні та на національному рівні.

Офіційний вебсайт видання - sichnews.ua, функціонує як основна платформа для поширення інформації. Місія «Січ Ньюз» полягає у наданні своєчасного та всебічного новинного висвітлення, задовольняючи інформаційні потреби місцевих жителів, зосереджуючись на новинах та подіях як в Україні, так і у світі, з особливим акцентом на Вінниці. На головній сторінці сайту «Січ Ньюз» відображається актуальна добірка новин та матеріалів, що охоплюють найважливіші події дня.

Вебсайт «Січ Ньюз» демонструє типовий макет розроблений для простого споживання контенту. А саме чіткі заголовки, супровідні зображення та видимі дати публікації статей, що є стандартними функціями для полегшення швидкого перегляду інформації та підвищення довіри до контенту. Контент організовано в чіткі, легко навігаційні розділи, які дозволяють читачам фільтрувати новини за конкретними темами. Ця категоріальна організація є фундаментальною практикою для новинних сайтів, що покращує користувацький досвід та забезпечує ефективне виявлення контенту на основі індивідуальних інтересів (*Додаток А*).

Видання охоплює значну кількість контентних категорій, включаючи: «Усі розділи», «У світі», «В Україні», «У Вінниці», «Авто», «Допомога», «Здоров'я», «Клімат», «Освіта», «Спорт», «Технології», «Розваги», «Афіша», «Культура», «Інтерв'ю», «Війна», «Кримінал», «Економіка» та «Юридична консультація» задовольняють різноманітні інтереси читачів, вказуючи на спробу бути цілісним джерелом інформації для повсякденного життя. Категорії «Війна» та «Кримінал» підкреслюють роль видання у висвітленні критичних суспільних проблем, що особливо актуально в наш час,

відображаючи безпосередні занепокоєння його читацької аудиторії. Присвячуючи цим темам категорії, «Січ Ньюз» демонструє свою відданість інформуванню аудиторії про критичні події, що безпосередньо впливають на їхню безпеку та повсякденне життя. Видання переважно надає контент через новинні статті, які формують основу його щоденних оновлень у всіх категоріях, забезпечуючи постійний потік актуальної інформації (таблиця 2.1). Також можливість додавати новини від читачів («Додати свою новину») сприяє залученню аудиторії до створення контенту та формуванню спільноти.

Таблиця 2.1.

Категорії контенту та їхня спрямованість

Усі розділи	Загальна категорія, що охоплює всі нижчезгадані теми
У світі	Міжнародні новини та події (наприклад, обрання президента Польщі, фінал Ліги чемпіонів УЄФА, смерть російського майора, госпіталізація Майлі Сайрус).
В Україні	Національні новини та події в Україні (наприклад, удар СБУ по Кримському мосту, реакція Олени Тополі, госпіталізація Юлії Верби, «листи щастя» від податкової).
У Вінниці	Місцеві новини та події у Вінниці (наприклад, історія 77-річного велосипедиста, концерт SHUMEI, флешмоб «Янголятка пам'яті», оголошення жалоби у Теплицькій громаді).
Авто	Новини автомобільної тематики (наприклад, ДТП за участю Олесі Жураківської, повернення авто чиновнику, загибель блогера в ДТП).
Допомога	Благодійні акції, ініціативи підтримки, гуманітарні зусилля (наприклад, кошти від продажу марок на відновлення облич, збір на дрони на етнофестивалі, проєкт реабілітації гончарством).
Здоров'я	Новини та інформація, пов'язані зі здоров'ям та добробутом (наприклад, госпіталізація Юлії Верби, порятунок пораненого від удару дрона, поширені хвороби у Вінниці).
Клімат	Новини, пов'язані з кліматом та екологічними проблемами (наприклад, погодні прогнози, пожежі екосистеми, поради грибникам).
Освіта	Новини та теми, пов'язані з освітою (наприклад, найзатребуваніша професія у Вінниці, нагорода молодий вчений, 65-річчя вінницького «політеху»).
Спорт	Спортивні новини та події (наприклад, історія 77-річного велосипедиста, вінницький віцечемпіон світу, результати фіналу Ліги чемпіонів, проблеми «Динамо» Одеса).

Технології	Досягнення та новини у сфері технологій (наприклад, розробка армії роботів для ЗСУ, виступ Кеті Перрі в космосі, успіхи вінницьких студентів, півмарафон гуманоїдних роботів).
Розваги	Новини та статті, пов'язані з розвагами (наприклад, 20-річчя гурту «ТІК», приготування борщу онлайн, події в Музеї-садибі М.І. Пирогова).
Афіша	Перелік майбутніх подій, культурних заходів та анонсів (наприклад, концерт SHUMEI, флешмоб «Янголятка пам'яті»)
Культура	Новини та теми, пов'язані з культурою (наприклад, мистецька афіша Вінниці).
Інтерв'ю	Інтерв'ю з різними особами.
Війна	Новини та події, пов'язані з поточною війною.
Кримінал	Звіти про кримінальну діяльність та юридичні питання.
Економіка	Новини та аналіз економічних тем.
Юридична консультація	Інформація або поради з юридичних питань.

«Січ Ньюз» регулярно оновлює контент, публікуючи кілька статей щодня в різних категоріях. Це наповнення ґрунтується на балансі між висвітленням загальноукраїнських, світових новин та глибоким, оперативним, достовірним інформуванням про життя Вінниці та Вінницької області. Пріоритетність місцевих новин, використання різноманітних форматів контенту та дотримання журналістських стандартів дозволяє «Січ Ньюз» зайняти свою нішу та залишатися авторитетним джерелом інформації для населення.

2.3. Оцінка кросмедійної політики інтернет-видання «Січ Ньюз»

У сучасному медіапросторі, де увага аудиторії стає дедалі фрагментованішою, кросмедійна політика набуває критичного значення для збереження конкурентоспроможності та розширення впливу. Кросмедіа визначається як комплексна модель виробництва медіаконтенту, що передбачає його адаптацію та поширення через різноманітні платформи у різних форматах. Це не просто дублювання одного й того ж матеріалу; це стратегічне перетворення контенту відповідно до унікальних особливостей

кожної платформи, будь то телебачення, радіо, вебпортали, соціальні мережі чи месенджери. Такий підхід дозволяє медіа значно збільшувати чисельність своєї аудиторії та ефективніше просувати власну продукцію, що є особливо актуальним для регіональних видань, які прагнуть подолати географічні та технологічні обмеження у своєму впливі.

Кросмедіа – це стратегія медіа, яка передбачає використання більше ніж одного ЗМІ (як аналогового, так і цифрового) для розповсюдження контенту. Суть полягає в тому, що один і той же контент або його адаптовані версії можуть поширюватися на різних платформах (сайт, соціальні мережі, месенджери, відеохостинги тощо) з урахуванням специфіки кожної платформи та аудиторії.

Для оцінки кросмедійної політики інтернет-видання «Січ Ньюз» було проаналізовано його присутність та стратегії поширення контенту на різних онлайн-платформах.

Для поширення свого контенту та взаємодії з аудиторією, «Січ Ньюз» активно використовує різноманітні цифрові платформи, а саме: вебсайт, Facebook, Viber, Telegram, Instagram, TikTok, YouTube. Представлення на цих платформах демонструє прагнення «Січ Ньюз» до багатоканального поширення контенту.

Присутність видання на TikTok свідчить про орієнтацію на молодшу аудиторію та використання коротких, вірусних відео для донесення новин. Це ефективний спосіб привернення уваги та швидкого поширення інформації. Акаунт видання на TikTok є яскравим прикладом успішної адаптації новинного контенту до специфіки платформи. Де переважно публікуються короткі відеоролики, що є стандартним та найбільш ефективним форматом для TikTok. Контент охоплює широкий спектр тем, адаптованих для швидкого споживання та максимального залучення. Акаунт має 13,1 тис. підписників та вражаючи 193,5 тис. загальних уподобань (*Додаток Б*).

«Січ Ньюз» успішно адаптує свій новинний контент для платформи TikTok, використовуючи ключові елементи зацікавленості та залучення. Увесь

контент подається як максимально лаконічні відео, придатні для швидкого споживання та прокручування. Відео часто містять популярні аудіодоріжки TikTok, що свідчить про розуміння алгоритмів платформи та прагнення до поширення та збільшення охоплення. Послідовне використання специфічних хештегів, пов'язаних зі змістом, допомагає у виявленні контенту та залученні цільової аудиторії через пошук та алгоритмічні рекомендації. Гасло «Новини для вільних людей» вказує на конкретний тон та цільову аудиторію, формуючи певну ідентичність та цінності бренду.

На YouTube видання активно публікує відеоконтент, включаючи репортажі з подій, інтерв'ю, короткі відео про життя міста. Це дозволяє залучати візуально орієнтовану аудиторію та надавати інформацію у більш динамічному форматі (*Додаток Б*).

Також «СічНьюз» активно використовує Viber для поширення своїх новин. Це зручний спосіб для підписників оперативно отримувати актуальну інформацію про події в місті та області безпосередньо на телефон. Переважно це короткі анонси новин із заголовками та посиланнями на статті на сайті видання.

Недоліком є те, що Viber-канали зазвичай не надають широких можливостей для коментування або обговорення новин безпосередньо в каналі, обмежують довжину повідомлень та формат публікацій, що негативно впливає на залучення аудиторії. Для подальшого успіху каналу важливо підтримувати високу якість контенту, оперативність та, шукати шляхи для збільшення інтерактивності наскільки дозволяє функціонал Viber.

В Telegram-каналі «Січ Ньюз» висвітлює як місцеві події, так і загальноукраїнські новини. Канал є частиною широкої медіа-платформи «Січ Ньюз», яка також присутня в Instagram, TikTok, Viber. Ця мультиплатформенність забезпечує широке охоплення аудиторії та оперативне поширення інформації (*Додаток Б*).

Основна аудиторія каналу — жителі Вінниці та Вінницької області, які зацікавлені в оперативному та актуальному висвітленні місцевих подій.

Завдяки висвітленню загальноукраїнських новин, канал також приваблює ширше коло читачів, які хочуть бути в курсі основних подій у країні. Це формує широкий віковий діапазон підписників.

На відміну від Viber, Telegram-канал може використовувати такі механізми для взаємодії з підписниками:

- ✓ Коментарі та реакції: Залежно від налаштувань, підписники можуть мати можливість коментувати публікації або реагувати на них, що сприяє активній взаємодії.

- ✓ Зворотній зв'язок: Можливість надсилати новини чи повідомлення через бота або в приватні повідомлення дозволяє аудиторії брати участь у формуванні контенту та повідомляти про події.

«Січ Ньюз» демонструє досить розвинену кросмедійну стратегію, активно використовуючи різні цифрові платформи для розповсюдження новин та взаємодії з аудиторією. Це дозволяє виданню залишатися конкурентоспроможним на ринку регіональних медіа та залучати широке коло читачів та глядачів. Подальше поглиблення інтеграції, оптимізація контенту та аналіз результатів допоможуть ще більше підвищити ефективність їхньої кросмедійної присутності.

2.4. Рекомендації щодо покращення структури, контенту та кросмедійності інтернет-видання «Січ Ньюз»

Сучасні цифрові медіа характеризується швидкою еволюцією, фрагментацією аудиторії та інтенсивною конкуренцією. Онлайн-виданням необхідно швидко адаптуватися, щоб відповідати інтересам і потребам читачів та залишатися впливовими.

Зважаючи на сучасні виклики медіа-сфери, регіональні й місцеві видання відіграють особливо важливу роль, адже саме вони забезпечують гармонійний зв'язок між місцевою громадою та інформаційними процесами, що відбуваються на національному та міжнародному рівнях. Регіональні

інтернет видання мають унікальну можливість працювати з конкретними соціальними групами, відображати актуальні події, які актуальні для місцевих мешканців, а також сприяти розвитку громадянського суспільства. Однак, для досягнення цих завдань необхідно системно модернізувати внутрішні процеси, оптимізувати стратегію контенту і зміцнити зв'язки з аудиторією.

Однією з ключових проблем сучасних регіональних видань є неефективна внутрішня організація. Це проявляється в слабкій автоматизації процесів, недостатній кваліфікації персоналу, відсутності системи внутрішнього контролю якості та управлінських рішень, що базуються на реальних даних.

Часто в редакціях існує ситуація, коли ролі журналістів, редакторів та технічного персоналу нечітко сформульовані. Це призводить до дублювання зусиль, помилок і конфліктів. Відсутність сучасних інформаційно-аналітичних систем обмежує можливості оперативного аналізу середовища, що стримує процес прийняття стратегічних рішень.

Також потрібно зазначити, що слабка внутрішня комунікація та недостатній рівень співпраці між різними підрозділами може стати вирішальним фактором у зниженні якості вихідного продукту. Регіональні видання повинні інвестувати в сучасні моделі управління, які базуються на принципах гнучкості, відкритості і постійного вдосконалення.

Оптимізація контенту для інтернет-платформ є ключовим елементом успішної кросмедійної стратегії, дозволяючи максимізувати охоплення, залучення аудиторії та ефективність кожного повідомлення. Для інтернет-видань існують основні принципи та конкретні кроки для оптимізації контенту під різні платформи, а саме:

1. Зрозуміти аудиторію кожної платформи: Різні платформи приваблюють різні демографічні групи та мають різні очікування.

- ✓ Сайт: Шукачі детальної інформації, аналітики, офіційних новин.

- ✓ YouTube: Глядачі, що надають перевагу відео, живим трансляціям, інтерв'ю.

- ✓ TikTok: Молода аудиторія, що віддає перевагу коротким, динамічним, розважальним або інформативним відео.
 - ✓ Viber/Telegram: Споживачі швидких новин, оперативних оновлень, анонсів.
 - ✓ Facebook/Instagram: Більш широка аудиторія, що цінує як візуальний, так і текстовий контент, можливість обговорення.
2. Адаптувати формат: Один і той самий матеріал не повинен публікуватися на всіх платформах. Його потрібно трансформувати.
 3. Оптимізувати під технічні вимоги: Розміри зображень, тривалість відео, кількість символів у тексті.
 4. Використовувати SEO-принципи: Для веб-сайту, а також для YouTube (ключові слова в назвах, описах, тегах).
 5. Заохочувати взаємодію: Коментарі, лайки, поширення, опитування.
 6. Вимірювати результати: Аналізувати показники ефективності на кожній платформі, щоб адаптувати стратегію.

Оптимізація контенту для конкретних платформ:

1. Веб-сайт (детальна інформація, аналітика, розлогі репортажі, архів новин):
 - ✓ SEO - ретельний підбір ключових слів для заголовків, підзаголовків, першого абзацу, тексту. Мета-описи та мета-теги.
 - ✓ Структура - чітка, логічна структура статті з підзаголовками, абзацами, списками.
 - ✓ Мультимедіа - високоякісні фото, графіки, вбудовані відео (з YouTube), аудіо. Оптимізація розміру зображень для швидкого завантаження.
 - ✓ Внутрішні посилання - посилання на інші релевантні матеріали на сайті для збільшення часу перебування користувача та покращення SEO.
 - ✓ Заклики до дії - запрошення до коментування, підписки на розсилку, переходу на інші розділи.

✓ Адаптивний дизайн (Mobile-First) - сайт має бути повністю адаптованим для перегляду на мобільних пристроях.

2. YouTube (відеорепортажі, інтерв'ю, огляди подій, пояснювальні відео, прямі трансляції):

✓ Привабливі обкладинки - якісні, яскраві, інформативні, що привертають увагу.

✓ Оптимізовані назви - чіткі, лаконічні, з ключовими словами.

✓ Детальні описи - включити ключові слова, тайм-коди (для довгих відео), посилання на повну статтю на сайті, соціальні мережі.

✓ Теги - релевантні теги для покращення пошуку.

✓ Кінцеві заставки та підказки - для переходу на інші відео каналу або підписки.

✓ Заклики до дії - прохання підписатися, поставити лайк, залишити коментар.

✓ Якість відео та звуку - висока якість зйомки та звуку.

✓ Регулярність публікацій - важлива для підтримки активності каналу.

3. TikTok (коротка, динамічна, вірусна інформація, «закулісся», швидкі новини, меми).

✓ Короткість - ідеальна тривалість 15-60 секунд.

✓ Візуальна динаміка - швидкі переходи, цікаві ракурси, текст на екрані.

✓ Звук - використання популярних трендів, фонові музики, що привертає увагу.

✓ Субтитри/текст на відео - багато користувачів дивляться TikTok без звуку.

✓ Хештеги - популярні та релевантні хештеги.

✓ Заклики до дії - прості та швидкі – «дізнайся більше за посиланням у профілі», «напиши свою думку в коментарях» тощо.

- ✓ Особистість - додавання елементів людського спілкування, живих реакцій.

- ✓ Регулярність - часті публікації для підтримки алгоритму.

4. Viber (оперативні новини, швидкі анонси)

- ✓ Короткість і лаконічність - тексти повинні бути максимально стислими, передаючи суть.

- ✓ Прямий зв'язок - чітке формулювання новини.

- ✓ Посилання - обов'язкове посилання на повну версію новини на сайті.

- ✓ Час публікації - важливо надсилати новини в той час, коли аудиторія найактивніша (не надто рано вранці, не надто пізно ввечері, якщо це не надзвичайна ситуація).

- ✓ Не спамити - не надсилати занадто багато повідомлень. Вибирати найважливіше.

- ✓ Використання емодзі - для візуального виділення та емоційного забарвлення.

5. Соціальні мережі (Facebook, Instagram)

- ✓ Змішаний контент - текст (довгі/короткі пости), фото, відео, посилання на статті.

- ✓ Взаємодія - запитання, опитування, прямі трансляції, хештеги.

- ✓ Візуальний акцент - якісні фото та короткі відео.

- ✓ Сторіс/Рілс - використання для швидких новин, опитувань, інтерактивів.

- ✓ Direct - можливість взаємодії через приватні повідомлення.

Дотримання цих принципів, дасть змогу інтернет-виданням стати провідним, авторитетним та привабливим джерелом інформації для місцевої громади, залучаючи ширшу аудиторію та зміцнюючи свої позиції на медійному ринку.

Здійснивши аналіз засобів просування «Січ Ньюз» на онлайн-платформах, варто зауважити, що для удосконалення роботи видання,

підвищення конкурентоспроможності та привабливості для аудиторії, варто зосередитись на наступних напрямках:

1. Розробити логічне та зрозуміле головне меню вебсайту з основними розділами (Новини, Події, Аналітика, Культура, Спорт, Думки, Фото/Відео тощо) при цьому використовуючи випадуючі підрозділи для деталізації.
2. Впровадити детальну систему категорій та тегів для всіх матеріалів. Це дозволить користувачам легко фільтрувати контент за темами, місцями, персоналіями тощо.
3. Забезпечити ефективну функцію пошуку з можливістю фільтрації за датою та категорією.
4. Створити зручний архів новин з можливістю пошуку за датою, ключовими словами, категоріями.
5. Максимально зосередитись на новинах, подіях та проблемах саме Вінниці та Вінницької області. Щоденно шукати ексклюзивні місцеві історії, яких немає в національних ЗМІ.
6. Проводити власні розслідування щодо актуальних місцевих проблем. Це підвищить авторитет видання.
7. Важливо не обмежуватися сухими фактами. Надавати аналіз подій, коментарі експертів, прогнози розвитку ситуації.
8. Регулярно брати інтерв'ю з впливовими людьми міста, активістами, представниками влади, бізнесу, культури тощо.
9. Звернути увагу на залучення аудиторії до інтерактивного контенту використовуючи опитування та тести.
10. Запустити подкаст на актуальні місцеві теми, обговорення новин, інтерв'ю.
11. Активно розвивати «YouTube» канал для публікації відеорепортажів та інтерв'ю. А також для поширення унікального відеоконтенту, який не можна отримати в інших ЗМІ.

12. Активізувати залучення читачів в Telegram та Viber каналах використовуючи різні методи, як безкоштовні, так і платні. Важливо створити якісний та цікавий контент, що допоможе активніше залучати аудиторію та рекламодавців.

13. Співпрацювати з іншими місцевими ЗМІ, громадськими організаціями, блогерами. Проводити спільні проекти, заходи, обговорення. Це розширить охоплення аудиторії.

14. Організовувати або брати участь у місцевих заходах (дискусійні клуби, зустрічі з цікавими людьми). Це підвищить впізнаваність бренду «Січ Ньюз» та його зв'язок з громадою.

15. Регулярно аналізувати показники відвідуваності власних інтернет-платформ, поведінку користувачів, популярність контенту. Це дозволить коригувати стратегію видання.

16. Інвестувати в розвиток персоналу. Заохочувати їх до навчання та професійного зростання.

Впровадження цих рекомендацій допоможе «Січ Ньюз» не лише покращити свою якість, а стати провідним, авторитетним і привабливим джерелом інформації для громади міста та області, залучаючи ширшу аудиторію та зміцнюючи свої позиції на медійному ринку.

Висновки до розділу. Отже, огляд основних тенденцій функціонування онлайн-медіа свідчить про глибокі трансформації у галузі. Мультимедіатизація, інтерактивність, персоналізація, автоматизація контенту та мультиплатформність не просто змінюють способи створення та поширення інформації, але й змушують переосмислити саму суть журналістики в цифрову епоху. Ці зміни вимагають від видань постійної адаптації, набуття їхніми працівниками нових компетенцій та пошуку інноваційних бізнес-моделей.

ВИСНОВКИ

Стрімкий розвиток новітніх технологій вніс корективи у роботу працівників засобів масової інформації, що поступово спричинило появу кросмедійної журналістики. Ключову роль у цьому відіграли соціальні мережі та месенджери, які набули останнім часом широкої популярності. Якщо раніше в них розповсюджувався переважно розважальний контент, то нині вони стали додатковими платформами для поширення інформаційного контенту засобами масової інформації. Медійники почали розповсюджувати інформацію одразу на кілька платформ, вивчаючи й застосовуючи нові способи кросмедійної роботи. Особливо це позначилось на функціонуванні регіональних онлайн-медіа, для яких ці платформи стали зручним способом розширення аудиторії, збільшення охоплень і активності нових користувачів, а також ефективним методом просування власної інформаційної продукції.

Запровадження соціальних мереж та месенджерів ознаменувало нові можливості для медійників, серед яких: використання нових інструментів для моніторингу та збору інформації, розширення власних контактів, взаємодія з аудиторією та визначення її реакції на актуальну тему, публікація інформації в режимі реального часу тощо. Крім того – можливість поширення й репрезентації власного контенту на додаткових платформах.

Водночас розвиток онлайн-медіа супроводжується і низкою викликів. Серед них – забезпечення інформаційної безпеки особливо в умовах російської агресії, захист персональних даних користувачів, боротьба з дезінформацією, збереження високих професійних стандартів в епоху швидких новин і автоматизованого контенту. Майбутнє онлайн-медіа визначатиметься їхньою спроможністю ефективно інтегрувати технологічні інновації, створювати якісний контент, впроваджувати дієві моделі монетизації, зберігаючи при цьому довіру аудиторії в умовах інформаційного перенасичення.

Реалізація кросмедійних стратегій в інтернет-виданнях вимагає комплексного підходу, який поєднує розуміння медіатенденцій, технологічних можливостей та локальних особливостей аудиторії.

Основні рекомендації для успішної інтеграції кросмедійного контенту:

- ✓ Ретельний аналіз особливостей цільової аудиторії інтернет-видання з урахуванням регіонального контексту.
- ✓ Інвестиції в підвищення кваліфікації команди, аби ефективно використовувати інноваційні технології та мультимедійні інструменти.
- ✓ Планування та розробка контент-плану, в якому гармонійно поєднуються різноманітні формати матеріалів.
- ✓ Регулярний аналіз результатів, корекція стратегії та впровадження нових методів залучення аудиторії.
- ✓ Стеження за тенденціями в області цифрових медіа, що дозволить своєчасно адаптуватися до змін на ринку.

Інтегруючи ці принципи, інтернет-видання зможуть не лише підвищити якість надання інформації, але й забезпечити конкурентні переваги на сучасному ринку медіа.

Проведене дослідження присвячене аналізу структури, контенту та кросмедійності інтернет-видання «Січ Ньюз», дозволило зробити низку важливих висновків.

1. Структура та контент: «Січ Ньюз» демонструє типову для сучасних новинних інтернет-видань структуру, що включає традиційні рубрики та жанри. Контент видання зосереджений на місцевих новинах Вінницького регіону, відображаючи актуальні соціально-економічні, політичні та культурні події. Перевага таких інформаційних жанрів як: новини, репортажі свідчить про оперативність у висвітленні подій. Аналіз контенту також показав наявність аналітичних матеріалів та інтерв'ю, що сприяє глибшому розкриттю тем та формуванню експертної думки. Важливою складовою є також наявність фото- та відеоматеріалів, які доповнюють текстову інформацію та роблять її більш привабливою для читача.

2. Аудиторія: Дослідження аудиторії «Січ Ньюз» показало, що її основу складають мешканці Вінниці та Вінницької області, зацікавлені у місцевих новинах. Аналіз коментарів та активності у соціальних мережах свідчить про залученість аудиторії та її готовність до взаємодії з виданням. Соціально-демографічний профіль аудиторії відповідає загальним тенденціям споживання новинного контенту в Україні, переважно користувачів середнього віку.

3. Кросмедійність: «Січ Ньюз» активно використовує кросмедійні стратегії, інтегруючи свій контент на різних платформах. Наявність сторінок у соціальних мережах (Facebook, Instagram, Telegram тощо) дозволяє розширювати охоплення аудиторії та залучати нових читачів. Розміщення відеоматеріалів на YouTube-каналі свідчить про прагнення видання розширити формати подачі інформації. Взаємодія з аудиторією через коментарі, опитування та прямі трансляції є ключовим елементом кросмедійної стратегії, що сприяє формуванню спільноти навколо видання. Проте, є потенціал для подальшого розвитку інтеграції контенту між різними платформами та використання більш інноваційних кросмедійних підходів.

Таким чином, інтернет-видання «Січ Ньюз» є важливим джерелом інформації для мешканців Вінницького регіону, яке успішно адаптується до сучасних вимог медіа-простору, використовуючи кросмедійні підходи для залучення аудиторії та посилення взаємодії з нею. Подальший розвиток видання може бути пов'язаний з впровадженням нових інтерактивних форматів та поглибленням аналітичної складової контенту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андриющенко М. Ю. «Тенденції й особливості функціонування онлайн-медіа». Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. УДК 007:316.776.23 DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.4.2/34>
2. Василик Л. Конвергенція та крос-медійність: дискурс термінологічної парадигми. Вісник національного університету «Львівська політехніка». Серія: Журналістські науки. 2017. Вип. 883. № 1. С. 3–9.
3. Використання соціальних мереж : посібник з використання соціальних мереж, розроблений Департаментом преси і публічної інформації Консультативної місії ЄС в Україні. Київ, 2020. 47 с
4. Городенко Л.М., Цимбаленко Є.С. Мультимедійність як технологія жанрової дифузії в контексті трансформації. Scientific Notes of Institute of Journalism. 2023. Т. 1 (82). С. 11–32.
5. Григорова З.В. Нові медіа, соціальні медіа, соціальні мережі – ієрархія інформаційного простору. Технологія і техніка друкарства. 2017. № 3 (57). С. 93–100.
6. Грозна О. Дефініційна полеміка в сфері інтернет-журналістики щодо понять «жанр» і «формат» у сучасному інформаційному просторі. Український інформаційний простір. 2022. № 10. С. 119–130.
7. Досенко А.К. Кросмедійність як ознака мультиплатформних медіа. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2024. Том 35 (74). № 2. Ч. 2. С. 248–253.
8. Драган-Іванець Н.В. Стратегії ефективного впливу: персвазивні чинники в сучасних журналістських текстах: дис. ... канд. наук із соц. ком.: 27.00.04. Львів, 2015. 201 с.
9. Зеленко І. Особливості онлайн-медіа. Наукові записки. Серія: Право. 2023. Вип. 14. С. 104–108.

10. Кіца М. Особливості створення популярного інтернет-ЗМІ. Вісник національного університету «Львівська політехніка». Серія: Журналістські науки. 2020. Вип. 4. С.102–107.
11. Машкова Я. Українські медіа та штучний інтелект. Як редакції залучають ШІ для створення контенту? URL: <https://imi.org.ua/monitorings/ukrayinski-media-ta-shtuchnyj-intelekt-yak-redaktsiyi-zaluchayutshi-dlya-stvorenniya-kontentu-i62217> (дата звернення: 16.07.2024)
12. Монастирський О., Спесивцева О., Сирбу С. Міфи про Telegram, у які ми віримо. 2024. URL: <https://cedem.org.ua/wp-content/uploads/2024/02/cedem-telegram.pdf> (дата звернення: 10.07.2024)
13. Мудрак Л. Цифровий ренесанс: між безмежною свободою і новими ризиками людства. Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення. URL: <https://www.nrada.gov.ua/tsyfrovyyj-renesansmizhbezmezghnoyu-svobodoyu-i-novymy-ryzykamyludstva> (дата звернення: 10.05.2024р.)
14. Плеханова Т. Соціальні мережі як новітня платформа для промоції медійного контенту. URL: <https://cutt.ly/I9i5IBy> (дата звернення: 19.01.2024).
15. Потятиник Б. 4 етапи розвитку нових медіа. Медіакритика. URL: <http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analityka/4-etapy-ozvytkunovykhmedia.html> (дата звернення: 10.05.2024р.)
16. Про медіа: Закон України від 11.02.2024 № 2849-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text> (дата звернення: 08.07.2024)
17. Прощенко В., Кирилова О. Підходи до визначення поняття «крос-медіа». *Масова комунікація у глобальному та національному вимірах*. Дніпро : ДНУ імені О. Гончара, 2018. Випуск 9. С. 97–104.
18. Сарміна Г. Особлива роль цифрових інновацій у розвитку і розбудові крос-медіа. *Наукові записки Інституту журналістики*. Київ, 2016. №3 (64). С. 23–29.
19. Сарміна Г. Сучасні тенденції розвитку крос-медійної журналістики.

- Інформаційне суспільство*. Випуск 25. 2017. С. 34–40.
20. Тарасюк В. Структура редакції сучасного вітчизняного інтернет-видання: основні тенденції розвитку. *Communications and Communicative Technologies*. 2023. Вип. 23. С. 58–63.
 21. Тонкіх І.Ю. Критерії якості контенту інтернет-медіа. *Обрії друкарства*. 2018. № 1(6). С. 209–217.
 22. Українські медіа, ставлення та довіра у 2023 р. URL: <https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2023/10/Ukrainiski-media-stavlennia-ta-dovira-2023r.pdf> (дата звернення: 10.07.2024)
 23. Чабаненко М. Напрями трансформації репортажу в онлайновій журналістиці. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2019. Вип. 46. С. 310–317.
 24. Шевченко Г. Явище медіаконвергенції як передумова та синонім кросмедійності. *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*. 2018. № 3. С. 32–37.
 25. Pernice K. F-Shaped Pattern of Reading on the Web: Misunderstood, But Still Relevant (Even on Mobile). 2017. <https://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content/> [accessed Jul 15 2024]
 26. Avilés J., Carvajal M. Integrated and Cross-Media Newsroom Convergence. Two Models of Multimedia News Production. The Cases of Novotécnica and La Verdad Multimedia in Spain. *Convergence*. 2008. Том 14. № 2. P. 221–239.
 27. Eichler H. Cross-media and platformised journalism : ARD's innovation attempts at becoming a multiplatform contributor to society. Public service media's contribution to society / in eds. M. Puppis & C. Ali. 2023. P. 265–288.
 28. Erdal I. J. Coming to Terms with Convergence Journalism: Cross-Media as a Theoretical and Analytical Concept. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologie*. 2011. № 17 (2). P. 213–223.
 29. Hayes G. Cross-Media. What Audiences Want. *Personalizemedia: weblog by Gary Hayes*. 2006. URL: <https://www.personalizemedia.com/articles/cross-media/> (last accessed: 17.03.2024).

ДОДАТКИ

Приклад наповнення сайту



Шукаємо талановитих журналістів для співпраці

Навіть якщо у вас немає досвіду роботи в журналістиці, але ви гарно пишете твори та мрієте про роботу в ЗМІ, пишіть нам на пошту editor.sichnews@gmail.com

З питань реклами на сайті або співпраці звертайтеся:

✉ editor.sichnews@gmail.com

☎ (093)377 00 77

Прайс

Підписуйтеся на новини



Політика конфіденційності

Додати свою новину

* Новини від читача публікуються безкоштовно

ДОДАТОК Б

Присутність видання на онлайн-платформах

