

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ  
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ**

**Кваліфікаційна робота бакалавра**

на тему «Контент-менеджмент у цифровій журналістиці: критерії  
ефективності»

Виконала: студентка 5 курсу  
групи 6.0619-ж-з  
спеціальності 061 журналістика  
освітньої програми «Журналістика»

*Лемешко К. М.*

Керівник: к. соц. ком., доц.

*Чабаненко М. В.*

Рецензент: к. філол. н., доц.

*Горбенко І. Ф.*

**Запоріжжя 2024**

## ЗМІСТ

Реферат.....	3
Завдання.....	4
Вступ.....	6
Розділ 1. Теоретичні засади дослідження на тему «Контент-менеджмент у цифровій журналістиці: критерії ефективності».....	8
1.1. Сучасні тенденції розвитку цифрової журналістики.....	8
1.2. Критерії ефективності контент-менеджменту у цифровій журналістиці.....	14
Розділ 2. Супровідна записка до творчого проєкту.....	21
2.1. Опис та обґрунтування творчого проєкту.....	21
2.2. Опис цільової аудиторії та особливостей просування продукту..	24
2.3. Формально-змістові характеристики проєкту.....	25
2.4. Особливості оформлення проєкту.....	25
2.5. Технічні і програмні засоби.....	26
2.6. Зв'язок із творчим доробком (портфоліо).....	27
Висновки.....	28
Список використаної літератури.....	30
Додаток А. Ілюстративний матеріал.....	33
Додаток Б. Список матеріалів портфоліо.....	34
Додаток В. Сертифікат участі в онлайн-школі.....	36
Декларація академічної доброчесності.....	37
Abstract.....	38

## РЕФЕРАТ

**Назва теми:** «Контент-менеджмент у цифровій журналістиці: критерії ефективності»

**Обсяг основної частини роботи:** 22 сторінки.

**Кількість використаних джерел** – 24.

**Мета роботи** – підготувати мультимедійний контент для сайту у вигляді комплексу публікацій на тему «Контент-менеджмент у цифровій журналістиці: критерії ефективності».

Для досягнення мети дослідження ми виконали такі **завдання**:

- 1) узагальнити наукові думки щодо специфіки функціонування цифрової журналістики;
- 2) дослідити прийоми підготовки контенту для онлайн-ресурсів на прикладі комплексу власних публікацій на тему «Контент-менеджмент у цифровій журналістиці: критерії ефективності»;
- 3) сформулювати основні критерії ефективності контент-менеджменту у цифровій журналістиці.

**Об'єкт дослідження** – публікації та матеріали, створені та розміщені у цифрових медіа, зокрема власні, а також матеріали інших авторів, які є прикладами ефективно сформованого контенту в цифровій журналістиці.

**Предмет дослідження** – особливості та критерії ефективності контент-менеджменту у цифровій журналістиці.

**Формально-змістові характеристики проєкту.** Творчим проєктом слугує комплекс публікацій на тему «Контент-менеджмент у цифровій журналістиці: критерії ефективності» на сайті «Курсом медіаграмотності», що складається з 5 матеріалів за темами: «Сучасні тенденції контент-менеджменту у цифровій журналістиці», «Види діяльності журналіста в цифровій журналістиці», «Правила оформлення думки (написання тексту) та редагування для журналістів в Інтернеті», «Переваги та недоліки диджитал-медіа порівняно з традиційними формами ЗМІ», «Критика інтернет-ЗМІ: аналіз в контексті цифрової журналістики».

**Ключові слова:** цифрова журналістика, контент-менеджмент, критерії ефективності, ЗМІ

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет журналістики  
Кафедра журналістики  
Рівень вищої освіти – бакалавр  
Спеціальність 061 журналістика  
Освітня програма «Журналістика»

**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
Завідувач кафедри  
Чернявська Ю. В.

«17» травня 2024 року

**ЗАВДАННЯ**  
**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА СТУДЕНТЦІ**  
Лемешко Кароліні Миколаївні

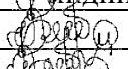
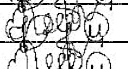
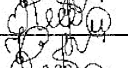
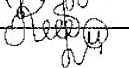
1. Тема роботи - «Контент-менеджмент у цифровій журналістиці: критерії ефективності» («Content management in digital journalism: efficiency criteria»), керівник роботи – к. соц. ком., доц. Чабаненко М. В., затверджені наказом ЗНУ від «08» грудня 2023 року № 2087-с.

2. Строк подання студентом роботи – 15 травня 2024 р.

3. Вихідні дані до роботи – праці таких дослідників як І. Тонкіх, У. Лешко, О. Нестеренко, Б. Потятиника, М. Чабаненко щодо функціонування, властивостей, характерних ознак, розвитку та перспектив онлайн-медіа й цифрової журналістики в цілому.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1) узагальнити наукові думки щодо специфіки функціонування цифрової журналістики; 2) дослідити прийоми підготовки контенту для онлайн-ресурсів на прикладі комплексу власних публікацій на тему «Контент-менеджмент у цифровій журналістиці: критерії ефективності»; 3) сформулювати основні критерії ефективності контент-менеджменту у цифровій журналістиці.

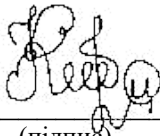
5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Завдання видав (дата і підпис)	Завдання прийняв (підпис)
Вступ	доц. Чабаненко М.В.	11.12.23	
1 розділ	доц. Чабаненко М.В.	15.01.24	
2 розділ	доц. Чабаненко М.В.	20.02.24	
Висновки і додатки	доц. Чабаненко М.В.	20.04.24	

6. Дата видачі завдання – 11 грудня 2023 р.

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Скласти графік виконання роботи, визначити мету, завдання, об'єкт, предмет дослідження.	23.12.23	Виконано
2	Написати попередній варіант вступу і змісту. Дібрати наукову літературу, визначити емпіричні джерела.	15.01.24	Виконано
3	Опрацювати літературу, написати теоретичну частину, оформити список літератури	10.03.24	Виконано
4	Доробити творчий проєкт, скласти його опис та обґрунтування.	25.03.24	Виконано
5	Сформувати список творчого доробку, написати відповідний підрозділ практичної частини.	05.04.24	Виконано
6	Написати висновки і остаточний варіант вступу.	25.04.24	Виконано
7	Оформити всі додатки.	05.05.24	Виконано
8	Пройти рецензування. Здати роботу на нормоконтроль.	10.05.24	Виконано невчасно
9	Виправити недоліки оформлення і здати роботу на кафедру.	15.05.24	Виконано невчасно

Студент  К. М. Лемешко  
 (підпис) (ініціали та прізвище)

Керівник роботи М. В. Чабаненко  
 (підпис) (ініціали та прізвище)

**Нормоконтроль пройдено**

Нормоконтролер М. В. Чабаненко

## ВСТУП

*Актуальність.* Розвиток цифрових технологій не лише змінив життя кожної людини, але і значно вплинув на сферу журналістики. Як галузь, що найшвидше реагує на суспільні тенденції та відображає дух епохи, вона пройшла великі трансформації у жанрах, технічних засобах, комунікаційних технологіях. Галузь активно пристосовується до цифрового середовища, запроваджуючи мультимедійність, конвергенцію, розробку нових форматів контенту та сприйняття інформації. Особлива увага приділяється перевагам контент-менеджменту, а також змінам у взаємодії з аудиторією, коли центральною фігурою стає сам споживач медіа.

Дослідження особливостей та критеріїв ефективності контент-менеджменту в цифровій журналістиці сьогодні на часі у зв'язку зі змінами у підходів до формування контенту, появою нових форматів подання інформації, технічними інноваціями.

*Теоретичну та методологічну основу дослідження* складають праці У. Лешко, О. Нестеренко, Б. Потятиника, І. Тонкіх, М. Чабаненко щодо функціонування, властивостей, характерних ознак, розвитку та перспектив онлайн-медіа й цифрової журналістики в цілому.

*Об'єктом* дипломної роботи є публікації та матеріали, створені та розміщені у цифрових медіа, зокрема власні, а також матеріали інших авторів, які є прикладами ефективно сформованого контенту в цифровій журналістиці.

*Предмет* дипломної роботи – особливості контент-менеджменту у цифровій журналістиці, критерії ефективності.

*Мета* дипломної роботи – підготувати мультимедійний контент для різноманітних онлайн-ресурсів у вигляді комплексу публікацій на тему «Контент-менеджмент у цифровій журналістиці: критерії ефективності».

Для досягнення мети визначено низку завдань:

- 1) узагальнити наукові думки щодо специфіки функціонування цифрової журналістики;

2) дослідити прийоми підготовки контенту для онлайн-ресурсів на прикладі комплексу власних публікацій на тему «Контент-менеджмент у цифровій журналістиці: критерії ефективності»;

3) сформулювати основні критерії ефективності контент-менеджменту у цифровій журналістиці.

*Структура роботи.* Кваліфікаційна робота бакалавра складається з реферату, вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури та двох додатків. Обсяг основної частини роботи – 22 сторінки. Список використаної літератури включає 24 найменування (викладені на 2 сторінках).

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ НА ТЕМУ «КОНТЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ У ЦИФРОВІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ: КРИТЕРІЇ ЕФЕКТИВНОСТІ»

### 1.1. Сучасні тенденції розвитку цифрової журналістики

Цифрова революція, що розпочалась наприкінці минулого століття, ознаменувавши старт інформаційної ери, позначилася і на сучасних реаліях: на перший погляд, достатньо непомітний перехід до «цифри» вплинув на речі, які важко осягнути неозброєним оком, – насамперед, способи мислення і світосприйняття.

Йдеться не лише про звичну нам опцію зручності та, як зауважує Б. Потятиник, потенційної всеохопності («веб породив надію на досягнення стану, який можна означити міфічним поняттям «всевідання»), а й зміну людських смаків, очікувань, інструментів взаємодії та свідомості [12]. Процеси диджиталізації – технологічного процесу переведення інформації в цифровий формат – спричиняють змістовні зміни в самій сутності масово-інформаційної діяльності. Із розвитком цифрових технологій споживачі зіштовхуються з новаціями, що змінюють їхні звички, оцінювання світу й загалом життя. Недарма у звіті ООН «Епоха цифрової взаємозалежності» зазначено: «цифрові технології швидко трансформують суспільства та економіки, водночас покращуючи стан людини і створюючи глибокі та безпрецедентні проблеми [18].

Так, цифрова революція справді призвела до докорінних змін у всіх сферах нашого життя, включаючи журналістику. Сучасні технології перетворили спосіб, яким ми споживаємо, створюємо та поширюємо інформацію. Журналістика відіграє ключову роль у цьому процесі, оскільки вона не лише оперативно реагує на суспільні зміни, а й активно формує суспільну свідомість та відображає її.

Однією з основних особливостей цифрової епохи є швидкість інформаційного обміну. Журналісти мають можливість миттєво отримувати та



поширювати новини завдяки інтернету та соціальним мережам. Однак разом з цими можливостями виникають і виклики, такі як поширення фейкових новин та втрата довіри до медіа.

Крім того, цифрові технології дозволяють створювати інтерактивний контент, який залучає аудиторію до участі та сприяє її залученню до процесу інформаційного обміну [6].

Таким чином, журналістика в еру цифрової революції має адаптуватися до нових реалій та викликів, пристосовуючи свої підходи до збору, обробки та поширення інформації. Важливо зберігати високі стандарти професійної етики та якості журналістської роботи, незважаючи на швидкість та доступність інформації у цифровому світі.

Так, в контексті цифрової епохи журналістика пережила значні трансформації, які вплинули на різні аспекти її діяльності:

- *Технічні інструменти і програмне забезпечення.* Розвиток технологій дозволив журналістам працювати з більш ефективними інструментами. Відтепер, для створення контенту досить мати лише комп'ютер або смартфон. Програмне забезпечення для обробки та монтажу відео і аудіо стає все більш доступним і простим у використанні. Мобільна журналістика (MoJo) стає все популярнішою, оскільки дозволяє швидко створювати і публікувати контент без необхідності великого обладнання.

- *Жанрова система.* Традиційні жанри журналістики поступово трансформуються і гібридизуються. Нові платформи, такі як соціальні мережі, створюють нові можливості для створення та поширення контенту, що призводить до появи нових жанрів, таких як сторітелінг, інтерактивні сторіз тощо.

- *Люди.* Цифрова епоха вплинула на спосіб споживання інформації та стиль життя людей. Змінилися споживчі звички, а також спосіб сприйняття інформації. Створення контенту, який відповідає новим потребам аудиторії, стає все важливішим для журналістів.

У цілому, цифрова революція перетворила журналістику з важливої сфери комунікації у сучасному світі, надаючи їй нові можливості та виклики.

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 платформі. 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». Своєрідною комунікаційною рисою онлайн-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» [18].

Л. Мудрак зазначає: «цифрова епоха надає небачені раніше можливості, а революційний розвиток нових медіа неминуче призводить до руйнації традиційних ЗМІ» [7].

З останнім твердженням нині можна посперечатися не лише у контексті консерватизму споживання медіа. Попри те, що українці дізнаються новини переважно з онлайн-джерел, а кількість активних користувачів інтернету щороку зростає (щорічне опитування USAID-Internews «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2020 р.» існує частка людей, до яких не доходять онлайн-журналістські пропозиції: це переважно літні люди, які не користуються інтернетом, або люди з низьким рівнем доходу.

Слушною є думка Б. Потятиника щодо стандартів і напрацювань медійників минулих сторіч, які «нікуди не діваються. Вони органічно вписуються в розвиток журналістики цифрової з її безпрецедентною інтерактивністю й динамічністю». Характерною особливістю є те, що в цифровому середовищі «паралельно і повноправно можуть існувати розрізнені

до того носії інформації, здатні об'єднуватися в одну платформу (мультимедіа), розгортатися в багатоплатформну й інтерактивну розповідь (трансмедіа), дозволяють працювати з великими масивами даних і доповненою реальністю». Тож, віддзеркалюючи суспільні трансформації, цифрова журналістика демонструє і нову філософію новин (так званий новинний сторітелінг) і тенденцію, коли «текстоцентричність» матеріалу відсувається на другий план. До того ж мультимедійні журналістські жанри є гібридними, змішаним за своєю природою. Ще однією важливою ознакою цього типу журналістики є її форматність [12].

У. Лешко відзначає рухомість й розмитість жанрових форм інтернет-медіа, виникнення гібридних жанрів, що є продуктом саме інтернет-технологій та не мають відповідників у традиційних ЗМІ. Це продиктовано не лише необхідністю залучення уваги аудиторії, яка у нинішньому перенасиченому інформаційному середовищі, як правило, не концентрується на великих обсягах інформації, а й новим підходом до споживача контенту – коли він перестає бути винятково адресатом журналістського продукту, а на рівні з медійником стає його співтворцем. До таких жанрів можемо віднести нічні/ранкові чати (де аудиторія ставить своє запитання спеціально для експерта, який завітає у студію), огляди коментарів або ж дописів на певну злободенну тематику із соцмереж, опитування щодо актуальної події через емодзі (коли читачам пропонується картинка із запитанням, зреагувати на яку потрібно відповідними смайликами), стріми, таймлайни, рейтинги тощо. Та й соцмережі, блоги, коментарі на форумах все частіше стають джерелом інформації для журналістів.

Водночас набуває значення цифрова, мультимедійна розповідь історій, яку «номінують і як диджитал сторітелінг (від англ.«digital storytelling»). Цей термін використано для позначення розповідей, історій, які створені цифровими засобами й поєднують текст, мультимедіа (відео, аудіо), інтерактивність»

Однак, характеризуючи цифрову журналістику, слід підкреслити, що йдеться не завжди про спрощення контенту. Б. Потятиник акцентує увагу на парадоксальності нових медіа, що виявляється в розвитку двох протилежних

процесів водночас: «З одного боку, це насичена стрічка новин, які назвемо максимально швидкими. А з іншого – дедалі більша популярність лонгвідів та інших форм глибокої аналітичної журналістики, яку прийнято називати журналістикою довгих форм (long form journalism)» [13].

Розвиток цифрових технологій суттєво змінив ландшафт журналістики. Ось кілька ключових тенденцій, які відображають ці перетворення:

- *Цифрова трансформація.* Журналістика переходить від традиційних друкованих форматів до онлайн-платформ і цифрових каналів. Це включає створення веб-сайтів, мобільних додатків, соціальних медіа-профілів тощо

- *Мультимедійність і конвергенція.* Журналістика тепер використовує різноманітні медіаформати, такі як відео, аудіо, фотографії, графіка, для створення багатословних та виразних матеріалів. Крім того, різні медіаорганізації поєднуються та співпрацюють для створення інтегрованих новинних продуктів.

- *Нові формати контенту.* Відкриваються нові можливості для експериментів з форматами контенту, такими як відео-блоги, подкасти, інтерактивні історії, а також використання віртуальної та доповненої реальності.

- *Лаконічність і інфотейнмент.* Зростає популярність коротких інформаційних форматів, таких як стрічки новин, сторіз у соціальних медіа, які дозволяють швидко отримати основну інформацію. Крім того, тенденція до інфотейнменту, коли інформація подається в цікавій та розважальній формі, також набирає популярності.

- *Взаємодія з аудиторією.* Цифрова журналістика активно залучає аудиторію до процесу створення контенту через коментарі, реакції, спільні проєкти, опитування тощо. Журналісти взаємодіють зі своєю аудиторією в соціальних медіа, чат-групах, веб-конференціях тощо.

Цифрова журналістика постійно еволюціонує, а тенденції розвитку в цій галузі можуть змінюватися відповідно до технологічних та соціокультурних змін.

Серед тенденцій розвитку цифрової журналістики, які обумовлюють обличчя сучасної системи медіа, можна назвати такі:

- *Мультимедійність*. Цифрова журналістика все більше поєднує текстовий контент зі зображеннями, відео, аудіо та іншими формами мультимедіа. Це дозволяє журналістам створювати більш змістовний та привабливий контент для аудиторії.

- *Інтерактивність*. Сучасні цифрові медіа надають можливості для взаємодії з читачами. Це може включати голосування, коментарі, опитування та інші способи залучення аудиторії до дискусій і взаємодії з контентом.

- *Використання даних*. Використання великих обсягів даних для створення новинних матеріалів та візуалізація складних інформаційних звітів стає все більш поширеним. Журналісти використовують аналіз даних для виявлення тенденцій, зв'язків та історій, які можуть бути важливими для аудиторії

- *Розумні технології*. Використання штучного інтелекту, машинного навчання та інших розумних технологій допомагає журналістам у автоматизації процесів, аналізу великих обсягів даних та створенні персоналізованого контенту для користувачів.

- *Платформи соціальних медіа*. Соціальні медіа стали важливим каналом для розповсюдження новин та взаємодії з аудиторією. Журналісти активно використовують платформи соціальних медіа для поширення своїх матеріалів, залучення аудиторії та збору новин

- *Фактчекінг і боротьба з дезінформацією*. У світі швидкого поширення інформації дедалі важливішим стає перевірка фактів та боротьба з дезінформацією. Цифрові медіа розвивають ініціативи фактчекінгу та створюють інструменти для виявлення та розкриття фейків.

- *Підвищення ролі громадського журналізму*. Завдяки доступності цифрових технологій громадяни можуть створювати власний журналістський контент та долучатися до медіа-процесів. Громадський журналізм стає все більш важливим елементом медіа ландшафту.

Ці тенденції вказують на постійний розвиток цифрової журналістики та її адаптацію до сучасних вимог та технологічних можливостей.

## **1.2. Критерії ефективності контент-менеджмент у цифровій журналістиці**

Серед основних критеріїв якості веб-сайтів автори називають: «прозорість (ідентифікація власника і керівництва, чітке формулювання мети заснування і завдань розвитку); ефективність і результативність; доступність для користувачів; зручність і простоту навігації; реактивність (інтерактивний зв'язок із цільовою аудиторією); можливість перекладу контенту на інші мови; дотримання авторських прав; розробку стратегії модерації тощо» [1].

Проблема якості контенту привертає увагу і вітчизняних дослідників — як журналістикознавців, так і спеціалістів у галузі ІТ-технологій, які першими почали говорити про необхідність формулювання вимог до інформаційного наповнення сайтів. Так, наприклад, Н. Пасічник та А. Антонюк розглядають критерії якості контенту в контексті веб-менеджменту. Серед характеристик якісного веб-сайту автори називають «зручність навігації, або юзабіліті, вдалий дизайн, унікальність і достовірність текстового контенту, доступність, релевантність тематичним запитам, регулярне оновлення інформації, наявність модерації, законність і безпечність функціонування» [2]. При цьому автори акцентують увагу й на тих ознаках, що призводять до зниження рівня якості: «спам у коментарях, велика кількість реклами, надмірна кількість внутрішніх посилань, проблеми з пошуковими роботами, дублювання контенту, низька швидкодія сторінки тощо» [2].

Цілком справедливим є зауваження Н. Пасічника та А. Антонюка щодо порушень, через які ресурси отримують санкції з боку пошукових сервісів: «Сайти, що копіюють або переписують інформацію з інших ресурсів і не створюють оригінального контенту; перенаправляють користувача на інший ресурс, автоматично (редирект) або добровільно; що надають товари чи інформацію за партнерськими програмами, але не являють жодної цінності для

користувача; що намагаються вплинути на пошукову систему шляхом імітації дій користувачів; основним призначенням яких є агресивна демонстрація рекламних матеріалів. Подібні сайти належать до неякісних» [2, с. 82]. Як правило, веб-менеджери серед ознак неякісного контенту будь-якого сайту називають: неповноту інформації або надлишок зайвої інформації, дублювання матеріалів з інших розділів того самого ресурсу, велику кількість неструктурованого тексту, публікацію великих фрагментів без підзаголовків та ілюстрацій, розміщення ілюстрацій дуже великих розмірів, використання нечитабельного шрифту. Це ускладнює процес сприйняття під час користування ресурсом, навіть у тому разі, коли він становить інформаційну цінність.

Вивченню контенту мережевих медіа присвячені роботи багатьох науковців, які займаються дослідженнями у галузі журналістики: Дж. Гол, Л. Дмитрів, М. Женченко, А. Захарченко, Р. Крейг, Б. Потятиник та ін. Проте на периферії наукових інтересів журналістикознавців дотепер залишаються проблеми визначення критеріїв, за якими можна було б оцінити якість інформаційного наповнення медіасегмента мережі.

Серед базових принципів формування контенту будь-якого веб-сайту зазвичай називають: унікальність змісту як для пошукового робота, так і для людини, корисність для відвідувачів, зручність використання. Іншими словами, однакоvu цінність мають і технічні характеристики ресурсу, і його інформативність, і структурна організація. Слід наголосити на релевантності пошуковим запитам як на одній з головних ознак, що впливає на позицію сайту в загальному рейтингу під час ранжирування інтернет-сторінок. Маркерами релевантності слугують теги – ключові слова, що мають повторюватись і в заголовку, і в підзаголовках, і в підписах до ілюстрацій, і в основному тексті. Це обов'язково має враховуватись у процесі оптимізації тексту для пошукових систем.

Названі критерії актуальні для всіх веб-сайтів, незалежно від їх видів і функціонального призначення, тому їх можна вважати загальноприйнятими для будь-яких ресурсів мережі. Вони детерміновані специфікою інтернет-технологій

та особливостями веб-середовища. Вирішальну роль при цьому відіграє віртуальний характер комунікації й визначальні риси всіх мережевих ресурсів: мультимедійність, інтерактивність та гіпертекстуальність.

Останнім часом процес мультимедіатизації стає одним із домінуючих у мережі трендів, тісно пов'язаних із тенденціями візуалізації та комерціалізації інтернет-трафіку. Мультимедіа — це не лише суттєва перевага онлайн-видань, а й обов'язкова умова їх виживання у боротьбі за читацьку увагу. Ресурси, у яких дотепер залишається детермінантним виключно вербальний контент, не можуть конкурувати з тими сайтами, які активно використовують усі мультимедійні формати.

Необхідність візуалізації будь-якої інформації в мережі обумовлюється і психологічними особливостями сприйняття електронного тексту. Інтерактивність надає значні переваги мережевим ресурсам, оскільки забезпечує перехід від Веб 1.0 до Веб 2.0 і Веб 3.0, що суттєво змінює роль користувача у процесі інформаційного обміну: з пасивного споживача він перетворюється на активного виробника контенту. Проте водночас це призводить і до деструктивних наслідків і зниження якості інформаційного наповнення сайтів. «У коментарях читачі часто поширюють флейм, флуд, спам й інші види «сміттьєвого трафіку», через які сайт може потрапити під санкції пошукових систем. Тому під час формування контенту варто звертати увагу не лише на авторські, а й на аматорські матеріали, тобто на ту інформацію, яку залишають на сайті користувачі. Для цього має бути вироблена чітка стратегія модерації, з основними правилами якої кожен відвідувач може ознайомитись у відповідному розділі» [3].

Наявність гіперпосилань – необхідна умова функціонування будь-якого інтернет-ресурсу, адже лінійна форма подання інформації не є характерною для веб-простору. Головною проблемою при цьому стає надмірне захоплення авторів використанням внутрішніх посилань на матеріали того ж ресурсу або навіть інших частин тієї самої сторінки. Це ускладнює процес сприйняття тексту і не сприяє підвищенню рівня його інформативності, тому призводить до зниження



якості контенту. Наявність зовнішніх гіперпосилань останнім часом стає також необхідною вимогою мережевого етикету й культури інтернет-комунікації, адже в разі використання неоригінального (неунікального, запозиченого) контенту обов'язковою умовою є застосування активних гіперпосилань. Під час копіювання, цитування або рерайту текстів потрібно посилатися на джерело інформації, що також забезпечить належний рівень якості власного контенту. При цьому слід пам'ятати про те, що унікальність інформаційного наповнення сайту підвищує його цінність із точки зору пошукових систем.

Усі опубліковані матеріали сайтів, як правило, зберігаються в архівах, доступ до яких забезпечує тематичний пошук на сайті або пошук за датою публікації.

Названі критерії якості контенту є актуальними для всіх веб-ресурсів, зокрема для інтернет-видань. Проте медіасегмент мережі має і свої специфічні особливості функціонування, які необхідно враховувати під час формування контенту. Насамперед, це стосується рівня достовірності інформації, адже «головне завдання журналістики – повідомлення соціально значущих, актуальних і правдивих фактів» [13]. «Сенсаційні заголовки можуть привернути увагу читачів, проте у разі їх невідповідності тексту не будуть задоволені інформаційні очікування реципієнтів, і вони втратять довіру до цього медіа» [12].

Правдивість і достовірність інформації корелює з авторитетністю і компетентністю джерела з точки зору читачів. Рівень довіри користувачів залежить і від способу самоідентифікації видання та персоніфікації його редакторсько-журналістського складу. Незначна кількість інтернет-видань проходить процедуру державної реєстрації як медіа, що є не обов'язковою для мережевих ресурсів, тому вся відповідальність у цьому разі покладається на редактора, який повинен забезпечувати самоконтроль та саморегуляцію у процесі функціонування сайту. Процедура ідентифікації видання має бути простою і прозорою: читачу важливо знати, хто є власником ресурсу, з якою метою його заснували, які економічні або політичні структури причетні до нього, які журналісти працюють у виданні. Тому, окрім назви і логотипу на головній

сторінці, у спеціальному розділі (як правило, він має назву «Про нас») варто повідомити максимально вичерпну інформацію про концепцію медіа та його співробітників.

Вимога тематичної релевантності пошуковим запитам не втрачає своєї актуальності і для медіасегменту мережі. Якщо опубліковані на сайті матеріали не відповідають тим тематичним рубрикам, у яких вони розташовані, або якщо заголовки суперечать текстам, це призведе до зниження рівня якості контенту. Л. Дмитрів у результаті розгляду якості текстового контенту сайту з погляду редактора називає «основним принципом читання тексту й привертання уваги до нього тематичне наповнення — цінність тексту як джерела інформації, яке може забезпечити певні інформаційні потреби читача» [3, с. 10]. Цю вимогу ще називають принципом інформативності, або інформаційної цінності.

Серед критеріїв якісного текстового контенту сайтів Л. Дмитрів також називає «достовірність, відповідність цільовому призначенню, актуальність та інформаційну новизну тексту, структурованість матеріалів, легкість читання, лаконічність, грамотність» [3].

Під час оцінки якості контенту інтернет-медіа необхідно застосовувати функціональний підхід, який дозволяє визначити, наскільки ефективно ресурс реалізує завдання, актуальні для всіх видів медіа.

Будь-які мережеві видання мають виконувати інформаційну, комунікативну, культурно-освітню, виховну і рекреативну функції (або хоча б декілька з цих функцій) та обов'язково дотримуватись морально-етичних норм, професійних стандартів і принципів журналістської творчості: соціальної відповідальності, об'єктивності, достовірності, точності, оперативності, демократичності, патріотизму тощо.

Періодичність оновлення інформації для інтернет-ЗМІ має особливе значення, оскільки завдяки технічним характеристикам мережі вони мають суттєві переваги порівняно з пресою, радіо і телебаченням.

Відповідно, матеріали на сайтах онлайн-видань мають оновлюватись із більш високою частотою, ніж на будь-яких інших ресурсах мережі. На відміну

від інших видів медіа, тут не може бути чітко визначеної періодичності: різні розділи сайту можуть оновлюватись із різним інтервалом.

Процеси конвергенції та мультимедіатизації вимагають від журналістів та редакторів опанування додаткових навичок роботи в сучасному інформаційному просторі, на що звертає увагу Л. Дмитрів: «Фактично контент-редактор виконує кілька функцій водночас і виступає як автором матеріалів, журналістом, складачем, так і фахівцем з комп'ютерної графіки, мультимедіа, SEO-копірайтером тощо» [3, с. 12].

М. Женченко наголошує на тому, що «у конвергентному медіа значно розширюються професійні компетенції редактора, адже кожен із видів та етапів роботи потребує адміністрування, для чого потрібні: редактор усього ресурсу (головний редактор мережевої команди), контент-редактор, редактор мультимедійного контенту, редактор сформованого читачем контенту, редактор стрічки новин і редактор спільнот» [4].

Розглядаючи інтернет-аналоги друкованих медіа, А. Федорчук називає такі недоліки сайтів: «Насамперед, часто доводиться констатувати низький рівень організації сайтів та недостатню повноту представлення інформації в електронному вигляді. Деякі, навіть дуже солідні та авторитетні газети, взагалі вважають недоцільним оперативне надання повних текстів публікацій. <...> Багато Інтернет-видань не відокремлюють авторські публікації від поточних новин, що надаються їм інформаційними агентствами. У такий спосіб вони засмічують свої сайти інформаційним шумом і створюють перешкоди для аналіз реального інформаційного потоку конкретного видання» [5, с. 22].

Усі перераховані фактори впливають на зниження рівня якості контенту не лише мережевих аналогів друкованих ЗМІ, а й самостійних інтернет-видань.

Отже, якість контенту інтернет-медіа варто розглядати як із позицій веб-менеджменту й оптимізації тексту для пошукових систем, так і з точки зору професійних стандартів журналістської творчості. Задля успішного функціонування мережевого видання потрібно упорядкувати інформаційне наповнення сайту відповідно до таких критеріїв: релевантність тематичним

запитам, унікальність контенту, чітко розроблена стратегія модерації та юзабіліті, зручна навігація, дотримання юридичних і морально-етичних норм, реалізація основних функцій і принципів журналістики й відповідність сучасним трендам розвитку медіа, насамперед мультимедіатизації та конвергенції. Перспективою подальших наукових досліджень в обраному напрямі може стати визначення критеріїв якості контенту для окремих видів інтернет-медіа.

## РОЗДІЛ 2

### СУПРОВІДНА ЗАПИСКА ДО ТВОРЧОГО ПРОЄКТУ «КОНТЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ У ЦИФРОВІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ: КРИТЕРІЇ ЕФЕКТИВНОСТІ»

#### 2.1. Опис та обґрунтування творчого проєкту

Творчим проєктом до нашої кваліфікаційної роботи слугує добірка публікацій на сайті «Курсом медіаграмотності» ([km.newmedia.zp.ua](http://km.newmedia.zp.ua), див. Додаток А). Це 5 публікацій, які висвітлюють актуальні виклики та тенденції у цифровому медіапросторі.

Публікація «Критика інтернет-ЗМІ: аналіз в контексті сучасної журналістики» розглядає основні аспекти критики Інтернет-ЗМІ, зокрема їх вплив на якість інформації, роль у формуванні громадської думки та проблеми безпеки і конфіденційності. Основна критика стосується низької якості контенту через швидкість і низькі витрати на його виробництво, що призводить до поширення неперевіреної та необ'єктивної інформації. Також обговорюється значний вплив Інтернет-ЗМІ на громадську думку, що може бути як позитивним, так і негативним, особливо при поширенні односторонньої інформації. Окрім цього, публікація акцентує увагу на проблемах безпеки і конфіденційності, пов'язаних із цифровою природою медіа, що підривають довіру громадськості.

Публікація «Критика інтернет-ЗМІ: аналіз в контексті сучасної журналістики» відноситься до жанру аналітичного огляду, оскільки вона систематично розглядає основні аспекти критики, такі як якість інформації, вплив на формування громадської думки та проблеми безпеки і конфіденційності. Публікація пропонує структурований аналіз, підкріплений конкретними прикладами, і надає висновки про актуальні виклики та необхідність вирішення цих проблем. Такий підхід відповідає сутності аналітичного огляду, який має на меті інформувати та надавати глибше розуміння теми для широкої аудиторії.

Публікація «Переваги та недоліки диджитал-медіа порівняно з традиційними формами ЗМІ» також відноситься до жанру аналітичного огляду, оскільки вона комплексно розглядає різні аспекти сучасних диджитал-медіа у порівнянні з традиційними ЗМІ. Зокрема:

- Якість комунікації: Диджитал-медіа дозволяють підтримувати зв'язок з аудиторією безпосередньо через платформи, де розміщені журналістські матеріали, що сприяє активному діалогу та залученню.

- Кросмедійність: Диджитал-медіа дозволяють передавати інформацію через мультимедійні канали, що підвищує цінність та релевантність комунікації, залучаючи користувача до більш персоніфікованого споживання контенту.

- Громадянська журналістика: Цифрові технології дозволяють кожному громадянину створювати новини за допомогою відео, фото та текстових коментарів, що розширює медіавиробництво та робить його більш доступним

- Переваги диджитал-медіа: Серед переваг можна відзначити оперативне поширення інформації та можливість створення різноманітного мультимедійного контенту, що надає більш повну картину подій. Крім того, вони забезпечують інтерактивність та активну участь користувачів у процесі комунікації і дають можливість користувачам генерувати власний контент

- Недоліки диджитал-медіа: Серед недоліків виділяються поширення фейкових новин та глибоких фейків, низький рівень безпеки електронних ресурсів і необхідність фактчекінгу для перевірки достовірності інформації.

Таким чином, публікація висвітлює ключові відмінності та виклики, пов'язані з переходом від традиційних до диджитал-медіа, підкреслюючи важливість подальшого дослідження та вдосконалення цифрових засобів масової інформації.

В публікації «Правила оформлення думки (написання тексту) та редагування для журналістів в інтернеті» наведені ключові принципи, які допоможуть журналістам створювати якісний та зрозумілий контент для інтернет-ЗМІ.

Основні аспекти, які розглядає публікація, включають чіткість та простоту у подачі думок, посилання на джерела для підтримки тверджень, актуальність та релевантність теми, включення запитань до аудиторії для залучення до дискусії, повагу до інших думок та важливість редагування та перевірки тексту перед публікацією. Ці правила допоможуть забезпечити ефективність та професіоналізм у роботі журналістів у цифровому медіапросторі.

Ця публікація може вважатися навчальним матеріалом. Вона містить поради та правила щодо оформлення думок та редагування текстів відповідно до особливостей для Інтернету. Також, вона може відноситися до жанру інструкції або рекомендаційного матеріалу, який надає конкретні кроки для покращення якості контенту в онлайн-журналістиці.

Публікація «Види діяльності журналіста в цифровій журналістиці» розглядає різноманітні аспекти роботи журналіста в онлайн-середовищі. Вона простежує роль журналіста у цифровому медіапросторі через призму таких видів діяльності, як репортаж, аналітика, виробництво контенту, взаємодія з аудиторією, розслідування та експертна думка. Кожен аспект висвітлюється з урахуванням нових можливостей, що відкриваються завдяки цифровим технологіям, а також зазначається їхнє значення у сучасному інформаційному середовищі. Така публікація допомагає розібратися в різноманітних аспектах цифрової журналістики та підкреслює її ключове значення в сучасному світі.

Публікація важлива для журналістів, щоб зрозуміти різноманітність їхніх завдань у цифровому середовищі та навички, які вони повинні розвивати, щоб впевнено працювати в цій галузі. Вона також допомагає аудиторії краще розуміти роль журналіста в епоху інформаційних технологій та цифрової комунікації.

Має місце в добірці також інформаційна публікація, оскільки вона надає читачам важливу інформацію про сутність цифрової журналістики та роль журналіста в цьому контексті. Вона сприяє усвідомленню важливості розвитку навичок та компетенцій у цифровому журналістському середовищі.

Публікація «Сучасні тенденції контент-менеджменту у цифровій журналістиці» підкреслює важливість персоналізації контенту, використання мультимедійних та іммерсивних форматів, що включають відео та аудіо, а також інтерактивні елементи. В публікації йдеться про користь використання штучного інтелекту для аналізу даних та підбору контенту, оскільки він дозволяє швидше реагувати на зміни у вподобаннях аудиторії.

Також обговорюється відкритість та взаємодія з аудиторією через соціальні мережі, створення прозорих спільнот та важливість зворотного зв'язку. Публікація наголошує на необхідності гнучкості та готовності до експериментів, адаптації до нових умов та вимог ринку для досягнення успіху в сучасній цифровій журналістиці. Матеріал структурований і орієнтований на професійну аудиторію, що є характерним для аналітичних оглядів.

## **2.2. Опис цільової аудиторії та особливостей просування продукту**

Цільова аудиторія сайту «Курсом медіаграмотності» складається з активних користувачів інтернету, які цікавляться сучасними тенденціями в медіа-просторі та розвитком цифрової журналістики. Основні характеристики цієї аудиторії включають професійних журналістів, студентів та викладачів журналістики, а також всіх, хто цікавиться виробництвом та використанням цифрового контенту. Можливі стратегії просування подібного циклу журналістських матеріалів могли б включати такі заходи.

Активне позиціонування в соціальних медіа: Використання платформ, таких як Facebook, Twitter, LinkedIn та інші, для публікації і розповсюдження матеріалів, спрямованих на цільову аудиторію.

Участь у спеціалізованих форумах та групах: Активна участь у фахових спільнотах та форумах, де обговорюються теми цифрової журналістики, для підвищення обізнаності та привертання уваги до матеріалів.

Розсилка електронних листів: Створення розсилок з відібраними матеріалами для підписників, що сприяє залученню та утриманню аудиторії.



Співпраця з іншими медіа-платформами: Встановлення партнерських відносин з іншими онлайн-виданнями для обміну контентом та спільного просування матеріалів.

Проведення вебінарів та онлайн-конференцій: Організація онлайн-заходів з експертами з метою обговорення актуальних питань контент-менеджменту у цифровій журналістиці.

Оптимізація контенту для пошукових систем: Використання ключових слів та оптимізація метатегів для підвищення видимості матеріалів у пошукових системах.

### **2.3. Формально-змістові характеристики проєкту**

Для розміщення комплексу публікацій на тему «Контент-менеджмент у цифровій журналістиці: критерії ефективності» разом із керівницею творчого проєкту М. В. Чабаненко було створено сайт «Курсом медіаграмотності» (Онлайн-медіа про сучасний інформаційний простір»).

Комплекс публікацій складається з 5 матеріалів за темами: «Сучасні тенденції контент-менеджменту у цифровій журналістиці», «Види діяльності журналіста в цифровій журналістиці», «Правила оформлення думки (написання тексту) та редагування для журналістів в Інтернеті», «Переваги та недоліки диджитал-медіа порівняно з традиційними формами ЗМІ», «Критика інтернет-ЗМІ: аналіз в контексті цифрової журналістики». Наші публікації, як зазначалось вище, відповідають становлять аналітичні та навчально-інформаційні публікації.

### **2.4. Особливості оформлення проєкту**

У процесі оформлення тексту на сайті «Курсом медіаграмотності» використовуються такі елементи, як заголовки, підзаголовки, маркерні списки та відступи, що допомагають структурувати матеріал і полегшують сприйняття інформації. Текст розбивається на логічні блоки, що допомагає читачам швидше зорієнтуватися в матеріалі. Крім того, важливо використовувати чіткий та

лаконічний стиль написання, а також правильну граматику та орфографію, щоб забезпечити якісний контент для читачів.

Особливості оформлення проєкту також включають використання тематичних ілюстрацій та зображень, що ілюструють основні концепції та ідеї, висвітлені в матеріалах. Це допомагає зробити контент більш доступним та привабливим для читачів, підсилює візуальний ефект та сприяє кращому сприйняттю інформації. Такий підхід дозволяє не лише зробити матеріали цікавішими, але й залучити увагу аудиторії до основних тем, що обговорюються на сайті.

Сам сайт має зручну навігацію і категорії, які дають змогу будь-якому користувачу легко орієнтуватися і знаходити інформацію, а також висловити свою думку залишивши коментарі. Також дизайн сайту адаптований до мобільних пристроїв: сайт створений з урахуванням особливостей перегляду контенту на мобільних пристроях для забезпечення зручності та доступності для користувачів.

## **2.5. Технічні і програмні засоби**

Коли я працювала над проєктом, виявила, що WordPress – це ідеальний вибір для створення веб-сайту. Однією з його переваг є простота у використанні, що дозволяє легко додавати, редагувати та публікувати контент без глибоких знань програмування. Величезна колекція плагінів і тем розширює функціональність сайту, дозволяючи мені додавати різноманітні можливості безпосередньо з адміністративного інтерфейсу.

Завдяки регулярним оновленням і високому рівню безпеки, можна бути впевненим у захищеності сайту від потенційних загроз. WordPress дає змогу концентруватися на створенні вмісту і не турбуватися про технічні питання, що робить його ідеальним вибором для моїх потреб.

CMS WordPress також дозволяє журналістам легко організувати свій вміст за категоріями, тегами та архівами, що сприяє покращенню навігації та пошуку для читачів. Вбудована система коментарів дозволяє взаємодіяти з

аудиторією, отримувати зворотний зв'язок та створювати спільноту навколо своїх матеріалів. Журналісти можуть легко ділитися своїми матеріалами на різних платформах, розширюючи свою аудиторію та залучаючи нових читачів. Також важливо відзначити, що WordPress пропонує широкий вибір SEO-інструментів, які допомагають підвищити видимість матеріалів у пошукових системах, що є важливим для повернення трафіку на сайт.

## **2.6. Зв'язок із творчим доробком (портфоліо)**

У ході практичних занять та з власної ініціативи, я займалась написанням матеріалів на різноманітні теми, розкриваючи актуальні аспекти сучасного життя суспільства. Зокрема, під час моєї практики я мала можливість співпрацювати з молодіжним порталом «Пороги», де моя робота полягала в написанні статей та заміток на різноманітні теми. Цей досвід дозволив мені не лише вдосконалити свої навички у написанні, а й долучитися до комунікації з молодими людьми, розуміючи їхні потреби та інтереси. Більшість моїх текстів були опубліковані в інтернет-ЗМІ або інших онлайн-ресурсах (див. додаток Б).

Одним з найцікавіших завдань під час моєї практики стала участь у засіданні онлайн-школи «НАТО – альянс можливостей». Під час цього заходу я не лише написала матеріал для пресслужби ЗНУ, а й отримала Сертифікат про участь в цьому заході (див. додаток В). Цей досвід дозволив мені розширити свій кругозір, поглибити розуміння міжнародних відносин та навчитися швидко та ефективно аналізувати та висвітлювати складні теми.

Завдяки роботі над творчим проектом «Контент-менеджмент у цифровій журналістиці: критерії ефективності» вдалося збагатити мій творчий доробок (портфоліо), краще зрозуміти особливості цифрової журналістики та контент-менеджменту, продемонструвати свої знання, навички та досягнення у галузі цифрових медіа.

## ВИСНОВКИ

У рамках дослідження було вивчено та узагальнено наукову думку щодо специфіки функціонування цифрової журналістики, що дозволило з'ясувати ключові аспекти контент-менеджменту у цій галузі. А саме, ми визначили, що для успішного функціонування мережевого видання необхідно враховувати кілька важливих аспектів. В першу чергу, інформаційне наповнення сайту повинно бути релевантним тематичним запитам аудиторії, забезпечуючи залучення цільової аудиторії та підвищення його популярності. Крім того, унікальність контенту грає важливу роль у привертанні уваги користувачів та відрізненні від конкурентів. Теги, ключові слова у заголовках, підзаголовках, підписах до зображень та в основному тексті виступають індикаторами релевантності, що враховуються при SEO-оптимізації контенту для пошукових систем.

Чітко розроблена стратегія модерації та високий рівень юзабіліті дозволяють створювати комфортне та безпечне середовище для користувачів, сприяючи збереженню та залученню нової аудиторії. Зручна навігація по сайту відображається на зростанні залучення та збільшенні часу перебування на ньому.

Дотримання юридичних і морально-етичних норм є необхідним елементом для підтримки репутації видання та відбудови довіри користувачів. Реалізація основних функцій і принципів журналістики допомагає забезпечити високу якість і достовірність інформації, що публікується.

Відповідність сучасним трендам у медіа, зокрема мультимедіатизації та конвергенції, є ключовим аспектом для успішної адаптації до змін у медіа-ландшафті та збереження конкурентоспроможності. Такий підхід дозволяє мережевим виданням ефективно взаємодіяти з аудиторією та забезпечувати її потреби в різноманітній та цікавій інформації.

Узагальнивши думки інших авторів, представлених у дослідженні, ми визначили, що ефективність контенту у цифровій журналістиці оцінюється за рядом критеріїв. Зокрема, ключовими є прозорість та ідентифікація власника,

доступність для користувачів, зручність навігації, реактивність та можливість перекладу контенту на інші мови. Додатковою важливою характеристикою є унікальність, достовірність, релевантність тематичним запитам, регулярне оновлення та наявність модерації.

Неякісний контент відрізняється спамом, надмірною кількістю реклами або демонстрацією тих рекламних матеріалів, що не мають цінності для користувача, проблемами з пошуковими роботами та дублюванням. Окрім цього, процес мультимедіатизації вимагає використання мультимедійних форматів для збереження читацької уваги, що підкреслює важливість доступності, візуалізації та інтерактивності контенту.

Критерії ефективності також передбачають уникнення неякісних практик, таких як копіювання або переписування інформації з інших ресурсів, автоматичне перенаправлення користувачів. Веб-менеджери вказують на неповноту інформації або надлишок зайвої інформації, дублювання матеріалів, неструктурований текст, великі фрагменти без підзаголовків та ілюстрацій, великі розміри ілюстрацій та нечитабельний шрифт як ознаки неякісного контенту.

Творчий проєкт у вигляді комплексу публікацій на сайті «Курсом медіаграмотності» став важливим кроком у підготовці мультимедійного контенту з обраної тематики. Він сприяє популяризації знань про контент-менеджмент та відображенню сучасних тенденцій у цифровій журналістиці.

У майбутньому, подальше дослідження та впровадження в практику знань, отриманих у цій дипломній роботі, сприятиме підвищенню якості та конкурентоспроможності цифрових медіаресурсів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Вайшенберг З., Кляйнштойнбер Г., Пьорксен Б. Журналістика та медіа: довідник. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2011. С. 529.
2. Жиляєва С. Мар'яна Драч: «У сучасному світі не можна робити ставку лише на радіоплатформу». Детектор Медіа. URL:<https://detector.media/rinok/article/95769/2014-07-15-maryana-drach-usuchasnomusviti-ne-mozhna-robiti-stavku-lishe-na-radioplatformu> (дата звернення: 10.05.2024 р.)
3. Журналістика: словник-довідник / авт.-уклад. І. Михайлин. Київ: Академвидав, 2013. С. 320.
4. Колосовська І. Журналістика віртуальної реальності: як запровадити в Україні? Медіакритика. URL: <https://www.mediakrytyka.info/ohlyadyanalitika/zhurnalistyka-virtualnoyi-realnosti-yak-zaprovadyty-v-ukrayini> (дата звернення: 10.05.2024р.)
5. Лешко У. Типологія жанрів інтернет-журналістики: теоретичні аспекти. *Вісник Львівського університету*. Серія Журналістика. 2018. Випуск 44. С. 246–253.
6. Медіауподобання українських експертів та журналістів: результати опитування. Український кризовий медіацентр. URL: <https://uacrisis.org/uk/mediaupodobannya-ukrayinskyh-ekspertiv-ta-zhurnalistivrezultaty-opytuvannya> (дата звернення: 10.05.2024р.)
7. 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-renesans-mizhbezmeznoyu-svobodoyu-i-novymy-ryzykamy-lyudstva> (дата звернення: 10.05.2024р.)

8. Нестеренко О. Поняттєві сфери термінів для номінації нових медіаформатів. *Держава і регіони*. Серія Соціальні комунікації. 2016. № 4 (28). С. 80 -86.

9. Нишпорська Д. Що треба знати про художній репортаж – розбираємо на прикладі Reporters. The Lede. URL: <https://www.thelede.media/lifehacks/2020/01/27/775>. (дата зверення: 10.05.2024р.)

10.Потоки інформації в павутині. Мережевий аналіз ЗМІ. VoxUkraine: веб-сайт. URL: <https://voxukraine.org/uk/potoki-informatsiyi-v-pavutini-merezhevij-analiz-zmi>

11. Потятиник Б. 4 етапи розвитку нових медіа. Медіакритика. URL:<http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analyyka/4-etapy-rozvytku-povykhmedia.html> (дата звернення: 10.05.2024р.)

12. Потятиник Б. Інтернет-журналістика: навч. посіб. Львів : ПАІС, 2010. С. 246 с

13. Потятиник Б. Цифрова журналістика: інтеграція. Ключові властивості. *Медіакритика*. URL : <https://www.mediakrytyka.info/novi-tehnologii-media/tsyfrova-zhurnalistyka-intehratsiya.html> (дата звернення: 25.05.2024).

14. Б. Єрохін Базові правила – найважчі. Як українські ЗМІ нехтують основами журналістики URL: <https://mediakrytyka.lnu.edu.ua/ohlyady-analyyka/bazovi-pravy-la-nayvazhchi-yak-ukrayynski-zmi-nekhtuyut-osnovamy-zhurnalistyky.html>

15. Прімбс Ш. Соціальні медіа для журналістів. Редакційна робота з Facebook, Twitter & Co / За загал. ред. В. Ф. Іванова. Київ: АУП, Центр вільної преси, 2018. С. 198.

16. Репортаж & крапка. 25 порад і трохи більше історій для тих, хто планує або вже пише художні репортажі. Reporters. URL: <http://posibnyk.reporters.media> (дата звернення: 10.05.2024р.)

17. Словник журналіста: Терміни, мас-медіа, постаті / за заг. ред. Ю. Бідзілі. Ужгород: ВАТ «Видавництво «Закарпаття», 2007. С. 224.

18.Тонкіх І. Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті: навчальний посібник. Запоріжжя: ЗНТУ, 2017. С.129.

19. Топ ефективних українських медіабрендів 2020. Центр контент-аналізу:веб-сайт. URL: <https://ukrcontent.com/blog/top-efektivnih-ukrainskih-mediaberndiv2020.html> (дата зверення: 10.05.2024р.)

20. Чабаненко М. Напрями трансформації репортажу в онлайнівій журналістиці. *Вісник Львівського університету*. Серія Журналістика. 2019. Випуск 46. С. 310–317.

21. Шевченко В. Мультимедійний контент: навч. посіб. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2017. С. 239.

22. Шекеряк Я. Чому медіа з нами заГРАють? Про картки на знижку, невеселі «забавки» та новини, у які треба грати. Медіакритика: веб-сайт. URL:<https://www.mediakrytyka.info/novi-tehnologii-media/chomu-media-z-namy-zahrayutpro-kartky-na-znyzhku-neveseli-zabavky-ta-novynu-u-yaki-treba-hratty.html>(дата зверення: 10.05.2024р.)

23. Щорічне опитування USAID-Internews «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2020 р.». Internews. URL:[https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2020/10/2020-Media\\_Consumption\\_Survey-FULL-FIN-Ukr-1.pdf](https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2020/10/2020-Media_Consumption_Survey-FULL-FIN-Ukr-1.pdf) (дата зверення: 10.05.2024р.)

24. The age of digital interdependence. Report of the UN Secretary-General's High-level Panel on Digital Cooperation. 2019. 47 p. URL: <https://www.un.org/en/pdfs/DigitalCooperation-report-for%20web.pdf> (accessed: 10.05.2024р.)



**ДОДАТОК А**

**ІЛЮСТРАЦІЯ ДО ТВОРЧОГО ПРОЄКТУ «КОНТЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ У ЦИФРОВІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ: КРИТЕРІЇ ЕФЕКТИВНОСТІ»**



Рисунок А.1 – «Курсом медіаграмотності» (онлайн-медіа про сучасний інформаційний простір»), головна сторінка.

## ДОДАТОК Б

### СПИСОК МАТЕРІАЛІВ ПОРТФОЛІО

#### Інтернет-публікації:

1. Види діяльності журналіста в цифровій журналістиці. 12.05.2024р.  
URL:<https://km.newmedia.zp.ua/2024/05/12/%d0%b2%d0%b8%d0%b4%d0%b8-%d0%b4%d1%96%d1%8f%d0%bb%d1%8c%d0%bd%d0%be%d1%81%d1%82%d1%96-%d0%b6%d1%83%d1%80%d0%bd%d0%b0%d0%bb%d1%96%d1%81%d1%82%d0%b0-%d0%b2-%d1%86%d0%b8%d1%84%d1%80%d0%be%d0%b2%d1%96/>
2. 16 днів проти насильства». Що варто знати про Всеукраїнську акцію. 12.12.2023р. URL:<https://porogy.zp.ua/2023/12/16-dniv-proty-nasyilstva-shho-var-to-znaty-pro-vseukrayinsku-aktsiyu/>
3. Критика інтернет-ЗМІ: аналіз в контексті цифрової журналістики». 12.05.2024р.  
URL:<https://km.newmedia.zp.ua/2024/05/12/%d0%ba%d1%80%d0%b8%d1%82%d0%b8%d0%ba%d0%b0-%d1%96%d0%bd%d1%82%d0%b5%d1%80%d0%bd%d0%b5%d1%82-%d0%b7%d0%bc%d1%96-%d0%b0%d0%bd%d0%b0%d0%bb%d1%96%d0%b7-%d0%b2-%d0%ba%d0%be%d0%bd%d1%82%d0%b5%d0%ba%d1%81/>
4. Правила оформлення думки (написання тексту) та редагування для журналістів в Інтернеті. 12.05.2024р. URL:  
<https://km.newmedia.zp.ua/2024/05/12/%d0%bf%d1%80%d0%b0%d0%b2%d0%b8%d0%bb%d0%b0-%d0%be%d1%84%d0%be%d1%80%d0%bc%d0%bb%d0%b5%d0%bd%d0%bd%d1%8f-%d0%b4%d1%83%d0%bc%d0%ba%d0%b8-%d0%bd%d0%b0%d0%bf%d0%b8%d1%81%d0%b0%d0%bd%d0%bd%d1%8f-%d1%82/>
5. Переваги та недоліки диджитал-медіа порівняно з традиційними формами ЗМІ. 12.05.2024р. URL:<https://km.newmedia.zp.ua/2024/05/12/%d0%bf%d0%b5%d1%80%d0%b5%d0%b2%d0%b0%d0%b3%d0%b8-%d1%82%d0%b0-%d0%bd%d0%b5%d0%b4%d0%be%d0%bb%d1%96%d0%ba%d0%b8-%d0%b4%d0%b8%d0%b4%d0%b6%d0%b8%d1%82%d0%b0%d0%bb-%d0%bc%d0%b5%d0%b4%d1%96%d0%b0-%d0%bf/>
6. Розширення можливостей для студентів: Огляд платформ для безкоштовних навчання, практики та стажування. 12.12.2023р. URL:  
<https://porogy.zp.ua/2023/11/rozshyrennya-mozhlyvostej-dlya-studentiv-oglyad-platform-dlya-bezkoshtovnyh-navchannya-praktyky-ta-stazhuvannya/>
7. Сучасні тенденції контент-менеджменту у цифровій журналістиці. 12.05.2024р. URL:<https://km.newmedia.zp.ua/2024/05/12/%d1%81%d1%83%d1%87%d0%b0%d1%81%d0%bd%d1%96-%d1%82%d0%b5%d0%bd%d0%b4%d0%b5%d0%bd%d1%86%d1%96%d1%97%d1%97-%d0%ba%d0%be%d0%bd%d1%82%d0%b5%d0%bd%d1%82-%d0%bc%d0%b5%d0%bd%d0%b5%d0%b4%d0%b6%d0%bc%d0%b5/>
8. Штучний інтелект: порятунок чи загроза для людства. 12.12.2023р. URL:  
<https://porogy.zp.ua/2023/11/shtuchnyj-intelekt-poryatunok-chy-zagroza-dlya-lyudstva/>
9. В Економіко-правничому фаховому коледжі ЗНУ тривають профорієнтаційні заходи. 30.11.2021р. URL:  
[https://sites.znu.edu.ua/cms/index.php?action=news/view\\_details&news\\_id=55779&lang=ukr&news\\_code=v-ekonomiko-pravnichomu-fakhovomu-koledzhi-znu-trivayut-profori--ntatsijni-zakhodi](https://sites.znu.edu.ua/cms/index.php?action=news/view_details&news_id=55779&lang=ukr&news_code=v-ekonomiko-pravnichomu-fakhovomu-koledzhi-znu-trivayut-profori--ntatsijni-zakhodi)
10. Представники ЗНУ взяли участь у засіданні онлайн-школи «НАТО – альянс

можливостей». 10.12.2021. URL:

[https://sites.znu.edu.ua/cms/index.php?action=news/view\\_details&news\\_id=55875&lang=ukr&news\\_code=predstavniki-znu-vzyali-uchast-u-zasidanni-onlajn-shkoli---nato----alyans-mozhливостей](https://sites.znu.edu.ua/cms/index.php?action=news/view_details&news_id=55875&lang=ukr&news_code=predstavniki-znu-vzyali-uchast-u-zasidanni-onlajn-shkoli---nato----alyans-mozhливостей)

11. На біологічному факультеті ЗНУ абітурієнтам пропонують здобути актуальну освіту за ОП «Біологія». 02.12.2021р. URL:

[https://www.znu.edu.ua/cms/index.php?action=news/view\\_details&news\\_id=55797&lang=ukr&news\\_code=na-biologichnomu-fakulteti-znu-abituri--ntam-proponuyut-zdobuti-aktualnu-osvitu-za-op---biologiya](https://www.znu.edu.ua/cms/index.php?action=news/view_details&news_id=55797&lang=ukr&news_code=na-biologichnomu-fakulteti-znu-abituri--ntam-proponuyut-zdobuti-aktualnu-osvitu-za-op---biologiya)

12. Представники кафедри німецької філології влаштували День відкритих дверей для абітурієнтів-2022. 07.12.2021р. URL:

[https://www.znu.edu.ua/cms/index.php?action=news/view\\_details&news\\_id=55831&lang=ukr&news\\_code=predstavniki-kafedri-nimetskoyi-filologiyi-vlashtovali-den-vidkritikh-dverej-dlya-abituri-ntiv-2022](https://www.znu.edu.ua/cms/index.php?action=news/view_details&news_id=55831&lang=ukr&news_code=predstavniki-kafedri-nimetskoyi-filologiyi-vlashtovali-den-vidkritikh-dverej-dlya-abituri-ntiv-2022)

## ДОДАТОК В

### СЕРТИФІКАТ УЧАСТІ В ОНЛАЙН-ШКОЛІ



# СЕРТИФІКАТ

  
Посольство  
Великої Британії  
в Україні

 ІНТЕРНЬЮЗ  
У К Р А І Н А

*Алешко Кароліна*

**9-10 грудня 2021 року брав(-ла) участь в онлайн-школі для освітян «НАТО - альянс можливостей» (6 годин), який провела ГО «Інтерньюз-Україна» в рамках проєкту «НАТО - це люди», що фінансується Урядом Сполученого Королівства Великої Британії та Північної Ірландії, що діє через Міністерство закордонних справ і у справах Співдружності націй Великої Британії («FCDO»)**

Голова правління

  
Квурт К.С.



**Декларація  
академічної доброчесності  
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ**

Я Лемешко Кароліна Миколаївна, студент(ка) 5 курсу, заочної форми навчання, факультету журналістики, спеціальність «Журналістика», адреса електронної пошти KarolinaLmshk@gmail.com,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Контент-менеджмент у цифровій журналістиці: критерії ефективності»

відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

- згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата 28 травня 2024 р. Підпис  Лемешко К. М.

Дата \_\_\_\_\_ Підпис \_\_\_\_\_ Чабаненко М. В.

## ABSTRACT

The project "Content Management in Digital Journalism: Criteria of Effectiveness" investigates modern approaches to content management in the context of digital journalism, focusing on the evolving landscape of online media dissemination. It seeks to understand how optimizing content can enhance journalistic practices and effectively engage a broader audience.

The object of the thesis is publications and materials created and posted in digital media, in particular, one's own, as well as materials of other authors, which are examples of effectively generated content in digital journalism.

The subject of the thesis is the features of content management in digital journalism, efficiency criteria.

This research is particularly intriguing as it contributes novel insights into content management practices in digital journalism and identifies key criteria for its efficacy in contemporary media.

The primary goal of this graduate work is to curate multimedia content tailored for various online platforms, presented as a series of publications addressing "Content Management in Digital Journalism: Criteria of Effectiveness." By analyzing the intricacies and effectiveness of content management in digital journalism, this study aims to provide valuable guidance for content creators and media practitioners navigating the rapidly changing digital media landscape.

The exploration of the intricacies and effectiveness criteria of content management in digital journalism is pertinent in today's context due to shifting approaches to content creation, the emergence of new information presentation formats, and technological innovations. This research underscores the importance of adapting content management strategies to meet evolving audience demands and technological advancements, ultimately contributing to the advancement of digital journalism practices.

Keywords: digital journalism, content management, performance criteria, mass media.