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

Кваліфікаційна робота бакалавра

на тему «Підготовка новин для онлайн-медіа: технологія збору і обробки інформації»

Виконала: студентка 4 курсу, групи 6.0611-ж-з
спеціальності С7 журналістика освітньої
програми «Журналістика» *Архіпова А. С.*
Керівник: к. ф. н., доц. *Тернова А. І.*
Рецензент: к. філол. н., доц. *Романюк Н. В.*

Запоріжжя 2025

ЗМІСТ

Реферат……..…….3
Завдання……..……4
Вступ……..…….6
Розділ 1. Теоретичні основи дослідження ……..……...……9
1.1. Обґрунтування інформаційного продукту та опис спеціалізованої задачі…….…..... 9
1.2. Аналіз тематичних, контентних і дизайнерських матеріалів особливостей матеріалів …….....15
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…….....26
2.4. Особливості оформлення проєкту…….30
2.5. Технічні і програмні засоби……..…….31
2.6. Зв’язок із творчим доробком (портфоліо)…….…..…….35
Висновки…….……....34
Список використаної літератури…….……...36
Abstract…….……40
Декларація академічної доброчесності…….……41

РЕФЕРАТ

Назва теми: «Підготовка новин для онлайн-медіа технологія збору і обробки інформації»

Обсяг основної частини роботи: 30 сторінок.

Кількість використаних джерел: 30.

Мета роботи: полягає в тому, щоб схарактеризувати тематику та структуру новин в онлайн-медіа.

Мета роботи передбачає виконання певних **завдань:**

1) вивчити визначення поняття новини онлайн-медіа, визначити їх характерні риси;

2) розглянути критерії побудови новин онлайн медіа;

3) виявити вимоги до подання новинної інформації у сучасній журналістиці;

4) схарактеризувати побудову і тематику новин на сторінках запорізьких інтернет-видань;

5) створити проєкт «Запоріжжя Сьогодні» як сучасний мультимедійний онлайн-портал.

Об’єкт дослідження: новини в запорізьких інтернет-ЗМІ за березень та квітень 2025 року

Предмет дослідження: застосування методів збору і обробки інформації у новинах запорізьких онлайн-медіа

Ключові слова: онлайн-медіа , інтернет, новини , тематика, побудова.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет журналістики
Кафедра журналістики
Рівень вищої освіти – бакалавр
Спеціальність С7 журналістика
Освітня програма «Журналістика»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
Чернявська Л.В.
_____
«06» травня 2025 року

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА СТУДЕНТЦІ

Архіповій Анжеліці Сергіївні

1. Тема роботи «Підготовка новин для онлайн-медіа: технологія збору і обробки інформації» («News Preparation for Online Media: Technology for Collecting and Processing Information»),
керівник роботи – к.філол.н., доцент кафедри журналістики Тернова А. І., затверджені наказом ЗНУ від від «07»листопада 2024 року №1782-с.
2. Строк подання студентом роботи – 15.05.2025 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 журналістики в цілому.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1) вивчити визначення поняття новини онлайн-медіа, визначити їх характерні риси; 2) розглянути критерії побудови новин онлайн медіа; 3) виявити вимоги до подання новинної інформації у сучасній журналістиці; 4) схарактеризувати побудову і тематику новин на сторінках запорізьких інтернет-видань; 5) створити проєкт «Запоріжжя Сьогодні» як сучасний мультимедійний онлайн-портал.
5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Завдання видав (дата, підпис)	Завдання прийняв (підпис)
Вступ	Тернова А. І. доц.	12.01.2025	12.01.2025
1 розділ	Тернова А. І. доц.	12.02.2025	12.02.2025
2 розділ	Тернова А. І. доц.	21.04.2025	21.04.2025
Висновки	Тернова А. І. доц.	05.05.2025	05.05.2025

6. Дата видачі завдання –17 листопада 2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів роботи	Строк виконання	Примітка
1	Скласти графік виконання роботи, визначити мету, завдання, об’єкт, предмет дослідження	24.11.2024	Виконано
2	Написати попередній варіант вступу і змісту. Дібрати наукову літературу, визначити емпіричні джерела.	17.01.2025	Виконано
3	Опрацювати літературу, написати теоретичну частину, оформити список літератури	12.02.2025	Виконано
4	Доробити творчий проєкт, скласти його опис та обґрунтування.	21.04.2025	Виконано
5	Сформувати список творчого доробку, написати всі інші підрозділи практичної частини.	25.04.2025	Виконано
6	Написати висновки і оформити роботу у цілому.	05.05.2025	Виконано
7	Пройти рецензування. Здати роботу на нормоконтроль.	10.05.2025	Виконано невчасно
8	Виправити недоліки оформлення і здати роботу на кафедру	12.05.2025	Виконано невчасно

Студент_____ _____ А. С. Архіпова

Керівник роботи _____ А. І. Тернова

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ М. В. Чабаненко

ВСТУП

Актуальність дослідження полягає в тому, що процес мультимедіатизації ЗМІ стає новим етапом у розвитку сучасної журналістики. Та наразі кожному інтернет-журналістові дуже важливо розуміти, що для того, щоб зацікавити аудиторію, він повинен, окрім професійного викладу інформації, володіти новими технологіями та інструментами мультимедійності, за допомогою яких можна подати будь-яку новину просто, доступно, цікаво та наочно. Застосування мультимедійності прямо впливає на рівень популярності засобів масової інформації в Інтернеті. Журналістика - це мистецтво оперативного опрацювання і подання інформації. Журналіст є транлятором інформації та новин та тим хто повинен відрізнятися від інших тим, що він подає інформацію чітко та правдиво, без вигадок та змін. На думку С. Аксьонова, новини в сучасних медіа - це якісно новий соціокультурний та цивілізаційний феномен, що представляє собою діяльність із формування та представлення інформаційних образів актуальності.

Реальність усе більшою мірою з’являється нам у своїй комунікативній та інформаційній формі, тому новини стають системотворчим елементом. Для нормального функціонування соціальної системи необхідний безперервний потік інформації. Він відповідно орієнтує кожну особистість та тримає її в стані інформаційної насиченості. Новини відповідальні за формування соціального середовища, що представляє собою комплекс комунікативних підпросторів, де актуалізується та або інша людська діяльність [4] Як стверджує С. Аксьонов, «…соціальне середовище формується та актуалізується як комунікативний простір, функціонування якого забезпечує координацію людської діяльності за допомогою механізмів комунікації, трансляції або передачі інформації. Інструментами формування окремих співтовариств та суспільства в цілому є різні комунікативні засоби, при цьому одним із головних є новини. Незважаючи на порівняно недовгий період вивчення функціонування новин в медіа, вже з’явилось усвідомлення того, що вони є особливим типом реальності, що

вимагає соціологічного, комунікативного, філософського, психологічного та культурологічного аналізу. Спроби охарактеризувати як єдине ціле цей достатнє строкатий та, на перший погляд, внутрішньо суперечливий конгломерат методологічний підходів дослідження новин в медіа приводять до сучасної постмодерністської методології та інтеграції всього спектру сучасного наукового знання» [4].

На сьогоднійшній день ЗМІ мають напружену конкуренцію. Традиційна друкоапна преса, телебачення та радіо програють інтернету, який є основним засобом інформації. Можна стверджувати, що Інтернет це нове медійне середовище, саме на його платформі виникли інтенет-ЗМІ. Одними із головних рис онлайн-медіа є такі: універсальність, оперативність, мультимедійність, інтерактивність та гіпертекстуальніть. Головне завдання інтернет-ЗМІ не просто збирати, опрацьовувати та поширювати інформацію, а викладати її за допомогою нових технічних можливостей для того, щоб поянити нюанси новин, сформувати інтерес аудиторії до новинної інформації.

Питання розвитку інтернет-ЗМІ аналізували В. Мироненко, В. Недбай, І. Биков, М. Чабаненко, С.Аксьонов та інші дослідники. Можна стверджувати, що сайти інтернет-ЗМІ або авторські проєкти з численною аудиторією читачів постійно змінюються, залежно від контенту та цільової аудиторії.

Інтернет ЗМІ – це багатогранний канал зв’язку, через який аудиторія дізнається про актуальні події. На відміну від інших видів ЗМІ саме інтернет-журналістика має більшу оперативність подачі інформації аудиторії. А ще найголовнішою відмінністю Інтернету від традиційних ЗМІ є те, що він надає користувачам інтерактивні можливості. Це і зумовило вибір теми дослідження.

На думку О. Коцарева, основний акцент спрямований на професіоналізм творців інтернет-видань і до інтернет-ЗМІ пропонує відносити лише ті сайти, які виконують функцію поширення переважно журналістської інформації, тобто інформації про суспільно актуальні в тій чи іншій галузі події, зібраної та препарованої професіоналами-журналістами й/або із застосуванням професійних журналістських технологій [8].

Мета дослідження полягає в тому, щоб схарактеризувати тематику та структуру новин в онлайн-медіа.

Мета роботи передбачає виконання певних *завдань*:

1) вивчити визначення поняття новини онлайн-медіа, визначити їх характерні риси;

2) розглянути критерії побудови новин онлайн медіа;

3) виявити вимоги до подання новинної інформації у сучасній журналістиці;

4) схарактеризувати побудову і тематику новин на сторінках запорізьких інтернет-видань.

5) створити проєкт «Запоріжжя Сьогодні» як сучасний мультимедійний онлайн-портал.

Об'єкт дослідження: новини в запорізьких інтернет-ЗМІ за березень та квітень 2025 року

Предмет дослідження: застосування методів збору і обробки інформації у новинах запорізьких онлайн-медіа.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається з реферату, вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури. Обсяг основної роботи − 30 сторінок. Список використаної літератури включає 30 найменувань (викладених на 4 сторінках).

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Обґрунтування інформаційного продукту та опис спеціалізованої задачі

В умовах воєнного стану в Україні інформаційний простір перетворюється не просто на платформу для поширення новин, а на фундаментальний елемент національної безпеки. Інформація в такій ситуації набуває стратегічного значення, адже здатна як зміцнювати моральний дух нації, так і, навпаки, підривати його, якщо вона викривлена, неправдива або маніпулятивна. Саме тому постає критична потреба у створенні якісного, достовірного, професійного та оперативного онлайн-медіа, яке буде не лише інформувати, а й формувати національну свідомість, сприяти соціальній згуртованості та підтримувати психологічну стійкість населення в умовах тривалого стресу та нестабільності.

Починаючи з 2022 року, після повномасштабного вторгнення Російської Федерації, українські медіа зазнали колосального тиску: з одного боку – необхідність оперативно реагувати на безперервний потік подій, з іншого – постійна загроза поширення фейків, інформаційно-психологічних атак, зрежисованих кампаній дезінформації. У такій ситуації журналістика перестає бути просто формою публіцистики і перетворюється на інструмент впливу, що має працювати виключно в інтересах держави, громадян та правди. Саме на цій основі постає потреба у створенні такого інформаційного онлайн-продукту, який здатен відповідати на виклики часу – бути швидким, але не поспішним; бути критичним, але не цинічним; бути відкритим, але не вразливим до маніпуляцій.

Дослідження, проведене Інститутом масової інформації (IMI) у січні 2025 року, виявило цікаву тенденцію: 25% усіх новин в українських онлайн-медіа стосувалися війни, а ще 21% - політики [15]. Загалом це свідчить не лише про факт активної медіапрезентації цих тем, але й про високий суспільний запит на

відповідний контент. Українське суспільство, що живе у стані постійної невизначеності, шукає опори в інформації, намагається зрозуміти логіку процесів, приймати раціональні рішення і вибудовувати власну позицію.

Сьогодні одним із головних викликів, з яким стикаються українські медіа, є перенасичення інформаційного простору повідомленнями з соціальних мереж, зокрема з Telegram-каналів. Згідно з тим же дослідженням IMI, 40% новин базуються на інформації з соціальних мереж, що є тривожним сигналом. Соцмережі часто функціонують як середовище емоційного резонансу, а не перевірених фактів. Вони є простором для анонімності, конспірології, емоційної маніпуляції [6].

Окремо слід сказати про функцію психологічної підтримки. За умов постійної тривоги, втрат, мобілізації, відсутності стабільності, інформаційне середовище має виконувати також роль «точки опори» - простору, де можна знайти не лише факти, але й розуміння, емпатію, надію.

Варто зазначити, що одним із ключових викликів є недостатній доступ до кваліфікованої психологічної допомоги. В Україні існує обмежена кількість фахівців, які мають досвід роботи з військовими, що призводить до того, що багато військовослужбовців не можуть отримати необхідну допомогу вчасно. Крім того, надання повноцінної допомоги та реабілітації часто вимагає демобілізації або довготривалої відпустки для військових, що є складним через постійну потребу у військовій присутності на фронті.

Стигматизація психологічних проблем серед військових також є серйозною перешкодою. Багато ветеранів, особливо старшого покоління, знецінюють свій психічний стан і не звертаються за допомогою фахівців, що ускладнює їхню реабілітацію та адаптацію до мирного життя [13].

Медіа можуть відігравати важливу роль у подоланні цих викликів, надаючи інформаційну та психосоціальну підтримку військовослужбовцям. Через новинні матеріали, інтерв'ю з фахівцями та освітні програми вони можуть інформувати військових про доступні соціальні програми, закони та осередки, де можна отримати психологічне консультування. Крім того, медіа

можуть сприяти зменшенню стигматизації психологічних проблем, висвітлюючи історії успішної реабілітації та адаптації військових до цивільного життя.

Незважаючи на поступове зростання обізнаності, багато військових все ще мають справу зі стигматизацією та упередженнями щодо психологічних проблем. У суспільстві все ще існує багато стереотипів щодо психологічних проблем, що розглядаються як ознака слабкості або нездатності справитися з труднощами. Це може призводити до того, що військові не звертаються за допомогою, остерігаючись осуду та негативного ставлення. Військовослужбовці можуть відчувати внутрішню стигму, сором або страх визнати наявність психологічних проблем. Відтак медіа беруть на себе відповідальність розвінчувати подібні суспільні упередження, знімаючи напругу між травмованими і постраждалими військовими та соціумом

Недостатній доступ до професійної допомоги, обмеженість ресурсів та інфраструктури, а також стигматизація психологічних проблем у суспільстві ускладнюють процес реабілітації та адаптації військових до мирного життя. Завдяки системним і комплексним підходам можна значно підвищити ефективність підтримки військових, сприяючи їхньому успішному поверненню до мирного життя та інтеграції у суспільство. У таких умовах створення інформаційних матеріалів, що підвищують обізнаність про проблеми та пропонують практичні рішення, стає надзвичайно актуальним.

Загалом, для ефективної психологічної реабілітації військовослужбовців в Україні необхідно подолати бар'єри, пов'язані з доступом до професійної допомоги та стигматизацією психологічних проблем. Медіа можуть стати потужним інструментом у цьому процесі, сприяючи інформуванню, підтримці та зміні суспільного ставлення до психологічного здоров'я військових.

Також використання штучного інтелекту у сфері онлайн-медіа відкриває нові можливості для журналістики, особливо в умовах воєнного стану, коли потреба в оперативному та точному інформуванні суспільства є критично важливою. Алгоритми штучного інтелекту дозволяють не лише автоматизувати

рутинні редакційні процеси, як-от агрегування новин із відкритих джерел, розпізнавання фейкової інформації, аналітику трафіку, але й здійснювати первинний контент-аналіз для відбору пріоритетних тем.

У цьому контексті варто звернутися до думки провідних дослідників інформаційної безпеки та медіаграмотності. Наприклад, професорка О. Грозна у своїх публікаціях неодноразово наголошує, що використання штучного інтелекту в онлайн-журналістиці значно змінює підходи до збору та аналізу інформації. Завдяки ШІ журналісти можуть швидко опрацьовувати великі масиви даних, що підвищує точність і своєчасність подання новин. Інтелектуальні алгоритми здатні автоматично об'єднувати інформацію з різних джерел, проводити її попередню обробку та глибокий аналіз, заощаджуючи при цьому ресурси редакцій [5, с. 102].

Дослідниця наголошує, що технології віртуальної реальності (VR) також трансформують журналістику, відкриваючи нові формати подачі інформації. VR дозволяє створювати інтерактивні й емоційно насичені сюжети, у яких глядачі можуть повноцінно зануритися в контекст подій [5, с. 102]. Загалом, VR стає потужним інструментом для імерсивного сторітелінгу, де аудиторія не просто спостерігає, а й активно взаємодіє з медіаконтентом, «подорожуючи» в минуле або в центр актуальних подій.

Водночас, впровадження новітніх технологій повинно супроводжуватись дотриманням етичних стандартів журналістики, адже навіть найточніші алгоритми не здатні повною мірою оцінити емоційний, соціальний або політичний контекст певної новини. Особливо це стосується тем, пов'язаних із бойовими діями, людськими втратами, психологічними травмами та іншими чутливими аспектами воєнного життя. Баланс між швидкістю подачі новини та її достовірністю повинен залишатися пріоритетом. Варто пам'ятати, що неправильне або передчасне інформування може не лише підірвати довіру до ЗМІ, а й завдати шкоди інформаційній безпеці країни.

Отже, у сучасних умовах повномасштабної війни, інформаційна безпека є не менш важливою, ніж фізична. Роль медіа зростає багатократно, адже саме

вони стають інструментом формування суспільної думки, підтримки громадської стійкості та протидії дезінформації. Тому спеціалізованою задачею є створення стійкого, етичного та технологічно сучасного онлайн-медіа, здатного відповідати викликам воєнного часу.

Основною метою майбутнього створеного проєкту. Що базуватиметься на основі аналізу вже існуючих онлайн-видань, розробка онлайн-медіаплатформи, яка виконуватиме низку завдань:

1. Забезпечуватиме оперативне та достовірне висвітлення подій, насамперед пов'язаних із війною, політикою, соціальною ситуацією в країні. У фокусі – не лише щоденні новини, а й аналітика, інтерв'ю з експертами, документальні розслідування. Особлива увага приділяється темам, які стосуються життя військових, ветеранів, внутрішньо переміщених осіб та сімей, постраждалих від бойових дій.

2. Базуєватиметьсяя виключно на перевірених джерелах інформації, з мінімальним використанням соціальних мереж як первинного джерела новин. У структурі редакції передбачається створення фактчекінгової служби, яка перевірятиме дані перед публікацією. Такий підхід дозволяє уникати поширення фейків, маніпуляцій та паніки, знижуючи рівень інформаційної вразливості населення.

3. Інтегруватиме штучний інтелект для збору, обробки та верифікації даних. Алгоритми ШІ аналізуватимуть новинні стрічки, автоматично виокремлюватимуть потенційно важливі події, перевірятимуть джерела, допомагатимуть у модерації коментарів та сортуванні інформації за релевантністю. Такі технології значно підвищують ефективність роботи редакції та дозволяють зосередитися на аналітичному змісті.

4. Сприятиме медіаграмотності аудиторії та її психологічній стійкості. Онлайн-медіа виконує не лише інформаційну, а й освітню та психосоціальну функцію, зокрема через публікації, що допомагають орієнтуватися в потоці новин, критично осмислювати інформацію, не піддаватися інформаційній втомі та тривозі під час надзвичайного стану.

Окремим напрямом діяльності є створення контенту, що враховує аспекти медіатравматизації, тобто вплив постійного споживання новин про війну на психічне здоров'я. Платформа має пропонувати психологічно безпечний інформаційний простір: попереджати про чутливий контент, подавати інформацію без сенсаційності та надмірної емоційності.

У наведеній нижче 1.1.1. таблиці відображена характеристика онлайн-медіа продукту та визначення його спеціалізованої задачі.

Таблиця 1.1.1 – Характеристика онлайн-медіа продукту та визначення його спеціалізованої задачі

Компонент	Опис
Назва продукту	Онлайн-медіа платформа новинного типу з фокусом на події під час воєнного стану в Україні
Тип продукту	Інформаційне онлайн-медіа (вебсайт / мобільний застосунок)
Цільова аудиторія	Населення України, зокрема мешканці прифронтових територій, військовослужбовці, внутрішньо переміщені особи, державні установи, волонтери
Мета створення продукту	Забезпечення достовірної, оперативної та верифікованої інформації в умовах війни; протидія дезінформації; підтримка громадської стійкості
Актуальність	В умовах воєнного стану інформація є стратегічною зброєю. Доступ до перевіреної інформації зміцнює довіру до держави, забезпечує безпеку, зменшує паніку
Основні функції	Подача оперативних новин, фактчекінг, інформаційна підтримка військових та ВПО, психоосвітній контент, інтеграція з офіційними джерелами
Спеціалізована задача	Забезпечити верифіковану інформацію про воєнну ситуацію, соціальну підтримку, допомогу постраждалим, дії влади; створити платформу для психологічної підтримки військових і цивільних
Технічна реалізація	Адаптивний вебпортал, новинна стрічка з категоріями, інтеграція ШІ для модерації та сортування новин, кабінет редактора та верифікатора, базова аналітика поведінки користувачів
Особливості подачі контенту	Короткі, лаконічні заголовки, чіткий лід, візуалізація (інфографіка, відео), посилання на офіційні джерела, інтерв'ю з експертами
Етичні принципи	Перевіреність даних, дотримання конфіденційності, недопущення паніки, повага до жертв війни, баланс між швидкістю і достовірністю

Запропоновані дані сформовано автором цієї кваліфікаційної роботи.

Таким чином, спеціалізована задача охоплює як технічні, так і соціально-етичні аспекти функціонування медіа в умовах воєнного часу. Такий онлайн-продукт стане не лише інструментом повідомлення новин, а й платформою стійкості, довіри та підтримки, що працює на зміцнення українського суспільства.

1.2. Аналіз тематичних, контентних і дизайнерських особливостей опублікованих матеріалів

В умовах воєнного стану інформація набуває особливого стратегічного значення. Онлайн-медіа стають не лише джерелом новин, а й інструментом інформаційного спротиву, мобілізації суспільства, засобом підтримки морального духу населення і поширення критично важливої інформації. Саме тому аналіз тематичних, контентних і дизайнерських характеристик онлайн-медіа дозволяє оцінити, наскільки ефективно медіа виконують свої функції у кризових умовах, чи відповідають вони запитам аудиторії, і чи витримують стандарти етики, достовірності та доступності.

Тематика онлайн-медіа в умовах війни зазнає суттєвих змін, які відображають як змінений інформаційний запит суспільства, так і нові виклики, що ставить перед медіа воєнний контекст. У мирний час українські онлайн-ресурси переважно зосереджували увагу на різноманітних темах, які охоплювали сферу культури, розваг, економіки та політики, пропонуючи широкий спектр інформації, що задовольняла інтереси різних груп аудиторії.

Проте з початком повномасштабного вторгнення Російської Федерації в Україну картина інформаційного ландшафту суттєво змінилася: медіа почали оперативно переорієнтовуватися на теми, які безпосередньо стосуються безпеки населення, забезпечення виживання, мобілізації громадян та підтримки армії. В результаті цього процесу відбулося зосередження уваги на висвітленні щоденних оперативних зведень із фронту, повідомлень про обстріли, рух військ, що стало першочерговою потребою суспільства.

Важливим напрямком стали новини гуманітарного характеру: інформація про евакуацію цивільних, місця роздачі продуктів харчування, медикаментів та інших засобів першої необхідності. Крім того, онлайн-видання активно публікували офіційні повідомлення від органів влади, військових адміністрацій та силових структур, а також роз'яснення щодо юридичних аспектів життя у воєнний час – змін у законодавстві, мобілізації, перетину кордону тощо. Не менш значущими були заклики до волонтерства, донорства та збору коштів, які стимулювали громадянську активність та підтримку країни в умовах кризи. Усі ці тематичні блоки не лише задовольняли інформаційні потреби аудиторії, а й виконували надзвичайно важливу психологічну функцію.

Відтак онлайн-медіа стали не просто джерелом новин, а й платформою для консолідації суспільства у важкі часи, що підтверджують результати досліджень регіональних медіа, таких як «Insider Media» за лютий-травень 2022 року [9], яке провів Інститут масової інформації.

Важливим аспектом роботи онлайн-медіа в умовах воєнного стану є контент, який набуває нових характеристик і вимог, пов'язаних з відповідальністю перед суспільством. Кожна публікація має бути максимально достовірною, адже будь-яка помилка, поширення недостовірної інформації або емоційна маніпуляція здатні викликати паніку, створити хаос, перешкодити військовим операціям або завдати шкоди репутації Збройних Сил України. З цієї причини одним із головних пріоритетів медіа стає ретельна перевірка інформації – фактчекінг, який має стати обов'язковим елементом будь-якого матеріалу. Публікації супроводжуються посиланнями на авторитетні офіційні джерела, зокрема: Генеральний штаб Збройних Сил України, Міністерство оборони, Офіс Президента, Державну службу України з надзвичайних ситуацій та інші.

Оперативність подачі новин також є критичною – контент оновлюється в режимі реального часу, що дає змогу користувачам бути в курсі останніх подій, а в заголовках часто вказується точний час або дата публікації для підвищення актуальності інформації. Водночас матеріали можуть мати підбадьорювальний

та мобілізаційний характер, що допомагає підсилити почуття патріотизму, єдності та підтримки. Емоційне забарвлення контенту підкріплюється словами, які стимулюють згуртованість, солідарність, почуття обов'язку перед країною, а також розповідями про реальних людей – волонтерів, медиків, військових, що додає довіри та людяності.

Особливу увагу медіа приділяють персоналізації контенту – новини та інформація підбираються відповідно до інтересів та потреб різних категорій аудиторії: військових, переселенців, жінок, дітей, міжнародних партнерів тощо. Завдяки таким підходам підвищується рівень довіри до медіа, знижується вразливість населення до дезінформації та фейків, а також формується відчуття спільноти довкола інформаційного простору.

Не менш важливою складовою успішної роботи онлайн-медіа у воєнний час є дизайн, який має не просто привабливий вигляд, а виконує важливу функціональну роль у сприйнятті інформації користувачами. У кризових умовах дизайн онлайн-платформ має бути максимально простим, інтуїтивно зрозумілим, зручним та доступним навіть для користувачів із різним рівнем цифрової грамотності. Особливо враховується, що під час бойових дій значна частина населення споживає інформацію через мобільні пристрої, перебуваючи в укриттях, під час евакуації або в дорозі, тому адаптивність дизайну під різні екрани та платформи стає обов'язковою умовою.

Відтак більшість українських онлайн-ресурсів у цей період орієнтуються на мінімалістичний стиль – дизайн без зайвих декоративних елементів, акцент на великих та чітких заголовках, високій контрастності кольорів для полегшення читання в складних умовах освітлення. Візуальне представлення бойових дій, маршрутів евакуації та зон ураження допомагає знизити когнітивне навантаження та дозволяє краще зрозуміти складну інформацію. Інтерактивні мапи, такі як DeepStateMap.Live, стали важливим інструментом для відстеження фронтової лінії та військових подій (рис. 1.2.1). Такі візуальні інструменти зменшують когнітивне навантаження на користувача, сприяють кращому розумінню інформації і швидкому прийняттю рішень.



Рисунок 1.2.1 – DeepStateMap.Live

Також у дизайні застосовуються інтерактивні елементи, наприклад, кнопки «Повідомити про фейк», «Задати питання експерту» або «Знайти допомогу», які не лише підвищують залученість аудиторії, а й роблять медіа більш корисними і функціональними. Крім того, тематичні рубрики, фільтри та локалізовані пошукові інструменти дозволяють швидко знаходити необхідну інформацію, що є вкрай важливим у стресових ситуаціях.

Колірна палітра «Локатор медіа» [14] здебільшого стримана та нейтральна, з використанням патріотичних акцентів у синьо-жовтих тонах або чорному кольорі, що підсилює відчуття належності і єдності, але при цьому не відволікає увагу від змісту (рис. 1.2.2).

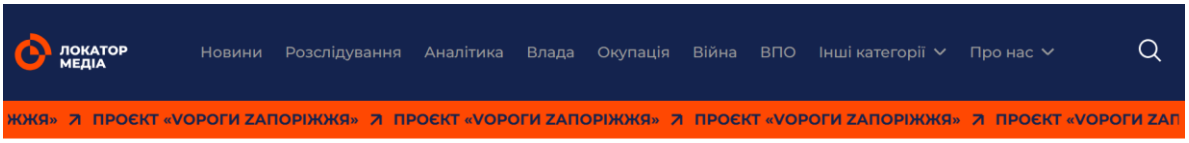


Рисунок 1.2.2 – Колірна палітка онлайн-медіа «Локатор медіа» [14]

Загалом дизайн онлайн-медіа у воєнний період не просто прикрашає контент, а підсилює психологічну безпеку користувачів, сприяє легкому доступу до критично важливої інформації і забезпечує довготривалу взаємодію аудиторії з платформами.

У таблиці 1.2.1 відображені всі аспекти тематичного, змістового та дизайнерського рішення матеріалів цього видання.

Таблиця 1.2.1 – Аналіз тематичних, контентних і дизайнерських матеріалів

Напрям аналізу	Опис	Основні характеристики / Приклади
Тематичний аналіз	Тематика онлайн-медіа суттєво змінилася з початком війни. Основний акцент робиться на безпеці, виживанні та мобілізації громадян.	Основними темами є щоденні зведення з фронту, інформація про обстріли та пересування військ. Важливе місце займають новини про гуманітарну допомогу, евакуацію цивільного населення та медичну підтримку. Значна увага приділяється офіційним повідомленням від місцевої влади та державних органів. Висвітлюються роз'яснення правових аспектів життя під час війни, таких як зміни у законодавстві, мобілізація та перетин кордону. Поширені заклики до волонтерства, донорства та зборів коштів.
Контентний аналіз	Контент у період війни має бути максимально відповідальним, перевіреним, оперативним і стриманим за тональністю.	Важливим елементом є фактчекінг, публікації містять посилання на офіційні джерела, такі як Генеральний штаб ЗСУ, Міністерство оборони, Офіс Президента та ДСНС. Новини оновлюються у реальному часі, а в заголовках часто вказується час або дата публікації для кращої актуалізації. Тон матеріалів, як правило, стриманий та інформативний, уникають паніки, однак матеріали можуть мати підбадьорювальний або мобілізаційний характер.
Дизайнерський аналіз	Дизайн онлайн-медіа в умовах війни має виконувати не лише естетичну, а й функціональну роль, забезпечуючи максимальну доступність та простоту використання.	Дизайн повинен бути мобільно адаптивним, оскільки більшість користувачів споживає контент з мобільних пристроїв, особливо в укриттях, на евакуації та в дорозі. Мінімалістичний стиль виключає зайві декоративні елементи, роблячи акцент на простому інтерфейсі, великих заголовках і контрастних кольорах. Активно використовуються інфографіка та мапи для візуалізації бойових дій, маршрутів евакуації та зон ураження, що допомагає краще сприймати складну інформацію

Джерело: сформовано автором.

Отже, комплексний аналіз тематичних, контентних і дизайнерських аспектів українських онлайн-медіа в умовах воєнного стану чітко демонструє високий рівень їхньої адаптивності до нових викликів. Медіа не лише швидко змінили спрямованість контенту, зосередившись на актуальних темах безпеки та гуманітарної допомоги, а й забезпечили жорстке дотримання принципів достовірності, перевіреності та оперативності інформації.

Якщо ж проаналізувати відоме й досить популярне серед інтернет-користувачів онлайн-видання «Репортер.UA», то воно також оформлене згідно сучасних вимог до подібних інформаційних ресурсів: зручне й комфортне сприйняття інформації, та навігаційні характеристики в належному вигляді. У лівому кутку сторінки, що є зручно для читачів, розміщена назва сайту. Головні новини подаються одразу під назвою сайту. Стосовно оперативності подачі матеріалів новинних сайтів «Форпост» та «Репортер.UA», інформація на першому сайті оновлюється в проміжках від 1 до 20-ти хвилин. А на «Репортер.UA» – від 5 до 30-ти хвилин. Якщо говорити про різницю обох сайтів, то можна сказати, що особливістю сайту «Репортер.UA» є карта міста Запоріжжя, на якій наявні мітки готелів та ресторанів, що стане помічником для туристів та допоможе в пошуку певних закладів містянам. Натомість ця інформація відсутня на сайті видання «Форпост». Стосовно гіпертекстуальності, то на «Форпост» є внутрішні і зовнішні гіперпокликання.

На сайті «Репортер.UA» більшою мірою представлені внутрішні. Мультимедійність на сайтах представлена різнобічно, на обох медіа є і фотоматеріали, і аудіо. З сайту можна поділитись публікаціями в соціальні мережі, такі як Facebook, Twitter та Youtube. Ми вважаємо, що це досить зручно для цільової аудиторії й тих, хто вперше відвідав. Якщо говорити про недоліки сайтів «Форпост» та «Репортер.UA», то вони є. Так «Репортер.UA» не пропонує користувачам анімаційні та графічні зображення, інфографіку, статистичну чи динамічну інформацію. Аудіоформати, графіки, діаграми, використання відео та фото є лише у традиційному форматі. Все це свідчить про недостатню розвиненість інформаційного порталу, обмежений спектр матеріалів.

РОЗДІЛ 2
СУПРОВІДНА ЗАПИСКА ДО ТВОРЧОГО ПРОЄКТУ

2.1. Опис та обґрунтування творчого проєкту

«Запоріжжя Сьогодні» - це сучасний мультимедійний онлайн-портал, створений з метою формування якісного інформаційного простору навколо міста Запоріжжя. У контексті воєнних і соціальних трансформацій, місто потребує власного медіа-голосу, який би відображав реальне життя мешканців, просував локальні ініціативи та сприяв розвитку місцевої ідентичності.

Запоріжжя - це не лише індустріальне серце України, а й місто з багатою історією, культурною спадщиною та активною спільнотою. Онлайн медіа допоможе підсвітити ці сторони, надати платформу для голосів мешканців, а також об’єднати зусилля бізнесу, активістів і влади у публічному просторі. "Запоріжжя Сьогодні" - це інформаційна екосистема, орієнтована на довіру, прозорість і якість контенту.

Головна сторінка, яка буде вітриною сайту, буде знайомити користувача з ключовими матеріалами дня, і складатиметься з таких блоків: гарячі новини - оновлюваний блок з найактуальнішими новинами останніх годин, що буде містити заголовки, короткий опис, фото або відео.

У другому блоці найпопулярніші статті буде підбірка найчитаніших або найбільш коментованих матеріалів за день/тиждень, рейтинг формуватиметься на основі аналітики переглядів та реакцій.

А ось візуальний розклад головних культурних, мистецьких і соціальних подій у місті на поточний тиждень буде міститися у блоці афіша тижня. Для зручності та швидкого доступу у налаштуваннях буде можливість фільтрувати за типом події (концерти, театри, майстер-класи тощо).

Окрема та не менш цікава рубрика, подкаст тижня, раз на тиждень (наприклад у четвер о 19:00), буде виходити подкаст з відомими постатями міста, де будемо говорити про місто та як саме запрошений гість пов'язаний з містом Запоріжжя.

Якщо читач сайту клікне на кнопку розділи, то він побачить низку розділів , де буде запропоновано до детальнішого перегляду про Новини , людей, історію і культуру, заклади Запоріжжя, бізнес і розвиток, а також про довкілля та екологію міста.

Розділ новини буде охоплювати щоденні події в місті, офіційні заяви, надзвичайні ситуації, рішення міськради, зміни в інфраструктурі та транспорті, також будуть публікуватися аналітичні огляди та фоторепортажі з місця подій.

Люди - розділ з людськими історіями. Це можуть бути інтерв'ю з місцевими підприємцями, військовими, волонтерами, митцями, активістами або звичайними громадянами з унікальними історіями. Акцент саме на надихаючі сюжети.

Історія і культура - аналітичні та краєзнавчі статті про минуле міста, культурні пам'ятки, театральне життя, літературні традиції, музеї, митців. Можливе навіть створення інтерактивних екскурсій.

Не менш цікавий розділ гастроЗапоріжжя - гід по закладах міста: огляди нових ресторанів і кафе, інтерв'ю з кухарями, репортажі з гастрономічних фестивалів, рецензії користувачів, авторські рецепти від шефів.

Бізнес і розвиток -розділ зі статтями про розвиток малого й середнього бізнесу, відкриття нових підприємств, урбаністичні ініціативи, інвестиційні проєкти, інтерв'ю з підприємцями та їх шлях до успіху та реалізації задумів.

Останній розділ про довкілля довкілля, де буде показано інформацію про екологічні ініціативи, проблеми забруднення, стан річок і зелених зон, акції з прибирання, розвиток екотуризму, локальні активісти та екоорганізації.

Статті - класичні журналістські матеріали з чіткою структурою, підкріплені фактами, цитатами та фото. Включають новини, аналітику, репортажі, інтерв'ю, огляди.

Відео - короткі сюжетні ролики, документальні мініфільми, вуличні опитування, огляди подій. Можуть використовуватись як окремі матеріали або доповнення до статей.

Подкасти - регулярні аудіоепізоди на теми життя міста: інтерв'ю, експертні дискусії, тематичні розмови (наприклад, «Історії Запоріжжя», «Голос міста»).

Інфографіка - візуальні пояснення складних тем: міський бюджет, екологічна статистика, зміни в інфраструктурі, хронології подій.

Сторітелінг - художньо-публіцистичні тексти, що емоційно залучають читача: нариси про людей, вулиці, локальні легенди, історії «зсередини» міста.

Контакти / Партнерство / Надіслати новину

Соціальні мережі:

- Telegram - новини в реальному часі
- Instagram - фото й відео з життя міста
- TikTok - короткі історії, моменти з вулиць
- Facebook - обговорення, коментарі, спільнота

Стиль і тон:

Мова - українська, англійська. Тексти написані простою, сучасною, але грамотною мовою. Деякі матеріали матимуть переклад російською та англійською для ширшої аудиторії.

Тон - живий, відкритий, діалогічний. Статті спонукають до взаємодії, створюють відчуття близькості до автора. Мова неформальна, але без втрати журналістських стандартів достовірності й балансу.

Людяність - у центрі кожного матеріалу - історії людей будуть висвітленні проблеми через особистий досвід. Вислови: «разом», «ми», «наше місто» формують відчуття спільноти.

Одна із голових рис онлайн-медіа – позитив. Навіть у складних темах акцент на рішенні, силі громади, надії буде висвітлено та сформовано довіру через світло, а не страх.

Візуальний стиль - чистий, яскравий, добре структурований. Багато авторських фото, сучасна графіка, короткі відео. Шрифти читабельні, фон світлий, стиль мінімалістичний із локальним колоритом (етнографічні мотиви, архітектурні деталі).

Мультимедійність - тексти доповнюються інтерактивами, картами, анімаціями, відеоформатами. Матеріали будуть «живими», «рухомими».

Монетизація:

- Реклама місцевих брендів, блогерів
- Партнерство з культурними закладами
- Платна підписка на преміум-контент.

2.2. Опис цільової аудиторії та особливостей просування продукту

Цільова аудиторія ресурсу - широка, але чітко окреслена. Вона охоплює постійних мешканців міста, внутрішньо переміщених осіб, які інтегруються в локальну спільноту, туристів, що шукають актуальну та достовірну інформацію про місто, місцевих підприємців, що хочуть заявити про себе, а також активістів, студентів і молодь, залучених до громадського життя. Це люди, яким важливо знати, розуміти й впливати на те, що відбувається довкола.

Мешканці Запоріжжя (25–60 років), які потребують локальних новин, змін у місті, рішень влади, комунальних проблем, інтерв'ю з авторитетними постатями, які цікавляться соціальними питаннями, афішами заходів, можливостями для дітей, безпекою, розвитком міста. Мешканці Запоріжжя - шукають надійне джерело локальних новин, афішу подій, матеріали про місто, де вони живуть.

Молодь (18–35 років) - активні користувачі соцмереж, зацікавлені у форматах сторітелінгу, відео, інтерв'ю, блогах. Локальний бізнес (30–55 років) - потребує рекламних можливостей, освітлення підприємницької діяльності, новин про ринок, проєкти підтримки, нетворкінг.

ВПО та новоприбулі мешканці віком від (20–55 років), які потребуватимуть адаптаційного контенту: гіди по районах, довідки, роз'яснення послуг, заходи для дітей, інтеграція в спільноту. ВПО потребують інформаційної адаптації у місті, афіш подій, гідів, тому саме це медіа буде адаптоване і на внутрішньо переміщених осіб.

Також дане онлайн-медіа буде на розраховане і на діячів культури, які шукають трибуну для висвітлення ініціатив, організації подій, залучення людей, інформаційної підтримки.

Цікаво буде слідкувати за онлайн-медіа «Запоріжжя Сьогодні » і туристам та дослідникам, які цікавляться історією, унікальними локаціями, місцями відпочинку, музеями, гастрономією, маршрутами, можливо в подальшому буде створено онлайн карту цікавими маршрутами нашого міста, де можна буде детальніше на власні очі і вуха познайомитися з нашим величним місто.

Активісти та культурні діячі хочуть просувати ініціативи, анонсувати заходи, шукати однодумців.

Особливості просування продукту:

Соціальні мережі:

- Щоденні пости в Instagram, Facebook, Telegram, TikTok із посиланням на сайт.
- Вірусні відео, рілси, меми з локальним колоритом.
- Регулярні інтерактиви: голосування, запитання, пряма взаємодія з підписниками.

Локальні інфлюенсери та блогери:

- Співпраця для охоплення молодої аудиторії.
- Запрошення до участі в спецпроєктах, інтерв’ю, відео.
- Івенти та партнерства
- Організація або медійне покриття міських заходів.
- Партнерства з культурними та освітніми інституціями.

SEO та Google-реклама:

- Контекстна реклама по запитам типу «події у Запоріжжі», «що подивитись у Запоріжжі».

Email-розсилка:

- Щотижнева добірка найкращих матеріалів, афіші, бонуси.

- Мобільна адаптація та PWA:
- Зручний перегляд із телефона, push-сповіщення, функції збереження матеріалів.

2.3. Формально-змістові характеристики проєкту

Онлайн-медіа («Запоріжжя Сьогодні») буде позиціонуватися як інформаційно-аналітичний портал нового покоління, що поєднує оперативність новинного ресурсу з глибиною і рефлексією аналітичного медіа. Його головна функція не просто інформувати, а осмислювати реальність міста Запоріжжя, сприяти його культурному, соціальному й економічному розвитку, створюючи якісний і локально орієнтований інформаційний простір.

Ось два варіанти головної сторінки майбутнього онлайн-медіа, які ми створили за допомогою платформи WIX (рис.2.3.1) та (рис.2.3.2):

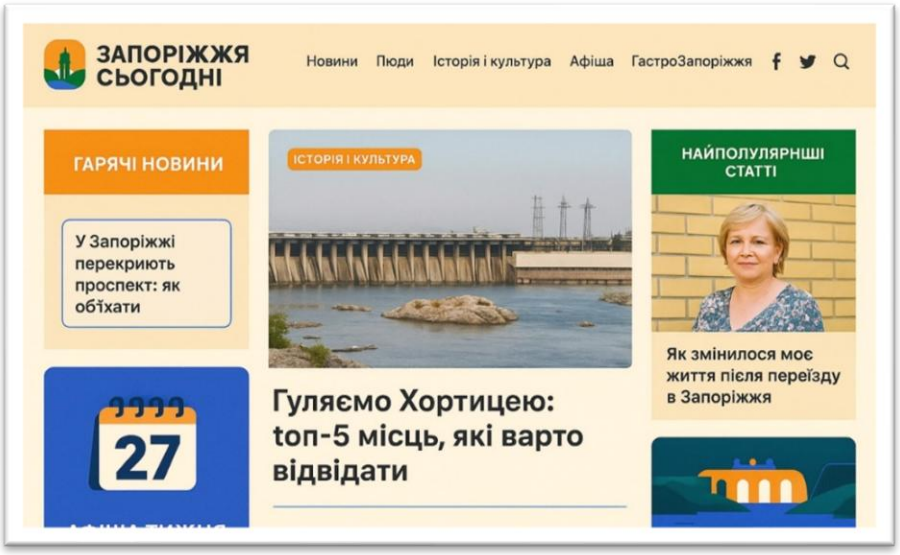


Рисунок 2.3.1 – Варіант 1 головної сторінки онлайн-медіа «Запоріжжя Сьогодні»

Ресурс функціонує переважно українською мовою, підтримуючи державну інформаційну політику, культурну інтеграцію та формування національної ідентичності. Водночас, частина матеріалів - зокрема аналітика,

культурні огляди або туристичні гіди - може бути перекладена англійською мовою для іноземних гостей або україномовної діаспори. У перспективі можливе також розширення мовного покриття для включення російськомовних переселенців.

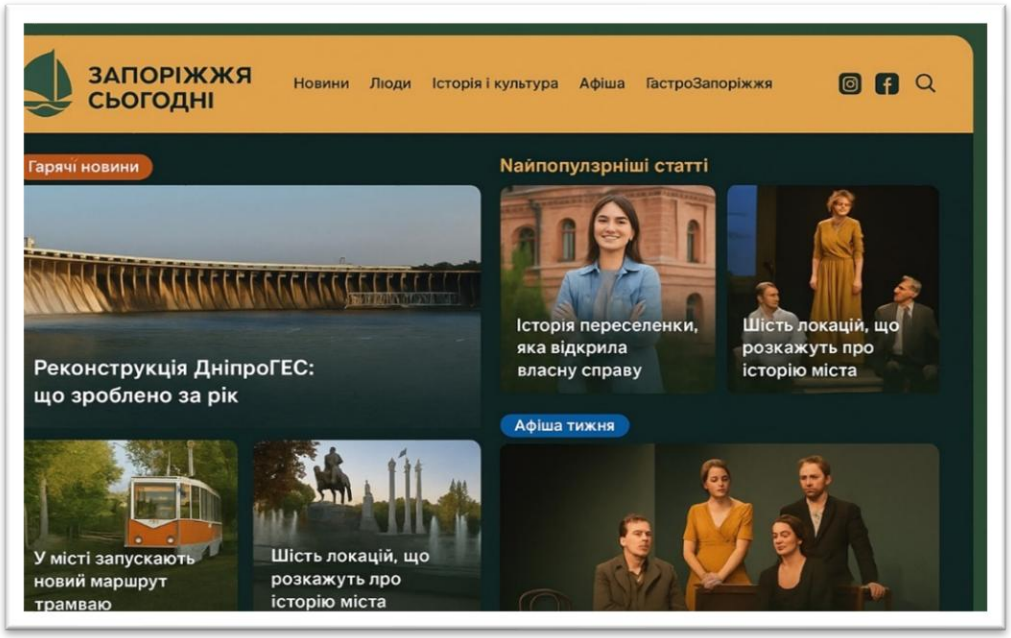


Рисунок 2.3.2 – Варіант 2 головної сторінки онлайн-медіа «Запоріжжя Сьогодні»

Орієнтація медіа виключно локальна. У фокусі місто Запоріжжя та його найближчі райони. Це не просто територіальна прив’язка, а світоглядний підхід: кожна історія, кожен герой, кожне питання - із серця регіону. Контент створюється з урахуванням локальних контекстів, потреб громади, соціальної специфіки, економічного фону та культурного ландшафту.

Що стосується логотипа, то ми розробили, на мою думку, найбільш вдалий варіант, який найбільше підходить загалом під специфіку нашого медіа (рис.2.3.3.).



Рисунок 2.3.3 – Логотип сторінки онлайнмедіа «Запоріжжя Сьогодні»

Сам слоган онлайн-медіа буде звучати так: «Про головне – просто. Про місто – чесно».

Слоган «Про головне – просто. Про місто – чесно» якнайкраще підходить онлайн-медіа «Запоріжжя Сьогодні», бо він точно передає суть і цінності сучасного місцевого ЗМІ. Перша частина – «Про головне – просто» – говорить про те, що сайт подає важливу інформацію у зрозумілій формі, без зайвої складності та пафосу. Це важливо для широкої аудиторії, яка хоче швидко й легко дізнаватися про найактуальніші події.

Друга частина - «Про місто – чесно» акцентує увагу на щирості та прозорості. У час, коли довіра до медіа є критичною, чесність стає справжньою цінністю. Цей рядок показує, що команда медіа не просто інформує, а бере на себе відповідальність за правдивість і якість подачі матеріалів, особливо коли мова йде про рідне місто – Запоріжжя. Такий слоган звучить природно, легко запам’ятовується й водночас створює довірливий імідж. Він показує, що це медіа - для людей, які хочуть знати, що відбувається навколо них, без прикрас, але з повагою до читача.

Форма подачі матеріалів є мультимедійною. На платформі будуть поєднуватися текстові публікації, відеосюжети, аудіоподкасти, фотогалереї та інтерактивні елементи - мапи, голосування, коментарі, тести. Такий формат

дозволяє охопити максимальну кількість каналів сприйняття та втримати увагу аудиторії. Особлива увага приділяється мобільній версії - сайт адаптований до смартфонів і планшетів.

Контент оновлюватиметься щодня. Новинна стрічка працюватиме в режимі реального часу, тоді як аналітичні матеріали, тематичні добірки, афіші та подкасти з'являтимуться з регулярністю раз на тиждень. Це дозволить підтримувати динаміку ресурсу, зберігаючи глибину і якість публікацій.

Редакційна політика буде базуватися на принципах фактологічної точності, нейтральності у висвітленні політичних чи конфліктних тем, етичної подачі інформації (особливо в питаннях війни, травматичних подій, соціально вразливих груп) та максимальному фокусі на місцевому вимірі. Матеріали не будуть дублюватися з національних ЗМІ, а створюватимуться з нуля на основі локального досвіду, свідчень і фактів.

Візуально платформа оформлена в сучасному мінімалістичному стилі. Чистий дизайн, багато простору, логічна структура, великі зображення, легка типографіка - усе це сприятиме комфортному читанню і навігації. Соцмережі інтегровані в саму архітектуру сайту: кожен матеріал можна швидко поширити або прочитати в Telegram, Instagram чи Facebook.

Ресурс буде абсолютно загальнодоступним: базовий контент не потребуватиме реєстрації чи оплати. Водночас передбачена опція преміум-підписки, яка відкриває доступ до розширених аналітичних досліджень, унікальних інтерв'ю, архівних матеріалів, а також участі у закритих онлайн-заходах чи дискусіях.

2.4. Особливості оформлення проєкту

Оформлення онлайн медіа «Запоріжжя Сьогодні» продумане так, щоб одночасно бути естетичним, інтуїтивно зрозумілим і глибоко вкоріненим у місцеву ідентичність. Візуальна айдентика проєкту є його обличчям - вона поєднує мінімалізм із локальними сенсами. Логотип створюється як простий, сучасний знак, у якому легко впізнати Запоріжжя: це може бути стилізоване

зображення острова Хортиця, символ Дніпровської ГЕС або абстрактний образ козацтва чи індустріальної міці. Такий логотип має кілька варіантів - кольоровий, монохромний, для темного і світлого тла, а також адаптацію під мобільні застосунки.

Кольорова палітра сайту - збалансована, тепла й приємна для ока. Основними кольорами виступають пісочно-золотий (що символізує історичну спадщину й теплоту міста), зелений (екологічність і природність), графітовий (індустріальна основа). Акценти додають динамічності - яскраво-оранжевий та електричний синій вказують на енергію, сучасність і життєвий рух міста.

Типографіка сайту базується на читабельних шрифтах без засічок, таких як Montserrat або Open Sans. Вона передбачає чітку ієрархію: великі й жирні заголовки, помірно акцентовані підзаголовки та комфортний легкий текст основної частини. Структура вирівняна по сітці, що надає контенту ритму та візуального порядку.

Інтерфейс сайту повністю адаптивний: користувач отримує однаково зручний досвід як на телефоні, так і на планшеті чи комп'ютері. Головна сторінка викладена у форматі мозаїки - це динамічний калейдоскоп новин, фото, відео та анонсів. Інтуїтивна навігація дозволяє легко переходити між розділами, а темна/світла тема забезпечує комфортне читання в будь-яких умовах.

Візуальний контент є ключовим елементом у подачі інформації. Кожна публікація супроводжується унікальними фотографіями, створеними або спеціально для матеріалу, або підібраними з локального архіву. Ілюстрації, графіки, карти, схемні блоки - усе оформлено в єдиному стилі. Кожен розділ сайту має власне колористичне й графічне маркування, що полегшує навігацію і створює цілісний образ.

Мультимедійна складова проєкту невід'ємна частина платформи. Статті доповнюються відео з YouTube або Instagram Reels, аудіоподкастами, інтерактивними мапами та вставками з соціальних мереж. Галереї мають

функцію гортання, а мапи дозволяють натискати на події, об’єкти або маршрути.

Контент-подача структурована логічно: кожна стаття має лід, розділена підзаголовками, важливі думки винесено в цитати, а ключові дані - у списки чи інфографіку. Читача утримують динамічні блоки «Читайте також» і «Пов’язані матеріали». Окрема увага - журналістам: у кінці кожного матеріалу - авторська колонка з фото, ім’ям та короткою біографією.

У соціальних мережах бренд має впізнаване візуальне оформлення. Постінги витримані в єдиному стилі: кольорові рамки, фірмовий шрифт, шаблони для сторіс, цитат, оголошень.

Голос бренду - теплий, доброзичливий, близький до читача. Він формує довіру й відчуття, що це не просто ЗМІ, а свій інформаційний друг, який говорить щиро, по-людськи і з любов’ю до Запоріжжя.

2.5. Технічні і програмні засоби

Технічна реалізація онлайн медіа «Запоріжжя Сьогодні» базується на сучасних, гнучких та масштабованих рішеннях, які дозволяють забезпечити швидку роботу сайту, його безпеку, зручність керування контентом та розширення функціональності в майбутньому.

Основу платформи становить система керування контентом (CMS), яка дозволяє не лише публікувати й редагувати статті, а й повноцінно управляти користувачами, аналітикою, інтеграціями, медіабібліотекою та внутрішньою структурою. Найбільш ефективним вибором для такого медіа є WordPress - платформа з широкими можливостями кастомізації, численними плагінами та розвиненою екосистемою підтримки. Використання візуального редактора Elementor або вбудованого Gutenberg забезпечує швидке наповнення сайту без потреби залучати розробників. У разі потреби більш візуального контролю або складної анімації - альтернативою може бути Webflow, який дозволяє створювати сайти з повним контролем над кожним елементом дизайну без написання коду.

З технічного боку сайт створюється з використанням HTML5, CSS3 та JavaScript, з можливим підключенням фреймворків React або Vue для створення інтерактивних блоків - таких як динамічна афіша подій або живий стрічковий блок новин. Для стилізації та адаптивного дизайну використовуються TailwindCSS або Bootstrap - системи, що забезпечують стабільний вигляд сайту на будь-якому пристрої. Інтеграція з мобільними застосунками або зовнішніми системами забезпечується через REST API або GraphQL.

Для збереження та обробки даних використовується MySQL (у випадку WordPress) або PostgreSQL. Хостинг організовується на хмарній інфраструктурі: найбільш оптимальні варіанти - DigitalOcean, Vercel або Netlify. Для прискорення завантаження сторінок та захисту від DDoS-атак підключається CDN (Content Delivery Network), наприклад Cloudflare. Безпечне з'єднання гарантується встановленням SSL-сертифікату, що є обов'язковим стандартом для сучасних вебресурсів.

Сайт буде інтегрований із популярними сервісами для аналітики й просування. Google Analytics або його альтернатива Plausible забезпечують повну картину користувацької активності. Встановлення Meta Pixel (Facebook), Telegram API та інтеграція відео з YouTube дозволяють ефективно зв’язати сайт із соцмережами. Для розсилок використовується Mailchimp або Sendinblue, а для коментарів - Disqus або власна система на базі WordPress.

Важливою складовою є й набір інструментів для роботи редакції: Canva Pro і Figma - для візуального дизайну й макетів, Descript або Audacity - для запису й монтажу подкастів, InShot або CapCut - для швидкого відеомонтажу. Для організації роботи команди підходять платформи Notion або Trello, які дозволяють вести контент-план, слідкувати за дедлайнами й координувати редакційні процеси.

Для гарантування стабільної роботи платформи використовуються засоби безпеки - зокрема плагіни Wordfence або iThemes Security. Крім того, активується автоматичне щоденне резервне копіювання даних через UpdraftPlus або JetBackup - це захищає сайт у разі збоїв або втрати інформації.

2.6. Зв`язок із творчим доробком (портфоліо)

За час мого навчання на факультеті журналістики, на жаль, я не створила жодного журналістського продукту. Я проходила практику на інформаційному порталі «Пороги», «Юніверс» дистанційно, створювала сценарії до програм,сюжети, але вони не були опубліковані. Практика в одному із місцевих онлайн медіа на останньому курсі також не була результативною, жоден із моїх матеріалів не були опубліковані, тому портфоліо власного не маю.

ВИСНОВКИ

У ході дослідження було проаналізовано тематику і структуру новин онлайн медіа, визначено сутність понять новин онлайн-медіа та їхніх характерних рис. Нами було проаналізовано критерії побудови новин онлайнмедіа. Аналіз теоретичних досліджень вітчизняних та зарубіжних журналістикознавців А. Амзіна, В. Недбай, І. Бикова, В. Мироненка, С. Аксьонова, М. Чабаненко та надав нам можливість визначити поняття новин онлайн-медіа .

Новини – це оперативне інформаційне повідомлення, яке містить суспільно важливу та актуальну інформацію, що стосується певної сфери життя суспільства загалом чи окремих його груп.

Загалом головними рисами новин медіа є такі: оперативність, мобільність, універсальність, інтерактивність, мультимедійність. Зокрема дослідниця О. Самуляк стверджує, що перша унікальна риса, яка належить тільки Інтернет-медіа, - гіпертектуальність. На думку проаналізованих нами дослідників, новина - це одноразоий предмет, який читачі не звикли використовувати багато разів.

Добре написане повідомлення задовольняє інтерес з першого разу і не потребує перечитування. Саме тому на думку вчених, формулюючи професійні вимоги до інтернет-журналістів, необхідно володіти комп’ютерною технікою та інтернеттехнологіями. У ході роботи над теоретичними джерелами нами розглянуто такі вимоги до побудови онлайн-медіа як заголовок, лід, бек, гіперпосилання та інші. Як реалізовуються ці вимоги щодо тематики і структур новин на практиці на прикладі запорізьких видань за березень-квітень 2025 року ми врахували у створеному проєкті «Запоріжжя Сьогодні» як ймовірний сучасний мультимедійний онлайн-портал.

Зміст новини завжди формується одним коротким реченням – заголовком. Якщо для уточнення новини потрібно ще речення, можливо додати лід, який допоможе зорієнтувати читача в змісті матеріалу. Лід розміщують

після заголовку й перед основним текстом. у соціальних мережах. Новинний текст має відповідати на п’ять головних питань – Хто?, Що?, Де? Коли?, Як?, Чому? Бекграундом є доповнення в необхідності додаткової інформації. Бек розташовується не вище перших двох-трьох абзаців матеріалу, пов'язуючи новину з тим, що було відоме раніше або відбувалося. Класифікація за тематикою, традиційно, поділяє інтернет-ЗМІ на суспільно-політичні, бізнесові, культурні, спортивні, розважальні, «жовті», гумористичні видання тощо.

Проєкт «Запоріжжя Сьогодні» належить до типу локального мультимедійного інформаційного онлайн-ресурсу, що функціонує як інноваційна комунікаційна платформа. Його основне призначення — забезпечення оперативного, достовірного та глибокого висвітлення життя міста Запоріжжя в умовах воєнного часу, соціальних трансформацій і запиту суспільства на якісну локальну журналістику. Такий тип проєкту поєднує в собі риси класичного інформаційного ЗМІ, елементів громадянської журналістики, етично орієнтованого медіаосвітнього ресурсу та платформи для діалогу між владою, громадою й експертним середовищем.

Особливістю цього типу онлайн-медіа є його комплексний характер — він не обмежується лише подачею новин, а включає в себе аналітику, сторітелінг, інтерв'ю, подкасти, відео та інтерактивні інструменти (мапи, тести, опитування). Такий підхід дозволяє ефективно комунікувати з різними групами цільової аудиторії — від молоді до внутрішньо переміщених осіб, від підприємців до туристів і діячів культури. Крім того, проєкт розроблений відповідно до сучасних вимог UI/UX дизайну, мобільної адаптації та алгоритмів просування в соціальних мережах, що робить його конкурентоспроможним у медіапросторі.

Отже, можна стверджувати, що аналіз інтернет-видань показав, що сучасні онлайн ЗМІ відрізняються від газетних аналогів. У свою чергу онлайн журналістика є головним засобом та джерелом передачі інформації для людей. Це й сприяє її динамічному розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Васьківська О. Технології штучного інтелекту в журналістиці сучасності. *Матеріали X конгресу «Авіація в XXI столітті» – «Безпека в авіації та космічні технології».* Київ : Національний авіаційний університет, 2022. С. 107–111.

2. Вознесенська О. Імпліцитна типологія медіатравм в контексті медіаактивності особистості. *Медіатворчість в сучасних реаліях: протистояння медіатравмі* : зб. наукових праць; укладач Чаплінська Ю.С.; літ. ред. Н. Л. Дятел. Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. Кропивницький : Імекс-ЛТД, 2020. 210 с.

3. Волинець В. О. Віртуальна, доповнена і змішана реальність: сутність понять та специфіка відповідних комп'ютерних систем. *Питання культурології.* 2021. № 37. С. 231–243.

4. Горчинська О. Особливості висвітлення життя ключових груп населення: рекомендації для ЗМІ. Київ : Альянс громадського здоров'я, 2021. 58 с.

5. Грозна О. О. Технологічні інновації в онлайн-медіа: роль штучного інтелекту та віртуальної реальності у трансформації контенту. *Обрії друкарства*, 2024. № 1(15). С. 102–112.

6. Джерелом інформації у 40% новин в українських онлайн-медіа є соцмережі, – дослідження IMI. URL: https://imi.org.ua/news/dzherelom-informatsiyi-u-40-novyn-v-ukrayinskyh-onlajn-media-ye-sotsmerezhi-doslidzhennya-imi-i65405 (дата звернення: 17.04.2025).

7. Долаючи бар'єри: Роль ЗМІ у висвітленні конфліктно-чутливих тем. Спеціальний звіт / ред. Д. Дуцик. Київ: ГО «Детектор Медіа», 2016. 48 с.

8. Журналістика в умовах конфлікту: передовий досвід та рекомендації: Посібник рекомендацій для працівників ЗМІ. Київ : «Компанія ВАІТЕ», 2016. 118 с.

9. Зубар А. Специфіка тематики воєнного контенту регіонального. Онлайн-медіа «Insider Media» протягом лютого 2022–травня 2022 року. *Агора : журнал соціальних наук*, 2024. № 1(2). С. 41-53.

10. Іванова І., Ушеренко С. Особливості соціальної роботи з людьми з порушенням слуху: досвід України і Литви. Освіта регіону. *Політологія, психологія, соціальні комунікації* : український науковий журнал / гол. ред. В. М. Бебик. Київ: Університет «Україна», 2017. № 11 (46). С. 110–118.

11. Клінічні рекомендації CPG. Вибухова травма вуха/акустична травма і втрата слуху: керівництво з клінічної практики. США : Joint Trauma System. 2018. 12 с.

12. Конфліктно-чутлива журналістика : короткий словник-довідник термінів і понять / уклад. Н. Виговська, Ю. Любченко, К. Сіріньок-Долгарьова. Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2019. 94 с.

13. Кріцька В. У Сумах працює центр, де ветеранам допомагають психологи. *Цукр*. URL: https://cukr.city/news/2024/tsentr-veteraniv/ (дата звернення: 11.02.2025).

14. Локатор медіа. URL: https://lokatormedia.online/ (дата звернення: 1.05.2025).

15. Майже половину контенту онлайн-медіа становлять новини про війну та політику. *IMI*. URL: https://imi.org.ua/news/majzhe-polovynu-kontentu-onlajn-media-skladayut-novyny-pro-vijnu-ta-polityku-doslidzhennya-imi-i66538 (дата звернення: 15.03.2025).

16. Проскурніна Н. Штучний інтелект у маркетинговій діяльності. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2020. № 4. С. 129–140.

17. Серед ветеранів поширеним є знецінення особистого психічного стану та допомоги фахівців – дослідження. URL: https://zmina.info/news/sered-veteraniv-poshyrenym-ye-zneczinennya-osobystogo-psyhologichnogo-stanu-ta-dopomogy-fahivcziv-doslidzhennya/ (дата звернення: 05.03.2025).

18. Ситник О. Проблематика впровадження штучного інтелекту в сучас-них ЗМІ та медіатехнологіях. *Український інформаційний прос-тір*. 2023. № 2(12). С. 252–265.

19. Титаренко Т. Соціально-психологічна реабілітація особистості: етапи, технології, техніки. *Наукові студії із соціальної та політичної психології*. 2018. Вип. 41. С. 157–167.

20. Ушакова І., Чернова О. Проблема психологічної реабілітації працівників ДСНСУ, які виконували свої професійні обов'язки в зоні збройного конфлікту. *Проблеми екстремальної та кризової психології*. 2016. Вип. 19. С.242–251.

21. Чабаненко М. В. Основи інтернет-журналістики : навчальний посібник для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Журналістика». Запоріжжя : «Просвіта», 2018. 112 с.

22. Чекмишев О. В. Основи професіональної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики : підручник-практикум. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2019. 29 с.

23. Череповська Н., Дідик Н. Медіапсихологічні ресурси подолання травми війни : практичний посібник / уклад. Н. Череповська; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. Кропивницький : Імекс-ЛТД, 2020. 210 с.

24. Які психологічні послуги пропонує Сумський обласний ТЦК та СП. *The Sumy Post*. URL: https://sumypost.com/sumynews/suspilstvo/yakipsyhologichni-poslugyproponuye-sumskyj-oblasnyj-ttsk-ta-sp/ (дата звернення: 02.04.2025).

25. Як правильно спілкуватися з рідними-військовими. *Трибуна*. URL: https://trybuna.sumy.ua/news/yak-pravylno-spilkuvatysya-z-ridnymyvijskovymy/ (дата звернення: 01.06.2024).

26. Bolter J., Engberg M., MacIntyre B. Reality media: Augmented and virtual reality. *MIT Press*, 2021. p. 248.

27. Broussard M. Artificial intelligence and journalism. *Journalism & mass communication quarterly*. 2019. P. 673–695.

28. Goffman E. Stigma: notes on the management of spoiled identity. New York : Simon and Shuster, 2023. 162 p.

29. Kulka R., Schlenger W., Fairbank J. Trauma and the Vietnam war generation: Report of findings from the national Vietnam Veterans readjustment study. New York : Brunner/Mazel Publishers, 2020. 353 p.

30. Natalee Seely: Reporting on Trauma: The Psychological Effects of Covering Tragedy and Violence. *PhD Thesis*. Chapel Hill, 2023. P. 137–139.

ABSTRACT

This bachelor’s qualification paper explores the structure, thematic focus, and methods of preparing news content for online media under modern conditions, particularly during wartime in Ukraine. The study identifies the core characteristics of online news, the criteria for constructing effective news stories, and the evolving demands placed upon digital journalists. Special attention is given to the analysis of Zaporizhzhia-based online media outlets "Forpost" and "Reporter.UA" during March and April 2025.

The object of the study is news published in Zaporizhzhia online media; the subject is the functioning of news content in regional digital platforms. The research methodology includes content analysis, comparative analysis, and media monitoring, with a theoretical framework based on academic works by Ukrainian and international media researchers.

The novelty of the study lies in the practical examination of regional media during wartime, assessment of their adherence to modern journalistic standards, and the role of multimedia, AI technologies, and design in improving the quality and reliability of news delivery.

The practical value of this work is in its applicability to journalism education and editorial practice, offering insights into effective digital storytelling, ethical news production, and audience-oriented communication in crisis conditions.

Keywords: online media, digital journalism, news structure, information collection, wartime communication, media analysis.

Декларація

академічної доброчесності

здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я, Архіпова Анжеліка Сергіївна, студентка 4 курсу, форми навчання заочної, факультету журналістики, спеціальність С7 журналістика, адреса електронної пошти diana10arh@gmail.com

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Підготовка новин для онлайн-медіа технологія збору і обробки інформації» 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;
- 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_____ Підпис___  _____ПІБ(студент) Архіпова А. С.

Дата_____ Підпис_____ПІБ (науковий керівник) Тернова А. І.