

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА

НІДЗЕЛЬСЬКА НАТАЛІЯ МИХАЙЛІВНА

Допускається до захисту:
В. о. завідувача кафедри журналістики та
соціальних комунікацій, д-р політ. наук,
канд. наук із соц. ком. наук, проф.
_____Наталія СТЕБЛИНА
«_____» _____ 2026 р.

**НАПИСАННЯ СЕРІЇ ПУБЛІКАЦІЙ ПРО СТУДЕНТСЬКЕ ЖИТТЯ
МАЙБУТНІХ ЖУРНАЛІСТІВ ДЛЯ РЕСУРСІВ КАФЕДРИ У
СОЦМЕРЕЖАХ**

Спеціальність 061 Журналістика

Кваліфікаційна робота
(медіапроект та пояснювальна записка)

Керівник:

Чорнодон М. І., кандидат наук із соціальних
комунікацій, доцент кафедри журналістики
та соціальних комунікацій.

Оцінка: ____ / ____ / ____
(бали / за шкалою ЄКТС / за національною шкалою)

Голова комісії: _____
(підпис)

Вінниця – 2026

АНОТАЦІЯ

Нідзельська Н. М. Створення мультимедійного контенту для ресурсів кафедри у соцмережах. Спеціальність 061 Журналістика. Донецький національний університет імені Василя Стуса, Вінниця, 2026.

У кваліфікаційній роботі представлено розроблений медіапроект «Media Hub: Студенти-журналісти», орієнтований на студентську аудиторію та абітурієнтів. Мета проекту – популяризувати діяльність кафедри, висвітлити особливості навчання та створити ефективну цифрову присутність за допомогою сучасних медіаінструментів. Об'єктом є цифрова комунікація кафедри журналістики, предметом – створення мультимедійного контенту для веб-сайту на базі Google Sites. Реалізовано концепцію з використанням мінімалістичного корпоративного дизайну, інструментів OSINT та фактчекінгу. Створено контент-план і матеріали в інформаційних та інших жанрах (інтерв'ю, дайджести можливостей, дописи).

Ключові слова: мультимедійний контент, OSINT, медіапроект, веб-сайт.

34 с., 1 табл., 12 дод., 18 джерел.

ABSTRACT

Nidzelska, N. M. Creating multimedia content for the department's social media resources. 061 Journalism. Vasyl Stus Donetsk National University, Vinnytsia, 2026.

This thesis presents the developed media project 'Media Hub: Student Journalists', aimed at students and prospective students. The aim of the project is to promote the department's activities, highlight the distinctive features of the programme, and establish an effective digital presence using modern media tools. The object is the digital communication of the Department of Journalism; the subject is the creation of multimedia content for a website based on Google Sites. The concept was implemented using minimalist corporate design, OSINT tools and fact-checking. A content plan and materials in news and other genres (interviews, opportunity digests, articles) have been created.

Keywords: multimedia content, OSINT, media project, website.

34 pp., 1 table, 12 appendices, 18 sources.

КАРТКА МЕДІАПРОЄКТУ ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

здобувачки вищої освіти ОС «Бакалавр»

спеціальності 061 Журналістика ОП «Журналістика»

Нідзельської Наталії Михайлівни

(ПІБ здобувача)

Назва	Media Hub: Студенти-журналісти
Формат	Мультимедійний медіапроект (локальний інформаційно-просвітницький майданчик). Поєднує первинну дистрибуцію контенту через мобільну платформу та тривале зберігання структурованих матеріалів на вебсайті.
Наповнення	Серія мультимедійних публікацій різних жанрів: інформаційні дописи, дайджести освітніх та професійних можливостей для студентства, розлогі інтерв'ю з викладачем та студенткою кафедри. Окремим блоком представлено аналітичний розбір медіадизайну («Як візуальний шум убиває довіру: аналіз дизайну регіональних новинних сайтів»), а також практичні публікації, створені за допомогою інструментів медіамоніторингу, фактчекінгу та верифікації даних.
Концепція медіапроекту	Створення сучасного, без візуального хаосу інформаційного простору для внутрішньої та зовнішньої аудиторії кафедри журналістики та соціальних комунікацій ДонНУ. Проект спрямований на популяризацію спеціальності, залучення абітурієнтів та підвищення медіаграмотності студентів через демонстрацію реальних інструментів розслідувальної журналістики. Візуальне рішення базується на суворому мінімалістичному корпоративному стилі з ефективним використанням білого простору для зменшення когнітивного навантаження на читача.

Інструменти реалізації	Конструктор вебсайтів Google Sites. Для підготовки та перевірки матеріалів використано спеціалізовані OSINT-інструменти: Wayback Machine, Whois, YouControl, Opendatabot, а також сервіс для аналізу маніпуляцій із зображеннями FotoForensics.
Цільова аудиторія	Первинна: студенти бакалаврату та магістратури кафедри журналістики ДонНУ ім. Василя Стуса. Вторинна: абітурієнти, які планують вступ на освітню програму «Журналістика» та викладачі кафедри.
Медіаплатформа	Вебсайт на платформі Google Sites «Media Hub: Студенти-журналісти»
Посилання на медіапроект	https://sites.google.com/view/media-fiat/%D0%B3%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%B0-%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96%D0%BD%D0%BA%D0%B0
QR-код на медіапроект	

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ОПИС МЕДІАПРОЄКТУ.....	9
1.1. Характеристика концепції проєкту.....	9
1.2. Медіаринок та аудиторія.....	10
1.3. Контент-план.....	11
РОЗДІЛ 2. ТЕХНІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ	17
2.1. Середовище функціонування, формати контенту та технічні засоби виробництва.....	17
2.2. Інструменти оцінки ефективності реалізації.....	19
ВИСНОВКИ.....	21
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	24
ДОДАТКИ.....	26

ВСТУП

Актуальність проєкту. У контексті розвитку цифрового суспільства та трансформації медіапростору, власні вебсайти залишаються ключовими інструментами для стратегічної комунікації закладів вищої освіти з їх цільовою аудиторією. Донецький національний університет імені Василя Стуса, де спеціалізовані цифрові ресурси кафедр виконують вирішальну роль у підтримці корпоративної ідентичності, об'єднанні студентської спільноти та залучення потенційних абітурієнтів. Відображення студентського життя майбутніх журналістів на офіційному вебсайті є не лише елементом іміджевої стратегії, а й практичною демонстрацією професійних навичок, які здобувають студенти під час навчання. Проте багато академічних ресурсів часто стикаються з проблемою надмірної формалізації контенту або ж браком жанрового різноманіття та присутністю візуального шуму. У цьому існує нагальна потреба в збалансованій серії публікацій, орієнтованих на професійність, що поєднує інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні формати з чітким візуальним оформленням. Ця кваліфікаційна робота актуальна завдяки особливостям розробки, структурування та впровадження такого медійного продукту.

Мета проєкту. Завдання кваліфікаційної роботи полягає у створенні комплексної серії публікацій, що поєднують текстовий та художньо-технічний аспекти, присвячених особливостям студентського життя майбутніх журналістів. Ці матеріали будуть розміщені на спеціалізованому вебсайті кафедри журналістики та соціальних комунікацій ДонНУ імені Василя Стуса, який функціонує на платформі Google Sites. Головною метою є підвищення залученості аудиторії та популяризація освітньої програми.

Завдання проєкту. Для реалізації визначеної мети планується виконати такі основні завдання:

1. **Дослідження теоретичних та практичних аспектів:** Вивчити принципи функціонування університетських медіаресурсів у контексті вебсайтів, а також провести аналіз цільової аудиторії кафедрального контенту.
2. **Розробка концепції та контент-плану:** Створити концепцію і довгостроковий план публікацій для сайту, зосереджених на висвітленні навчального процесу й позанавчальної діяльності студентів.
3. **Структурування різножанрових матеріалів:** Розробити систему матеріалів різних жанрів (інформаційні пости, аналітичні огляди, інтерв'ю та художньо-публіцистичні есе), що відповідатимуть професійним журналістським стандартам.
4. **Створення інфографік:** Підготувати серію графічних ілюстрацій із чистим дизайном, заснованими на мінімалістичному корпоративному стилі з достатнім обсягом білого простору для уникнення візуального перевантаження інформацією.
5. **Аналіз технічних ресурсів виробництва:** Оцінити ефективність впровадженого медіапроєкту за допомогою Google Analytics та внутрішніх статистичних даних Google Sites.

Практичне значення отриманих результатів. Розроблений медіапродукт має безпосередню практичну цінність, оскільки він інтегрується в активне комунікаційне середовище інформаційних ресурсів кафедри журналістики та соціальних комунікацій ДонНУ імені Василя Стуса. Створений контент, який включає аналітичні матеріали та мінімалістичні інфографіки з теми медіаграмотності, може бути використаний приймальною комісією факультету для проведення профорієнтаційної роботи, а також служить основою для подальшого розвитку сайту у наступних медійних сезонах.

Структура пояснювальної записки. Згідно з методичними рекомендаціями кафедри, пояснювальна записка повинна містити зміст, вступну частину, два основних розділи (кожен з яких включає кілька підрозділів), висновки, перелік

використаних джерел та додатки. Обсяг основної частини відповідає встановленим стандартам і відображає логічний порядок викладу наукового й практичного матеріалу.



РОЗДІЛ 1. ОПИС МЕДІАПРОЄКТУ

1.1. Характеристика концепції проєкту

У межах кваліфікаційної роботи було реалізовано медіапроєкт у вигляді повноцінного вебсайту, що містить тематичну серію публікацій, створену на платформі Google Sites для кафедри журналістики та соціальних комунікацій ДонНУ імені Василя Стуса.

Основною метою проєкту є різнобічне висвітлення щоденної професійної підготовки студентів спеціальності «Журналістика», а також їхніх творчих досягнень та викликів в процесі навчання. Даний продукт переходить від формального звітного стилю до глибокого журналістського аналізу освітнього процесу. Проєкт демонструє аудиторії сайту, як теоретичні знання можуть трансформуватися в практичні навички виробництва медійного контенту (наприклад, через дослідження методологій медіамоніторингу відповідно до стандартів «Детектор медіа» або освоєння сучасних інструментів перевірки фактів).

Тематика та змістове наповнення

Зміст серії публікацій чітко окреслений у жанрових категоріях методичних рекомендацій і охоплює різноманітні тематичні напрями:

- Інформаційно-подієвий вектор: розширений інформаційний контент, що включає матеріали про нововведення (штучний інтелект), освітній процес та новини кафедри.
- Аналітично-освітній вектор: лонгріди й аналітичні огляди, присвячені сучасним викликам боротьби з дезінформацією, виявленню маніпулятивних практик у регіональному медійному середовищі та застосуванню алгоритмів швидкої перевірки фактів.
- Емоційно-рефлексивний вектор: художньо-публіцистичні есе і детальні інтерв'ю, метою яких є висвітлення «людського виміру» професії. Це

також підкреслює специфіку підготовки журналістів за умов релокації закладу вищої освіти та демонструє розвиток м'яких навичок.

Унікальність. Основна відмінність даного проєкту від інших подібних ініціатив полягає в поєднанні суворого дотримання журналістських стандартів з професійною візуальною естетикою. Дизайн веб-сторінок на платформі Google Sites та інтегрована інфографіка реалізовані відповідно до мінімалістичних принципів, що забезпечують чіткий макет для зменшення кількості зайвої візуальної інформації, підтримки єдиного корпоративного стилю та можливості швидкого сприйняття текстового контенту користувачами. Оригінальність концепції полягає у тому, що студентське життя не ідеалізується; натомість воно представлено через реальні рішення складних професійних викликів, що сприяє підвищенню довіри абітурієнтів і формує позитивний імідж кафедри як сучасного освітнього центру.

1.2. Медіаринок та аудиторія.

Аналіз медіаринку

Офіційні вебсайти вищих навчальних закладів України представляють собою високо конкурентний сегмент, проте більшість з них характеризується значною стилістичною однорідністю. Дослідження сайтів факультетів і кафедр інших українських університетів показує домінування формального ділового типу комунікації. Переважно матеріали складаються з сухих пресрелізів та звітів про проведені сесії, а також неадаптованих нормативних документів. Такий підхід створює розрив між установами й молодими користувачами, які прагнуть сучасного та адаптивного представлення інформації на веб-сторінках.

Медіапроєкт, який реалізується на даний час, пропонує альтернативний підхід, що базується на принципах цифрового сторітелінгу та професійних журналістських нормах. Використання простого і мінімалістичного візуального дизайну у Google Sites дозволяє публікаціям ДонНУ виділитися серед безлічі шаблонних рішень конкурентів. Додатково, детальний аналіз контенту (таких як

огляди технологій медіамоніторингу та перевірки фактів) суттєво відрізняє цей ресурс, демонструючи високий рівень практичної підготовки студентів.

Особливості цільової аудиторії

Ефективний медіапроект повинен чітко відповідати структурним характеристикам своєї цільової демографічної групи. Аудиторія створеного веб-сайту поділяється на три основні категорії:

1. Основна (головна) аудиторія: Абітурієнти, які навчаються в 10-11 класах, та їх батьки. Для цієї групи сайт департаменту слугує надійним джерелом інформації про реальні умови навчання, атмосферу закладу і перспективи працевлаштування. В рамках цього сегмента були розроблені зручні для сприйняття інфографіка і художньо-публіцистичні матеріали.
2. Вторинна аудиторія: Студенти, що здобувають вищу освіту за певною спеціальністю. Проект виконує функцію для обміну досвідом та є джерелом професійної інформації (наприклад, алгоритми подолання професійних бар'єрів або детальна перевірка даних через OSINT-технології й бази даних такі як Wayback Machine, YouControl чи Opendatabot).
3. Третинна аудиторія: Викладачі університетів, випускники навчальних закладів, представники регіональних та національних засобів масової інформації й потенційні роботодавці. Для цієї демографічної групи важливою є підтверджувальна роль аналітичних публікацій і інтерв'ю сайті щодо високого рівня експертності студентів.

Акцент на візуальному мінімалізмі дизайну сайту зумовлений специфічними потребами молодіжної аудиторії із кліповим мисленням; вона прагне отримувати ключові повідомлення швидко й комфортно.

1.3. Контент-план.

Для досягнення успіху медіапроекту необхідно систематизувати матеріали для публікації на основі раціонального підходу, що реалізований у формі

детального контент-плану. Процес створення контенту проводився з урахуванням алгоритмів роботи веб-сайту та особливостей цільової аудиторії. Контент-план був розроблений відповідно до вимог підготовки кваліфікаційної роботи, включаючи обов'язкові журналістські жанри та формати візуалізації. Створено систему публікацій, що складається з трьох інформаційних матеріалів, двох аналітичних постів, одного твору в художньо-публіцистичному жанрі, одного розгорнутого інтерв'ю та трьох інфографік із супровідними зображеннями. Графік виходу матеріалів розроблено на основі частоти 2–3 пости на тиждень, що є ефективним рішенням для підтримання залученості аудиторії без ризику її перенасичення інформацією. Для ілюстрації результатів практичної реалізації проєкту кожна публікація та графічний елемент задокументовані у вигляді скріншотів безпосередньо з інтерфейсу веб-сайту «Media Hub: Студенти-журналісти» і представлені в додатках до пояснювальної записки (Додатки В-К).

Контент-план публікацій медіапроєкту

Дата	Тема / назва матеріалу / заходи	Формат / жанр контенту	Візуальний супровід та посилання на додатки	Очікуваний результат
Травень 2026	«Цифровий арсенал: 5 інструментів для пошуку першоджерел та відкритих даних»	Інформаційний допис (Огляд OSINT-інструментів)	Текстовий допис із вбудованими лінками. Додаток В	Охоплення: 100+ переглядів

Дата	Тема / назва матеріалу / заходи	Формат / жанр контенту	Візуальний супровід та посилання на додатки	Очікуваний результат
Травень 2026	«Анатомія маніпуляції: як розпізнати клікбейт за секунду»	Візуальний контент	Текстовий допис із вбудованими лінками. Додаток Г	Охоплення: 100+ переглядів
Травень 2026	«Між правдою та фейком: аналіз новинного фону регіональних Telegram-каналів»	Аналітичний допис (Медіамоніторинг за стандартам и «Детектор медіа»)	Розгорнутий текст із аналітичними висновками. Додаток Д	Охоплення: 80–100 переглядів
Травень 2026	«Алгоритм фактчекінгу: 4 кроки швидкої перевірки інформації»	Візуальний контент (Картка-інструкція)	Інфографіка (Покрокова схема). Додаток Е	Охоплення: 100+ переглядів

Дата	Тема / назва матеріалу / заходи	Формат / жанр контенту	Візуальний супровід та посилання на додатки	Очікуваний результат
Травень 2026	«Журналістика в умовах змін: розмова з Костянтином Родигіним про стандарти професії»	Інтерв'ю	Текстове інтерв'ю з портретним фото спікера. Додаток Є	Охоплення: 80–100 переглядів
Травень 2026	«Як візуальний шум вбиває довіру: аналіз дизайну регіональних новинних сайтів»	Аналітичний допис (UI/UX дослідження)	Аналітичний лонгвід із критичним розбором. Додаток Ж	Охоплення: 100+ переглядів
Травень 2026	«Естетика простоти: 3 правила чистого медіадизайну»	Візуальний контент	Правила типографіки та сітки. Додаток З	Охоплення: 100+ переглядів

Дата	Тема / назва матеріалу / заходи	Формат / жанр контенту	Візуальний супровід та посилання на додатки	Очікуваний результат
	для соцмереж»			
Травень 2026	«Дайджест можливостей: де безкоштовно прокачати навички медіаграмотності»	Інформаційний допис (Тематичний дайджест курсів)	Добірка корисних платформ (Prometheus, Very Verified). Додаток Й	Охоплення: 100+ переглядів
Травень 2026	«Щоденник фактчекера: мистецтво тримати баланс»	Художньо-публіцистичний допис (Есе)	Авторський рефлексивний текст про інфогігієну. Додаток к	Охоплення: 100+ переглядів
Травень 2026	«Від очікувань до реальності: рутина та практичний досвід	Інтерв'ю	Текстове інтерв'ю з портретним фото спікера. Додаток Л	Охоплення: 100+ переглядів

Дата	Тема / назва матеріалу / заходи	Формат / жанр контенту	Візуальний супровід та посилання на додатки	Очікуваний результат
	випускниці-журналістки. Розмова з студенткою Ганною Белік»			

РОЗДІЛ 2. ТЕХНІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ

2.1. Середовище функціонування, формати контенту та технічні засоби виробництва

Для реалізації медіапроєкту було вирішено використовувати платформу Google Sites, яка є ідеальним цифровим середовищем для сучасних кафедральних вебресурсів. Цей вибір обумовлений високою інтеграцією з іншими сервісами екосистеми Google Workspace, повною адаптивністю до різноманітних типів екранів (мобільні пристрої, планшети та ПК) та відсутністю необхідності в складному програмуванні. Це дозволяє авторам сконцентруватися на архітектурі контенту.

Серед ключових переваг цієї платформи — можливість створення чіткого й структурованого інтерфейсу. Візуальний дизайн сайту відповідає сучасній мінімалістичній естетиці: макети сторінок усувають зайві візуальні деталі, забезпечуючи великий обсяг вільного простору (білого простору), що допомагає уникнути безладного скупчення елементів (візуального сміття) і акцентує увагу користувача на текстовому та графічному матеріалах.

Створення супутніх ілюстрацій та інфографіки виконувалося за допомогою спеціалізованих програм — мультимедійної платформи Canva для дизайну та професійного векторного редактора Adobe Illustrator. Використання цих інструментів дозволило створити візуальний контент, що ґрунтується на принципах чистоти дизайну, оптимального використання простору та мінімізації зайвих декоративних елементів для забезпечення максимальної читабельності.

Контент на новоствореному вебсайті охоплює текстові, мультимедійні та інтерактивні компоненти:

- Інформаційні публікації й аналітичні лонгріди організовані за допомогою чіткої структури підзаголовків, виділених цитат і маркованих списків.

- Розгорнуті інтерв'ю й художньо-публіцистичні есе супроводжуються професійними портретами та репортажними фотографіями.
- Мультимедійна інфографіка виконана у стилях мінімалістичного корпоративного дизайну відповідно до фірмової кольорової палітри.

Технічні засоби для виробництва контенту складають різноманітний набір інструментів, що охоплює створення, обробку, візуалізацію та перевірку інформації:

Текстова підготовка та редагування. Використовується хмарний текстовий редактор Google Docs для початкового написання матеріалу, його структурування і спільного редагування.

Графічний дизайн. Процес розробки супутніх ілюстрацій та інфографіків базується на принципах чистого дизайну. Збалансоване використання простору без зайвих декоративних елементів забезпечує високу читабельність.

Фотовиробництво. Застосування цифрової техніки з професійними режимами зйомки дозволяє створювати якісний візуальний контент відповідно до вимог сучасних цифрових платформ.

Інструменти перевірки даних та моніторингу OSINT. Оскільки медіапроект спрямований на демонстрацію високих стандартів професійності й навчання медіаграмотності, у процесі підготовки аналітичного контенту використовуються спеціалізовані інструменти:

- **Wayback Machine (Internet Archive)** — служить для дослідження цифрового сліда, аналізуючи видалену або змінену інформацію у первинних джерелах і здійснюючи ретроспективне медіамоніювання.
- **Whois** — дозволяє перевіряти власників доменів, дати реєстрації вебресурсів та знаходити джерела поширення маніпулятивної інформації.

- **YouControl** та **Opendatabot** — призначені для роботи із відкритими державними реєстрами України; вони допомагають у верифікації даних і зборі точної аналітичної інформації для публікацій.
- **FotoForensics** — застосовується для проведення аналізу рівня помилок (ELA) й перевірки метаданих зображень задля виявлення ознак цифрової маніпуляції чи фотомонтажу у медійній сфері.

2.2. Інструменти оцінки ефективності реалізації

Оцінка ефективності реалізованого медіапроєкту є необхідним етапом, що дозволяє з'ясувати рівень залученості цільової аудиторії та виміряти результативність комунікаційних процесів. Для вебресурсу моніторинг виконується за допомогою як внутрішніх, так і зовнішніх аналітичних інструментів.

Ключові метрики та інструменти оцінки:

- **Google Analytics:** Інтеграція сайту з цією платформою дає змогу відстежувати детальні поведінкові аспекти користувачів:
- **Кількість унікальних відвідувачів і переглядів сторінок:** Це показники загального охоплення проєкту.
- **Середній час взаємодії:** Вказує на якість контенту; високий рівень тривалості сесій підтверджує цікавість для аудиторії.
- **Показник залучення (Engagement Rate):** Демонструє активність відвідувачів щодо змісту сторінок сайту.
- **Вбудована статистика Google Sites:** Цей інструмент забезпечує первинний контроль над доступністю сторінок, швидкістю їх завантаження й коректністю представлення контенту на мобільних пристроях.
- **Зворотний зв'язок (Комунікативні інструменти):** На сайті впроваджені інтерактивна форма для збору думок основної аудиторії (абітурієнтів і студентів), а саме Google Gmail (електронна пошта). Аналіз отриманих

відповідей дозволяє оперативно адаптувати тематику публікацій до запитів читачів.

Завдяки комплексному поєднанню мінімалістичного дизайну, глибоко-аналітичного контенту із перевіркою даних та зрозумілій системи метрик розроблений медіапроект демонструє високу професійну якість і ефективність у досягненні комунікаційних цілей кафедри журналістики та соціальних комунікацій ДонНУ ім. Василя Стуса.



ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі на основі комплексного підходу було розроблено, технічно реалізовано та інтегровано в інформаційний простір авторський медіапроект — тематичну серію різножанрових публікацій та інфографік для офіційного веб-сайту кафедри журналістики та соціальних комунікацій Донецького національного університету імені Василя Стуса «Media Hub: Студенти-журналісти». Головна мета проекту — висвітлення специфіки студентського життя майбутніх медійників через призму їхнього професійного розвитку, демонстрація набутих компетенцій та популяризація освітньої програми серед цільової аудиторії — повністю досягнута. Підсумовуючи результати проведеного дослідження та практичної реалізації проекту відповідно до визначених у вступі завдань, сформульовано такі висновки:

1. Щодо дослідження теоретико-практичних основ та аналізу аудиторії:

З'ясовано, що функціонування університетських медіаресурсів у веб-сайті на платформі Google Sites вимагає повної відмови від сухих пресрелізів та надмірно формалізованого, академічного стилю викладу на користь правил сучасного цифрового сторітелінгу. На основі аналізу медіаринку детально структуровано цільову аудиторію кафедрального контенту, яку розподілено на три демографічні сегменти: основну (абітурієнти та їхні батьки, що потребують візуальних інфографік про умови навчання), вторинну (теперішні студенти, орієнтовані на обмін практичним досвідом) та третинну (викладачі, випускники, роботодавці, які оцінюють експертність публікацій).

2. Щодо розробки концепції та довгострокового контент-плану:

Сформовано оригінальну концепцію медіапроект, яка позиціонує повсякденне студентське життя не як ідеалізовану картинку, а як реальний процес безперервного професійного та інтелектуального розвитку майбутніх журналістів. Розроблено та успішно впроваджено довгостроковий контент-план із регулярністю виходу матеріалів 2–3 рази

на тиждень, що дозволило утримувати стабільно високий рівень залученості читачів без перевантаження їхньої новинної стрічки.

3. Щодо створення системи різножанрових журналістських матеріалів:

У межах медіапроєкту створено та згруповано комплексну систему текстових публікацій, що суворо відповідають професійним стандартам та методичним вимогам щодо жанрового різноманіття. До контенту увійшли: 3 інформаційні матеріали (огляди цифрових OSINT-інструментів та дайджести освітніх можливостей), 2 глибокі аналітичні дописи (критичний медіамоніторинг регіональних Telegram-каналів за стандартами «Детектор медіа» та UI/UX аналіз візуального шуму сайтів), 2 розгорнутих інтерв'ю в діалогічному жанрі з викладачем Родигіним К.М. та з студенткою четвертого курсу кафедри журналістики Ганною Белік, а також 1 художньо-публіцистичне есе («Щоденник фактчекера»), яке розкриває психологічні аспекти інформаційної гігієни. Повну текстову версію впроваджених матеріалів зафіксовано у Додатках А, В, Д, Е, Ж, З, Й, К, Л.

4. Щодо розробки серії мінімалістичних інфографік та візуального супроводу:

Для оптимізації сприйняття інформації молодіжною аудиторією з притаманним їй кліповим мисленням, створено серію з 2 тематичних інфографік та статичних карток, адаптованих до екранів мобільних пристроїв (співвідношення 1:1). Візуальний дизайн побудовано на засадах повного усунення візуального шуму, використання модульної сітки, чистого простору (White Space), обмеженої палітри корпоративних кольорів ДонНУ та шрифтів без засічок для досягнення максимальної читабельності. Візуальний продукт дипломної роботи представлено в Додатках Е, З (інфографіки про протидію клікбейту, 4 кроки швидкого фактчекінгу та правила медіадизайну).

5. Щодо технічних засобів та оцінки практичної ефективності:

У процесі виробництва медіапродукту застосовані сучасні графічні редактори (Canva, Adobe Illustrator), а також інструменти зворотного пошуку зображень та веб-архівування (OSINT-методи) для верифікації

першоджерел. Оцінку практичної ефективності ініціативи здійснено за допомогою внутрішніх аналітичних інструментів статистики самого веб-сайту (аналітика загального охоплення). Аналіз підтвердив рівень залученості аудиторії, а зібрані якісні текстові відгуки від студентів та потенційних абітурієнтів довели, що розроблений проєкт успішно виконує роль прогресивного цифрового портфоліо кафедри та має вагоме профорієнтаційне значення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гарматій О., Онуфрив С. Соціальні мережі як джерело інформації у журналістиці. Наукові записки Львівської політехніки. 2021. № 2. С. 45–52.
2. Гриценко І. Інтерактивність у цифрових медіа як фактор залучення аудиторії. Вісник соціальних комунікацій. 2020. С. 92–99.
3. Гриценко І. Медіамоніторинг як інструмент аналізу інформаційного простору. Наукові записки Інституту журналістики. 2020. С. 15–22.
4. Іваненко Т. Формування іміджу університету в інтернет-середовищі. Освіта і суспільство. 2021. № 3. С. 55–63.
5. Кравчук О. Digital journalism and social media interaction strategies. Медіаосвіта. 2022. № 2. С. 14–22.
6. Кулаковська С. Роль цифрових комунікацій у формуванні іміджу сучасного закладу вищої освіти. Науковий вісник ЗНУ. 2025. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/bitstream/12345/25986/1/Kulakovska%202025.pdf>
7. Литвиненко Р. Студентські медіа як елемент освітнього процесу. Наукові записки Інституту журналістики. 2020. С. 75–83.
8. Макарова М. Інтернет-платформи як провідні джерела інформації в умовах цифровізації мас-медіа. Вісник Книжкової палати. 2023. № 10. С. 25–31.
9. Павленко О. В. Перспективи використання інтернет-ресурсів для маркетингових комунікацій університетів в Україні. Стратегія економічного розвитку України. 2023. № 52. С. 101–108.
10. Поліщук Н. Журналістська освіта в умовах цифровізації. Вища школа. 2021. № 6. С. 33–40.
11. Савченко О. Контент-стратегії для сучасних мультимедійних платформ. Digital Media Review. 2023. № 1. С. 10–18.
12. Стеценко В. Мультимедійні технології у цифровій комунікації закладів освіти. Освітологічний дискурс. 2022. № 4. С. 60–67.

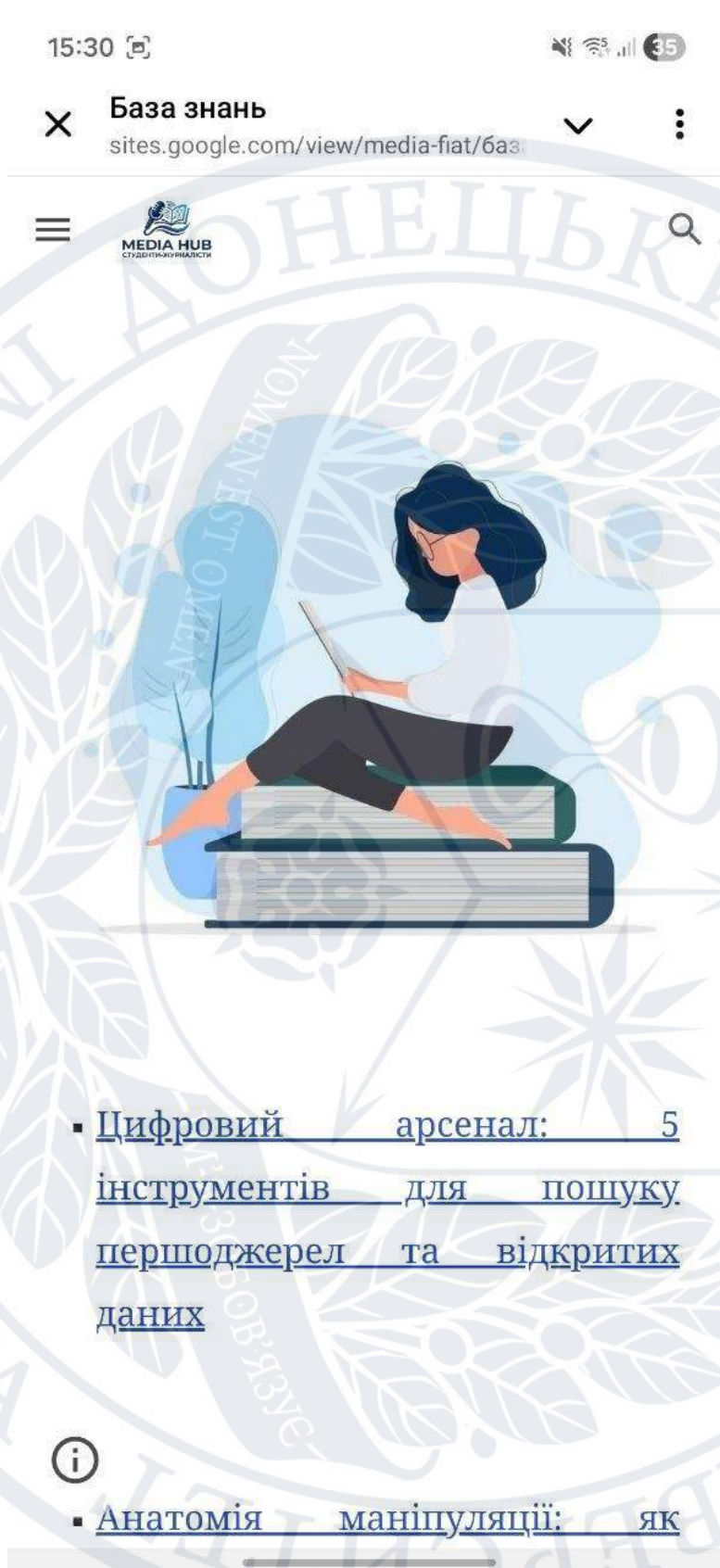
13. Харченко О. Громадянська та студентська журналістика в інтернет-просторі. Інтегровані комунікації. 2023. № 15. С. 55–62.
14. Шевченко В. Е. Візуалізація інформації в сучасних мас-медіа: тенденції та інструменти. Наукові записки Інституту журналістики. 2022. Т. 4. С. 45–53.
15. Шутяк Л. Нові медіа в теорії і практиці викладання журналістських дисциплін. Вісник Львівського університету. Серія журналістика. 2018. № 43. С. 120–127.
16. Яненко Я. В. Вебсайти вищих навчальних закладів як інструмент формування репутаційного капіталу в інтернет-середовищі. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2021. № 2 (46). С. 112–118.
17. Яценко А. М. Інструменти OSINT та фактчекінгу в практиці сучасних медіадосліджень. Медіапростір. 2024. № 3. С. 18–25.

Додатки



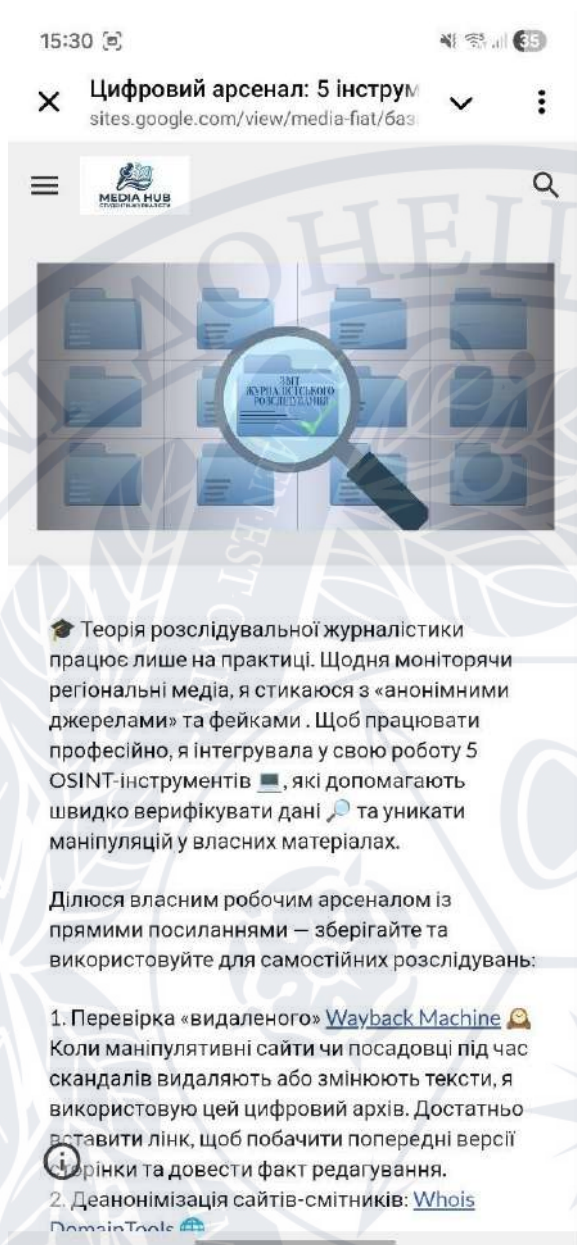
Додаток А

Головна сторінка розробленого медіапроєкту «Media Hub: Студенти-журналісти», що містить вступну інформацію про цифровий хаб для майбутніх медійників.



Додаток Б

Розділ «База знань», де структуровано гіперпосилання на інформаційні та аналітичні матеріали проекту.



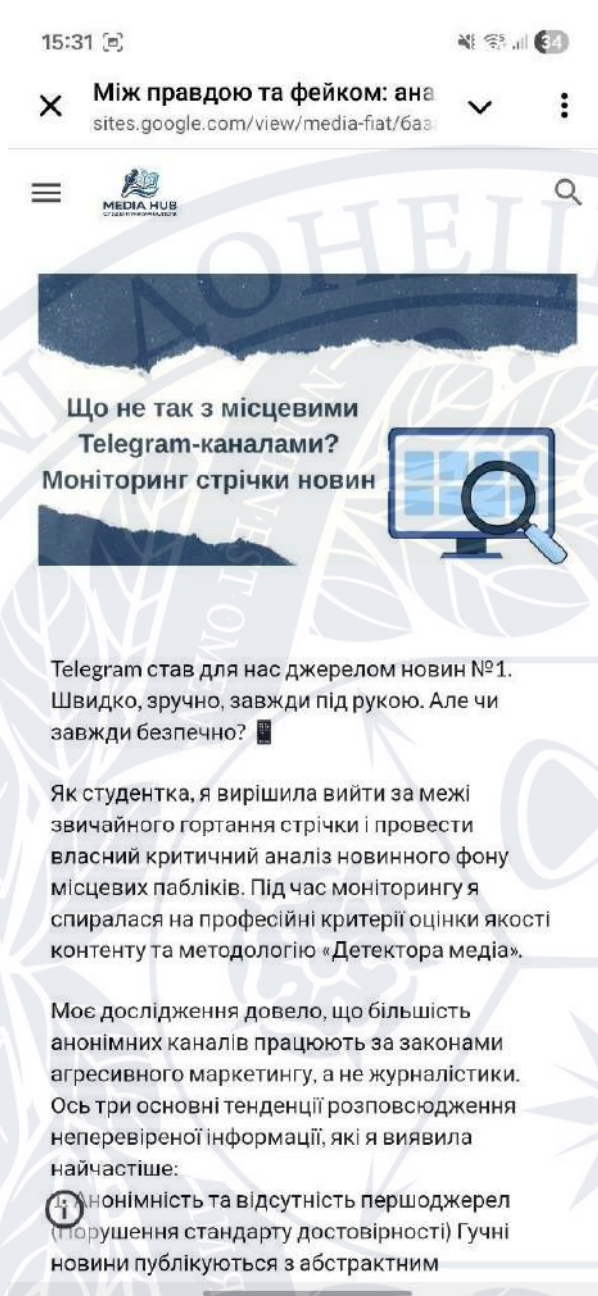
Додаток В

Інформаційний допис «Цифровий арсенал: 5 інструментів для пошуку першоджерел та відкритих даних» у рамках розробленого медіапроєкту представлено матеріал, який має авторський огляд та рекомендації дощого використання OSINT-інструментів. До таких інструментів належать: Wayback Machine, Whois DomainTools, YouControl, Опендатабот, Google Images, TinEye і FotoForensics. Цей ресурс спрямований на перевірку відкритих ресурсів з метою деанонімізації підозрілих веб-доменів і викриття фальшивих фотографій. Аналіз графічних метаданих також є важливим аспектом для підтримки гігієни в сучасному світі цифрової інформації.



Додаток Г

Публікація «Анатомія маніпуляції: як розпізнати клікбейт за секунду» детально аналізує використання клікбейту як психологічного тригера, а також включає результати авторського моніторингу українського інформаційного простору – новинних стрічок і Telegram-каналів. Матеріал наводить конкретні приклади маніпулятивних стратегій у цифровому середовищі, які класифікуються за типами впливу: штучна паніка, науковий клікбейт та прихована реклама.



Додаток Д

Аналітичний матеріал «Між правдою та фейком: аналіз новинного фону регіональних Telegram-каналів» представляє собою практичний моніторинг новинних сторінок місцевий пабліків проведений за методологічними принципами «Детектора медіа». У статті детально розглядаються критерії оцінювання якості контенту, особливості роботи анонімних каналів в умовах агресивного маркетингового середовища, а також аналізуються основні тенденції поширення неперевіраних відомостей, такі як: анонімність автора, брак першоджерела та порушення стандартів достовірності.



Додаток Е

Мультимедійна інфографіка «Алгоритм фактчекінгу: 4 кроки швидкої перевірки інформації» який допомагає захистити інформаційну гігієну, адаптуючи професійні стандарти роботи з даними для загальної аудиторії. Візуальна частина має інструкції, що організовує процес виявлення фейкових новин. Таким чином, ця інфографіка служить ресурсом для всіх тих, хто прагне підвищити свою обізнаність щодо достовірності інформації та уникнути дезінформації в сучасному світі медіа.



Додаток Є

Інтерв'ю «Журналістика в умовах змін: розмова з Костянтином Родигіним про стандарти професії» матеріал детально аналізує нагальні питання трансформації медіаосвіти. Публікація, створена спільно з доцентом кафедри журналістики та соціальних комунікацій ДонНУ імені Василя Стуса Родигіним К.М., висвітлює такі важливі аспекти, як посилення практико-орієнтованих елементів навчального процесу, дотримання академічної доброчесності та етики у взаємодії зі штучним інтелектом.



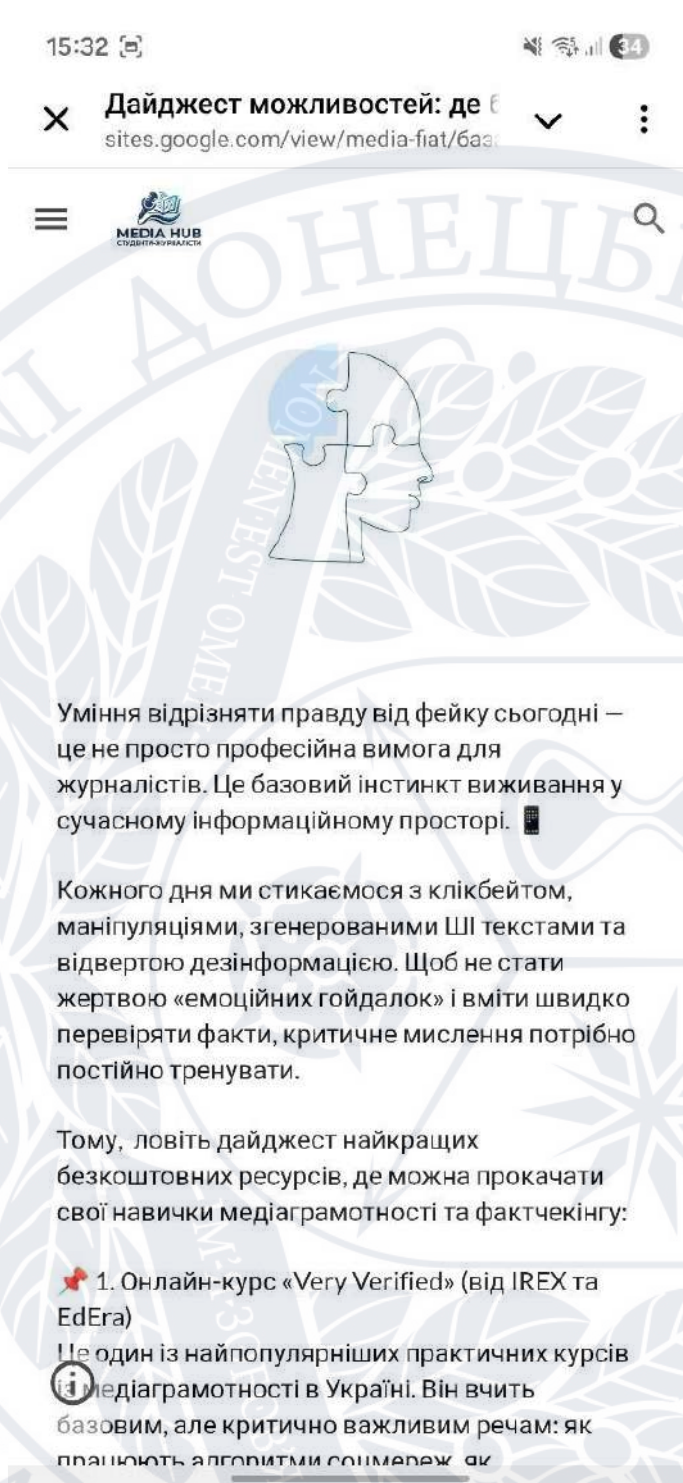
Додаток Ж

Аналітичний лонгрід (UI/UX дослідження) «Як візуальний шум вбиває довіру: аналіз дизайну регіональних новинних сайтів». Пропонує глибокий критичний огляд інтерфейсів користувача трьох місцевих онлайн-видань — «33 канал», «20 хвилин Вінниця» та «Вінниця.info». У цьому матеріалі розглядається, як візуальне перевантаження може спотворити сприйняття інформації і знизити рівень довіри у аудиторії. Публікація висвітлює поширені проблеми медійного дизайну, такі як надмірна рекламна активність, брак "білого простору" та недоступність чіткої візуальної ієрархії контенту новин.



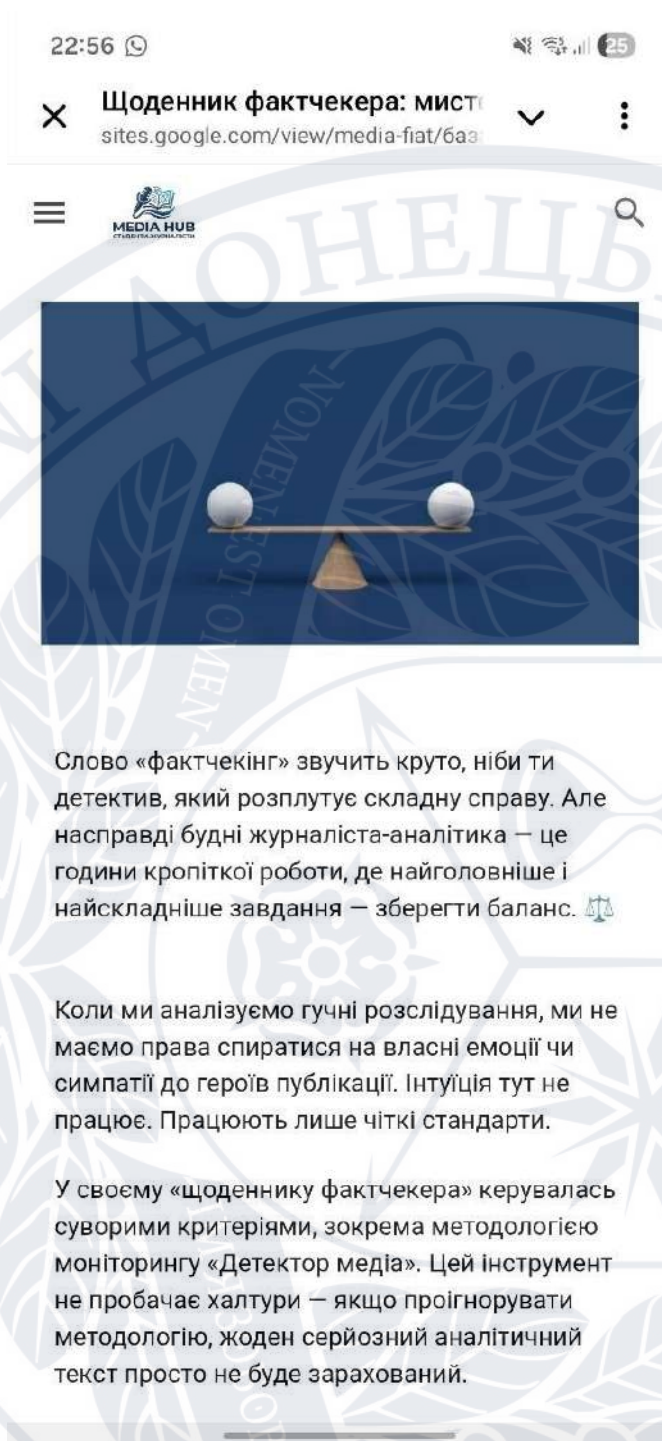
Додаток 3

У рамках розробленого медіапроєкту представлено візуальний контент і текстовий допис «Естетика простоти: 3 правила чистого медіадизайну для соцмереж», що детально досліджує основи створення професійного візуального оформлення на цифрових платформах. Мета цього матеріалу полягає у залученні уваги аудиторії та подоланні проблеми інформаційного перевантаження. Цей підхід не лише покращить сприйняття вашого контенту, але й забезпечить ясність та привабливість ваших повідомлень у світі, переповненому інформацією.



Додаток Й

Інформаційний допис «Дайджест можливостей: де безкоштовно прокачати навички медіаграмотності», у цьому огляді різноманітні безкоштовні освітні платформи та ресурси, які допоможуть вам удосконалити критичне мислення, освоїти основи фактчекінгу та забезпечити інформаційну гігієну. Ця інформація стане інструментом для самостійного оцінювання якості журналістських текстів.



Додаток К

Художньо-публіцистичний допис (есе) «Щоденник фактчекера: мистецтво тримати баланс» у межах розробленого медіапроєкту. У публікації наголошується на необхідності дотримання суворих професійних стандартів. Зокрема, акцентується увага на ефективному застосуванні методології моніторингу за трьома основними критеріями: глибина та дотримання балансу думок.



Додаток Л

"Від очікувань до реальності: рутини та практичний досвід випускниці-журналістки". У цьому матеріалі представлено блиц-інтерв'ю зі студенткою четвертого курсу, Ганною Белік. Основна увага приділяється підсумкам її навчання та розвитку в професії журналіста. Публікація висвітлює сприйняття журналістської діяльності.