



Вінниця

II ВСЕУКРАЇНСЬКА СТУДЕНТСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
ОНЛАЙНОВА КОНФЕРЕНЦІЯ

ІНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛІСТИКА ТА НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СУЧАСНИХ МЕДІА



1 ТРАВНЯ 2025

**Міністерство освіти й науки України
Вінницький державний педагогічний університет
імені Михайла Коцюбинського
Факультет філології й журналістики імені Михайла Стельмаха
Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю
Громадська організація «МедіаДія»**

**ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ
II Всеукраїнської студентської науково-практичної
онлайнової конференції
«Інтернет-журналістика та новітні технології в сучасних медіа»**

1 травня 2025

Вінниця - 2025

**УДК 070:004.77(06)
І-73**

Рекомендовано до друку на засіданні кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю (протокол № 12 від 7 травня 2025 року).

II Всеукраїнську студентську науково-практичну онлайн конференцію «Інтернет-журналістика та новітні технології в сучасних медіа» зареєстровано та внесено до переліку проведення наукових конференцій з проблем вищої освіти і науки в системі Міністерства освіти і науки України на 2025 р.

Інтернет-журналістика та новітні технології в сучасних медіа: зб. матеріал. II Всеукраїнської науково-практичної онлайн конференції /за ред. В.О.Гандзюка. Вінниця: ВДПУ імені М. Коцюбинського, 2025. 326 с.

У збірнику наукових праць подано матеріали доповідей учасників II Всеукраїнської науково-практичної онлайн конференції **«Інтернет-журналістика та новітні технології в сучасних медіа»**, яка відбулася 1 травня 2025 року на кафедрі журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за достовірність поданого тексту, за правильне цитування джерел та посилання на них, а також за інші відомості, що містяться в тезах.

Роботи авторів, які не мають наукового ступеня (вченого звання), узгоджені та затверджені науковими керівниками.

Тези репрезентують погляди авторів тексту, які можуть не збігатися із позицією упорядників та редакторів.

**УДК 070:004.77(06)
І-73**

©Автори статей, 2025

©Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю, 2025

СЕКЦІЯ 2

ІНТЕРНЕТ-МЕДІА, ПОРТАЛИ, БЛОГИ, СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ

Барчишен Артем ЖУРНАЛІСТСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ АНДРІЯ ЦАПЛІЄНКА У СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ FACEBOOK	50
Бурик Каріна ТЕМАТИКА ДИТЯЧОГО БЛОГУ «SONIASHKA» В ІНСТАГРАМ	53
Присяжнюк Христина РОЗВИТОК ТА ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯ ТЕРНОПІЛЬЩИНИ (НА ПРИКЛАДІ САЙТУ «ВІЛЬНЕ ЖИТТЯ», ГАЗЕТИ «ВІЛЬНЕ ЖИТТЯ ПЛЮС»).....	57
Канюка Ірина ОПТИМІЗАЦІЯ ТЕЛЕКОНТЕНТУ ДЛЯ СОЦМЕРЕЖ (НА ПРИКЛАДІ ПРОГРАМИ «І СИЛА, І ВОЛЯ» ТЕЛЕКАНАЛІВ «ТЕРНОПІЛЬ1» ТА «ІНТБ»).....	62
Відлацький Віталій АВТОМОБІЛЬНА ТЕМАТИКА НА СТОРІНЦІ «AUTOUA.NET»: ФОРМЕНІ ДОМІНАНТИ	66
Гуменюк Анна ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ МЕДІАПЕРСОНИ СЕРГІЯ ЖАДАНА НА ПЛАТФОРМІ «РБК-УКРАЇНА».....	70
Скопик Христина ВИКОРИСТАННЯ ПРОМОВІДЕОРОЛІКІВ ЯК ЗАСОБУ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ УНІВЕРСИТЕТУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	74
(НА ПРИКЛАДІ ВОЛИНСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ).....	74
Крушельницька Софія ІНФОРМАГЕНТСТВО «УКРІНФОРМ»: СТРУКТУРА, КОНТЕНТ	78
Жушман Анна ПОРТАЛ «ФАБРИКА НОВИН» НА YOUTUBE	85
Форманюк Павло НОВИННИЙ КОНТЕНТ ОНЛАЙН-ВИДАННЯ ФУТБОЛ.UA.....	87
Ткачук Каріна ТЕЛЕНАРИСИ ПРО ВЕТЕРАНІВ З ІНВАЛІДНІСТЮ ЯК ІНСТРУМЕНТ СОЦІАЛЬНОГО ВПЛИВУ	91
Ісько Аліна НОВИНИ ВІННИЦІ В ОНЛАЙН-МЕДІА «ZAXID.NET»	95

7. Створення коротких відео YouTube Shorts без зусиль (2025 р.). *Clipchamp*. URL: <https://bit.ly/3EvAZdy> (дата звернення: 29.04.2025).

8. Синоруб Г. Трансформаційні процеси в сучасній медіаіндустрії як шлях до якісної журналістики. Кросмедіа: контент, технології, перспективи: колективна моногр. за заг. ред. д. н. із соц. ком. В. Е. Шевченко; Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. К.: Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2017. 234 с.

9. Телеканал. *Телеканал ІНТБ*. URL: <https://intb.te.ua/telekanal/> (дата звернення: 29.04.2025).

10. Тернопіль 1 – Вікіпедія. *Вікіпедія*. URL: <https://bit.ly/4jKmPUU> (дата звернення: 29.04.2025).

11. Чорна О. «Опора»: Основним джерелом інформації майже 80% українців є соціальні мережі. *detector.media*. URL: <https://detector.media/infospace/article/213998/2023-07-10-opora-osnovnym-dzherelom-informatsii-mayzhe-80-ukraintsiv-ie-sotsialni-merezhi/> (дата звернення: 28.04.2025).

Відлацький Віталій

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка

Науковий керівник Синоруб Г. П.

кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка

АВТОМОБІЛЬНА ТЕМАТИКА НА СТОРІНЦІ «AUTOUA.NET»: ФОРМЕНІ ДОМІНАНТИ

Здійснено аналіз контенту сторінки «Autoua.net», розглянуто основні жанрові форми контенту, особливості подачі матеріалів. Окреслено роль візуальних елементів та особливості модерації на сайті.

***Ключові слова:** «Autoua.net», автомобільна тематика, форми контенту, мультимедійність, модерація*

У контексті трансформаційних процесів сучасного інформаційного простору, медіа зазнають структурних і змістових змін, спрямованих на адаптацію до запитів та очікувань аудиторії. Із розвитком автомобільної промисловості постає потреба у спеціалізованих виданнях, орієнтованих на висвітлення відповідної тематики. Такі медіа займають широку нішу, поєднуючи розважальну, інформаційну та аналітичну функції, орієнтуючись як на автолюбителів, так і на професійних експертів.

Інформаційний ресурс «Autoua.net» присвячений автомобільній тематиці та слугує платформою для висвітлення новин, оглядів, обміну думками. У процесі дослідження форменних домінант вебсайту доцільно здійснити їхню класифікацію за відповідними ознаками: текстовими форматами (новини, статті, огляди, рецензії, інтерв'ю), візуальними (фотографії, інфографіка, таблиці), аудіо- та відеоформатами (подкасти, відеорепортажі, інтерв'ю), а також інтерактивними елементами (тести, опитування, карти). Кожна з форм виконує специфічну комунікативну функцію – інформативну, аналітичну, розважальну або пізнавальну і спрямована на ефективне медіаспоживання.

Контент вебресурсу «Autoua.net» характеризується високим рівнем мультимедійності – поєднання текстових, ілюстративних, аудіо- та відеоматеріалів, що розширює можливості сприйняття інформації, дозволяє задовольнити потреби аудиторії. Мультимедійність проявляється в різних формах: від фотогалерей на сайті до аудіо-слайдшоу, лінійного відео, анімованої інфографіки, нелінійних інтерактивних історій, документальних проєктів тощо [2, с. 60].

У процесі аналізу змістового наповнення сторінки сайту «Autoua.net» можна виокремити низку домінуючих жанрів, що активно використовуються для репрезентації матеріалів на автомобільну тематику. Перш за все, це новинні мультимедійні замітки, які становлять левову частину контенту. Наприклад, матеріали «Завод Volkswagen може стати оборонним підприємством»,

«Volkswagen відзначив 50-річчя Polo версією WRX у забарвленні Harlequin», «Hyundai зменшить витрату палива з гібридною системою нового покоління», «Hyundai Mobis вбудувала систему пожежогасіння в батарею електромобіля», «З початку року українці придбали майже 9 тисяч вживаних авто з США» [3] мають чітку структуру: короткий заголовок, що привертає увагу, лаконічний текст із фактами. Такий контент має на меті оперативно інформувати аудиторію про новинки автомобільної індустрії, що є актуальним для тих читачів, які стежать за трендами автосвіту. На сайті спостерігається щоденне триразове оновлення контенту, що свідчить про високий рівень оперативності інформаційного наповнення.

Щодо стилістики матеріалів на «Autoua.net», то варто зазначити, що вони адаптовані під потреби сучасної аудиторії. Заголовки на сайті мають клікабельний характер, вони короткі, інформативні. Наприклад, у матеріалі «400 км за 5 хвилин: BYD представила два електромобілі з дуже швидкою зарядкою» [2], спостерігається використання прийому інтриги, заснованої на вражаючих числових показниках, що викликає у читача зацікавлення та спонукає до подальшого ознайомлення з текстом.

У журналістських публікаціях, присвячених автомобільній тематиці, акцент, як правило, робиться на фактичному матеріалі та технічних характеристиках. Інформація на сайті «Autoua.net» подається у доступній формі: спеціалізовані терміни, хоча й широко вживаються, зазвичай супроводжуються коментарями або спрощено інтерпретуються, що полегшує їхнє сприйняття масовою аудиторією. Це свідчить про орієнтування ресурсу не лише на професіоналів у цій справі, а й на автолюбителів-початківців.

Важливою форменими домінантами контенту на сторінці «Autoua.net» є публікування візуальних елементів. Кожен матеріал супроводжується якісними фотографіями, які виконують чимало функцій – допомагають читачу побачити автомобіль чи запчастину через їх детальний опис. Зауважимо, що розташування візуальних елементів відіграє чималу роль у сприйнятті тексту. На головній сторінці фотографії розміщені поруч із заголовками, що одразу привертає увагу

аудиторії. У рубриці «Новини» візуальні матеріали займають помітну частину екранного простору, що надає сторінці візуальної динаміки та підвищує її привабливість для користувача.

Ще одна особливість сторінки – можливість налагодити діалог із відвідувачами. Присутній розділ «Форум», який запрошує читачів до обговорення різноманітних тем та ситуацій. Такий інтерактивний майданчик дозволяє дискутувати на автомобільні теми, ділитися досвідом, поставити питання та отримати на них відповіді, сформувані спільноту за інтересами. Водночас, спостерігається відсутність можливості залишати коментарі під публікаціями. Це викликає питання щодо редакційної стратегії модерації аудиторного контенту. Імовірним поясненням такого підходу можна вважати прагнення уникнути неконтрольованих дискусій, що є характерною практикою для багатьох сучасних медіаресурсів. Однак, оцінка доцільності такого рішення залишається неоднозначною, оскільки це, з одного боку, сприяє підтриманню інформаційної безпеки, а з іншого – обмежує можливості зворотного зв'язку та публічного обговорення.

Список використаних джерел

1. Дмитровський З. Є. Теорія і методика журналістської творчості URL: <https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/09/lektsii-z-TMZHT-dots.-Dmytrovs-koho-Z.-YE.-.rtf>. (дата звернення 29.05.2025).
2. Синоруб Галина, Поплавська Наталія, Садівничий Володимир, Дашченко Наталія, Яненко Ярослав Онлайн-журналістика. Підручник з крос-медіа за ред. Крецу І. Н., Гузун М. Василик Л. Schiller Publishing You-se: Bonn / Germany – Sibiu/ Romania. 2015. Sibiu, Strada Mitropoliei 140 с.
3. Autoua.net. URL: <https://autonews.autoua.net/>. (дата звернення 29.05.2025).