Міністерство освіти і науки України
Університет митної справи та фінансів
Факультет управління
Кафедра журналістики

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

на тему «Розвиток кросплатформного аудіовізуального медіа»

Виконав: студент групи ЖР 20-2
спеціальності 061 «Журналістика»

Петренко А.С.

Керівник: к.н. з держ.упр., доцент
Чикаренко О.О.

Дніпро 2024

АНОТАЦІЯ

кваліфікаційної роботи на тему:

«Розвиток кросплатформного аудіовізуального медіа»

Виконавець: студент групи ЖР 20-2 Петренко А. С.

Керівник: к.н. з держ.упр., доцент Чикаренко О. О.

Кваліфікаційна робота: 41 с., 10 рис., 25 джерел, 1 додаток.

Інформаційний продукт: Концепція кросплатформного мультиавторського медіа.

Мета кваліфікаційної роботи: вивчення ефективності кросплатформних медіа, впливу на аудиторію та ринок, а також розробка оптимальних стратегій контенту для різних платформ.

Актуальність і новизна інформаційного продукту: Кросплатформність дозволяє медіа-компаніям створювати більш ефективні маркетингові кампанії, оскільки вони можуть залучати аудиторію на різних платформах і в різний час. Кросплатформність дозволяє отримувати більше даних про аудиторію, оскільки користувачі залишають слід на різних платформах. Це дозволяє медіа-компаніям краще розуміти свою аудиторію та адаптувати контент під її потреби.

Ключові слова: онлайн-медіа, регіональні медіа, кросплатформність, мобільна журналістика.

SUMMARY

qualification work on the topic:

« Development of cross-platform audiovisual media»

Performer: A. S. Petrenko, a student of the ZHR 20-2 group.

Supervisor: candidate of sciences in public administration. Associate Professor of the Department of Management and Project Management O. O. Chikarenko.

Qualification work: 41 pages, 1 table, 25 sources, 1 addition.

Information product: Concept of cross-platform multi-author media.

The purpose of the qualification work: to study the effectiveness of cross-platform media, the impact on the audience and the market, as well as the development of optimal content strategies for different platforms.

Relevance and novelty of the information product: Cross-platform allows media companies to create more effective marketing campaigns because they can engage audiences on different platforms and at different times. Cross-platform allows for more audience data as users leave a footprint on different platforms. This allows media companies to better understand their audience and adapt content to their needs.

Keywords: online media, regional media, cross-platform, mobile journalism.

ЗМІСТ

ВСТУП……..4
РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ КРОСПЛАТФОРМНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ МЕДІА……..7
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА КРОСПЛАТФОРМНИХ МЕДІА: ТЕХНОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ, КОМУНІКАТИВНІ КАНАЛИ, РЕСУРСНІ ВИТРАТИ……22
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ТА ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ КРОСПЛАТФОРМНОГО МУЛЬТИАВТОРСЬКОГО МЕДІА……32
ВИСНОВКИ……..42
ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ: КОНЦЕПЦІЯ КРОСПЛАТФОРМНОГО МУЛЬТИАВТОРСЬКОГО МЕДІА…….44
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ…….53

ВСТУП

Актуальність теми: Сучасні споживачі медіа використовують різні платформи для отримання інформації. Деякі вони переважно користуються мобільними пристроями, інші використовують веб-сайти, а багато людей отримують інформацію через соціальні мережі. Кросплатформність дозволяє медіа-компаніям досягти максимальної аудиторії. Традиційні форми медіа втрачають свою привабливість через зростання популярності мобільних пристроїв і соціальних мереж. Люди хочуть отримувати інформацію на будь-який зручний для них спосіб, і кросплатформні медіа можуть задовольнити ці потреби. Кросплатформність дозволяє медіа-компаніям створювати більш ефективні маркетингові кампанії, оскільки вони можуть залучати аудиторію на різних платформах і в різний час. Кросплатформність дозволяє отримувати більше даних про аудиторію, оскільки користувачі залишають слід на різних платформах. Це дозволяє медіа-компаніям краще розуміти свою аудиторію та адаптувати контент під її потреби.

Об'єктом дослідження є процеси, стратегії та вплив кросплатформних інформаційних медіа на аудиторію, ринок медіа та суспільство в цілому.

Предметом дослідження є кросплатформні інформаційні медіа, які включають в себе різноманітні види медіа-контенту (такі як новини, статті, відео, аудіо тощо), що розповсюджуються через різні платформи, такі як веб-сайти, мобільні додатки, соціальні мережі тощо.

Мета дослідження кросплатформних інформаційних медіа полягає у вивченні їхньої ефективності, впливу на аудиторію та ринок, а також в розробці оптимальних стратегій контенту для різних платформ.

Завдання дослідження:

– провести аналіз ринку кросплатформних медіа з визначенням основних гравців, їх стратегій та конкурентних переваг;

– дослідити аудиторії кросплатформних медіа, їхніх звичок споживання контенту та переваг;

– виконати аналіз технічних аспектів кросплатформних медіа, включаючи розробку програмного забезпечення, оптимізацію веб-сайтів та мобільних додатків;

– оцінити ефективності різних стратегій контенту на різних платформах;

– визначенні найбільш оптимальних підходів до створення та розповсюдження контенту.

Методи дослідження: Метод аналізу контенту дозволяє дослідникам вивчати зміст і характеристики медіа-контенту, що розповсюджується через різні платформи. Спостереження за поведінкою користувачів на різних платформах може допомогти зрозуміти їхні вподобання та реакції на різні типи контенту. Використання аналітики для збору даних про взаємодію користувачів з веб-сайтами та мобільними додатками може надати цінну інформацію про трафік, конверсію та взаємодію з контентом.

Теоретична значимість дослідження полягає в розширенні нашого розуміння медіа-ландшафту та його впливу на суспільство. Результати дослідження можуть допомогти в розвитку теорій медіа, що стосуються взаємодії між медіа-компаніями та аудиторією, стратегій контенту та розподілу, а також розуміння змін у споживанні медіа в епоху цифрового розвитку. Такі дослідження можуть також сприяти подальшій рефлексії над етичними та культурними аспектами медіа-споживання.

Практична значимість: Результати дослідження можуть допомогти медіа-компаніям розробляти ефективніші стратегії контенту та розподілу на різних платформах, що сприятиме їхньому розвитку та конкурентоспроможності. Розуміння уподобань, потреб та звичок аудиторії на різних платформах дозволить медіа-компаніям створювати контент, який краще задовольнятиме потреби користувачів. Дослідження може допомогти впорядкувати маркетингові стратегії та рекламні кампанії, забезпечуючи кращу спрямованість та ефективність реклами на різних платформах.

Новизна дослідження: Дослідження враховує інтеграцію різних технологій (веб, мобільні додатки, соціальні мережі тощо), що дозволяє медіа-компаніям залучати та утримувати аудиторію на різних платформах. Дослідження вивчає вплив кросплатформних медіа на зміну споживчих уподобань, звичок та поведінки аудиторії, що є важливим аспектом в умовах швидкого розвитку цифрових технологій. Дослідження дозволяє вивчити різноманітні стратегії створення та розповсюдження контенту на різних платформах, включаючи оптимальні підходи до привертання уваги аудиторії. Дослідження розглядає взаємодію між різними платформами та їх вплив на взаємодію з аудиторією, що може мати важливе значення для розуміння динаміки медіа-ландшафту.

РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ КРОСПЛАТФОРМНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ МЕДІА

Визначення кросплатформних інформаційних медіа.

Кросмедійна журналістика, або crossmedia journalism, використовує різноманітні ЗМІ, як аналогові, так і цифрові, для розповсюдження контенту на різних платформах, таких як комп'ютери, мобільні телефони і телевізори. Головна ідея полягає у тому, що один і той же контент може бути поширений через різні канали. Терміни "крос-медіа" і "мультимедійна журналістика" є синонімами, що вказують на створення журналістського продукту для двох або більше медіа. [6] Розвиток інтернету створює нові можливості для поширення інформації, при цьому текст переходить у цифровий простір. Передумовами для розвитку крос-медійної журналістики стали занепад традиційних медіа, поява нових каналів комунікацій та інтерактивність, де користувачі можуть брати участь у створенні контенту. [4]

Термін "крос-медіа" вперше з'явився близько десяти років тому внаслідок розвитку нових технологій та спаду інтересу до традиційного телебачення і документального кіно. Прогресивні канали, такі як британський Channel 4, шведський SVT і франко-німецький Arte, створили свої крос-платформи, щоб привернути глядачів, що активно взяли участь у цьому процесі.

Геррі Хейс виділяв чотири рівні крос-медіа: Crossmedia 1.0, Crossmedia 2.0, Crossmedia 3.0 і Crossmedia 4.0. Перший рівень - це просте розміщення контенту на різних медіаплатформах. На другому рівні додатковий контент створюється одночасно з основним і поширюється на різні платформи. На третьому рівні контент спеціально структурується для різних медіаплатформ, щоб збільшити вплив на аудиторію. Четвертий рівень передбачає нелінійне розподілення контенту між багатьма платформами та створення умов для участі аудиторії в розвитку історії.

Крос-медійні процеси мають кілька значущих наслідків для журналістів:

1. Тепер журналістам необхідно вміло працювати з різними платформами, щоб ефективно пропонувати свій контент газетам, інформаційним агентствам та телеканалам. Вони повинні мати навички адаптації контенту для кожної платформи, а також вміти працювати з різними цифровими форматами. Часто журналістам доводиться поєднувати різні ролі, такі як автор, фотокореспондент, оператор зйомки та звуку.

2. Крос-медійність ЗМІ породжує нові інтегровані жанри, такі як інфотейнмент. [3] Сьогодні поєднання новин із розвагами або навчанням стає нормою, а це лише початок розвитку крос-медійних жанрів.

З появою комп'ютерів та Інтернету традиційні засоби масової інформації зазнають трансформації, активно використовуючи нові технології для розвитку медіа-послуг. Головна особливість "нових медіа" - це їх інтерактивність, що забезпечує активну участь користувачів у створенні та поширенні контенту. "New media" стала окремою індустрією зі своїм власним ринком та фахівцями, де головним посередником є Інтернет.

Серед видів "нових медіа" виділяють:

1. "Соціальні медіа", які забезпечують спілкування та обмін інформацією через Інтернет-технології. Це включає соціальні мережі, фото- та відеохостинги, форуми та інші платформи, де комунікація користувачів не обмежена і є інтегрованою.

2. Відеоблоги та блоги, які представляють собою вебсайти у формі щоденників для зворотного зв'язку та публікації нового матеріалу.

3. Вікі, які є інформаційними веб-сайтами зі спеціальним програмним забезпеченням для створення та оновлення змісту, наприклад, Wikipedia.

4. Підкасти, які є звуковими або відеопередачами, розповсюдженими у мережі Інтернет.

5. Сервіси електронної пошти, які забезпечують оперативний зворотний зв'язок.

6. Mashup, що об'єднує дані з різних джерел в один інтегрований інструмент.

7. HI-арт, яке є мистецтвом, де головним засобом виразності є Інтернет.

Розвиток "нових медіа" постійно додає нові види і форми, які об'єднують старі та нові медіа для ефективного доставлення повідомлень. Термін "крос-медіа" використовується для опису поширення контенту різними медіаплатформами та каналами. Це відмінно від мультимедіа, де кілька медіаформ, в крос-медіа використовуються канали для розширення аудиторії.

Суть крос-медійного підходу можна описати за допомогою формули: "крос-медіа = одна історія + багато каналів". Це означає, що контент розповсюджується через різні медіаплатформи та інструменти. Замість обмеження одним типом медіа, повідомлення може бути передане через різні канали, використовуючи різні формати. Наприклад, європейські телевізійні шоу типу Pop Idol і Big Brother є прикладом крос-медійної продукції, де тексти і відео сприяють взаємодії з глядачем. Це означає, що кожен глядач може брати участь у створенні та обговоренні новин. Грамотна крос-медійна взаємодія підвищує важливість комунікації, роблячи повідомлення більш персоніфікованими та ефективними. Сучасний крос-медійний продукт має бути представлений на різних медіаплатформах та за допомогою різних медіа-інструментів. Бізнесам важливо обирати правильну стратегію, передбачати розвиток ринку та потреби споживача для ефективного розвитку. Термін "медіа" охоплює різноманітність контенту та способів його передачі та розповсюдження. За словами американського фотожурналіста та викладача журналістики Кевіна Молоні, "крос-медіа" означає, що одна історія розповсюджується через різні медіаплатформи з використанням різноманітних медіа-інструментів. Таким чином, "крос-медіа" є продуктом або послугою, яку спробують передати користувачеві за допомогою стратегії крос-медіа для різних переваг системи впровадження та рекламування цього продукту.

Перехід медіа від традиційних форм до новітніх призводить до змін у роботі редакцій, де відбувається активний обмін інформацією. Створення, обробка і розповсюдження контенту відбуваються одночасно для різних

технологічних платформ. Фахівці з різних сфер (культури, політики, спорту, бізнесу та інших) створюють контент для онлайн-версій видань, а також готують відео- та аудіоматеріали для сайтів. Для крос-медіа встановлено три етапи виробництва контенту: створення власними силами (збір і написання), трансформація та редагування, розповсюдження. Крос-медійні процеси змінюють вимоги до журналістів, які повинні володіти навичками роботи на різних платформах для подання матеріалу газетам, інформаційним агентствам, телеканалам тощо. Вони повинні розуміти специфіку адаптації контенту для кожної платформи та вміти працювати з різними цифровими носіями, поєднуючи різні ролі, від автора до звукорежисера. Крос-медійність ЗМІ породжує нові інтегровані жанри, такі як інфотейнмент та едутейнмент. Сучасний крос-медійний ньюзрум стає світовим трендом у журналістиці і відзначається такими тенденціями. По-перше, це отримання журналістами універсальних навичок, які дозволяють знаходити і подавати інформацію для різних типів ЗМІ, а також знімати, монтувати і обробляти фото, відео та аудіо і розміщувати матеріали в Інтернеті. По-друге, це організація робочого процесу, яка передбачає формування особливої системи організації праці та простору в об'єднаних редакціях. У центрі таких редакцій зазвичай знаходиться "SuperDesk" або "NewsHub", де працюють редактори та інші фахівці, що приймають важливі рішення. Контент-групи створюють матеріали різних тем для всіх платформ. Видатні світові та українські ЗМІ активно розвивають нові медіа та перетворюють свої редакції на крос-медійні.

Природно, що технічні зміни зумовлюють структурні зміни, які позначаються на професійних сферах, тому зрушення в журналістській діяльності є індикатором трансформаційних процесів у медіа-системах і між медіа-системами. Журналісти стоять перед потребою нового розуміння своєї професії і глобальних змін у класичних галузях діяльності. Питання про «універсального журналіста» наразі залишається невирішеним, адже для підготовки такої «курки, яка несе золоті яйця» потрібен певний час; поки що

універсал є радше винятком, ніж правилом. А що така тенденція є сумнівною, підтверджують фрази на кшталт «Jack of all trades, but master of none». [7]

Технологічні аспекти кросплатформних медіа. Кросплатформні медіа – це медіа, які можуть відтворюватися на різних платформах, таких як комп'ютери, смартфони, планшети та телевізори. Це стало можливим завдяки розвитку технологій, що дозволяють конвертувати та кодувати медіа-контент у формати, сумісні з різними пристроями та програмним забезпеченням. Використання різноманітних форматів файлів є ключовим аспектом кросплатформних медіа. Існує безліч форматів, які забезпечують універсальність та доступність контенту. Для відео найпоширенішими форматами є MP4, MOV, AVI та WMV, які дозволяють відтворювати відеофайли на більшості сучасних пристроїв. Аудіофайли зазвичай кодуються у форматах MP3, AAC, WMA та WAV, що забезпечує високу якість звуку і сумісність з різними аудіоплеєрами. Зображення зазвичай зберігаються у форматах JPEG, PNG та GIF, які дозволяють відображати високоякісні візуальні матеріали на екранах різних розмірів і роздільної здатності. Таким чином, розвиток технологій і універсальних форматів файлів створює можливості для ефективного використання медіа-контенту на різних платформах, забезпечуючи його доступність для широкої аудиторії.

Кодеки – це програмне забезпечення, яке використовується для стиснення та декодування медіа-контенту. Вони відіграють важливу роль у кросплатформних медіа, дозволяючи зменшити розмір файлів для зберігання та передачі, а також забезпечити відтворення на різних пристроях. Різні формати файлів можуть використовувати різні кодеки, що забезпечує їхню універсальність та сумісність. Для відео найбільш поширеними кодеками є H.264, H.265 та MPEG-4, які забезпечують високу якість зображення при відносно низькому бітрейті, що робить їх ідеальними для потокового передавання та зберігання відео. Аудіо-кодеки, такі як AAC, MP3 та WMA, використовуються для стиснення звукових файлів, забезпечуючи високу якість звуку при мінімальних витратах на зберігання і передачу. Використання

цих кодеків дозволяє ефективно управляти медіа-контентом, роблячи його доступним на різних платформах і пристроях, що сприяє ширшому поширенню та споживанню медіа. Таким чином, кодеки є невід'ємною частиною кросплатформних медіа, забезпечуючи можливість ефективного зберігання, передачі та відтворення контенту в сучасному цифровому середовищі.

Програвач медіа – це програмне забезпечення, яке використовується для відтворення медіа-контенту, такого як відео та аудіо. Більшість програвачів медіа можуть працювати з різними форматами файлів і кодеками, забезпечуючи універсальність та зручність для користувачів. Це дозволяє користувачам насолоджуватися улюбленими фільмами, музикою та іншими медіа-файлами на різних пристроях. Одним з найпопулярніших програвачів медіа є VLC Media Player, який відомий своєю здатністю відтворювати практично будь-який формат файлу без необхідності встановлення додаткових кодеків. VLC Media Player підтримує широкий спектр аудіо- та відеоформатів, таких як MP4, AVI, MKV, MP3, AAC та багато інших, що робить його ідеальним вибором для користувачів, які потребують універсального та надійного медіаплеєра.

Windows Media Player є ще одним популярним програвачем медіа, особливо серед користувачів операційної системи Windows. Цей програвач медіа забезпечує легкий доступ до медіа-контенту і має вбудовані можливості для організації бібліотеки файлів, створення плейлистів та синхронізації з мобільними пристроями. Windows Media Player підтримує основні аудіо- та відеоформати, такі як WMA, WMV, AVI, MP3 та інші, забезпечуючи користувачам зручний інтерфейс для управління своїм медіаконтентом.

QuickTime Player, розроблений компанією Apple, є популярним медіаплеєром для користувачів macOS, але також доступний для Windows. QuickTime Player відомий своєю високою якістю відтворення відео та аудіо, а також підтримкою формату MOV, який широко використовується в професійних відеоредакторах та для створення високоякісних відеороликів.

QuickTime Player забезпечує плавне відтворення відео та аудіо, підтримуючи різні кодеки, такі як H.264 та AAC, що дозволяє користувачам насолоджуватися якісним медіаконтентом.

Таким чином, програвачі медіа є невід'ємною частиною кросплатформних медіа, забезпечуючи користувачам можливість відтворювати різноманітний медіаконтент на різних пристроях. Вони підтримують широкий спектр форматів файлів і кодеків, що дозволяє забезпечити високу якість відтворення та зручність використання. Програвачі медіа, такі як VLC Media Player, Windows Media Player та QuickTime Player, є відмінними прикладами програмного забезпечення, яке дозволяє користувачам насолоджуватися своїм медіаконтентом без обмежень, забезпечуючи доступ до улюблених відео та аудіофайлів на різних платформах.

Стримінг медіа – це процес передачі медіа-контенту через Інтернет, який дозволяє користувачам відтворювати медіа-контент без необхідності завантажувати його на свій пристрій. Ця технологія революціонізувала спосіб споживання медіа, забезпечуючи миттєвий доступ до фільмів, телешоу, музики та інших видів контенту. Завдяки стримінгу користувачі можуть насолоджуватися своїм улюбленим контентом у реальному часі, без затримок та необхідності чекати на завантаження файлів. Однією з найпоширеніших служб потокового медіа є Netflix. Netflix пропонує величезний вибір фільмів, серіалів, документальних фільмів та оригінального контенту, доступного для перегляду на різних пристроях, таких як смарт-телевізори, комп'ютери, планшети та смартфони. Платформа використовує складні алгоритми рекомендацій, щоб запропонувати користувачам контент, який відповідає їхнім уподобанням, забезпечуючи персоналізований досвід перегляду.

Іншою популярною службою стримінгу є Hulu, яка також надає широкий асортимент телевізійних шоу, фільмів та оригінального контенту. Hulu відома своєю можливістю надавати доступ до нових епізодів телевізійних шоу незабаром після їхньої прем'єри на телебаченні. Це робить Hulu ідеальним

вибором для користувачів, які хочуть бути в курсі останніх випусків своїх улюблених серіалів. Hulu також пропонує різні підписки, включаючи варіанти без реклами та з додатковими функціями, такими як доступ до преміум-каналів.

YouTube є ще однією ключовою платформою в світі стримінгу медіа, пропонуючи величезну бібліотеку відео, створених користувачами, а також професійний контент. YouTube дозволяє користувачам завантажувати, ділитися та переглядати відео з усього світу. Платформа охоплює різноманітні теми, від навчальних відео та музичних кліпів до влогів та живих трансляцій. YouTube також пропонує преміум-підписку, яка дозволяє користувачам насолоджуватися контентом без реклами, завантажувати відео для перегляду офлайн та отримувати доступ до ексклюзивних шоу та фільмів через YouTube Originals.

Стримінг медіа є невід'ємною частиною сучасного медіа-ландшафту, забезпечуючи зручний та швидкий доступ до широкого спектру контенту. Служби стримінгу, такі як Netflix, Hulu та YouTube, пропонують користувачам можливість насолоджуватися фільмами, телевізійними шоу та відео в режимі реального часу, без необхідності завантаження. Це робить стримінг медіа ідеальним вибором для тих, хто цінує зручність та миттєвий доступ до розважального контенту.

Адаптивний потоковий – це технологія, яка дозволяє потоковому медіа-серверу автоматично вибирати найкращий бітрейт для потокового передавання на основі доступної пропускної здатності користувача. Ця технологія значно покращує досвід користувача, забезпечуючи плавне відтворення контенту, навіть якщо у користувача повільне або нестабільне інтернет-з'єднання. Замість того, щоб відтворення медіа переривалося для буферизації через низьку пропускну здатність, адаптивний потоковий дозволяє серверу динамічно коригувати якість відео або аудіо, щоб відповідати поточним умовам мережі. Це означає, що користувач може

насолоджуватися безперервним переглядом з мінімальними затримками, навіть якщо швидкість його інтернет-з'єднання змінюється.

Ці технології роблять кросплатформні медіа можливими та зручними для користувачів. Завдяки їм медіа-контент можна відтворювати на різних пристроях – від комп'ютерів і смартфонів до планшетів і телевізорів. Це забезпечує велику гнучкість і доступність, дозволяючи користувачам насолоджуватися своїм улюбленим контентом у будь-який час і в будь-якому місці. Більше того, використання адаптивного потокового означає, що незалежно від того, чи перебуває користувач вдома з високошвидкісним Wi-Fi або в дорозі з обмеженим мобільним інтернетом, він може переглядати відео або слухати музику без значних перерв чи зниження якості. Це особливо важливо в епоху мобільності, коли користувачі очікують, що їхній контент буде доступний на різних пристроях без компромісів у якості. Адаптивний потоковий також допомагає зменшити навантаження на мережу, ефективніше використовуючи доступну пропускну здатність, що є важливим для інтернет-провайдерів і сервісів потокового медіа. В результаті, ці технології не тільки покращують користувацький досвід, але й оптимізують роботу медіа-сервісів, роблячи їх більш стійкими до мережевих обмежень і змін.

Тенденції розвитку кросплатформних медіа в сучасному світі. Інтеграція різних платформ в кросплатформних медіа є ключовим аспектом сучасного медіапейзажу. Вона забезпечує безперервну доступність контенту для користувачів на різних пристроях і платформах, що дозволяє їм легко переходити з одного пристрою на інший без втрати якості або прогресу перегляду. Прикладом такої інтеграції є популярні стрімінгові платформи, такі як Netflix, YouTube і Spotify. Вони надають можливість користувачам починати перегляд або прослуховування на одному пристрої, такому як комп'ютер, і легко переключатися на інший, такий як смартфон або телевізор, зберігаючи всі налаштування та прогрес перегляду чи прослуховування. Такий підхід робить процес споживання контенту максимально зручним і доступним для користувачів у будь-який час і в будь-якому місці.

Універсальний контент стає необхідним для медіакомпаній в сучасному світі, оскільки аудиторія складається з користувачів, які використовують різні пристрої та платформи для споживання контенту. Медіакомпанії активно пристосовують свій контент до різних форматів і носіїв, щоб максимізувати його доступність і привабливість для широкого кола аудиторії. Наприклад, текстові новини трансформуються в відеоролики, подкасти та інтерактивні статті, щоб відповідати потребам користувачів, які віддають перевагу різним форматам контенту. Це дозволяє медіакомпаніям залучити до свого контенту не лише любителів читати, але й любителів дивитися відео чи слухати аудіо. Універсальний контент дозволяє медіакомпаніям максимізувати свою аудиторію, оскільки він доступний на різних платформах, таких як смартфони, планшети, комп'ютери та смарт-ТВ. Це робить контент більш досяжним для різних груп користувачів і сприяє підвищенню його популярності та розповсюдженню. Такий підхід також дозволяє медіакомпаніям ефективно використовувати свої ресурси, оскільки один контент може бути адаптований для різних платформ з меншими витратами на його створення.

Інтернет здатен поєднати всі медіа (аудіо, відео, пресу) усі комунікаційні техніки і методи (усне мовлення, писемні тексти, відео- і аудіоматеріали, телекомунікації, комп’ютерну техніку тощо), які раніше функціонували окремо.

Таке поєднання уможливило руйнування медіа-кордонів і поширення інформації в глобальному масштабі. Жоден сучасний медіа-ресурс не може дозволити собі залишатися поза інтернетом, адже йдеться про запеклу конкурентну боротьбу за увагу реципієнта. Саме тому найбільш вдалим синонімом до поняття «дигітальна журналістика» вважаємо термін «мережева журналістика», адже під мережевими медіа розуміють «новий тип носіїв інформації, першочергово орієнтований на інтернет, що враховує нюанси нової журналістики». [8]

Американський вчений Г. Дженкінс характеризує конвергенцію як техніко-економічний та соціокультурний феномен [23], голландський

дослідник M. DES розглядає різні рівні впровадження мультимедіа та називає мультиплатформну редакцію «повністю інтегрованим відділом новин», який передбачає виробництво контенту для різних медіа [22].

Інтегративні тенденції всіх рівнів буття суспільства стали причиною розвитку конвергентної журналістики, як поєднання матеріалу з новою організацією діяльності журналіста, спрямованого не лише на забезпечення комфорту аудиторії, а й на врахування економічних чинників економії коштів і зростання прибутку. [9]

Соціальні медіа перетворюються на ключовий компонент кросплатформних стратегій в медіапросторі. Це не лише платформи для спілкування, але й потужний інструмент для залучення аудиторії та поширення контенту. Вони стають центральним майданчиком, де користувачі обмінюються ідеями, думками та враженнями. Контент, який створюється для соціальних медіа, відмінно інтегрується з іншими платформами, що дозволяє медіакомпаніям створювати комплексні стратегії для залучення аудиторії. Наприклад, новинні агенції активно використовують Twitter та Instagram для миттєвого поширення новин та оновлень, залучаючи увагу широкої аудиторії. Тим часом, більш глибокі аналізи та статті розміщуються на вебсайтах або в мобільних додатках, щоб користувачі могли отримати більш детальну інформацію. Одним із ключових аспектів соціальних медіа є їхні можливості для взаємодії. Вони надають користувачам можливість не лише споживати контент, але й активно брати участь у дискусіях, виражати свої думки та реагувати на події. Це робить соціальні медіа важливим каналом для взаємодії між медіакомпаніями та їхньою аудиторією, а також між користувачами самими.

Технології розширеної та віртуальної реальності (AR та VR) перетворюють спосіб, яким ми сприймаємо та споживаємо контент. Вони відкривають двері до зовсім нових форм кросплатформного контенту, який може бути доступний як на мобільних пристроях, так і на спеціалізованих VR-гарнітурах. Однією з ключових переваг AR та VR є їхні можливості в

інтерактивності. Вони дозволяють користувачам не лише спостерігати, але й активно взаємодіяти з контентом, створюючи новий рівень іммерсивного досвіду. Наприклад, журналісти можуть використовувати AR для створення інтерактивних новинних репортажів, де глядачі можуть досліджувати події з різних кутів та отримувати додаткову інформацію. AR та VR відкривають нові можливості в освіті. Вони дозволяють створювати іммерсивні навчальні програми, де учні можуть взаємодіяти з віртуальними об'єктами та отримувати навички у реальному чи симульованому середовищі. У сфері розваг AR та VR також знаходять широке застосування. Вони дозволяють створювати ігровий контент, в якому гравці можуть поглиблюватися у віртуальний світ та взаємодіяти з ним.

Персоналізація контенту стає ключовим елементом стратегій медіаплатформ у сучасному світі. Завдяки використанню штучного інтелекту та машинного навчання, ці платформи можуть аналізувати поведінку користувачів і враховувати їхні уподобання, щоб надати персоналізований контент. Персоналізація дозволяє медіаплатформам створювати унікальний досвід для кожного користувача, враховуючи його інтереси, попередні перегляди, та інші фактори. Наприклад, якщо користувач цікавиться спортом, платформа може рекомендувати відео про спортивні події або статті про тренування. Цей підхід дозволяє підтримувати високу зацікавленість та залученість аудиторії, оскільки контент стає більш релевантним та цікавим для кожного користувача. Крім того, персоналізація дозволяє медіаплатформам збільшувати час, який користувач проводить на їхній платформі, що в свою чергу сприяє збільшенню прибутку від реклами та інших джерел.

Монетизація через різні канали стає невід'ємною складовою стратегій медіакомпаній у сучасному цифровому середовищі. Вони впроваджують багатоканальні підходи, які включають в себе різноманітні способи отримання прибутку, такі як підписки, реклама та мікротранзакції.

Один із основних каналів монетизації - це підписки. Медіакомпанії надають користувачам можливість підписатися на преміум-контент, який

може бути доступний на різних платформах, включаючи мобільні додатки, вебсайти та соціальні мережі. Цей підхід дозволяє медіакомпаніям стабілізувати прибуток та забезпечити постійний потік доходів. Реклама залишається важливим джерелом доходів для медіакомпаній. Вони використовують різноманітні формати реклами, включаючи банери, відеорекламу та спонсоровані контенти, щоб залучити увагу аудиторії та забезпечити додатковий прибуток. Мікротранзакції стають все більш поширеними серед медіакомпаній. Користувачі можуть купувати окремі випуски, ексклюзивний контент або отримувати доступ до додаткових функцій за невелику плату через мобільні додатки та вебсайти.

Розвиток мобільних додатків відіграє важливу роль у трансформації медіаландшафту. Вони стають не лише зручним інструментом доступу до контенту, але й ключовим елементом кросплатформної стратегії для багатьох медіаорганізацій. Сьогодні мобільні додатки є основним засобом споживання медіа для багатьох людей. Завдяки ним користувачі можуть отримати доступ до новин, відео, аудіо та іншого контенту просто на своїх смартфонах або планшетах, незалежно від їхнього місця перебування. Мобільні додатки також відкривають нові можливості для взаємодії з медіа. Вони дозволяють користувачам коментувати, відгукуватися, ділитися контентом у соціальних мережах та навіть створювати власний контент. Це сприяє активній участі аудиторії та зміцненню зв'язку між медіа та їхніми глядачами чи читачами. Багато медіаорганізацій активно інвестують у розробку своїх власних мобільних додатків або у співпрацю з популярними платформами, такими як iOS та Android, для поширення свого контенту. Це дозволяє їм залучати нових аудиторій, збільшувати залученість та відтворення контенту, а також збільшувати прибуток від реклами та платних підписок.

Аналітика та дані стають необхідним інструментом для кросплатформних медіа в сучасному цифровому світі. Використання аналітичних інструментів дозволяє медіакомпаніям отримувати важливі дані про поведінку користувачів на різних платформах, що в свою чергу допомагає

вдосконалювати стратегії залучення аудиторії та маркетингові кампанії. Одним з основних завдань аналітики є розуміння аудиторії. Збираючи дані про те, який контент користувачі споживають, як часто вони це роблять, як довго вони перебувають на платформі та як вони взаємодіють з контентом, медіакомпанії можуть створювати більш цільований та релевантний контент. Аналітика допомагає вдосконалювати сам контент. Аналізуючи реакцію аудиторії на різні типи контенту, медіакомпанії можуть визначити, які теми, формати та стилі найбільш привабливі для їхньої аудиторії, та відповідно налаштувати свою стратегію контенту. Дані аналітики використовуються для підвищення ефективності маркетингових кампаній. Збираючи дані про те, як користувачі реагують на рекламу та пропоновані акції, медіакомпанії можуть оптимізувати свої рекламні стратегії та забезпечити кращий результат своїм рекламодавцям.

Отже, крос-медійна журналістика є більш сучасною і розвиненою формою конвергентної журналістики, яка охоплює чотири форми кросмедійної діяльності: мультиплатформна журналістика, інтраплатформне координування, інтраплатформне продукування і вінчестерна журналістика (hard-drive journalism). [10] Сутність мультиплатформної журналістики полягає у продукуванні того самого сюжету для двох чи більшої кількості платформ одним журналістом або командою журналістів. Щодо мультиплатформної журналістики, то зазначається тільки технічне подання фрагментованого контенту, проте коли йдеться про крос-медіа – це новітня філософія створення журналістського продукту. Вінчестерну журналістику націлено на створення нової версії для сюжету, поданого на іншій платформі. Інтраплатформне координування репрезентує форму журналістської діяльності, яка передбачає узгоджену координацію роботи репортерів і редакторів, котрі працюють на різних платформах, з метою створення і поширення якісно нового матеріалу. Інтра-платформне продукування має більшу кількість фахівців, які працюють на різних платформах, з метою охопити якомога більше деталей матеріалу. [13] Доречно знову згадати про

«курку, яка несе золоті яйця» або про «свиню, яка дає молоко, яйця і вовну» (eierlegende Wollmilchsau) і наголосити на тому, що цей фразеологізм означає «щось, що задовольняє всі потреби і має самі переваги». Цікаво, що спочатку цей фразеологізм вживався на позначення процесу переходу до цифрової ери в німецькомовному просторі і лише згодом він закріпився як характеристика феномену крос-медіа. [11]

Крос-медійна журналістика має у своєму арсеналі типові стратегії, або алгоритм функціонування. «Усі канали, як правило, пов’язані між собою на різних рівнях, і саме наявність зв’язку між ними сприяє узгодженню редакційної роботи, тому процес діяльності журналіста стає стратегічним». [12]

РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА КРОСПЛАТФОРМНИХ МЕДІА: ТЕХНОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ, КОМУНІКАТИВНІ КАНАЛИ, РЕСУРСНІ ВИТРАТИ

Вибір технологічних платформ для розробки кросплатформних медіа. Flutter, як відносно нова платформа розробки, привертає увагу розробників своєю простотою та продуктивністю. Швидкість та ефективність Flutter досягається за рахунок кількох ключових технік. По-перше, Flutter використовує мову програмування Dart [2], що компілюється в ефективний двійковий код, замість JavaScript, що дозволяє досягти високої швидкодії. Такий підхід забезпечує швидке виконання операцій, аналогічне мовам Swift, Kotlin та Java. Крім того, Flutter уникне використання нативних компонентів, що означає, що інтерфейс відтворюється у графічному двигуні тільки тоді, коли зазначено.[19]

Flutter використовує віртуальну машину Dart з JIT-компілятором для роботи на ОС Linux, iOS, Android та Windows. Однією з основних переваг цієї платформи є функція "гарячого перезавантаження", яка дозволяє застосовувати зміни коду вже у запущеному додатку без його повного перезавантаження. Віджети Flutter поставляються з вбудованими елементами, такими як скролінг, навігація, шрифти та іконки, що робить розробку більш зручною. Крім того, код, написаний на Flutter, компілюється за допомогою нативного компілятора Dart.

У свою чергу, React Native, розроблена Facebook, є платформою для створення мобільних додатків з відкритим кодом. Ця платформа дозволяє розробляти додатки для різних платформ, включаючи iOS, Android, UWP та Web. React Native використовує мови програмування Swift, Objective-C для iOS та Java для Android, уникнувши використання CSS або HTML. Вона дозволяє створювати кросплатформені додатки, інтерфейс яких взаємодіє з API через декларативну парадигму інтерфейсу React і JavaScript.

Також варто згадати про Electron, яка є фреймворком, розробленим GitHub. Цей інструмент дозволяє розробляти графічні додатки для настільних операційних систем, використовуючи веб-технології. Electron поєднує в собі Node.js та Chromium, що розширює можливості веб-технологій для створення настільних додатків. На відміну від веб-додатків, програми, розроблені на платформі Electron, є виконуваними файлами без прив'язки до браузера.

Xamarin, що є частиною платформи .NET, пропонує кросплатформену технологію для створення мобільних і веб-додатків. Ця технологія забезпечує сумісність служб, написаних на різних мовах програмування, таких як C++, C# та SharpDevelop. Xamarin дозволяє створювати додатки для різних платформ, використовуючи VisualStudio

Ionic - це SDK з відкритим кодом для розробки мобільних додатків, що працює на базі фреймворку Cordova та плагінів Capacitor. Цей багатоплатформовий інструмент дозволяє користувачам створювати та налаштовувати додатки для операційних систем, таких як Windows, iOS, Android, а також сучасних браузерів. Ionic надає набір компонентів та інструментів для взаємодії з ними, таких як віртуальна прокрутка, вкладки, навігація, типографіка тощо.

Ionic пропонує інтерфейс командного рядка та сервіси для різних завдань, включаючи розгортання коду та автоматичну збірку. У нього також є власна інтегрована середа розробки - Ionic Studio. Розробники можуть підключати додаткові модулі фреймворку Cordova, використовувати push-повідомлення, створювати значки додатків та навіть заставки.

Framework7 - це безкоштовний фреймворк з відкритим кодом для розробки мобільних і веб-додатків, а також для прототипування мобільних додатків. Цей багатоплатформовий інструмент дозволяє створювати веб-додатки для операційних систем iOS і Android [1].

Робота з Framework7 дозволяє використовувати різні інструменти для створення додатків так само легко, як і веб-сайтів. Фреймворк поставляється з компонентами для React, Vue.js і Svelte, що забезпечує різноманітність

синтаксису та структури баз даних. Крім того, в ньому є набір готових до використання віджетів та елементів, а також движок шаблонів Template7 та підтримка різних стилів, включаючи material design.

Архітектура кросплатформних медіа додатків. Кросплатформовий фреймворк - це своєрідна віртуальна платформа, яка дозволяє розробникам створювати програмне забезпечення, що працює на різних операційних системах та пристроях. Його основна мета - забезпечити можливість розробки одного набору коду, який може бути використаний для створення додатків для різних платформ, таких як iOS, Android, Windows тощо. Фреймворки, такі як Flutter, React Native, Xamarin і Ionic, надають розробникам потужні інструменти і бібліотеки, які дозволяють ефективно взаємодіяти з операційною системою та апаратним забезпеченням пристрою. Вони надають спеціалізовані середовища для розробки, які дозволяють створювати, відлагоджувати та тестувати додатки швидко і ефективно.

Один з головних переваг кросплатформових фреймворків полягає в тому, що вони дозволяють економити час і зусилля розробника, оскільки не потрібно писати окремий код для кожної платформи з нуля. Замість цього, розробники можуть сконцентруватися на створенні функціональності та дизайну, а фреймворк самостійно забезпечить адаптацію додатка під різні платформи.

Кросплатформові фреймворки зазвичай надають широкий набір готових компонентів та інструментів для створення користувацького інтерфейсу, що дозволяє розробникам швидко створювати привабливі та функціональні додатки.

Розробка ефективного та зручного інтерфейсу користувача (UI) є ключовим аспектом для кросплатформних медіа-додатків. Використання однорідних компонентів, таких як кнопки, списки, картки та інші, має велике значення для забезпечення зручності взаємодії для користувачів на різних платформах.

Наявність однорідних компонентів в інтерфейсі дозволяє створити єдинообразний інтерфейс, який буде зрозумілий та зручний для користувачів незалежно від їхньої операційної системи чи пристрою. Крім того, однорідність дозволяє підтримувати єдиний стиль та дизайн у всьому додатку, що сприяє зручності та легкості в сприйнятті.

Успішний кросплатформний додаток має забезпечувати консистентність у взаємодії з користувачем на всіх платформах, що полегшує навігацію та зменшує ризик помилок в користувачів. Використання однорідних компонентів також сприяє підвищенню продуктивності розробки, оскільки вони можуть бути перевикористані на різних платформах без потреби у повторному написанні коду.

Управління даними є важливою складовою кросплатформних медіа-додатків і охоплює широкий спектр функцій, включаючи обробку, зберігання та управління різноманітними типами даних. Це включає в себе медіа-контент, користувацькі дані, налаштування та іншу інформацію, необхідну для правильної роботи додатка. Для управління даними можуть використовуватися різноманітні технології та рішення. Одним з найпоширеніших є бази даних, які забезпечують ефективне зберігання та організацію даних у відповідній структурі. Бази даних можуть бути локальними, що зберігаються безпосередньо на пристрої користувача, або розміщеними в хмарних сервісах, що дозволяє забезпечити доступ до даних з різних пристроїв та місць. Для управління даними можуть використовуватися локальні сховища, такі як кешіровані файли або кеш пам'яті, що дозволяє зберігати дані тимчасово на пристрої користувача для швидкого доступу.

Хмарні сервіси також можуть використовуватися для зберігання та синхронізації даних між різними пристроями та платформами. Це дозволяє забезпечити доступ до даних з будь-якого пристрою та місця, що робить управління даними більш гнучким та зручним для користувачів.

Логіка додатку є серцем будь-якого кросплатформного медіа-додатка, вона відповідає за вирішення бізнес-завдань і забезпечує правильне

функціонування програми. Цей компонент включає в себе обробку бізнес-логіки, що означає взаємодію з даними, керування станом додатку та реалізацію різноманітної функціональності. Одним з ключових аспектів логіки додатку є взаємодія з даними. Це включає в себе отримання даних з різних джерел, таких як бази даних, зовнішні API або локальні сховища, а також їх обробку та аналіз. Логіка додатку також відповідає за збереження даних, оновлення їх стану та синхронізацію з іншими частинами додатка. Логіка додатку включає управління станом програми, що означає визначення та збереження поточного стану додатка і його компонентів. Це дозволяє забезпечити послідовність та консистентність роботи програми, а також зручне керування динамічною зміною стану. Логіка додатку включає в себе реалізацію функціональності, необхідної для досягнення цілей програми. Це може бути реалізація різноманітних операцій, обробка подій, взаємодія з користувачем та багато іншого.

Модульність є ключовим аспектом в розробці кросплатформних медіа-додатків, що дозволяє забезпечити більшу гнучкість, масштабованість і повторне використання коду. Розділення додатку на окремі модулі дозволяє розробникам працювати над ними незалежно, спрощує тестування та підтримку, а також полегшує внесення змін. Кожен модуль може бути реалізований як окремий компонент або бібліотека, яка містить певну функціональність або набір пов'язаних функцій. Ці модулі можуть бути використані в різних частинах додатку, що дозволяє уникнути дублювання коду і забезпечує його однаковість та консистентність. Модульність дозволяє легко розширювати функціональність додатку, додавати нові функції і можливості без необхідності редагувати вже існуючий код. Це сприяє покращенню швидкості розробки та зменшенню ймовірності помилок.

Тестування відіграє важливу роль у забезпеченні якості та стабільності кросплатформних медіа-додатків на різних платформах. Комплексний підхід до тестування включає кілька етапів, кожен з яких спрямований на перевірку певних аспектів додатку. Модульне тестування - це перевірка окремих модулів

або компонентів програми на коректність їх роботи в ізоляції від інших частин додатку. Цей вид тестування дозволяє виявляти та виправляти помилки на ранніх етапах розробки. Інтеграційне тестування визначає, як декілька модулів або компонентів працюють разом як єдине ціле. Це допомагає виявити проблеми взаємодії між різними частинами додатку та забезпечити їх відповідність специфікаціям. Тестування користувацького інтерфейсу (UI) перевіряє, як користувачі взаємодіють з додатком на різних пристроях та платформах. Це включає в себе тестування функцій, навігації, відображення та інших аспектів користувацького досвіду. Завершений цикл тестування допомагає виявити та усунути помилки перед випуском додатку, забезпечуючи його стабільну та надійну роботу на різних платформах.

Підтримка різних платформ є ключовим аспектом розробки кросплатформних додатків. Це вимагає адаптації додатка до унікальних особливостей кожної платформи, щоб забезпечити оптимальний досвід користувача на різних пристроях.

Однією з основних вимог є адаптація до різних розмірів екранів і роздільної здатності. Додаток повинен динамічно адаптуватися до розмірів екрану пристрою, забезпечуючи зручне відображення контенту із збереженням його читабельності та естетичного вигляду. Крім того, розробники повинні враховувати орієнтацію екрану, забезпечуючи коректне відображення додатку як в портретному, так і в альбомному режимах.

Підтримка різних платформ також включає роботу зі специфічними API кожної платформи. Розробники повинні використовувати функціональні можливості, які надають платформи, для покращення функціональності додатку і взаємодії з користувачем. Це може включати використання спеціалізованих API для доступу до функцій пристрою, таких як камера, геолокація або датчики, а також інтеграцію зі сторонніми сервісами і платформами. Загальний підхід до підтримки різних платформ полягає у розробці гнучкої архітектури, яка дозволяє легко розширювати та модифікувати додаток для різних платформ, забезпечуючи при цьому

єдинообразний і якісний досвід користувача незалежно від обраної платформи.

Інтеграція різних платформ та пристроїв для забезпечення кросплатформності. Інтеграція різних платформ і пристроїв є важливим етапом в розробці кросплатформних додатків для забезпечення їх універсальності та гнучкості. Для досягнення кросплатформності, розробники використовують різні стратегії та інструменти для забезпечення сумісності додатків з різними операційними системами, а також взаємодії з різними пристроями. Одним з популярних підходів є використання API і сервісів, які надаються різними платформами. Наприклад, для взаємодії з камерою або геолокацією, розробники можуть використовувати стандартні API, які надаються операційними системами iOS, Android і Windows. Це дозволяє забезпечити однаковий функціонал на різних пристроях без необхідності писати окремий код для кожної платформи.

Мобільні додатки є важливим інструментом для отримання інформації, перевірки фактів для журналістів і дозволяють їм ефективно працювати з великими потоками мультимедійної інформації. Вони є формами спільного виробництва в сучасній журналістиці. К. розслідує використання месенджерів журналістами під час громадянських заворушень у Гонконзі у 2018 році. Це за словами Агура. Робота досліджує програми обміну повідомленнями в режимі реального часу на мобільних пристроях, таких як WhatsApp, Facebook Messenger, Snapchat, WeChat, LINE і програми Telegram. [18].

Для забезпечення кросплатформності, розробники можуть використовувати спеціальні фреймворки і бібліотеки, які надають абстракції над функціями пристрою і операційної системи. Наприклад, фреймворки React Native і Flutter дозволяють використовувати один і той же код для розробки додатків для iOS та Android, використовуючи внутрішні API цих фреймворків для взаємодії з функціями пристрою. Для забезпечення кросплатформності, розробники можуть використовувати стандартизовані формати даних і протоколи взаємодії, які підтримуються на різних платформах. Наприклад,

використання RESTful API дозволяє забезпечити взаємодію між додатками на різних пристроях і платформах, незалежно від їх операційної системи.

Кросплатформність в сучасному світі програмного забезпечення - це не просто можливість роботи додатків на різних платформах і пристроях, але й ключовий аспект для досягнення успіху та задоволення потреб користувачів. Створення додатків, які працюють як на iOS, так і на Android, а також на різних версіях настільних операційних систем, стає важливим завданням для розробників.

Одним із методів забезпечення кросплатформності є використання веб-технологій. HTML5, JavaScript та CSS - це основні інструменти для створення кросплатформних веб-додатків та веб-сайтів. Вони є універсальними та підтримуються більшістю сучасних браузерів, що дозволяє запускати додатки на різних пристроях без необхідності переписувати код для кожної платформи окремо.

Іншим популярним підходом є використання кросплатформних фреймворків, таких як Flutter, React Native, Xamarin або Ionic. Ці фреймворки дозволяють розробникам створювати один набір коду, який може бути скомпільований для різних платформ, забезпечуючи при цьому високу швидкість та ефективність роботи додатку.

Однак, варто відзначити, що кросплатформність - це не лише технічне завдання, але й стратегічний аспект, який враховує потреби та очікування користувачів на різних платформах. Тому важливо враховувати особливості кожної платформи та пристрою при розробці додатку, щоб забезпечити найкращий досвід використання для кожного користувача.

Використання фреймворків кросплатформної розробки є ключовим елементом при створенні кросплатформних мобільних додатків. Існує кілька популярних фреймворків, які надають розробникам зручний і ефективний інструментарій для розробки додатків, які працюють на різних платформах.

Один з таких фреймворків - React Native, який базується на JavaScript і дозволяє створювати мобільні додатки для iOS та Android, використовуючи

знайомий синтаксис і засоби розробки. Його гнучкість і швидкість розробки роблять його популярним серед розробників.

Flutter - це ще один потужний фреймворк кросплатформної розробки, розроблений Google. Він використовує мову програмування Dart і надає можливості створення відмінно виглядаючих та швидких додатків для iOS, Android та веб-платформ.

Xamarin - це фреймворк, який дозволяє розробляти мобільні додатки для різних платформ, використовуючи мову програмування C#. Він надає розробникам можливість створювати нативні додатки для iOS, Android і Windows, використовуючи загальний код.

Використання фреймворків, іншим важливим аспектом кросплатформної розробки є використання API (інтерфейсів програмування застосунків). Ці інтерфейси дозволяють розробникам отримувати доступ до функціональності різних платформ та пристроїв, такої як камера, геолокація або контактна книга. Це дає змогу створювати додатки, які можуть взаємодіяти з різними пристроями і платформами, забезпечуючи високий рівень функціональності та користувацького досвіду.

Використання хмарних служб є важливим аспектом кросплатформного розвитку програмного забезпечення, оскільки вони надають можливість зберігання даних та налаштування служб, які можуть бути доступні з різних платформ та пристроїв. Хмарні послуги відкривають широкі можливості для розробників, дозволяючи їм створювати додатки, які забезпечують надійне зберігання та обмін даними між користувачами на будь-яких пристроях.

Однією з ключових переваг використання хмарних служб є можливість забезпечення доступу до даних з будь-якої точки світу за допомогою Інтернету. Це дозволяє користувачам отримувати доступ до своїх даних на різних пристроях, незалежно від їх місця розташування або типу пристрою.

Хмарні служби також забезпечують зручність у синхронізації даних між пристроями. Наприклад, якщо користувач змінює дані на одному пристрої, ці зміни автоматично синхронізуються з іншими пристроями користувача через

хмарне сховище. Це дозволяє забезпечити єдність даних та уникнути втрати інформації.

Використання хмарних служб спрощує процес розробки, оскільки розробники можуть використовувати готові рішення для зберігання даних та керування ними, замість того, щоб вирішувати ці завдання самостійно. Це дозволяє ефективно використовувати час і ресурси розробників, а також забезпечує високу якість та надійність додатків.

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ТА ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ КРОСПЛАТФОРМНОГО МУЛЬТИАВТОРСЬКОГО МЕДІА

Розробка web-сторінок з використанням редактора Wordpress. У ході переддипломної практики я отримав можливість зануритися в процес роботи з редактором веб-сторінок на платформі Wordpress.

Одним із основних аспектів створення кросплатформного мультіавторського медіа є використання ефективних інструментів для розробки та управління веб-контентом. WordPress є одним з найбільш популярних і функціональних редакторів, який дозволяє швидко створювати та налаштовувати веб-сайти.

Початковий етап роботи з WordPress включає вивчення інтерфейсу адміністративної панелі, що дозволяє користувачу без значних зусиль створювати нові записи та сторінки. Основними функціями є текстовий редактор, можливість додавання медіа файлів, налаштування віджетів та коротких кодів для інтеграції додаткових елементів. Це забезпечує гнучкість і простоту у створенні різноманітного контенту.

Це був інтенсивний та водночас захоплюючий період, під час якого я вивчав різноманітні аспекти створення та управління веб-контентом. Однією з перших задач, які я виконував, було вивчення інтерфейсу редактора Wordpress.

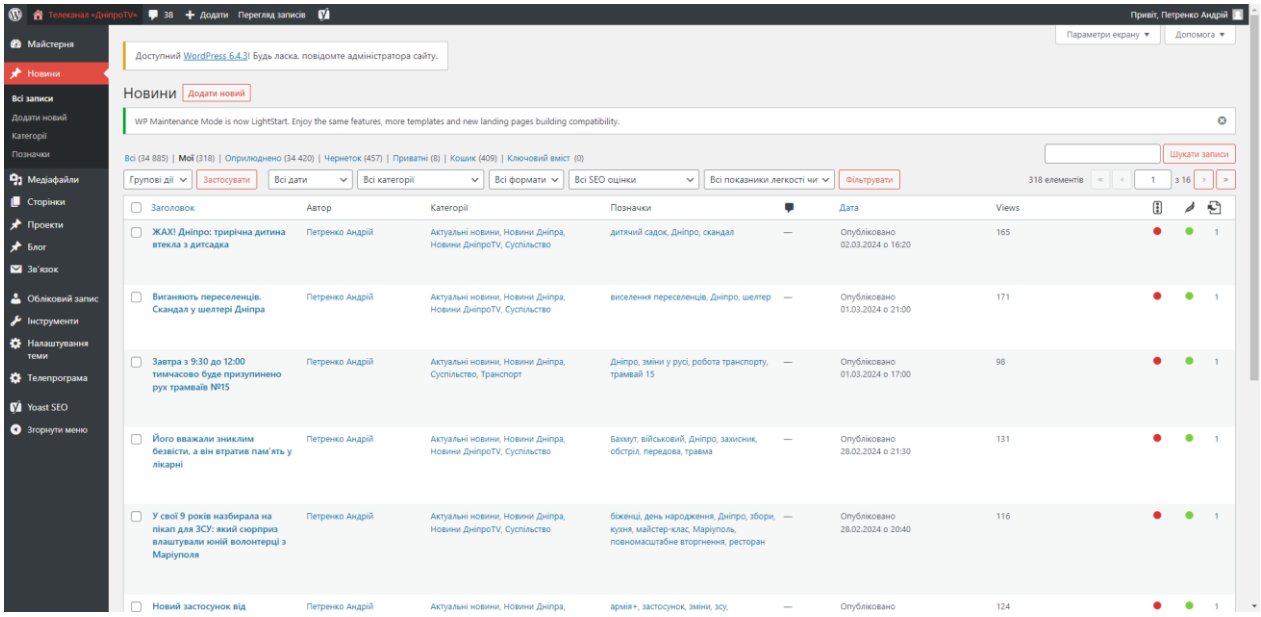

Рис.3.1. Вигляд адміністративної панелі Wordpress.

Починаючи з основних функцій, таких як створення нових записів та сторінок, я поступово просувався до більш складних опцій, таких як налаштування віджетів, використання коротких кодів та робота з темами та плагінами.

Однією з найцікавіших аспектів цієї роботи було створення та редагування контенту для сайту. Це включало наповнення сайту новинами, створення та оформлення статей, додавання мультимедійних вмісту (зображень, відео, аудіо) та роботу з гіперпосиланнями та внутрішніми посиланнями (Додаток А. Робота практиканта: стаття на сайті Dnipro.tv).

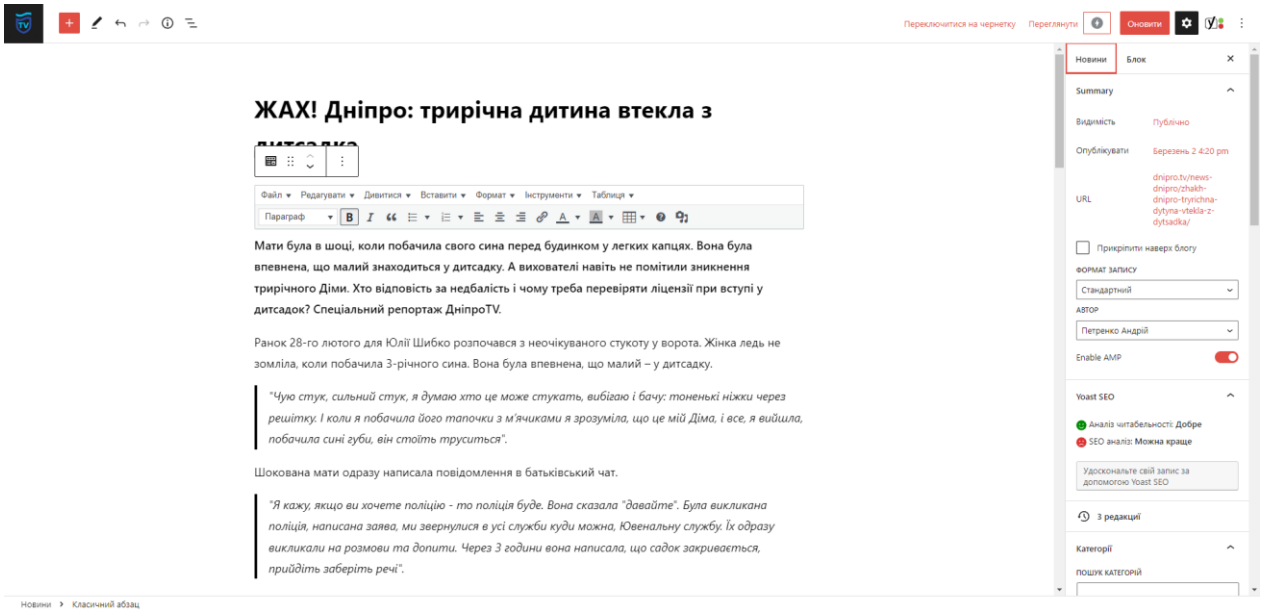

Рис.3.2. Панель редагування сторінки сайту на основі Wordpress.

Я також вивчав основи SEO (пошукової оптимізації), щоб зрозуміти, як оптимізувати контент для покращення показників в пошукових системах. Окрім цього, я займався розробкою та впровадженням різних функцій та елементів на сайті, таких як форми зворотного зв'язку, підписка на розсилки, соціальні кнопки тощо. Це дозволило мені розширити функціональні можливості сайту та зробити його більш зручним та привабливим для користувачів.

Додаток А

Робота практиканта: стаття на сайті Dnipro.tv [25]

Magic Brothers з MAGIC 5 показали «ДИВОVISION»: шоу ілюзій братів Томашевських у Дніпрі.

Magic Brothers показали «ДИВОVISION» у Дніпрі. Брати Артур і Дмитро Томашевські – знані ілюзіоністи. Їх дивиться 11 мільйонів людей у Youtube, а тепер неймовірні фокуси глядачі змогли побачити наживо: магічна руханка, зникаючі предмети, вогняні і фокуси з мобільником. А нашого журналіста вони навіть зачаклували магією вуду.

Першими до зали заходять найвідданіші фанати Magic Brothers – діти. Підстрибуючи від нетерплячки, чекають на початок дійства. Усі ролики із пригодами і витівками братів Томашевських вже кілька років дивляться в ютубі. Тепер хочуть побачити диво наживо.

Брати Артур і Дмитро Томашевські фокусами і самі захопились в дитинстві. Тривалий час вчились творити магію, тепер дарують відчуття дива іншим. Кажуть, найбільше задоволення отримують, коли бачать зі сцени отетерілих глядачів, які не можуть зрозуміти, як таке можливо, і тільки самі знають секрет фокуса.

«Із здивованими обличчями, що діти, що дорослі, однаково реагують, тому що, як каже Артур: «Магія не має мови». Фокуси не мають мови, не мають перекладу. І немає ніяких обмежень у твоєму віці. Тому всі однаково реагують, і всіх це дивує», – кажуть ілюзіоністи Дмитро і Артур Томашевські.

Брати Томашевські погодились ексклюзивно для ДніпроTV показати свої вміння. Зачаклувати себе магією вуду, долаючи страх, погодився наш журналіст Давид Юрченко. Давида на відстані прошило струмом, каже, в чому секрет фокуса, він і досі не збагнув.

Брати Томашевські називають свої витівки психотерапією. Після їхніх концертів малеча продовжує вірити в диво, а дорослі на кілька годин знову стають дітьми. Зараз фокусники активно гастролюють і волонтерять – крім запланованих концертів, виступають у реабілітаційних центрах та шпиталях.

У ході роботи з контентом важливо дотримуватися принципів SEO-оптимізації для забезпечення високих позицій у пошукових системах. Це

включає в себе використання ключових слів, налаштування мета-описів, заголовків та підзаголовків. Розробка мультимедійного контенту включає створення та інтеграцію зображень, відео та аудіо матеріалів, що підвищує привабливість веб-сторінок. Використання плагінів для галерей, відео-плеєрів та інших медіа елементів дозволяє створювати динамічний та інтерактивний контент.

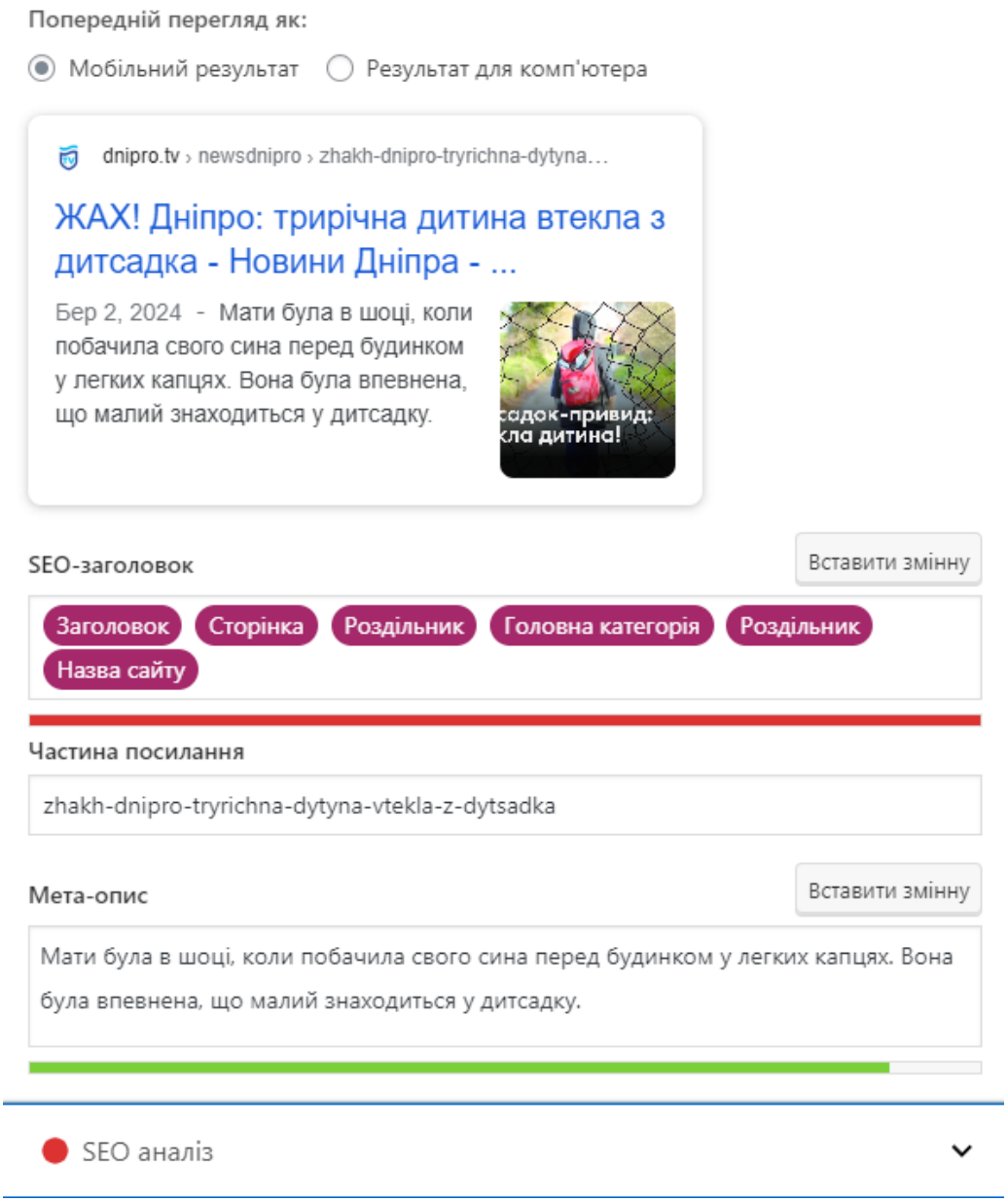

Рис.3.3. Панель редагування посилання та мета-опису Wordpress.

Навчання та робота з редактором веб-сторінок на платформі Wordpress були для мене надзвичайно корисними та пізнавальними. Цей досвід надав

мені можливість поглибити свої знання в області веб-розробки та контент-менеджменту та здобути практичні навички, які я планую використовувати в майбутній кар'єрі.

Застосування в роботі месенджера Telegram.

Л. Чернявська та Н. Данилюк розглядають Telegram-канали як «інструмент цифровізації українських ЗМІ», який приносить значні переваги журналістам, оскільки ця платформа «сприяє поширенню контенту, підвищенню авторитету ЗМІ та налагодженню комунікації з читачами». . Тексти, зображення, відео та аудіоповідомлення." Telegram пропонує мультимедійні функції для використання редакторами" [17]

Telegram є важливим інструментом для цифровізації медіа, пропонуючи безліч функцій для створення та поширення контенту. Створення та налаштування каналів у Telegram дозволяє досягти широкої аудиторії завдяки простоті використання та інтерактивності.

Розробка стратегії контенту для Telegram-каналу включає планування публікацій, створення новинних текстів, графічних матеріалів та відео. Важливим аспектом є також взаємодія з аудиторією через опитування, конкурси та інші інтерактивні елементи, що сприяє підвищенню залученості користувачів.

У ході моєї переддипломної практики я активно займався роботою у месенджері Telegram, що стало невід'ємною частиною моєї діяльності відділу digital. Телеграм-канал ДніпроТВ був одним із ключових каналів комунікації з аудиторією, і моя робота полягала в плануванні, створенні та публікації різноманітного контенту для нього.

Рис.3.4. Прев'ю телеграм-каналу ДніпроTV.

Початковим етапом моєї роботи було вивчення функціоналу та можливостей Telegram як комунікаційного засобу. Це включало ознайомлення з можливостями створення та налаштування каналів, роботи з ботами, а також інструментами аналізу та взаємодії з аудиторією. Поступово я став експертом у використанні різних функцій Telegram для оптимізації комунікаційних процесів та залучення аудиторії.

Одним із головних аспектів моєї роботи було планування та створення контенту для телеграм-каналу. Це включало в себе написання текстів новин, створення графічних матеріалів, відео та аудіо контенту, а також взаємодію з іншими відділами компанії для отримання актуальної інформації. Я активно використовував креативні підходи та елементи взаємодії з аудиторією, такі як опитування, конкурси та акції, щоб залучити увагу користувачів та підвищити їх зацікавленість.

Віковий розподіл аудиторії Telegram у 2024 році показує, що месенджером сьогодні користуються не лише міленіали, а й люди старшого віку: 18-24 роки – 21,9%, 35-44 роки – 21,3%, 45-64 роки – 18,5% [24].

Під час користування телеграм-каналами їх цікавили політичні події (42%), життя спільноти, до якого вони належать (40%), охорона здоров’я (38%), тематика хобі або професії (37%), новини місця, де він/вона мешкають, і гумор (по 33%), економічна ситуація (26%), туризм і подорожі (25%), освіта і саморозвиток (22%). [5]

Рис.3.5. Приклад посту зрізу головних новин за відповідний проміжок часу.

Крім того, я відповідав на запитання та коментарі аудиторії, вирішував технічні проблеми та надавав консультації. Я стежив за реакцією аудиторії на розміщений контент, аналізував статистику та виконував корективи у стратегії комунікації для досягнення максимального ефекту.

У результаті моєї роботи в месенджері Telegram, телеграм-канал ДніпроТВ став більш активним та привабливим для аудиторії, збільшивши кількість підписників та взаємодію з ними. Цей досвід був надзвичайно корисним для мене, оскільки дозволив розвинути навички управління медіа-контентом та взаємодії з аудиторією в онлайн-середовищі.

Процес редагування новин у ток-шоу телеканалу. У рамках моєї переддипломної практики я мав честь брати участь у процесі редагування новин для ток-шоу "Дніпро Вечірній" та "Ранок з ДніпроТВ". Це була захоплююча та відповідальна діяльність, яка дозволила мені отримати унікальний досвід у телевізійній продукції та журналістиці.

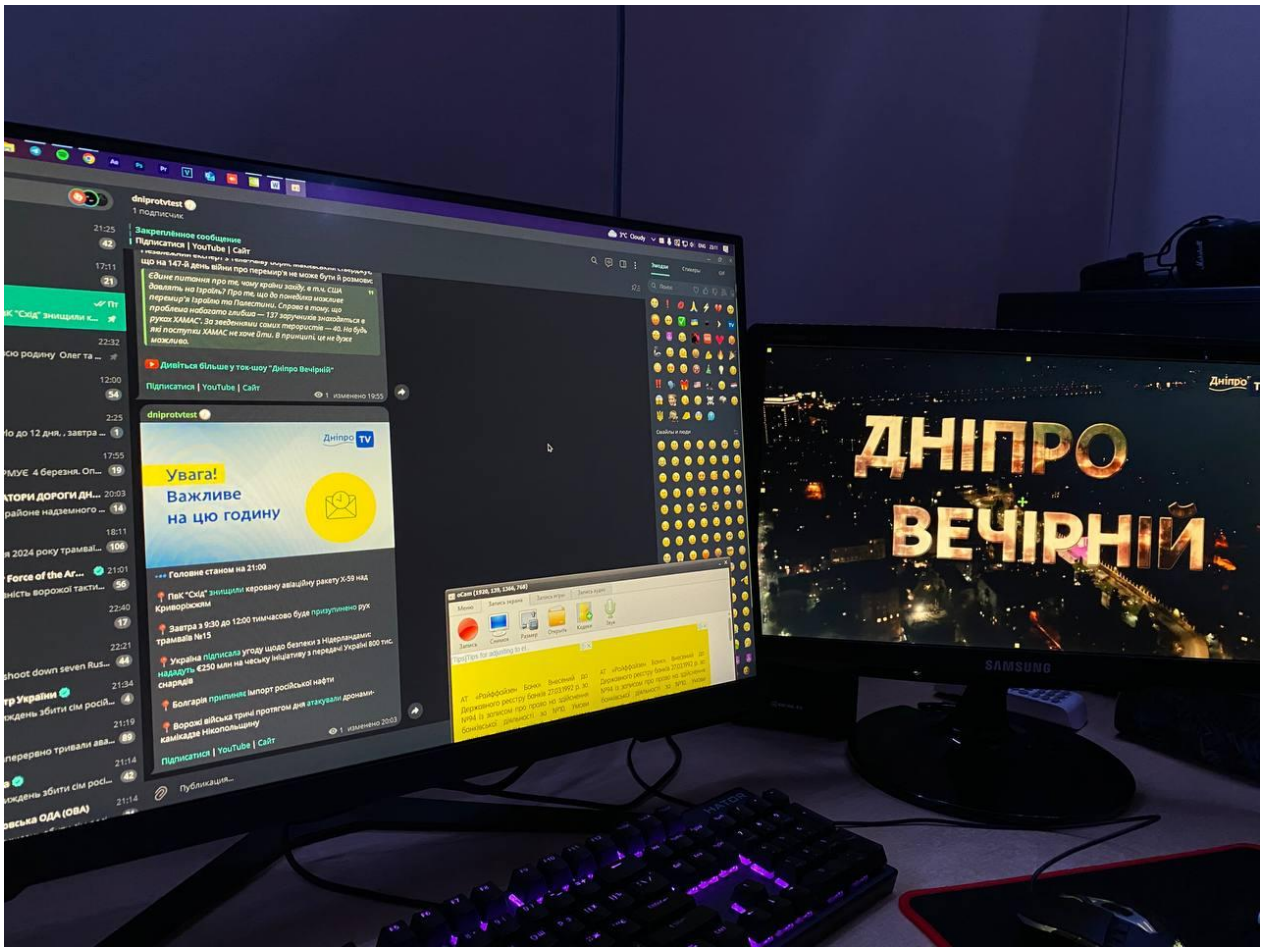

Рис.3.6. Фото робочого процесу запису моментів з етеру ДніпроTV.

Моя робота починалася з вибору актуальних тем для обговорення в програмах. Я аналізував новинні потоки, вивчав соціально-політичну ситуацію у місті та обирав найцікавіші теми для подальшого розгляду. Після

цього ми проводили зустрічі з журналістським колективом та ведучими, де обговорювали зміст та структуру ефіру, визначали головні ідеї та підходи до подачі матеріалу.

Однією з ключових моїх обов'язків було розшивання та запис ефірів ток-шоу для подальшої публікації на телеграм-каналі та сайті телеканалу. Це включало в себе перегляд прямих ефірів, вибір найцікавіших моментів та розробку коротких описів кожного епізоду для привернення уваги аудиторії. Я також займався оформленням матеріалів та додаванням відповідних тегів та хештегів для полегшення пошуку та навігації.

У процесі редагування новин я отримав безцінний досвід співпраці з професійними журналістами та редакторами телеканалу. Ми разом аналізували матеріали, редагували текст та обговорювали найкращі способи їх подачі для максимального ефекту. Цей досвід допоміг мені поглибити свої навички в області журналістики та медіа-продукції та підготуватися до майбутньої кар'єри в цій сфері.

У підсумку, участь у процесі редагування новин у ток-шоу телеканалу була надзвичайно корисною для мене, оскільки дозволила отримати практичний досвід роботи в телевізійній сфері та розвинути власні професійні навички.

ВИСНОВКИ

Завдання дослідження виконані у повному обсязі.

Визначено, що кросплатформні інформаційні медіа – це сучасні медіа-платформи, які забезпечують доступ до інформації та розваг на різних пристроях та платформах без обмежень. Такий підхід дозволяє користувачам споживати контент незалежно від їхнього пристрою чи операційної системи.

Технологічні аспекти кросплатформних медіа включають в себе розробку програмного забезпечення, яке забезпечує сумісність з різними платформами та пристроями. Це вимагає вибору відповідних технологій, розробки архітектури та інтеграції різних платформ для забезпечення кросплатформності.

Тенденції розвитку кросплатформних медіа в сучасному світі включають зростання популярності мобільних пристроїв, розвиток хмарних технологій, вдосконалення інтерфейсів користувача та зростання важливості персоналізованого контенту.

Вибір технологічних платформ для розробки кросплатформних медіа включає в себе аналіз потреб користувачів, вимог до функціональності та можливостей різних платформ. Архітектура кросплатформних медіа додатків має бути розроблена з урахуванням сумісності з різними платформами та пристроями.

Інтеграція різних платформ та пристроїв для забезпечення кросплатформності передбачає створення єдиної системи, яка забезпечує доступ до контенту та функціональності на різних пристроях та платформах.

Процес розробки кросплатформних медіа додатків включає в себе розробку, тестування та оптимізацію програмного забезпечення для забезпечення оптимальної продуктивності та зручного користування.

Тестування та валідація кросплатформних медіа додатків необхідні для гарантування їхньої надійності та відповідності вимогам користувачів.

Впровадження та аналіз результатів використання кросплатформних медіа передбачає оцінку ефективності та реакції користувачів на продукт, а також вдосконалення його на основі отриманих даних.

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ: КОНЦЕПЦІЯ КРОСПЛАТФОРМНОГО МУЛЬТИАВТОРСЬКОГО МЕДІА

Цифрова комунікація вносить свої корективи у взаємодію суспільства та журналістики, тому важливі мультидисциплінарні дослідження, які можуть підійти до оцінки впливу ЗМІ на громадськість. Група авторів (Н. Джебріл та ін.) оцінює трансформаційний потенціал медіаграмотності та її здатність навчити аудиторію працювати з інформацією в умовах цифровізації. У статті пропонується аналіз впливу цифровізації на розвиток медіа та проблеми онлайн-медіа при репрезентації спільнот у часи кризи [19].

Діджиталізація також є викликом для користувача, особливо для певних сегментів аудиторії, тому постає питання медіаграмотності як уміння аудиторії працювати з сучасними новинами. Т. Надель у дослідженні, заснованому на вивченні понять фейку та постправди в Америці [20].

Інформаційний продукт, що включає в себе статті та пости в Telegram-каналі t.me/dniprotv та на сайті dnipro.tv, є прикладом сучасного кросплатформного медіа.

«ДніпроTV» — інформаційно-просвітницький телеканал із цілодобовим мовленням, створений на базі Комунального підприємства «Дніпровська міська студія телебачення» Дніпровської міської ради. [14] Авдиторія телеканалу - соціально активні городяни. Ядро цільової аудиторії (66%) складають мешканці міста та області у віці 18-65 років, жінки – 49%, чоловіки 51%. [15]

Цей продукт використовує різні платформи для досягнення максимальної аудиторії та забезпечення актуальності інформації. Мета цього розділу – описати суть, механізм роботи та особливості створення контенту для зазначених платформ.

Статті та пости в Telegram-каналі t.me/dniprotv та на сайті dnipro.tv представляють собою інформаційний контент, який висвітлює події, новини та інші актуальні теми, що стосуються міста Дніпро та його жителів. Контент створюється з урахуванням потреб та інтересів аудиторії, використовуючи

різні формати подачі інформації – текстові матеріали, фотографії, відео та інфографіки.

І. Мудра та О. Кухарська формулюють такі рекомендації щодо контенту медіаканалів Telegram: публікувати не більше 10 постів на день, стислість повідомлень, плюралізм, наявність візуального контенту, проведення опитувань. [21] І хоча така кількість публікацій на день вважається нормою, в умовах війни досягти такого рівня достатньо складно. Як приклад – публікація повідомлень про наявні загрози зі сторони ворога, що в результаті призводить до необхідності публікації оголошення про тип повітряної загрози, а у випадку її ліквідації – звіти від Дніпропетровської ОВА або ПвК «Схід» про збиття певних повітряних цілей із конкретним описом та моделлю, наприклад, ракети чи дрона.

Основною цільовою аудиторією є жителі Дніпра та області, які зацікавлені в отриманні оперативної та достовірної інформації про події у своєму регіоні. Крім того, контент цікавий для тих, хто хоче бути в курсі новин та тенденцій розвитку міста.

Основні формати контенту

1. **Новини** – короткі повідомлення про важливі події в місті.
2. **Аналітичні статті** – глибокий аналіз проблем та тенденцій.
3. **Інтерв'ю** – бесіди з відомими особистостями та експертами.
4. **Фото- та відеорепортажі** – візуальне висвітлення подій.

Редакційний процес

1. **Планування контенту** – визначення тем, які будуть висвітлені, та встановлення графіка публікацій.
2. **Збір інформації** – пошук джерел, інтерв'ю з експертами та очевидцями.
3. **Створення контенту** – написання текстів, підготовка візуальних матеріалів.

4. **Редагування та коректура** – перевірка текстів на помилки та стилістичну відповідність.

5. **Публікація** – розміщення матеріалів на відповідних платформах.

Однією з ключових переваг кросплатформного медіа є можливість прямої взаємодії з аудиторією. Telegram-канал дозволяє швидко ділитися новинами та отримувати зворотний зв'язок у вигляді коментарів та реакцій. Сайт dnipro.tv, крім основних публікацій, має форми зворотного зв'язку, що дозволяють читачам надсилати свої питання та пропозиції.

Інформаційний продукт, як згадувалось раніше, це робота з онлайн ресурсами кросплатформного медіа, а саме Телеграм-канал ДніпроTV та його офіційний сайт. Як приклад розглядається сюжет телепрограми «ДніпроNews»: **«Magic Brothers з MAGIC 5 показали «ДИВОVISION»: шоу ілюзій братів Томашевських у Дніпрі» (Додаток Б),** на основі даних зі скрипту якого виконується публікація у вище згаданих джерелах.

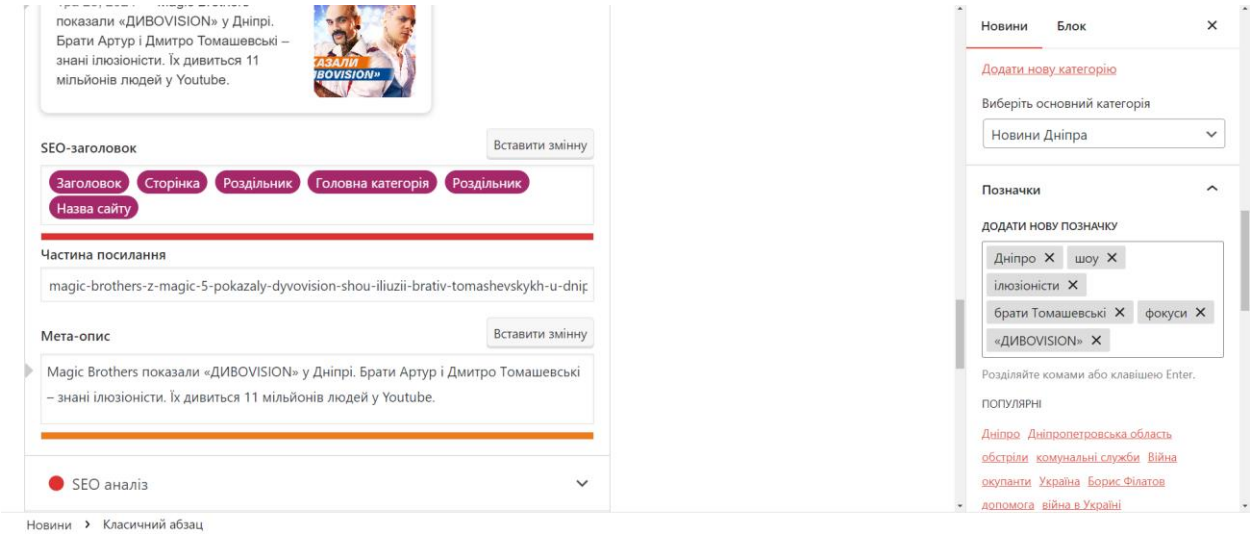

Рис. 1., Вигляд сторінки редагування публікації в системі WordPress.

Додаток Б

Скрипт сюжету «Magic Brothers з MAGIC 5 показали «ДИВОVISION»: шоу ілюзій братів Томашевських у Дніпрі»

НАЗВА ЮТУБ: : Magic Brothers з MAGIC 5 показали «ДИВОVISION»: шоу ілюзій братів Томашевських у Дніпрі
Скрин 00005 (03:30) 00026 (00:01)
ОБКЛАДИНКА: ТЕКСТ: Зачаклували журналіста Дніпро TV
НАЗВА В СЮЖЕТІ – «ДИВОVISION»
НАЗВА СЮЖЕТУ: СЮЖ ФОКУСНИКИ НОСАЧОВА
СТУДІЯ: Диво, магія, чи вправність рук? Знані українські ілюзіоністи брати Томашевські виступили у Дніпрі з шоу «ДИВОVISION». Magic Brothers, як вони себе називають, примусили глядачів пороззявляти роти від подиву. А нашого журналіста Давида Юрченка навіть зачаклували магією вуду.

ОПИС – ЮТУБ-ТГ : Magic Brothers показали «ДИВОVISION» у Дніпрі. Брати Артур і Дмитро Томашевські – знані ілюзіоністи. Їх дивиться 11 мільйонів людей у Youtube, а тепер неймовірні фокуси глядачі змогли побачити наживо: магічна руханка, зникаючі предмети, вогняні і фокуси з мобільником. А нашого журналіста вони навіть зачаклували магією вуду.

МУЗИКА: https://artlist.io/royalty-free-music/artist/rocknstock/1284
СЛОВА ТЕГИ: концерт, Дніпро, Днепр, фокуси, ілюзія, ДИВОVISION, Magic Brothers, брати Томашевські, Артур і Дмитро Томашевські, концерт, диво.

	Першими до зали заходять найвідданіші фанати Magic Brothers – діти. Підстрибуючи від нетерплячки, чекають на початок дійства. Усі ролики із пригодами і витівками братів Томашевських вже кілька років дивляться в ютубі. Тепер хочуть побачити диво наживо.
СХ 00003 Артем, Данило, Валерія глядачі	00:39 – 00:50 Телекінез. Фокуси. Я хочу через стіни проходить. – Як думаєте, цьому можна навчитись? – Неее. Мабуть ні.
СХ 00001 Ігор глядач	01:12 – 01:16 Дякую вам за дитинство, за все, я вас кохаю!
	Брати Артур і Дмитро Томашевські фокусами і самі захопились в дитинстві. Тривалий час вчились творити магію, тепер дарують відчуття дива іншим.

	Кажуть, найбільше задоволення отримують, коли бачать зі сцени отетерілих глядачів, які не можуть зрозуміти, як таке можливо, і тільки самі знають секрет фокуса.
СХ 00005 Артур і Дмитро Томашевські ілюзіоністи	00:38 – 01:01 З таким здивованим обличчям. Та не тільки діти. Що діти, що дорослі однаково реагують, тому що як каже Артур, що магія не має мови. Фокуси не мають мови, не мають перекладу. І немає ніяких обмежень у твоєму віці. Тому всі однаково реагують і всіх це дивує.
Лайф 00027	00:00 – 00:10
	Вогонь і феєрверки із долонь, картярські ілюзії, зникаючі предмети, фокуси із мобільним телефоном, дива із числами – в залі зойки, сміх і подив.
Лайф 00033	00:02 – 00:20
В файле 00005 Есть кадрі, как они Давиду куклу вуду показывают	Брати Томашевські погодились ексклюзивно для Дніпро Тіві показати свої вміння. Зачаклувати себе магією вуду, долаючи страх, погодився наш журналіст Давид Юрченко.
Лайф 00005	03:50 – 04:09 У мене для тебе є сюрприз. – А я не помру? – Розслабся. Заплющ очі.
	Давида на відстані прошило струмом, каже, в чому секрет фокуса, він і досі не збагнув.
Лайф 00005	04:21 – 04:25 З вами був Дейв, ми його реабілітуємо. Він живий, і це головне.
	Брати Томашевські називають свої витівки психотерапією. Після їхніх концертів малеча продовжує вірити в диво, а дорослі на кілька годин знову стають дітьми. Зараз фокусники активно гастролюють і волонтерять – крім запланованих концертів, виступають у реабілітаційних центрах та шпиталях.
	Ірина Носачова, Давид Юрченко, Іван Пономарьов, Дніпро ТІВІ.

Використання різних платформ

1. **Telegram** – основна платформа для оперативного інформування. Канал забезпечує швидке розповсюдження новин та миттєву реакцію аудиторії. Формат постів включає короткі тексти, доповнені фотографіями або відео.

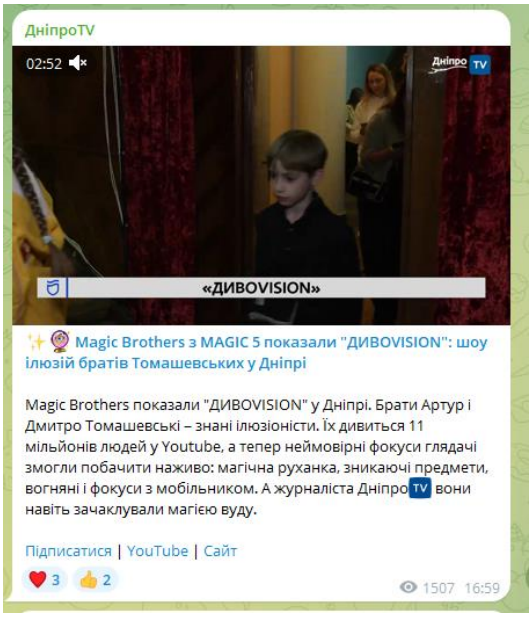

Рис. 2., Публікація в соціальних мережах.

2. **Веб-сайт** – більш розгорнуті матеріали, що містять детальний аналіз та аналітику. Сайт дозволяє розміщувати великі статті, доповнені мультимедійними елементами.

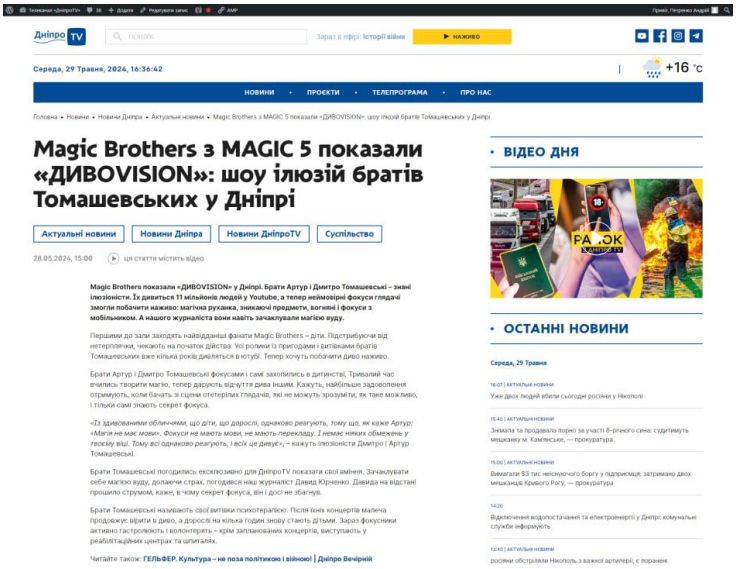

Рис. 3., Публікація на сайті.

У наданих зображеннях подано приклад публікації відео-сюжету програми «ДніпроNews». Правила публікації незалежно від платформи розміщення посилається на YouTube-відео із відповідним сюжетом, що є основною платформою для охоплення авдиторії. Опис має стислий вигляд, формат співпадає із виглядом публікації у соцмережі Telegram.

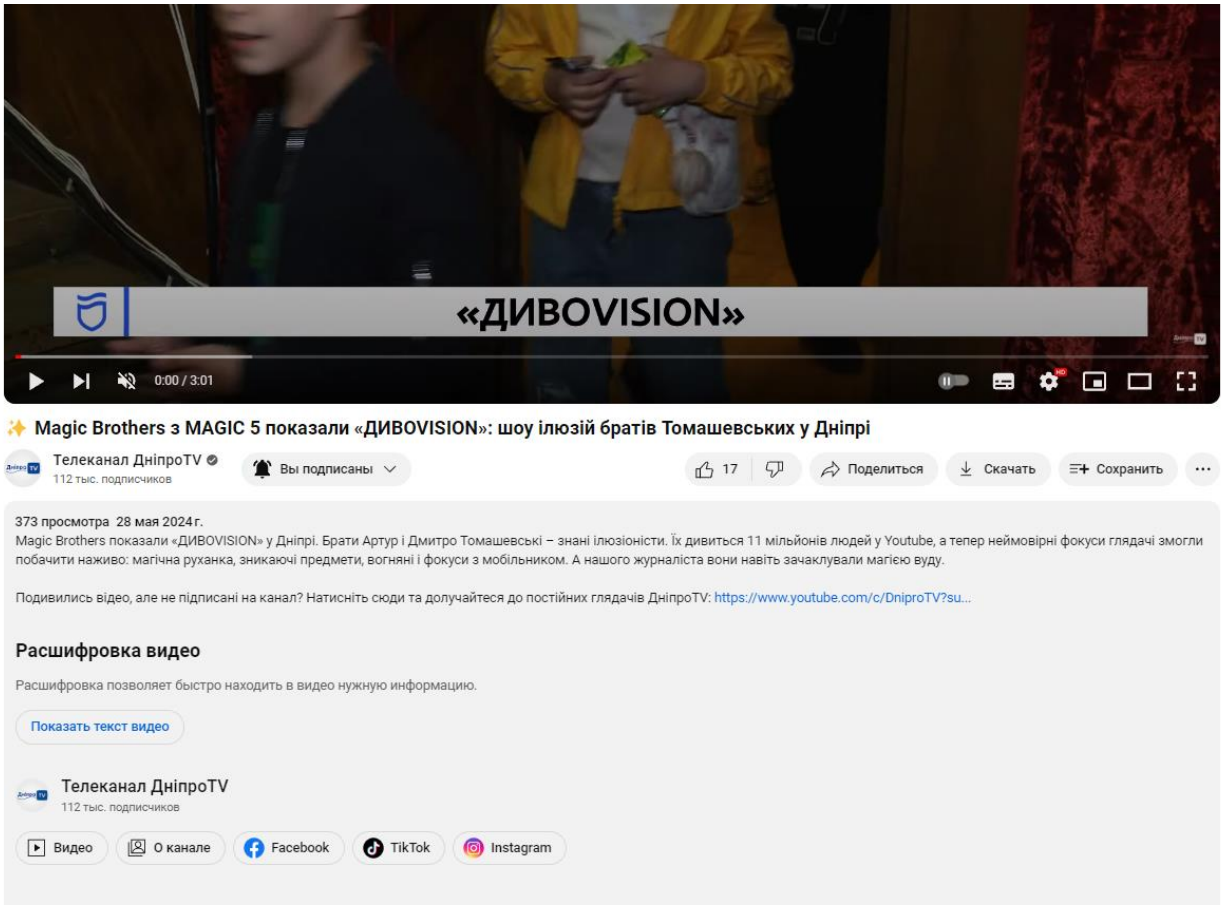

Рис. 4., Публікація на платформі відеохостингу YouTube.

Контент, створений для Telegram-каналу, зазвичай короткий та лаконічний, з акцентом на оперативність та візуальну привабливість. Матеріали для сайту, навпаки, більш детальні та глибокі, що дозволяє повніше розкрити тему.

Розбір прикладу

У моєму продукті наведено зображення подання одного й того ж самого контенту на різних медіаплатформах. В даному випадку це сюжет програми «ДніпроNews», що транслюється на телеканалі ДніпроTV.

В ефірі телеканалу щодня виходить п’ять випусків новин «ДніпроNews». Перший — о 7.00. Далі — 9.00,13.00, 17.00 і 19.00. Ранкові випуски короткі,

по 10—12 хвилин. Вони переважно присвячені перебігу війни та наслідкам обстрілів у регіоні. Денні й вечірні випуски містять більше сюжетів, хронометраж до пів години і більше новин, які не стосуються війни. Сказати, що випуски мають зрозумілу тематичну структуру, не можна. Частина випусків — майже без згадок про війну, частина — тільки з них і складається. [16]

Інструменти та платформи для публікації

1. **CMS (система управління контентом)** – для керування контентом на сайті використовується CMS, наприклад, Wordpress. Це дозволяє легко створювати, редагувати та публікувати матеріали.

2. **Соціальні мережі** – для розширення охоплення використовуються соціальні мережі, де також публікуються посилання на нові матеріали.

3. **Аналітичні інструменти** – для аналізу ефективності контенту використовуються інструменти аналітики, які дозволяють відстежувати кількість переглядів, взаємодій та інші ключові показники.

Вимірювання ефективності

Для оцінки ефективності контенту використовуються кількісні та якісні методи:

- **Аналіз трафіку** – відстеження кількості відвідувачів сайту та переглядів постів у Telegram.
- **Зворотний зв'язок** – аналіз коментарів та реакцій аудиторії.
- **Соціальні опитування** – проведення опитувань серед читачів для визначення їхніх уподобань та очікувань.

Кросплатформний підхід дозволяє максимально охопити аудиторію, забезпечуючи доступність контенту на різних пристроях та платформах. Це

підвищує рівень інформованості громадян та сприяє активній взаємодії між медіа та аудиторією.

Інформаційний продукт у вигляді статей та постів в Telegram-каналі t.me/dniprotv та на сайті dnipro.tv є ефективним інструментом для інформування жителів Дніпра. Використання різних платформ дозволяє залучити широку аудиторію, забезпечуючи оперативність та глибину подачі інформації. Такий підхід сприяє підвищенню рівня поінформованості населення та створює умови для активної взаємодії з аудиторією.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Avada Media. Розробка кросплатформних додатків: технології розробки кросплатформних додатків. Отримано з: https://avada-media.ua/ua/services/kross-apps/.
2. Web Academy Media. Що таке Flutter? Отримано з: https://web-academy.ua/blog/junior/what-is-flutter.
3. Wikipedia. Крос-медійна журналістика. Отримано з: https://uk.wikipedia.org/wiki/Крос-медійна_журналістика .
4. Лоза Г. І. Основні характеристики крос-медійної платформи, Т.3, с. 5
5. Науково–практична конференція з міжнародною участю «Мультимедійні технології в освіті та інших сферах діяльності». Використання месенджера «Телеграм» для створення каналу про здоров'я Шелкова А. Є., с. 156 (2023).
6. Василик Л. Крос-медіа як тренд сучасної журналістики: наук. зап. Ін-ту журналістики, 2013. – т. 52, – с. 297–300.
7. Городенко Л. Теорія мережевої комунікації, Академія Української Преси, Київ, 2012. – 387 с.
8. Крейґ Р. Інтернет-журналістика. Робота журналіста і редактора у нових ЗМІ. – Київ, «Києво- Могилянська Академія»,2007.
9. Михайлин І. Л. Основи журналістики. – Київ : ЦУЛ, 2002.
10. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. – Львів : Літопис, 2010.
11. Потятиник Б. Інтернет-журналістика. – Львів : ПАІС, 2010.
12. Сарміна Г. Стратегічність в умовах крос-медійної діяльності. Актуальні проблеми сучасного мас-медійного простору. – Херсон. держ. ун-т, 12–13 вер. 2016 р. – с. 76–77.
13. Штромаєр Г. Політика і мас-медіа. – Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008.
14. Телеканал ДніпроTV. «Про нас». Отримано з: https://dnipro.tv/pro-nas-2/.

15. Wikipedia. ДніпроTV. Отримано з: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%BD%D1%96%D0%BF%D1%80%D0%BE_TV
16. Детектор медіа. Телеканал «Дніпро TV» у час війни: дріб'язкові приватні війни Корбана. Отримано з: https://detector.media/regionalni-telenovini/article/202664/2022-09-09-telekanal-dnipro-tv-u-chas-viyny-dribyazkovi-pryvatni-viyny-korbana/.
17. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. Чернявська Л. В., Данилюк Н. О. «Телеграм-канали як інструмент диджиталізації українських масмедіа», 2023. с. 197
18. Agur C. Insularized Connectedness: Mobile Chat Applications and News Production. Media and Communication. 2019. Vol. 7, Is. 1, P. 179–188
19. Jebril N., Jukes S., Iordanidou S. Journalism, Society and Politics in the Digital Media Era (Book). 2020. 222 p
20. Nagel, T. W. (2021). Measuring fake news acumen using a news media literacy instrument. Journal of Media Literacy Education Pre-Prints. Отримано з: https://digitalcommons.uri.edu/jmle-preprints/11.
21. Мудра І., Кухарська О. Месенджери як перспективна платформа для розповсюдження контенту ЗМІ. Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: Журналістика. 2021. № 1. С. 49–55.
22. Deuze M. What is Multimedia Journalism? Journalism Studies. 2004. Розділ 5. № 2. с. 139–152.
23. Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. NYU Press, 2006. с. 308.
24. Telegram Analitics. Отримано з: https://uk.tgstat.com/news (дата запиту: 17.04.2024).
25. ДніпроTV. Новини ДніпроNews. «Magic Brothers з MAGIC 5 показали «ДИВОVISION»: шоу ілюзій братів Томашевських у Дніпрі». Отримано з: https://dnipro.tv/news-dnipro/magic-brothers-z-magic-5-pokazaly-dyvovision-shou-iliuzii-brativ-tomashevskykh-u-dnipri/