

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ І. І. МЕЧНИКОВА

Факультет журналістики, реклами та видавничої справи

Кафедра нових медіа та медіадизайну

Кваліфікаційна робота

на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

«Журналістська освіта в ОНУ імені І. І. Мечникова: часопис у
трансмедійному відображенні (контентне наповнення)»

«The Journalism Education at Odesa I. I. Mechnikov National University:
Magazine in Transmedia Reflection (Content)»

Виконав: здобувач денної форми навчання

спеціальності 061 журналістика

Освітня програма «Журналістика»

Можегов Леонід Русланович

Керівник к. і. н., доц. Тхоржевська Т. В. _____
(підпис)

Рецензент ст. викл. Азеєв С. В.

Рекомендовано до захисту:
Протокол засідання кафедри

№ ____ від 20__р.

Завідувач(ка) кафедри

(підпис)

(прізвище, ім'я)

Захищено на засіданні ЕК № _____
протокол № __ від 20__р.

Оцінка _____ / _____ / _____
(за національною шкалою/шкалою ECTS/ бали)

Голова ЕК

(підпис)

(прізвище, ім'я)

Одеса – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
ОБҐРУНТУВАННЯ ПІДГОТОВКИ ПРОЄКТУ	6
ОПИС ПІДГОТОВКИ ПРОЄКТУ.....	16
ВИСНОВКИ.....	29
БІБЛОГРАФІЯ.....	33
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Актуальність. Становлення цифрової епохи стало рушійною силою для трансформації медіа-індустрії в аспектах комунікації та інформації. Сучасні реципієнти вимагають контенту, який не лише інформує, але й залучає їх до активної взаємодії. Вони більше не хочуть бути пасивними спостерігачами, а прагнуть брати участь у процесах створення, обміну та поширення інформації. Соціальні мережі, блоги, подкасти та інші платформи змінюють роль традиційних медіа, дозволяючи кожному стати активним учасником інформаційного процесу. У свою чергу, це зумовлює необхідність впровадження нових гнучких підходів до створення медіа-продукту.

Потреба у використанні можливостей мультимедіа та інтерактивності сьогодні є важливим питанням, пов'язаним із трансформацією ЗМІ. Наразі медіа виходять за межі друкованих чи етерних матеріалів; вони включають інтерактивні компоненти, які дозволяють аудиторії безпосередньо взаємодіяти з контентом. Наприклад, трансмедійні проєкти використовують різноманітні засоби подання інформації задля створення багатовимірного наративу, який дозволяє аудиторії досліджувати тему з різних боків, зокрема через відео, текст, соціальні мережі, подкасти та інші інтерактивні елементи. Цей підхід не лише підвищує рівень залученості, але й робить комунікацію з аудиторією більш динамічною та гнучкою. Для України, яка швидко інтегрується в глобальний медіа-простір, це особливо важливо, адже трансмедійні формати підвищують рівень довіри та інтересу до вітчизняного контенту.

Отже, використання трансмедійного сторітелінгу — методу, що дозволяє створювати цілісну історію, яка розповсюджується через різні платформи та формати, є надважливим інноваційним підходом.

Проте нові медіа-формати та технології вимагають від комуніканта високої професійної підготовки, здатності адаптуватися до швидко змінюваного

середовища, вміння працювати з різними видами контенту та взаємодіяти з аудиторією на нових рівнях. Тому, виникає питання про важливість ролі сучасного медійника.

Сучасний журналіст повинен бути адаптований до нових реалій і володіти не лише традиційними знаннями з теорії та практики в сфері масової комунікації, але й вміти працювати з новими технологіями та мультимедійними платформами. А отже володіти основами цифрового сторітелінгу, роботи з соціальними мережами, а також мати розуміння етики та законодавства, пов'язаного з новими форматами.

Тож, навчальні заклади, які готують фахівців медіасфери повинні надавати студентам знання та інструменти для критичного осмислення інформації, вміння її аналізувати та створювати змістовний контент, що відповідає сучасним запитам та стандартам. Крім того, особливу увагу слід приділяти навичкам інтерактивної комунікації, здатності працювати в умовах інформаційної перевантаженості та розвитку новітніх медіа-форматів, які не лише подають факти, але й створюють можливості для активної взаємодії з аудиторією.

Таким чином, потреба в інноваційному підході для подання інформації є важливим етапом розвитку медіасфери в умовах диджиталізації. Факультет журналістики, реклами та видавничої справи Одеського національного університету імені І. І. Мечникова здатний задовольнити цю потребу, готуючи фахівців, які не лише володіють традиційними навичками журналістської діяльності, але й здатні створювати новітній контент, що відповідає вимогам часу й сучасним стандартам медіа-індустрії.

Метою дослідження є розробка інтерактивної та технологічної платформи для репрезентації часопису у трансмедійному відображенні, що об'єднує різноманітні медіа-формати (текст, відео, графіка, інфографіка, аудіо, інтерактивні елементи) для створення інтегрованого, мультимедійного досвіду для користувачів. В основі проєкту лежить використання векторного онлайн-

сервісу для розробки інтерфейсів Figma та платформи-конструктора Weblium. Ці інструменти дозволять реалізувати дизайн та функціональність сучасного трансмедійного продукту, який забезпечуватиме користувачам зручний доступ до інформації через інтерактивні елементи.

Для досягнення мети роботи було поставлено такі *завдання*.

1. *Дослідження та аналіз трансмедійного підходу*. Оцінка ефективності трансмедійного сторітелінгу для створення інтерактивних платформ, які дозволяють не лише подавати інформацію через текстові матеріали, але й включати мультимедійні елементи, що залучають аудиторію до активної взаємодії. Розгляд ключових теоретичних концепцій трансмедіа та їх застосування в медіа-просторі.
2. *Оцінка ефективності трансмедійного контенту*. Проведення дослідження щодо ефективності трансмедійних платформ у порівнянні з традиційними форматами часописів. Оцінка того, як трансмедійний підхід сприяє підвищенню залученості аудиторії та задоволення її інформаційних потреб.
3. *Інноваційний підхід до подання інформації*. Використання новітніх технологій для створення інноваційних підходів подання матеріалів, що відповідають вимогам сучасної аудиторії. Це включає інтеграцію мультимедійних елементів (відео, анімації, інфографіки) і створення елементів гейміфікації для збільшення залученості користувачів.
4. *Розробка інтерактивної платформи*. Створення прототипу інтерактивної платформи, що поєднує різні формати контенту та забезпечує зручний доступ до матеріалів. Використання інструментів Figma та Weblium дозволить розробити платформу з інтуїтивно зрозумілим інтерфейсом, що адаптується до різних типів подачі інформації: тексту, відео, інфографіки, подкастів та інтерактивних елементів.

5. *Описати й обґрунтувати кожну частину трансмедійного проєкту.*

Об'єктом кваліфікаційної роботи є трансмедійний сторітелінг як унікальна медійна формація у створенні контенту.

Предметом дослідження є процеси розробки та реалізації трансмедійного контенту, зокрема, інтеграція різних медіа-форматів (тексту, відео, інфографіки, аудіо та інтерактивних елементів) на цифрових платформах для створення мультимедійного досвіду. Дослідження включає вивчення специфіки використання сучасних інструментів, таких як Figma та Weblium, для проектування інтерактивних інтерфейсів і прототипів, які забезпечують зручну взаємодію користувача з контентом.

Методи, які будуть використані в цьому дослідженні, включають контент-аналіз, описовий аналіз, структурний аналіз, причинно-наслідковий аналіз, порівняльний аналіз, кейс-метод, проектування й прототипування та емпіричні методи.

Структура роботи: робота містить вступ, обґрунтування підготовки проєкту, опис підготовки проєкту, висновки, бібліографію, а також додатки.

ОБҐРУНТУВАННЯ ПІДГОТОВКИ ПРОЄКТУ

У сучасному світі відбуваються суттєві зміни в медіа-просторі, зокрема через глобалізацію цифрових технологій, розвиток інтернет-платформ і зростання значення мультимедійного контенту. Перехід від традиційних друкованих медіа до цифрових платформ створює нові можливості для інтерактивності й взаємодії з аудиторією. Але ці зрушення також створюють нові проблеми для медіа, такі як зміна смаків споживачів і необхідність використовувати сучасні технології для залучення публіки та створення нового матеріалу, який можна швидко та ефективно розповсюджувати через різноманітні канали комунікації.

Сьогодні ми спостерігаємо тенденцію до трансформації традиційних медіа у трансмедійні, коли один і той самий контент подається через різні медіа-формати: текст, відео, графіку, інфографіку, а також інтерактивні елементи. У процесі такої трансформації концепція трансмедійного сторітелінгу стає все важливішою в інформаційному середовищі, поєднуючи різні медіа-формати для створення цілісної, узгодженої та синергетичної наративної структури. Цей підхід дозволяє не лише ефективно розповідати історії, але й забезпечує глибшу взаємодію з користувачем, що сприяє підвищенню залученості, лояльності та формуванню стійких зв'язків із брендом або медіа-продуктом.

Дослідження трансмедійного сторітелінгу в контексті журналістської освіти Одеського національного університету імені І. І. Мечникова набуває особливої стратегічної значущості в умовах стрімкого розвитку цифрових технологій та постійно змінюваних медіа-споживчих звичок аудиторії. Сучасний етап інформаційного суспільства характеризується глибокими трансформаціями в способах споживання контенту, коли традиційні формати медіа поступово відходять на другий план, а попит на інтерактивні та

багатоканальні повідомлення, здатні охопити різні платформи, невпинно зростає.

Обґрунтування вибору теми. Тема дипломного проєкту, присвячена трансмедійному сторітелінгові в контексті журналістської освіти, обґрунтовується низкою факторів, що підкреслюють її актуальність та значущість у сучасних умовах швидких змін в інформаційному середовищі. У світлі зміни медіа-середовища, яке все більше орієнтується на цифрові та інтерактивні формати, виникає потреба в журналістах, здатних створювати медіа-продукти, що інтегрують різні медіа-формати та платформи. Отже, ця тема є важливою для подальшого вдосконалення підготовки майбутніх журналістів.

Поява трансмедійного сторітелінгу в журналістській освіті стала важливою складовою частиною розвитку галузі, оскільки існує потреба в підготовці медіапрофесіоналів, здатних адаптуватися до мінливих умов цифрового світу. Вивчаючи цей метод, студенти можуть оволодіти як класичними журналістськими техніками, так і новітніми технологічними прийомами. Завдяки включенню ідеї трансмедійного сторітелінгу в навчальну програму, студенти, окрім отримання теоретичної інформації, мають змогу створювати матеріал, який відповідає вимогам сучасних медіа-платформ.

Таким чином, необхідність модифікації журналістської освіти відповідно до вимог сучасного медіа-ландшафту обґрунтовує вибір теми дипломного проєкту, присвяченого трансмедійному сторітелінгу. Вивчення цього методу в межах навчання дає змогу надати студентам навички, необхідні для роботи в умовах швидкого розвитку медіа-технологій, що має вирішальне значення для їхньої майбутньої кар'єри в журналістиці.

Створення платформи для трансмедійного відображення часопису вимагає комплексного підходу, що включає аналіз наявних матеріалів, розробку стратегії контенту, використання новітніх цифрових інструментів (Figma та Weblium), створення інтерактивного досвіду для користувачів та постійне вдосконалення

продукту. Успішна реалізація такого проєкту дозволить не лише ефективно поєднати різні медіа-формати, а й створити новітній захопливий досвід для аудиторії.

Співавторами проєкту був опрацьований архів графічного контенту, який створювався й продовжує наповнюватися з моменту заснування факультету журналістики, реклами та видавничої справи Одеського національного університету імені І. І. Мечникова. У результаті роботи були відібрані фото, аудіо та відеоматеріали, які будуть інтегровані в платформу. Крім того, було проведено класифікацію та систематизацію архівних матеріалів, що дозволить зручно та швидко знаходити потрібні елементи при подальшій роботі. Особлива увага була приділена створенню мультимедійних інтерактивних форматів, які дозволять більш глибоко й ефективно презентувати історію факультету через візуальні, аудіо та відео-елементи. Для цього були застосовані методи цифрової обробки та реставрації матеріалів, що дозволяє підвищити якість контенту й зробити його більш привабливим для користувачів сучасних медіа-платформ. Інтеграція цих матеріалів у новий трансмедійний формат платформи забезпечить інтерактивність та багатогранність подачі інформації, що відповідає вимогам сучасності.

ОПИС ПІДГОТОВКИ ПРОЄКТУ

Увагу також було приділено формуванню текстового наповнення платформи. Адже воно є одним із найважливіших елементів у створенні продукту, оскільки не лише забезпечує базову інформативність, але й визначає загальну ефективність комунікації з аудиторією. Важливість тексту розглянемо в кількох аспектах.

Основним засобом передачі важливої інформації є текст. У цифрових медіа текст часто слугує основою наративу, навколо якого розташовуються додаткові мультимедійні компоненти. Це особливо важливо для часописів, які часто публікують оповіді, інтерв'ю, аналітичні нариси та інші типи матеріалів, що підкреслюють важливість і складність подій чи тем.

Добре написані тексти дають читачам цілісне уявлення про предмет, допомагають зосередитися на ключових моментах і створюють чітке уявлення про нього. Вони слугують основою для всіх інших матеріалів, включно з інфографікою та відеоматеріалами, які можуть бути використані лише для підсилення первинної текстової історії.

Захопливий текст може привернути увагу читачів, утримати їхній інтерес і спонукати до взаємодії з додатковими функціями платформи. У контексті сучасного медіаспоживання, коли глядачі часто мають короткий проміжок уваги і переповнені інформацією, це особливо важливо.

Крім того, текст допомагає аудиторії осмислити важливість інформації та причини уваги до неї. Це стосується як загальної структури публікації, так і заголовків та перших абзаців. Наприклад, навіть найбільш незацікавлену аудиторію може зацікавити добре продуманий контент із заголовками, що привертають увагу, чіткими підзаголовками та чітким фокусуванням на ключових моментах.

Текст є важливим інструментом для створення контексту. Він дозволяє детально розкрити тему, подати факти та точки зору, а також додавати емоційний контекст до історій. Важливо, щоб тексти в трансмедійних платформах були не лише інформативними, а й емоційно насиченими, щоб викликати інтерес та переживання у читача. Тексти можуть пояснювати складні концепції, пропонувати глибше розуміння подій, що робить їх необхідним елементом для створення змістовного та глибокого контенту.

Важливим аспектом текстового наповнення є його здатність адаптуватися до різних платформ і форматів. У трансмедійному середовищі часопис може бути доступним не лише в традиційному вигляді на вебсайті, але й у форматах, зручних для мобільних пристроїв, планшетів або соціальних мереж. Врахувавши ці фактори під час написання тексту, ми можемо переконатися, що контент буде читабельним на будь-якому пристрої.

Наприклад, для платформи, що об'єднує різні медіа-формати, текст може бути адаптований під короткі пости для соцмереж або довші статті для основного сайту. Кожен тип тексту має враховувати специфіку платформи, на якій він розміщується, і не тільки передавати інформацію, а й максимально залучати користувача.

В умовах диджиталізації важливість тексту також полягає в тому, що він має забезпечувати видимість проєкту у пошукових системах. Пошукова оптимізація (SEO) дозволяє зберігати видимість медіа-продукту серед конкурентів і привертати нову аудиторію через запити в пошукових системах.

Створення текстів, що містять ключові слова, оптимізовані для пошукових систем, є важливим етапом у стратегії розвитку платформи. Це також дозволяє забезпечити більший доступ до інформації для користувачів, котрі шукають певні теми чи продукти через інтернет.

Значною перевагою тексту є його здатність поєднуватися з іншими типами медіаматеріалу, включаючи аудіо, відео, інфографіку тощо. Мультимедійні компоненти потребують тексту, щоб бути контекстуалізованими та поясненими.

Наприклад, відео може бути включене в статтю, а текст може бути використаний для розвитку та пояснення подій, зображених на відео.

Тексти можуть також містити посилання на додаткові ресурси, допомагаючи розширити контекст і взаємодію з іншими медіа-форматами. Інтерактивні елементи, як-от гіперпосилання чи опитування, також можуть бути розміщені всередині тексту, що дозволяє користувачам активно взаємодіяти з матеріалом.

Після опрацювання та аналізу наявного контенту, варто визначити цілі проєкту, цільову аудиторію, сформувати структуру та почати роботу над прототипом.

Наш трансмедійний проєкт має декілька ключових цілей. Перш за все, ми прагнемо привернути увагу студентів та викладачів факультету журналістики, реклами та видавничої справи Одеського національного університету імені І. І. Мечникова, а також адміністрації університету, до переваг і унікальних можливостей, що надаються нашим факультетом. Оскільки подібний проєкт охоплює й особистий досвід його співавторів, також варто проілюструвати широкий спектр освітніх напрямів, інноваційні підходи до навчання та високий рівень кваліфікації наших студентів і викладачів. Крім цього, проєкт має привабити потенційних абітурієнтів, які розглядають факультет журналістики під час вибору вищого навчального закладу. Останньою й ключовою метою можна вважати детальне представлення історії розвитку та якісної еволюції факультету журналістики. Для цього потрібно проаналізувати ключові історичні моменти, значущі події та досягнення факультету протягом усього його існування. Це дасть нам змогу простежити його розвиток від моменту заснування до сьогодення, а також якісно і кількісно оцінити внесок у розвиток регіональної та національної журналістики на медіаринку. Усі поставлені цілі будуть досягнуті завдяки створенню трансмедійної розповіді у вигляді інтерактивної платформи.

Визначивши мету проєкту та його цільову аудиторію, можна переходити до наступного пункту в підготовці до реалізації — створення єдиної концепції та задуму. Цей проєкт полягає в спільному творчому зусиллі трьох учасників, співавторів, кожен з яких робить свій унікальний внесок у формування єдиної та цілісної трансмедійної оповіді. Виходячи з поставлених завдань, ролі всіх учасників можна описати таким чином:

- робота з графічним контентом і аналіз фотоархіву, з подальшим формуванням візуального наповнення з підтримкою норм єдиної синергічної оповіді;
- робота з аудіовізуальним контентом, а також створення унікального текстового наповнення проєкту;
- збір отриманих командою даних і об'єднання їх у закінчену трансмедійну розповідь у вигляді сайту-лендингу.

У кінцевому підсумку цей проєкт представить єдине синергічне уявлення навчання журналістиці, поєднуючи в собі візуальні, текстові та мультимедійні елементи. Така командна робота дає нам змогу об'єднати різні напрямки створення контенту та веб-розробки для створення якісного та конкурентоспроможного проєкту, що буде доступним для широкої аудиторії та допоможе досягти поставлених цілей.

Сценарій і структура проєкту. Основним елементом єдиного трансмедійного наративу є злагоджений та інтеграційний сценарій, який сприяє чіткому сприйняттю розповіді аудиторією. На цьому етапі важливо продумати логічну структуру матеріалів, оскільки вона не лише визначатиме робочий процес, але й забезпечить основу для кінцевого результату. Орієнтуючись на концепції залучення аудиторії та підвищення її інтересу до готової роботи, важливо звернути особливу увагу на зв'язність і логіку викладу матеріалу.

Процес розпочинається зі створення сценарію, який чітко описує основні розділи та загальну тематику проєкту. У межах цієї роботи особливий акцент робиться на історії розвитку кафедри й подальшого становлення факультету

журналістики, реклами та видавничої справи. Серед ключових аспектів, що підлягають висвітленню, є важливі етапи, досягнення, студентське життя, наукова діяльність та організовані заходи.

Для створення структури проєкту ми класифікували наявний матеріал на логічні блоки. Для зручності спільної роботи і розуміння структури іншими учасниками проєкту, ми використали заздалегідь встановлену систему найменування файлів та ієрархії папок. Кожна папка мала відповідний порядковий номер, латинський підпис з описом події та дату. В архіві також був доданий файл з таблицею, що відображала вміст архіву, що дозволяє зрозуміти його логічну організацію.

Кожен блок сценарію містить детальні описи подій, що мали місце в процесі становлення факультету. Наприклад, можна виділити наступні логічні блоки:

- Студентське життя;
- Наукова діяльність;
- Життя факультету та його колективу;
- Розважальні заходи;
- Різноманітні події.

Одним з прикладів може бути блок, що ілюструє етапи становлення факультету та його колективу. Цей блок містить фотографії засідань кафедр, вчених рад, а також колективні фото працівників факультету, що демонструють етапи розвитку від кафедри журналістики на базі філологічного факультету до окремого факультету з власними підрозділами. Важливо вибирати найбільш виразні моменти з історії для підтримки високого рівня залучення аудиторії.

Далі, ми ретельно продумали, як різні медіа-формати будуть інтегровані в наратив. Фотографії доповнюються текстовими описами та підписами, що дозволяють аудиторії краще розуміти контекст події. Цей етап буде здійснений одним із учасників команди на завершальній стадії розробки продукту. Для більш глибокого занурення в контекст ми використали відеоматеріали, створені

як авторами проєкту, так і взяті із зовнішніх джерел, наприклад, журналістські матеріали з регіональних і національних медіа. Всі ці елементи логічно взаємопов'язані та відповідають основній наративній лінії проєкту.

Для створення кінцевого продукту, а саме веб-платформи було вирішено використовувати метод дизайн-мислення. Це методологія, яка фокусується на інноваційних рішеннях, створених із урахуванням потреб користувачів. Дизайн-мислення включає в себе кілька етапів: емпатія, визначення проблеми, генерування ідей, прототипування і тестування. На етапі емпатії ми досліджували потреби цільової аудиторії, щоб створити продукт, який відповідає її вимогам. Під час етапу визначення проблеми ми сформулювали основні цілі платформи — це інтеграція медіа-форматів у єдину історію, а також забезпечення легкості та інтуїтивності користування. Генерація ідей полягала в пошукові різних варіантів організації контенту й виборі найбільш ефективних форм подачі. На етапі прототипування були створені перші версії інтерфейсу, що дозволяли оцінити структуру й функціональність платформи. Останній етап — тестування — дозволив внести необхідні корективи.

У процесі створення платформи для трансмедійного часопису було застосовано низку принципів UI/UX дизайну, які сприяли створенню інтуїтивно зрозумілого, привабливого та ефективного інтерфейсу для користувачів. Розповімо про основні з них.

Розробка орієнтована на користувача (User-Centered Design). Оскільки кінцевий продукт орієнтований на широку аудиторію, основна увага була приділена потребам користувачів. Це означає, що весь дизайн платформи був розроблений із фокусом на те, щоб забезпечити максимально зручне та приємне взаємодії з користувачем. Для цього було проведено дослідження цільової аудиторії, щоб зрозуміти їхні потреби, звички та очікування від платформи.

Принцип простоти (Simplicity). Веб-продукт не має бути перевантажений зайвими елементами чи складними функціями. Використовувалися прості, зрозумілі шрифти, обмежена кольорова палітра та мінімалізм у використанні

графіки. Це допомагає користувачеві без зайвих зусиль знайти необхідну інформацію та швидко адаптуватися до навігації на сайті.

Принцип логічної структури (Information Hierarchy). Усі елементи дизайну були організовані в логічно побудовану ієрархію, яка дозволяє користувачеві швидко зрозуміти, що є важливим, а що другорядним. Контент було структуровано у вигляді чітких блоків, які можна легко знайти за допомогою меню навігації. Наприклад, основні розділи платформи (студентське життя, наукова діяльність, колектив факультету) розділені на окремі категорії з підрозділами, що дозволяє зберігати порядок і логіку подачі матеріалу.

Принцип зручності навігації (Ease of Navigation). Користувачі повинні мати можливість швидко знайти необхідну інформацію. Тому для кожної сторінки було передбачено чітке й зрозуміле меню, яке дозволяє переміщатися між розділами без зайвих зусиль. Проста й лінійна навігація допомагає уникнути плутанини, забезпечує комфортну взаємодію та сприяє збереженню користувацької залученості.

Принцип зворотного зв'язку (Feedback). Кожен етап взаємодії користувача з платформою передбачає зворотний зв'язок. Наприклад, при натисканні кнопок користувач отримує візуальні сигнали (зміна кольору кнопки, анімація), які підтверджують виконання дії. Це створює відчуття контролюваності і запобігає будь-яким непорозумінням при взаємодії з інтерфейсом.

Принцип адаптивності (Responsiveness). Платформа була розроблена так, щоб її дизайн і контент адаптувалися до різних розмірів екранів, забезпечуючи зручний доступ до матеріалів як на десктопах, так і на мобільних пристроях. Адаптивний дизайн гарантує, що користувач отримає приємний досвід без залежності від того, яке пристрій він використовує.

Принцип візуальної привабливості (Visual Appeal). Важливою частиною є правильне поєднання кольору, шрифтів і графіки для створення привабливого вигляду, який не тільки не перевантажує користувача, але й заохочує його проводити більше часу на платформі. Веб-продукт використовує сучасні колірні

рішення, що відповідають загальному концепту проєкту, а також айдентиці факультету.

Принцип консистентності (Consistency). Всі елементи дизайну, стилістика і навігація платформи повинні бути узгодженими та однаковими на всіх сторінках. Наприклад, кнопки, шрифти, анімації й інші інтерфейсні елементи зберігають єдину стилістику по всьому веб-продукту. Це допомагає користувачеві орієнтуватися на платформі і створює професійний, злагоджений вигляд.

Принцип доступності (Accessibility). Враховуючи, що платформа повинна бути доступною для широкого кола користувачів, було приділено увагу забезпеченню доступності для людей з обмеженими можливостями. Це включає використання контрастних кольорів для зручного сприйняття, текстові альтернативи для зображень, а також забезпечення належної навігації з клавіатури.

Принцип швидкості завантаження (Performance). Веб-продукт розроблявся з оптимізацією швидкості завантаження контенту. Це важливо для збереження користувацької залученості, оскільки користувачі зазвичай не готові чекати довго, щоб сторінка завантажилась. Оптимізація зображень, відео та інших медіа-форматів гарантує мінімальне завантаження даних при максимальній якості.

Застосування цих принципів дозволило створити платформу, яка є не тільки функціональною та зручною для користувачів, але й відповідає сучасним вимогам щодо дизайну веб-продуктів, що сприяє глибшому зануренню в контент та підтримці високої взаємодії з платформою.

Робота у Figma стала ключовою на етапі розробки прототипу й дизайну інтерфейсу платформи. Figma — це потужний інструмент для створення візуальних інтерфейсів і прототипів, що дозволяє команді працювати спільно в реальному часі. У Figma були створені інтерактивні макети сторінок, що дозволило наочно уявити, як виглядатиме кінцевий продукт. Платформа

підтримує роботу з різними елементами дизайну, такими як кнопки, меню, іконки, а також інтерактивні прототипи, що дозволяє тестувати навігацію та взаємодію користувачів до реалізації продукту.

Процес роботи у Figma передбачав створення кількох версій прототипу, що відображають різні сценарії використання платформи. Наприклад, окремі елементи були протестовані з різними варіантами кольорів і шрифтів, а також із різними способами інтеграції медіа-форматів. Важливою частиною роботи була оцінка зручності навігації і доступності контенту для всіх категорій користувачів.

Тестування та редагування. Це останній і, в певному сенсі, найважливіший етап перед випуском фінального продукту. На цьому етапі ми переконуємося, що користувач бачить продукт таким, яким він був задуманий, перевіряємо правильність роботи всіх компонентів веб-сайту і допомагаємо виявити будь-які очевидні проблеми, що виникли перед релізом. Цей етап можна логічно розділити на наступні складники.

1. Тестування на різних пристроях і браузерях.

Для забезпечення доступності сайту для широкої аудиторії ми протестували його на різних пристроях (настільні комп'ютери, ноутбуки, планшети, смартфони у вертикальній і горизонтальній орієнтації) і в різних браузерах (Chrome, Firefox, Safari, Edge тощо). Це дало змогу переконатися, що сайт коректно відображається й працює незалежно від використовуваного пристрою або браузера.

2. Функціональне тестування.

На цьому етапі ми провели перевірку всіх інтерактивних елементів сайту. Це передбачає тестування функціональності меню, кнопок, форм зворотного зв'язку, посилань і будь-яких інших елементів, які вимагають взаємодії з користувачем.

3. Перевірка мультимедійних елементів.

Фотографії, відео, гіпертекст та інтерактивні компоненти повинні коректно відображатися й працювати на всіх платформах. Ми перевірили їхню якість, швидкість завантаження та коректність відображення.

4. Перевірка текстового контенту.

Усі текстові матеріали були перевірені на наявність граматичних, орфографічних і пунктуаційних помилок. Крім того, тексти легко читабельні й логічно структуровані на абзаци та блоки. Також ми приділили увагу типографіці, переносам, висячим символам, інтерліньяжу, міжрядковому інтервалу та відстані між символами.

5. Платформа.

Для зручності та скорочення витрат на створення продукту ми розмістили контент на одній із популярних платформ для конструювання сайтів. Стандартом де-факто можна вважати платформу Tilda, однак її використання неможливе через політичні причини та географічне «коріння» компанії. Як альтернативу обрали Weblum.

6. Оптимізація продуктивності.

Продуктивність сайту безпосередньо впливає на користувацький досвід. Ми переконалися, що сайт завантажується швидко й без помилок. Для цього під час тестування, ми звернули увагу на швидкість завантаження елементів графіки, потокового відео й інших елементів.

7. Користувацьке тестування.

У кінцевій фазі тестування ми провели перевірку зручності на реальних користувачах — студентах і працівниках університету. Адже основна аудиторія перебуває в сегменті ринку вищих навчальних закладів. Тому ключовим аспектом є інтуїтивність і доступність усіх компонентів сайту для аудиторії. Залучення певного кола користувачів для тестування сайту на фокус-групі дало нам змогу отримати зворотний зв'язок і виявити помилки.

8. Редагування та виправлення помилок.

На основі результатів тестування ми провели редагування та виправлення всіх виявлених помилок і недоліків системи. Для цього були задіяні всі члени команди для більш ефективної роботи. Після внесення всіх правок і поліпшень, ми також провели фінальне тестування сайту, щоб переконатися в тому, що всі елементи працюють коректно й сайт готовий до запуску. Завершивши процес тестування й редагування, ми впевнені, що наш продукт готовий до публічного запуску та зможе ефективно виконувати поставлені завдання, надаючи користувачам якісний досвід взаємодії.

Публікація та подальша робота. Це останній етап роботи, який включає кілька пунктів. Насамперед, як сказано раніше, ми визначилися з хостинг-провайдером або платформою для конструювання сайтів. Оптимальний вибір значно полегшив роботу під час проектування та подальшого обслуговування сайту.

Після такого вибору ми перейшли до завантаження й оформленням усього контенту на сайт. Ми перевірили всі гіперпосилання, шляхи до файлів, щоб кожен елемент коректно відображався, а контент завантажувався швидко. Далі ми провели фінальне тестування вже активного сайту, щоб переконатися, що немає ніяких помилок і все працює так, як задумано.

Коли сайт був готовий, ми опублікували його на платформах масової комунікації факультету (офіційний сайт, фейсбук, інстаграм, телеграм і в пресслужбі факультету), щоб збільшити охоплення й дати ефективний старт продукту. Надалі, запустивши сайт, ми займемося його просуванням. Ми публікуватимемо анонси, новини та цікаві матеріали, пов'язані з проєктом, щоб привернути увагу студентів, викладачів і потенційних абітурієнтів.

Після запуску сайту важливо регулярно відстежувати його роботу й аналізувати відвідуваність. Для цього можна використовувати вбудовані та сторонні інструменти веб-аналітики, щоб зрозуміти, як користувачі взаємодіють із сайтом, які сторінки вони відвідують найчастіше та які матеріали

викликають найбільший інтерес. Це допоможе нам виявити недоліки й внести поліпшення, щоб підвищити конверсію сайту.

Таким чином, підготовка проєкту для створення платформи, що представляє трансмедійний часопис, вимагала глибокої структурної та технічної роботи. Процес розбивався на кілька етапів, кожен з яких передбачав окремі завдання й інтеграцію знань у сфері дизайну, технологій та роботи з медіа.

Формування структури з наявних графічних та текстових матеріалів

Першим кроком став збір та впорядкування всіх ресурсів, створених для трансмедійної презентації історії та діяльності факультету. Команда опрацювала архів, який включав текстові документи, аудіо- та відеозаписи, фотографії та статичну графічну інформацію, створену з моменту заснування факультету. На цьому етапі було відібрано найбільш значущі матеріали, що мають історичну та документальну цінність. Для полегшення роботи над проєктом весь контент був розподілений за логічними блоками: «студентське життя», «наукова діяльність», «життя факультету», «заходи» та «інше». Ці блоки створюють основу для побудови структури платформи.

Вивчення можливостей сервісів Figma та Weblium

Для ефективної роботи над створенням платформи було обрано два інструменти: Figma та Weblium.

Figma є веб-застосунком для дизайну інтерфейсів, що дозволяє створювати інтерактивні прототипи, розробляти адаптивні дизайни для різних пристроїв і спільно працювати над макетами в режимі реального часу. *Figma* була використана для розробки всіх статичних та інтерактивних елементів платформи. Її інструменти для створення векторних графік, інтерактивних прототипів та спільного редагування значно пришвидшили підготовку дизайну платформи.

Weblium — це український сервіс для створення динамічних інтерфейсів, який дозволяє будувати адаптивні веб-продукти на основі інтерактивних прототипів, в тому числі й підготовлених у *Figma*. *Weblium* використовувався

для втілення анімацій, взаємодій і тестування готового дизайну на практиці. Інтеграція з Figma дозволила швидко експортувати макети та налаштувати додаткові інтерактивні елементи.

Вивчення методу дизайн-мислення та принципів UI/UX дизайну

Для створення платформи, яка ефективно задовольняє потреби користувачів, було вивчено та застосовано метод дизайн-мислення. Цей підхід передбачає п'ять етапів:

Емпатія: розуміння потреб аудиторії та їхніх очікувань від платформи.

Формулювання проблеми: визначення основних завдань, які має вирішувати продукт.

Генерація ідей: пошук найбільш ефективних рішень, які можуть відповідати потребам користувачів.

Прототипування: розробка чорнових версій платформи для тестування основних функцій.

Тестування: оцінка прототипів з урахуванням відгуків, внесення необхідних змін.

Крім того, було опрацьовано ключові принципи UI/UX-дизайну, такі як простота, логічність, доступність, естетика й функціональність. Це сприяло розробці інтуїтивно зрозумілого користувацького інтерфейсу, який гарантує просту навігацію та швидке засвоєння інформації.

Імплементація вивченого у розробці прототипу

На основі зібраних матеріалів, дослідження цільової аудиторії та засвоєних принципів дизайн-мислення було створено прототип платформи у Figma. Прототипування включало структурування основних розділів, розміщення графічного й текстового контенту, розробку зручної навігації між розділами. На цьому етапі була опрацьована кожна деталь: кнопки, інтерактивні елементи, меню та стилістика, щоб забезпечити зручність та послідовність подачі інформації.

Розробка платформи для презентації трансмедійного продукту

Після затвердження прототипу у Figma проєкт було перенесено у Weblium для створення остаточного дизайну з інтерактивними елементами. Платформа включає як статичний контент, так і інтерактивні медіа-елементи, зокрема аудіо та відео, що доповнюють трансмедійну оповідь. У Weblium були застосовані анімації для підвищення візуальної привабливості та створення ефекту занурення в контент. Завдяки інтеграції з Figma, макети були адаптовані під різні типи пристроїв, що зробило платформу доступною на мобільних телефонах і планшетах.

Тестування готового продукту

Тестування проводилося на основі відгуків користувачів із різних цільових груп. Це допомогло виявити помилки або неузгодженості у функціоналі платформи та виправити їх перед релізом. Тестувальники оцінювали зручність навігації, адаптивність, швидкість завантаження, а також загальне враження від використання платформи.

Робота над помилками

На основі результатів тестування були внесені зміни у дизайн та функціональність. Особливу увагу було приділено вирішенню невеликих проблем, таких як затримка анімації або неточне відображення інформації на мобільних пристроях, які можуть вплинути на загальний користувацький досвід.

Плани стосовно публікації

Після завершення розробки платформи було підготовлено стратегію щодо її просування в соціальних мережах, на сайті факультету та інших ресурсах. Публікації в соцмережах (Facebook, Instagram, Twitter) допоможуть залучити широку аудиторію, тоді як розміщення платформи на офіційному сайті факультету посилить її доступність для студентів і викладачів. У майбутньому можливе створення спеціальних публікацій, які демонструватимуть оновлення контенту.

Кожен із вищевказаних етапів є важливим для створення платформи, яка відповідає сучасним вимогам якості та зручності використання, має чітко продуману структуру, естетичний вигляд і забезпечує зручність для користувачів завдяки впровадженню принципів дизайн-мислення та UI/UX-дизайну.

Під час підготовки проекту було проаналізовано чимало даних, розроблено концепцію та сценарій, інтегровано кілька типів представлення інформації, створено та протестовано інтерактивну платформу. Ретельна підготовка, командна робота та застосування декількох цифрових інструментів і технологій були неодмінними складниками цього процесу.

ВИСНОВКИ

У сучасну цифрову епоху, коли аудиторія віддає перевагу динамічним інтерактивним форматам і потребує доступу до інформації через різні канали, трансмедійні проєкти стали невід'ємною частиною медіапростору. Ця тенденція відображена в розробленому нами інтерактивному продукті, який презентує часопис факультету та висвітлює можливості трансмедійного сторітелінгу.

Дослідження спрямоване на створення медіапродукту, який не тільки репрезентує традиційний часопис, а й сприяє розвитку нових форм взаємодії між контентом і його споживачами, адаптуючись до потреб цифрової ери.

У процесі роботи було успішно впроваджено концепцію трансмедійного сторітелінгу, що дозволило об'єднати різні формати контенту — текст, зображення, відео та аудіо — в єдину інтерактивну платформу. Такий підхід збагатив сприйняття інформації та підвищив рівень залучення аудиторії, демонструючи, як мультимедійний підхід може підсилити значення традиційних медіа.

Протягом роботи над проєктом було сформовано структуру, яка відображає основні моменти з життя факультету журналістики, реклами та видавничої справи Одеського національного університету імені І. І. Мечникова та передає його історію, досягнення й студентські активності. Важливою частиною підготовки стало ретельне вивчення інструментів Figma та Weblium, що дозволило створити зручний та сучасний інтерфейс, відповідаючи принципам UI/UX дизайну. Використання дизайн-мислення забезпечило інноваційний підхід до розробки прототипу та адаптацію платформи під потреби аудиторії.

Проведене тестування q робота над помилками сприяли вдосконаленню продукту та гарантували його зручність у користуванні. Проєкт отримав позитивну оцінку на рівні сучасних тенденцій вебдизайну, що підтверджує якість і актуальність виконаної роботи.

Проект також показав можливості майбутнього застосування платформи як джерела інформації та інструменту комунікації для факультету. Плани на публікацію на сайті факультету та у соціальних мережах сприятимуть поширенню і залученню нової аудиторії. У перспективі платформа може стати прикладом для інших академічних інституцій, які прагнуть інтегрувати нові медіатехнології для просування свого контенту.

Отже, наше дослідження дозволяє продемонструвати, як можна використовувати сучасні цифрові технології, UI/UX-дизайн, дизайн-мислення та інтегровані медіа для створення платформи, яка відповідає потребам сучасної аудиторії та сприяє вдосконаленню медіаосвіти. Він відкриває можливості для подальших трансмедійних ініціатив, що здатні розширити межі традиційних медіа та посилити роль сучасної журналістики, пристосовуючи її до запитів сучасної аудиторії.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Азеєв С. Трансмедійний сторітелінг як синергія жанрів, цифрового контенту та мультимедійних платформ. Діалог: медіа-студії. № 25. 2019. URL: <http://dms.onu.edu.ua/article/view/195600> (дата звернення: 10.11.2024).

ДОДАТКИ