

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
ФІЛОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ**

ВИРОБНИЦТВО ЦИФРОВОГО КОНТЕНТУ DIGITAL CONTENT PRODUCTION

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ ПОСІБНИК ДО ВИВЧЕННЯ КУРСУ

для студентів ОП «Міжнародна журналістика»

Ужгород
2025

УДК 070(100)(076):004.4

T-52

Виробництво цифрового контенту / Digital content production :
навчально-методичний посібник до вивчення курсу для студентів ОП
«Міжнародна журналістика» / уклад.: Толочко Н. В., Соломін Є. О. Ужгород,
2025. 50 с.

Рецензенти:

Гецко Г. І., кандидат філологічних наук, доцент

Шаркань В. В., кандидат філологічних наук, доцент

Відповідальний за випуск:

Соломін Є. О., завідувач кафедри журналістики,
кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент

Рекомендовано до друку

вченою радою філологічного факультету

ДВНЗ «Ужгородський національний університет».

Протокол №8 від 26 травня 2025 р.

ВСТУП

Курс «Виробництво цифрового контенту / Digital Content Production» вивчається на третьому році навчання, після того як студенти опанували створення публікацій у різних жанрах, навчилися працювати зі звуком, ознайомилися зі специфікою редакційної діяльності та здобули навички критичного аналізу медіа. Така послідовність забезпечує належне теоретичне й практичне підґрунтя для поглибленого вивчення процесів цифрового продакшену.

Дисципліна є двомовною, має виразне практичне спрямування й орієнтована на оволодіння сучасними цифровими технологіями та мультимедійними інструментами для підготовки контенту різними мовами, адаптованого до локальних, національних, міжнародних аудиторій. Завдання лабораторних занять максимально наближені до реальних умов функціонування цифрових медіа, що сприяє формуванню прикладних професійних навичок, необхідних для роботи в сучасному медіасередовищі.

Метою курсу «Виробництво цифрового контенту / Digital content production» є виробити у студентів на теоретичному й практичному рівні знання і наукову систему поглядів про створення, аналіз та поширення цифрового контенту на різних платформах, з урахуванням сучасних медійних процесів, міжкультурної комунікації, стандартів, етичних і правових норм, а також в умовах глобального медіаринку.

У результаті вивчення дисципліни студент здобуває здатність створювати цифрові медіапродукти для міжнародної медіааудиторії, ефективно шукати, відбирати й опрацьовувати інформацію з різних джерел, критично мислити, аналізувати медіаповідомлення та розрізняти факти й оціночні судження. Він уміє використовувати сучасні інформаційно-комунікаційні технології, інструменти штучного інтелекту та спеціалізоване програмне забезпечення для створення, обробки й поширення міжнародного журналістського контенту з дотриманням професійних стандартів, етичних і правових норм, вільно спілкується іноземною мовою з фахових питань, дотримується принципів академічної доброчесності, а також аналізує й прогнозує реакцію вітчизняної та міжнародної аудиторії на інформаційні продукти й комунікаційні акції з урахуванням методів і підходів соціально-комунікаційних наук.

Підсумковими творчими проектами з курсу «Виробництво цифрового контенту / Digital content production» є: 1) створення двомовного мультимедійного матеріалу (напр. лонгриду / трансмедійного сторителінгу актуальної проблематики) з публікацією в медіа; 2) запис

подкаст-проєкту іноземною мовою; 3) підготовка двомовного просвітницького explainer-відео обраної проблематики (перелік орієнтовних тем додається). Модульний контроль здійснюється у форматі моделювання роботи редакції цифрового медіа: студенти працюють у групах по 4–5 осіб із розподілом професійних ролей (журналіст, редактор, фотограф / відеомейкер, продюсер тощо) та створюють матеріали для різних цифрових платформ (сайт, відеохостинг, соціальні мережі).

З метою підвищення мотивації студентів і полегшення підготовки підсумкових проєктів окремі навчальні заняття проводяться у форматі воркшопів і майстер-класів у телерадіостудії, аудіовізуальній студії «KONTENTA», а також у формі зустрічей у пресклубі за участі медіапрактиків — журналістів, дизайнерів, аналітиків, фотографів, зокрема з-за кордону. До презентації підсумкових робіт залучають стейкхолдерів.

Курс розроблено з урахуванням вітчизняних особливостей системи медіаосвіти, актуальних викликів ринку праці, а також досвіду стажування авторів у провідних освітніх і медійних інституціях, у тому числі в Університеті Ланкаширу (Велика Британія), Університеті Ліннея (Швеція), Університеті імені Адама Міцкевича в Познані (Польща), Загребському університеті (Хорватія), а також у межах Академії викладачів журналістики, реалізованої ГО «Український інститут медіа та комунікації» (Deutsche Welle Akademie за підтримки Федерального міністерства економічного співробітництва та розвитку Німеччини (BMZ).

Отже, в результаті вивчення курсу «Виробництво цифрового контенту» студенти вміють: (що?) створювати й адаптувати цифровий контент для різних медіаплатформ; (як?) застосовуючи знання про особливості цифрових форматів і жанрів, принципи мультимедійності, сторителінгу та візуальної комунікації; розробляючи авторські текстові, аудіо-, відео- та мультимедійні матеріали, а також реалізуючи індивідуальні й колективні цифрові медіапроєкти в навчальному середовищі; (навіщо?) з метою ефективної професійної діяльності в сучасних цифрових медіа, з урахуванням потреб медійної аудиторії, специфіки платформ і комунікативних контекстів.

У методичному посібнику подаємо теми і плани занять, завдання для лабораторних робіт, перелік запитань для курсу, додаткові ресурси та систему оцінювання студентських робіт.

МАТЕРІАЛИ ДО ЛАБОРАТОРНИХ ЗАНЯТЬ

Модуль 1. Теоретичні й організаційні питання цифрового продакшену

Тема 1. Цифровізація традиційних медіа та конвергенція

План

1. Історичні етапи розвитку цифрових медіа. Культура цифрових медіа.
2. Конвергенція та кросмедіа як медіатренди ХХІ століття.
3. Економічні переваги принципу конвергенції медіа.
4. Дослідження в галузі кросмедіа: український та зарубіжний досвід.

[Презентація до теми.](#)



Key Terms

- ✓ **Cross-media** – using or involving two or more different forms of media (=ways of communicating information or news to people, such as newspapers, television, or the Internet).
- ✓ **Cross-media journalism** – the strategic use of multiple, complementary media platforms (print, TV, radio, web, social, mobile) to tell a story, using each channel's unique strengths to reach and engage a broader, diverse audience, often creating a cohesive, immersive experience beyond just distributing the same content everywhere.
- ✓ **Digital divide** (digital gap, digital inequality, digital/electronic divide) – the inequality in access to various opportunities (in the economic, social, cultural, and educational spheres) that are exacerbated by unequal access to computer technology. In other words, it is the gap between those who have access to the internet and those who do not.
- ✓ **Digital media** – media in a form that can be stored, read, seen, etc. using a computer, such as news websites, social media, electronic books, and digital video, images, or music.

Лабораторні завдання

1. Відповісти на запитання, взяти участь в обговоренні:
Як пов'язані диджиталізація і мультимедійність?
Які основні переваги й недоліки онлайн-медіа?
Які виклики для журналістів у контексті цифровізації і конвергентності?
Чи є цифрова нерівність проблемою в XXI ст.?
Яка роль цифрових медіа в умовах конфлікту, криз і катастроф?
Які навички потрібні журналісту сьогодні, щоб працювати в цифровому середовищі, і як вони відрізняються від навичок для традиційної журналістики.
2. Проаналізувати відео «Key Differences Between Print and Digital Journalism?» (URL: <https://writeseen.com/blog/key-differences-between-print-and-digital-journalism>). Пояснити основні відмінності між друкованою (print) і цифровою (digital) журналістикою, які ви знайшли у статті та відео. У роботі розкрити такі аспекти: швидкість і способи доставки новин; мультиплатформність і інтерактивність цифрових медіа; взаємодія з аудиторією; економічні моделі й адаптація медіа до цифрового ринку; переваги і недоліки кожного типу журналістики.
3. Ознайомитися з презентацією про актуальні питання журналістської освіти й масмедійної діяльності (URL: <https://prezi.com/p/ifascopind4y/?present=1>). Схарактеризувати сучасні виклики журналістики в контексті цифрової трансформації.

Література до теми

1. Вайшенберг З. Журналістика та медіа: довідник; пер. з нім. П. Демешко, К. Макєєв; за загал. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. Київ : Центр вільної преси, Академія української преси, 2011. 529 с.
2. Крецу І. Н., Гузун М., Василик Л. Підручник з крос-медіа. Schiller Publishing You-se: Bonn / Germany – Sibiu/ Romania. 2015. Sibiu, Strada Mitropoliei. 140 с.
3. Кросмедіа: контент, технології, перспективи : колективна моногр. / за заг. ред. д. н. із соц. ком. В. Е. Шевченко; Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Київ : Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту

журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2017. 234 с.

4. Маєр К. Журналістика: підручник; пер. з нім. В. Климченка, В. Олійника / за заг. ред. В. Іванова. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2022. 300 с.
5. Медіанаративи. Колективна монографія. Дніпро : ЛІРА, 2022. 116 с.
6. Шевченко В. Е Мультимедійний контент: навчальний посібник Київ : ВПЦ «Київський університет», 2017. 239 с.
7. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/>
8. Longman Dictionary. URL: <https://www.ldoceonline.com/>.

Тема 2. Особливості використання цифрових платформ у діяльності українських та міжнародних ЗМІ

План

1. Аналіз цифрових платформ, які використовують українські та міжнародні медіа: «Українська правда», «NV», «Liga.net», «BBC News», «The New York Times», «The Guardian», «Reuters» та ін.
2. Порівняння стратегій поширення контенту.
3. Особливості адаптації журналістських матеріалів до різних платформ (вебсайти, соціальні мережі, месенджери, відеохостинги).
4. Аналіз взаємодії медіа з аудиторією в цифровому середовищі.

Key Terms

- ✓ **Content distribution strategy** – the planned approach to share and promote content across various channels (owned, earned, paid) to ensure it reaches the right audience at the right time, maximising visibility, engagement, and achieving marketing goals, turning great content into valuable business assets through strategic placement, timing, and promotion.
- ✓ **Digital platform** – the online environment that facilitates interactions, transactions, and content sharing among users. These platforms often leverage technologies such as artificial intelligence to enhance user experiences and optimise services.
- ✓ **Multimedia** – using a combination of moving and still pictures, sound, music, and words, especially in computers or entertainment.

- ✓ **Multiplatform journalism** – the expansive view of the news media that focuses on how economic and technological convergence has affected the production, distribution, and consumption of news.

Лабораторні завдання

1. Проаналізувати один із найперших мультимедійних сторителінгів «Snow Fall. The Avalanche at Tunnel Creek» (By John Branch), пояснити його особливості в контексті конвергенції, відмінності від сучасних подібних форматів (URL: <https://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html#/?part=tunnel-creek>).
2. Навести по 2 приклади медіапроектів або видань, які успішно поєднують елементи print і digital, пояснивши, чому.
3. Проаналізувати статтю свого однокурсника (-ці), яку він / вона створили під час навчання на відділенні журналістики. Відповісти на запитання:
Чи є текст найкращим способом розповісти цю історію? Чи можуть бути інші, більш ефективні варіанти?
Чи зрозумілий заголовок?
Чи може читач переглянути зміст і відразу виділити ключову інформацію?
Яку роль відіграє кожен мультимедійний елемент у створенні загального враження про матеріал?
Чи є покликання на матеріали, пов'язані з історією питання? Читачеві доступний бекграунд?
Підсумувати загальні враження у вигляді висновку.

Література до теми

1. Вайшенберг З. Журналістика та медіа: довідник; пер. з нім. П. Демешко, К. Макєєв; за загал. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. Київ : Центр вільної преси, Академія української преси, 2011. 529 с.
2. Кросмедіа: контент, технології, перспективи : колективна моногр. / за заг. ред. д. н. із соц. ком. В. Е. Шевченко; Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Київ : Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2017. 234 с.

3. Маєр К. Журналістика: підручник; пер. з нім. В. Климченка, В. Олійника / за заг. ред. В. Іванова. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2022. 300 с.
4. Медіанаративи. Колективна монографія. Дніпро : ЛІРА, 2022. 116 с.
5. Hayles, N. K. (2012). *How We Think: Digital Media and Contemporary Technogenesis*. Chicago: University of Chicago Press.
6. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/>
7. Gershberg, Z. (2017). Multiplatform journalism. In *The sage encyclopedia of communication research methods* (Vol. 4, pp. 1038-1040). SAGE Publications, Inc, <https://doi.org/10.4135/9781483381411.n359>

Тема 3. Диджитал-платформи Суспільного мовника

План

1. Поняття про суспільне телерадіомовлення.
2. Засади діяльності, функції незалежних мовників.
3. Моделі суспільного телерадіомовлення в різних країнах.
4. Етапи організації Суспільного мовлення в Україні.
5. Розвиток напрямку конвергентних медіаплатформ.
6. Особливості роботи конвергентного ньюзруму Суспільного мовника.

Key Terms

- ✓ **Digital newsroom** – the brand's central online hub for controlling and distributing its story, acting as a dynamic, multimedia resource for journalists, stakeholders, and the public, offering press releases, assets, and company info, unlike static press pages.
- ✓ **Pitching** – the art of sending a brief, personalised proposal (usually an email) to a journalist or editor to persuade them to cover a story, product, event, or idea, aiming to earn earned media coverage rather than paid advertising.
- ✓ **Public service broadcasting** – television and radio programmes that are broadcast to provide information, advice, or entertainment to the public without trying to make a profit.

Лабораторні завдання

1. Опрацювати наукову статтю, пояснити основні положення, ідеї, теорії, концепції, на які спирається авторка.
Кирилова О. Журналістика довгої форми у системі диджитальної медіапрактики / Медіанаративи : колективна монографія. Дніпро : ЛІРА, 2022. 116 с. С. 30–43.
2. Проаналізувати, які цифрові платформи використовує Суспільний мовник (сайт suspilne.media, YouTube, Facebook, Instagram, TikTok, Telegram, подкаст-платформи). Визначити функцію кожної платформи, типи контенту, що там публікуються, та основну цільову аудиторію. Окрему увагу слід звернути на відмінності між регіональними та загальнонаціональними сторінками.
3. Розробити ідею нового аудіо- або відеоформату для диджитал-платформ Суспільного (наприклад, для молодіжної аудиторії). Необхідно описати концепцію, платформу, формат, тривалість та очікуваний ефект для аудиторії.

Література до теми

1. Вайшенберг З. Журналістика та медіа: довідник; пер. з нім. П. Демешко, К. Макєєв; за загал. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. Київ : Центр вільної преси, Академія української преси, 2011. 529 с.
2. Остапа С. В., Міський В. В., Розкладай І. Є. Суспільне мовлення в Україні: історія створення та виклики. Київ: ТОВ «Друкарня Віол», 2018. 156 с.
3. Саморегуляція в українських медіа: як це працює? Із досвіду роботи Комісії з журналістської етики: аналітично-довідковий збірник / за заг. ред. Л. Кузьменко, Л. Куц, О. Погорелова. Київ : Комісія з журналістської етики, 2021. 93 с.
4. Armstrong, M. & Weeds, H. (2005). Public Service Broadcasting in the Digital World. Industrial Organization 0507010, University Library of Munich, Germany.
5. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/>
6. Neff, T., & Pickard, V. (2021). Funding Democracy: Public Media and Democratic Health in 33 Countries. *The International Journal of Press/Politics*, 29(3), 601-627. <https://doi.org/10.1177/19401612211060255> (Original work published 2024)

Тема 4. Організація праці в конвергентному ньюзрумі

План

1. Основні моделі сучасної організації редакції. Поняття «конвергентна редакція», «інтегрована редакція».
2. Централізована розробка тем і розподіл новин за допомогою концепцій Newsdesk і Newsroom.
3. Приклади трансформацій традиційних ньюзрумів у конвергентні.
4. Переваги й недоліки в роботі конвергентних ньюзрумів.

[Туторіал до теми.](#)



- ✓ **Agenda** – a list of issues planned for discussion. In a broader sense, the term is considered within the framework of agenda-setting, or 'agenda theory.' According to this theory, the media influence society even through the topics they choose to cover.
- ✓ **Integrated edition** – a version of software or a learning resource where multiple components, tools, or subjects are combined into a single, unified system for better functionality, ease of use, and a cohesive experience, seen in everything from language learning books with online tools (Beginner's Ukrainian Integrated Edition) to complex IT platforms (NetBrain Integrated Edition) and gaming modpacks (Integrated MC). Essentially, it means bringing separate parts together to work as a whole.
- ✓ **Newsdesk / Newsroom** – the central department in a media organisation (newspaper, television, radio, online media) that collects, processes, edits and distributes news for further publication or broadcast; it is also the place where news journalists work on their stories, as well as the name of media monitoring tools.

Лабораторні завдання

1. Прочитати запропонований матеріал і схематично відобразити структуру мультимедійного ньюзруму NewsHouse 2.0, пояснити переваги й недоліки (URL: <https://stv.detector.media/digital/read/6423/2021-03-25-tetyana->

[kyselchuk-my-bezkompromisno-rizaly-vse-zayve-i-zoseredzhuvalysya-na-sylnykh-storonakh/](https://www.kyselchuk-my-bezkompromisno-rizaly-vse-zayve-i-zoseredzhuvalysya-na-sylnykh-storonakh/)).

2. Пригадати практику на радіо чи в друкованих медіа. Описати модель, за якою працює медіа, пояснити організацію праці в редакції, вигляд ньюзруму.
3. Здійснити огляд кількох ньюзрумів всесвітньо відомих медіа, схематично відобразити їхню структуру.

Література до теми

1. Крецу І. Н., Гузун М., Василик Л. Підручник з крос-медіа. Schiller Publishing You-se: Bonn / Germany – Sibiu/ Romania. 2015. Sibiu, Strada Mitropoliei. 140 с.
2. Маєр К. Журналістика: підручник; пер. з нім. В. Климченка, В. Олійника / за заг. ред. В. Іванова. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2022. 300 с.
3. Марків, О. Т. Медіаменеджмент і медіамаркетинг: концепти, стратегії, практики : навчальний посібник. Український державний університет імені Михайла Драгоманова. електронне видання. Київ : Вид-во УДУ ім. Михайла Драгоманова, 2024. 116 с.
4. Рус-Моль Ш., Шульц Т. Журналістика : посібник / пер. з нім. В. Климченко та В. Олійник; наук. ред. В. Іванов. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2025. 393 с.
5. Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет. Київ : ВД «Києво-Могилянська академія», 2008. 407 с.
6. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/>
7. Multimedia integration. URL: <https://fiveable.me/key-terms/introduction-journalism/multimedia-integration>

Тема 5. Робота з джерелами інформації та фактчекінг у цифровому середовищі

План

1. Опрацювання інформації, джерела, стандарти.
2. Класифікація джерел у журналістиці.
3. Копіпаст, рерайт, ексклюзив.
4. Верифікація джерел.

5. Платформи з ШІ для роботи з інформацією: Perplexity AI, Fake News Debunker by Invid, Google Fact Check Explorer, Media Bias Fact Check, ClaimBuster та ін.

Key Terms

- ✓ **Disinformation** – false information spread deliberately to deceive people.
- ✓ **Malinformation** – information which is based on fact, but removed from its original context to mislead, harm, or manipulate.
- ✓ **Misinformation** – false information, given either by mistake or deliberately.
- ✓ **Post-truth** – relating to a situation in which people are more likely to accept an argument based on their emotions and beliefs, rather than one based on facts.
- ✓ **Verification** – the act of verifying something (= proving or checking that it exists, or is accurate or correct).

Лабораторні завдання

1. Переглянути стрічку новин будь-якого онлайн-медіа і знайти приклади використання різних джерел інформації (прямі, непрямі, ідентифіковані, неідентифіковані, достовірні, недостовірні та ін.). На прикладах журналістських публікацій або відеоматеріалах пояснити можливі варіанти використання анонімних джерел.
2. Прочитати матеріал Отара Довженка «Як писати новини» (URL: <https://medialab.online/news/novyyny1/>). Поміркувати над проблемою достовірної і недостовірної інформації, відповісти на запитання:
Як знайти в події новину? Які критерії вказують на неї?
Як відфільтрувати новину від не-новини?
Хто маскує рекламу під справжню подію?
Що таке новинне сміття?
3. Створити презентацію на основі аналізу матеріалу What is digital media? (Different types, uses and careers) (URL: <https://uk.indeed.com/career-advice/career-development/what-is-digital-media>). Пояснити, що таке цифрові медіа, їх типи та формати; приклади практичного використання; професійні ролі в digital media. Подати особисту оцінку, спираючись на матеріали статті.

Література до теми

1. Горбик Р., Дуцик Д., Шалайський С. Ефективність протидії російській дезінформації в Україні в умовах повномасштабної війни. Аналітичний звіт. ГО «Український інститут медіа та комунікації», 2023. 66 с.
2. Крецу І. Н., Гузун М., Василик Л. Підручник з крос-медіа. Schiller Publishing You-se: Bonn / Germany – Sibiu/ Romania. 2015. Sibiu, Strada Mitropoliei. 140 с.
3. Кросмедіа: контент, технології, перспективи : колективна моногр. / за заг. ред. д. н. із соц. ком. В. Е. Шевченко; Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Київ : Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2017. 234 с.
4. Маєр К. Журналістика: підручник; пер. з нім. В. Климченка, В. Олійника / за заг. ред. В. Іванова. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2022. 300 с.
5. Рус-Моль Ш., Шульц Т. Журналістика : посібник / пер. з нім. В. Климченка та В. Олійник; наук. ред. В. Іванов. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2025. 393 с.
6. Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет. Київ : ВД «Києво-Могилянська академія», 2008. 407 с.
7. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/>

Тема 6. Система журналістських жанрів в диджитал-журналістиці

План

1. Формати цифрового контенту та їхнє застосування в міжнародній журналістській практиці.
2. Інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні жанри в онлайн-медіа.
3. Конвергенція і жанри мультимедіа.
4. Трансформація традиційних жанрів під впливом мультимедійності (immersive storytelling, multimedia longread, VR/AR, gamification, interactive maps, infographics etc.).

[Презентація до теми.](#)

Key Terms

- ✓ **Feature** – an in-depth, narrative-driven journalistic piece that goes beyond basic news facts to explore a topic with rich detail, emotion, and context, often focusing on human interest, profiles, or specific issues to entertain, inform, and connect with readers through storytelling techniques like vivid descriptions and personal anecdotes.
- ✓ **Storytelling** – social and cultural activity consisting of storytelling; in a broad sense, informing about an event through words, images and sounds, often accompanied by improvisation and embellishment; in all cultures, stories are told to entertain, educate, convey cultural characteristics and moral values; a communication, entertainment and marketing technique that uses the media potential of spoken language.
- ✓ **Long-form journalism** – a format of journalism characterised by its large volume, ranging from 1,500 words upwards. Long-form journalism also makes extensive use of multimedia content, but this should not dominate the main text. This format also features a parallax layout (scrolling) and is adapted for reading on various mobile devices (smartphones, tablets, etc.).

Лабораторні завдання

1. Прочитати запропонований текст і запропонувати мультимедійний супровід, зважаючи на порушену в ньому проблему (URL: <https://chytomo.com/na-poltavshchyni-pozbulysia-ostanno-ho-pam-iatnyka-pushkinu/>). Відповідь обґрунтувати.
2. Пояснити засоби привернення уваги аудиторії, зокрема гейміфікацію, у мультимедійному проєкті «Шахта» (URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/shakhta-ochymahirnyka/29841043.html>). Проаналізувати матеріал за схемою:
Чи викликає тема інтерес або бажання дізнатися більше?
Чи охоплює інтереси великої аудиторії?
Чи стосується читачів у районі розповсюдження ЗМІ?
Чи може яка-небудь інформація викликати дискусію?
Чи відповідає матеріал принципам роботи з інформацією?
Яка структура матеріалу?

Чи може публікація комусь зашкодити?

Підсумувати загальні враження у вигляді висновку.

3. Обрати міжнародне онлайн-медіа та визначити приклади щонайменше трьох журналістських жанрів (наприклад, новина, репортаж, інтерв'ю, аналітична стаття, коментар, пояснювальний матеріал), представлених у цифровому форматі. У межах аналізу описати особливості кожного жанру в онлайн-середовищі, звернувши увагу на структуру матеріалу, використання мультимедійних елементів (відео, аудіо, інтерактив, гіперпосилання), адаптацію до платформи та взаємодію з аудиторією. Показати, які риси є спільними з традиційною журналістикою, а які зумовлені специфікою цифрових медіа.

Література до теми

1. Крецу І. Н., Гузун М., Василик Л. Підручник з крос-медіа. Schiller Publishing You-se: Bonn / Germany – Sibiu/ Romania. 2015. Sibiu, Strada Mitropoliei. 140 с.
2. Кросмедіа: контент, технології, перспективи : колективна моногр. / за заг. ред. д. н. із соц. ком. В. Е. Шевченко; Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Київ : Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2017. 234 с.
3. Маєр К. Журналістика: підручник; пер. з нім. В. Климченка, В. Олійника / за заг. ред. В. Іванова. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2022. 300 с.
4. Рус-Моль Ш., Шульц Т. Журналістика : посібник / пер. з нім. В. Климченка та В. Олійника; наук. ред. В. Іванов. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2025. 393 с.
5. Шевченко В. Е. Мультимедійний контент: навчальний посібник Київ : ВПЦ «Київський університет», 2017. 239 с.
6. Longman Dictionary. URL: <https://www.ldoceonline.com/>.
7. Multimedia integration. URL: <https://fiveable.me/key-terms/introduction-journalism/multimedia-integration>

Тема 7. Мультимедійні матеріали у міжнародних новинах: інтеграція тексту, фото, відео та аудіо

План

1. Структура мультимедійного матеріалу в міжнародних онлайн-медіа.
2. Відбір і поєднання різних типів контенту (текст, фото, відео, аудіо).
3. Логіка побудови мультимедійного наративу.
4. Технічні та платформні вимоги до мультимедійних матеріалів.
5. Вплив мультимедійності на сприйняття міжнародних новин аудиторією.
6. Типові помилки під час створення мультимедійних матеріалів.

[Презентація до теми.](#)

Key Terms

- ✓ **Multimedia narrative** – a story told using a combination of different media, like text, images, audio, video, and interactive elements, to create a richer, more immersive, and engaging experience for the audience than a single-format story.
- ✓ **Prime time** – in television and radio broadcasting, the time when the largest number of people are watching or listening.
- ✓ **Stringer** – a photographer or journalist who works for various news companies rather than being employed by a single company.

Лабораторні завдання

1. Прочитати статтю О. Довженка «Як знайти героя для тексту» (URL: <https://medialab.online/news/hero/>). Пригадати власні історії пошуку героїв і поділитися ними з аудиторією.
2. Ознайомитися з презентацією про мультимедійні формати в закарпатських медіа під час війни (URL: <https://prezi.com/p/vormniddfdwu8/?present=1>). Підібрати 2-3 актуальні приклади таких матеріалів у регіональних ЗМІ та схарактеризувати лінгвальні й паралінгвальні засоби привернення уваги, схарактеризувати структуру матеріалу, особливості верстки.

3. Створити власний мультимедійний матеріал на актуальну міжнародну тему (новина або короткий репортаж). Обов'язково інтегрувати текст, фото/графіку, відео та/або аудіо у єдиний цифровий продукт. Продумати логіку подачі: що буде основним, що допоміжним, як медіа підкреслюють один одного. За орієнтир взяти сайт BBC.

Література до теми

1. Крецу І. Н., Гузун М., Василик Л. Підручник з крос-медіа. Schiller Publishing You-se: Bonn / Germany – Sibiu/ Romania. 2015. Sibiu, Strada Mitropoliei. 140 с.
2. Кросмедіа: контент, технології, перспективи : колективна моногр. / за заг. ред. д. н. із соц. ком. В. Е. Шевченко; Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Київ : Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2017. 234 с.
3. Лівін М. Сторітелінг для очей, вух і серця. Київ : Наш формат, 2020. 184 с.
4. Медіанаративи. Колективна монографія. Дніпро : ЛІРА, 2022. 116 с.
5. Шевченко В. Е. Мультимедійний контент: навчальний посібник Київ : ВПЦ «Київський університет», 2017. 239 с.
6. Холл Кіндра. Сторітелінг, який не залишає байдужим; пер. з англ. Оксани Олійник. Київ : Yakaboo Publishing, 2021. 240 с.
7. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/>

Тема 8. Кросмедійні журналістські проєкти

План

1. Застосування на практиці принципів кросмедійності для поширення мультимедійних журналістських матеріалів у цифровому середовищі.
2. Пошук тем і планування крос- і трансмедійних журналістських матеріалів.
3. Створення сценарію історії. Підготовка мультимедійних елементів. Верстка і дизайн.

4. Програми для кросмедійних проєктів: Miro, Notion, Flourish, Figma, Canva, Visme, Readymag, Genially, Datawrapper, Scrollytelling.

[Аудіолекція «Створення лонгрідів із аудіоматеріалами».](#)

Key Terms

- ✓ **Transmedia story** – a story in which individual elements of a larger narrative can be experienced by many different audiences using different technological platforms.
- ✓ **Transmedia storytelling** (transmedia narrative or multiplatform storytelling) – a special type of narrative structure that combines different media formats and platforms to create a deep and multifaceted world that unfolds through different stories and characters. The main idea is to expand and deepen the world of the story by using different communication channels.

Лабораторні завдання

1. Переглянути відео «Радіо Свобода» про професії військових у цивільному житті (URL: <https://www.tiktok.com/@radiosvoboda.org/video/7259437676611357958?fbclid=IwAR0P0g-WEgzH2dj6hQurbu9-zn1QbfkEFF tDFAB2a4jN7AEF92FTkAjEI0>). Поміркувати над розповіддю Героїв. Скласти перелік запитань, які можна було б поставити йому / їй під час інтерв'ю.
2. Описати мультимедійну історію. Скласти план за такими пунктами: тема, фокус, адресат майбутньої історії; опис суті історії; інтрига; персонаж; інформаційний привід (достовірність фактів); запланована модель історії; базовий сюжет для історії.
3. Створити мультимедійний матеріал на основі роботи з даними у форматі конвергентного ньюзруму. Опублікувати на сайті відділення журналістики (URL: <https://mediadep.uzhnu.edu.ua/>).

Література до теми

1. Зелінська А. А. Трансмедійний сторітелінг : навчальний посібник. Київ, Навчально-науковий інститут журналістики, 2024. 128 с.

2. Крецу І. Н., Гузун М., Василик Л. Підручник з крос-медіа. Schiller Publishing You-se: Bonn / Germany – Sibiu/ Romania. 2015. Sibiu, Strada Mitropoliei. 140 с.
3. Кросмедіа: контент, технології, перспективи : колективна моногр. / за заг. ред. д. н. із соц. ком. В. Е. Шевченко; Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Київ : Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2017. 234 с.
4. Лівін М. Сторітелінг для очей, вух і серця. Київ : Наш формат, 2020. 184 с.
5. Медіанаративи. Колективна монографія. Дніпро : ЛІРА, 2022. 116 с.
6. Стекольщикова В., Бідзіля Ю., Соціальні медіа як платформа інтерактивної журналістики нового покоління. *Образ*. 2025. Вип. 3 (49). С. 125–137. [https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.3\(49\)-125-137](https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.3(49)-125-137)
7. Шевченко В. Е . Мультимедійні історії : інтерактивний навчальний посібник. Київ : Інститут журналістики, 2020. 74 с.
8. Холл Кіндра. Сторітелінг, який не залишає байдужим; пер. з англ. Оксани Олійник. Київ: Yakaboo Publishing, 2021. 240 с.
9. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/>

Модуль 2. Цифровий контент у міжнародній журналістиці

Тема 9. Creative and technological process for digital media content

План

1. Research stage: analysis of the audience, trends, and examples from other authors.
2. Analysis and development work and the design solutions/outcomes to the short tasks and projects.
3. Experimentation with formats, styles, tools and technologies.
4. Creation and improvement of content using digital means. Evaluation of results and conclusions for future projects.

Key Terms

- ✓ **Digital media content** – any information existing as digital data, created with technology and delivered via electronic devices, encompassing text, images, audio, and video, like social media posts, videos, podcasts, blogs, and interactive apps, used for communication, marketing, and entertainment.
- ✓ **Media strategy** – a plan for advertising a product or service that includes newspapers, magazines, television, radio, and the internet.
- ✓ **Multimedia integration** – the process of combining various forms of media – such as text, images, audio, and video – into a cohesive presentation that enhances the communication of information.

Лабораторні завдання

1. Complete the task on the interactive whiteboard ‘Miro’ (URL: <https://miro.com/app/board/uXjVM7c6dbQ=/>). From the platforms listed, select those that can be used to create videos in multimedia material.
2. Plan and explain the multimedia elements that can be used to supplement the text about volunteers (URL: <https://mediadep.uzhnu.edu.ua/news/vtomlyuvatysya-ne-mozhna-yak-volonteryat-vykladachi-j-studenty-uzhnu/2023-06-02-4423/>).

3. Review the suggested online publications about Lesya Ukrainka`s routes (URL: https://lesya-ukrainka.localhistory.org.ua/?%20fbclid=IwAR2ynBI0_KnlBZLndeWUdpU_QZpbg_k1yHSTzKrMktASooN2u6HVSFeZnscQ#features). Identify verbal and non-verbal features that attract the reader's attention.

Література до теми

1. Грозна О. Персоналізація контенту сучасних онлайн-медіа: виклики та перспективи. *Grail of Science*, 2024 (41)/ С. 298–300. <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.05.07.2024.048>
2. Крецу І. Н., Гузун М., Василик Л. Підручник з крос-медіа. Schiller Publishing You-se: Bonn / Germany – Sibiu/ Romania. 2015. Sibiu, Strada Mitropoliei. 140 с.
3. Рус-Моль Ш., Шульц Т. Журналістика : посібник / пер. з нім. В. Климченко та В. Олійник; наук. ред. В. Іванов. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2025. 393 с.
4. Сташен Б. Мобільна журналістика: практичний посібник; пер. з нім. В. Климченка / за заг. ред. В. Іванова. Київ : Центр вільної преси, 2021. 260 с.
5. Стекольщикова В., Бідзіля Ю., Соціальні медіа як платформа інтерактивної журналістики нового покоління. *Образ*. 2025. Вип. 3 (49). С. 125–137. [https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.3\(49\)-125-137](https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.3(49)-125-137)
6. Gershon, R.A. (2024). *Digital Media and Innovation: Management and Design Strategies in Communication* (2nd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003294375>
7. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/>

Тема 10. Ethical and legal aspects of producing and distributing digital content in international journalism

План

1. International and national legal norms regulating digital media content.
2. Copyright and related rights in digital journalism materials.
3. Issues of accuracy, balance and responsibility in the creation of digital content.
4. Protection of personal data and privacy in online journalism.
5. Ethical challenges of using digital technologies and artificial intelligence.

6. Analysis of cases of violations of ethical and legal norms in international media.

Key Terms

- ✓ **The Digital Services Act (DSA)** – introduces rules for online services used by European citizens in their everyday life. These services include marketplaces, social media networks, app stores, and online travel and accommodation platforms. The main goal of the DSA is to create a digital space that respects citizens and consumers' fundamental rights. By establishing a clear set of rules across the EU, the DSA also enables smaller platforms, SMEs and start-ups to scale up in Europe, fostering innovation, growth and competitiveness.
- ✓ **Ethical journalism** – the practice of seeking truth and reporting it accurately, fairly, and thoroughly, prioritizing audience trust and public interest over personal or corporate gain, and maintaining independence, transparency, and minimizing harm while covering diverse perspectives.

Лабораторні завдання

1. Prepare a mobile report during a trip to university, work or leisure.
2. Read about Ukrainian photographers Vlad and Konstantin Liberov (URL: <https://vogue.ua/article/lifestyle-amp/kostyantyn-ta-vlada-liberovi-ukrajinski-fotografi-yaki-chesno-i-emocijno-pokazuyut-viynu-49483.html>), and view their Instagram page (URL: <https://www.instagram.com/libkos/>). Explain the specifics of working during wartime and in hot spots, as well as the advantages of using mobile photography.
3. Throughout the week, take photos, record various events in your life on your smartphone and prepare multimedia material or a video essay. Present it to the audience.

Література до теми

1. Крецу І. Н., Гузун М., Василик Л. Підручник з крос-медіа. Schiller Publishing You-se: Bonn / Germany – Sibiu/ Romania. 2015. Sibiu, Strada Mitropoliei. 140 с.

2. Практикум із журналістської етики. Видання 3-тє, доповнене / За заг. ред. О. Погорелова. Київ : Комісія з журналістської етики, 2024. 96 с.
3. Сташен Б. Мобільна журналістика: практичний посібник; пер. з нім. В. Климченка / за заг. ред. В. Іванова. Київ : Центр вільної преси, 2021. 260 с.
4. Ethical Journalism. The New York Time. URL: <https://www.nytimes.com/editorial-standards/ethical-journalism.html>
5. McHugh, Siobhàn. The Power of Podcasting: Telling Stories Through Sound, New York Chichester, West Sussex: Columbia University Press, 2022. <https://doi.org/10.7312/mchu20876>
6. Turillazzi, A., Taddeo, M., Floridi, L., & Casolari, F. (2023). The digital services act: an analysis of its ethical, legal, and social implications. Law, Innovation and Technology, 15(1), 83–106. <https://doi.org/10.1080/17579961.2023.2184136>

Тема 11. Solutions-based journalism on digital-platforms

План

1. What is solutions-based journalism and how does it differ from the traditional approach?
2. Examples of successful stories that changed the audience's attitude.
3. Response to a social problem.
4. Making the response relevant and accessible to others – insight.
5. Evidence – data or qualitative results that show effectiveness.
6. Limitations or gaps of the approach.

Key Terms

- ✓ **Evidence-based journalism (EBJ)** – a rigorous approach where reporters systematically collect, evaluate, and combine all available information – documents, interviews, observations, and data – to build a story, prioritizing verifiable facts and context over unsupported claims or «eminence» (relying on titles) to combat misinformation and build public trust, often by showing their work through publishing sources like transcripts.
- ✓ **Solutions journalism** – an approach to news reporting that focuses on the responses to social issues as well as the problems themselves.

Solutions stories, anchored in credible evidence, explain how and why responses are working, or not working. The goal of this journalistic approach is to present people with a truer, more complete view of these issues, helping to drive more effective citizenship.

Лабораторні завдання

1. Perform content analysis of the publication in «The New York Times» – «Human Contact Is Now a Luxury Good» (URL: <https://www.nytimes.com/2019/03/23/sunday-review/human-contact-luxury-screens.html>). Analyse the text and determine: content type (informative, promotional, educational); tone of voice; structure (hook, main body, CTA); strengths and weaknesses from a digital content perspective.
2. Watch the video «AI-Powered Education: What do modern high school classes look like in China?» (URL: <https://www.youtube.com/watch?v=e45-3q0ImYE>). Answer the questions:
What is the main idea of the video?
What are the advantages of using AI (artificial intelligence) in educational institutions mentioned in the video?
What possible challenges or risks for students/teachers were mentioned?
How convincing and well-founded is the information? Why?
Does the video have the characteristics of promotion, neutral review or critical analysis? Justify your answer.
3. Prepare an extended plan for your own publication on this issue and write a text announcement for social networks, select/create visual content.

Література до теми

1. Маєр К. Журналістика: підручник; пер. з нім. В. Климченка, В. Олійника / за заг. ред. В. Іванова. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2022. 300 с.
2. Як писати про відновлення України у жанрі журналістики рішень : практичний посібник для журналістів / уклад. Матичак Т., Марциновський А. Київ, 2024. 27 с.

3. Gershon, R.A. (2024). Digital Media and Innovation: Management and Design Strategies in Communication (2nd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003294375>
4. Lough, K., & McIntyre, K. (2021). A systematic review of constructive and solutions journalism research. Journalism, 24(5), 1069-1088. <https://doi.org/10.1177/14648849211044559> (Original work published 2023)
5. Thier, K., & Lin, T. (2022). How Solutions Journalism Shapes Support for Collective Climate Change Adaptation. Environmental Communication, 16(8), 1027-1045. <https://doi.org/10.1080/17524032.2022.2143842>

Тема 12. Audio and video content for digital media

План

1. The role of audio content in modern international journalism. Main formats of audio content: podcasts, audio news, audio quotes.
2. Features of preparing audio materials on international topics. Recording and basic editing of audio content for digital media.
3. Formats of short video materials for online platforms. Basics of video shooting for digital media (composition, lighting, sound etc.).
4. Preparation of a script and storyboard for video. Video editing and basic post-processing.
5. Adapting video content to the requirements of different digital platforms.
6. Ethical and legal aspects of using video.

Key Terms

- ✓ **Concept development** – the process of transforming initial ideas for a product, service, or solution into a detailed, testable plan by identifying needs, generating and refining solutions, and validating them with customers to ensure market viability before launch, involving steps like brainstorming, prototyping, and defining features for usability, performance, and value.
- ✓ **Post-processing in media** – the essential stage after capturing raw photos or footage, using software to refine, enhance, and stylise content by adjusting colour, brightness, contrast, removing

imperfections, adding visual effects, and balancing audio to achieve the creator's final artistic vision.

- ✓ **Script** – the manuscript or one of various copies of the written text of a play, motion picture, or radio or television broadcast.
- ✓ **Storyboard** – a series of drawings used to show the planned order of events in a film, television advertisement, etc.

Лабораторні завдання

1. Select one international online media and analyse examples of audio and video content posted on the website or social media. The analysis should identify the type of content (podcast, video explainer, short social media video, interview, etc.), target audience, distribution platform, and presentation features (duration, style, visual or audio elements).
2. Read the article «'It opened up something in me': Why people are turning to bibliotherapy» (URL: <https://www.bbc.com/future/article/20250616-how-bibliotherapy-can-both-help-and-harm-your-mental-health>). Identify the target audience, edit the text so that it is suitable for broadcast on the radio and in a short video format. Retain the key ideas, but change the style.
3. Record a radio interview with an expert in the style of decision journalism. Determine the purpose of the conversation, carefully prepare questions, as well as the introduction of the interlocutor.

Література до теми

1. Абетка візуальної грамотності / Баликін І., Волошенюк О., Чорний О., Федченко О. / за ред. Волошенюк О., Іванова В., Євтушенко Р. Київ : АУП, ЦВП, 2019. 80 с.
2. Мой Д., Ордольфф М. Телевізійна журналістика: Практична журналістика, том 62 / за заг. ред. В. Ф. Іванова; пер. з нім. В. Климченка. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. 234 с.
3. Gershon, R.A. (2024). Digital Media and Innovation: Management and Design Strategies in Communication (2nd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003294375>
4. Hase, V., Boczek, K. & Scharkow, M. (2023) Adapting to Affordances and Audiences? A Cross-Platform, Multi-Modal Analysis of the Platformization of News on Facebook, Instagram, TikTok, and Twitter, Digital Journalism, 11:8, 1499-1520, DOI: 10.1080/21670811.2022.2128389

5. McHugh, Siobhàn. *The Power of Podcasting: Telling Stories Through Sound*, New York Chichester, West Sussex: Columbia University Press, 2022. <https://doi.org/10.7312/mchu20876>
6. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/>

Тема 13. Creating an original digital audio and video project

План

1. Defining the theme and idea of the author's digital project, taking into account the goal and target audience.
2. Conducting research, including analysis of references, current trends, and examples of digital media content. Planning the structure and format of the project with the selection of appropriate digital tools. Creating a script, determining locations, characters, and technical recording equipment.
3. Experimenting with sound, images, editing techniques, and the rhythm of the material presentation. Recording audio or video; editing, sound processing, and visual editing.
4. Experimenting with styles, visual solutions, and techniques for presenting material.
5. Directly creating a digital product. Editing and refining the result. Presenting the finished project and discussing the results.
6. Software: Adobe Audition, Adobe Premiere Pro, DaVinci Resolve, OBS Studio, VN Video Editor, Adobe After Effects, Descript, Spotify for Podcasters.

Key Terms

- ✓ **Audience engagement** – the active connection and interaction between a brand/creator and its audience, moving beyond passive consumption to involve measurable actions like likes, comments, shares, and participation in polls, quizzes, or user-generated content, crucial for building loyalty, driving action, and creating a dynamic relationship by providing value and fostering two-way communication.
- ✓ **Call to Action (CTA)** – something such as a speech, piece of writing, or act that asks or encourages people to take action about a problem; a prompt or instruction designed to get an audience to take a specific,

immediate step, like «Buy Now», «Sign Up», or «Learn More», often appearing as buttons or links in marketing materials to guide users toward a desired outcome, such as a purchase or subscription, and move them further down the customer journey.

- ✓ **Platform-Oriented Content** – to manage digital content within a centralised Content Platform, a sophisticated system (like a Headless CMS) that structures, stores, and delivers content across diverse digital touchpoints (websites, apps, IoT) via APIs, enabling faster, consistent, and scalable omnichannel experiences by decoupling content from presentation. It focuses on reusable content, streamlined workflows (creation, approval, publishing), personalisation, and integrations, moving beyond traditional websites to power all digital experiences.

Лабораторні завдання

1. Explore how BBC Podcasts works on social media. See also its site. The example of 1-2 publications describes the techniques of using multimedia typical of this media. Think and say how social media pages help to promote a radio product.
2. Review the open online course from Pixar on storytelling (URL: <https://www.khanacademy.org/computing/pixar/storytelling>). Prepare your own material based on the recommendations.
3. Create an original explainer video on a topical social, media or technological issue. Prepare a short script with a clear structure (introduction explaining the relevance of the topic, main part with logical and understandable presentation of information, conclusion with a summary or call to action), then record and edit the video. The explanation should be understandable to a non-expert audience, based on verified information, and comply with journalistic standards of accuracy and reliability. The video should be between 1 and 3 minutes long.

Література до теми

1. Крецу І. Н., Гузун М., Василик Л. Підручник з крос-медіа. Schiller Publishing You-se: Bonn / Germany – Sibiu/ Romania. 2015. Sibiu, Strada Mitropoliei. 140 с.
2. Кросмедіа: контент, технології, перспективи : колективна моногр. / за заг. ред. д. н. із соц. ком. В. Е. Шевченко; Інститут журналістики

Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Київ : Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2017. 234 с.

3. Сташен Б. Мобільна журналістика: практичний посібник; пер. з нім. В. Климченка / за заг. ред. В. Іванова. Київ : Центр вільної преси, 2021. 260 с.
4. Hase, V., Boczek, K. & Scharrow, M. (2023) Adapting to Affordances and Audiences? A Cross-Platform, Multi-Modal Analysis of the Platformization of News on Facebook, Instagram, TikTok, and Twitter, *Digital Journalism*, 11:8, 1499-1520, DOI: 10.1080/21670811.2022.2128389
5. McHugh, Siobhàn. *The Power of Podcasting: Telling Stories Through Sound*, New York Chichester, West Sussex: Columbia University Press, 2022. <https://doi.org/10.7312/mchu20876>

Тема 14. Adapting content for different digital platforms (website, social networks, messengers)

План

1. Features of digital content consumption on different platforms.
2. Content requirements for websites, social networks and messengers.
3. Formats and genres of journalistic materials in the platform environment.
4. Adapting text, visual, audio and video content to the specifics of the platform.
5. Headlines, visual elements and message structure for different distribution channels.
6. Publication time and algorithmic features of digital platforms. Interaction with the audience and feedback in the platform environment.
7. Software: YouTube Studio, Anchor, YouTube Analytics, GA4, Adobe Firefly, Descript AI etc.

Key Terms

- ✓ **Adapting content** – modifying it to fit different contexts, devices, audiences, or platforms for better relevance and user experience, such as changing a blog post into a video, localizing it for different cultures, or making it responsive to screen size. It involves transforming

content's format, style, and functionality, rather than just copying, to create personalized and effective communication across channels like mobile, web, or social media.

- ✓ **Content consumption** – the process of engaging with media (reading, watching, listening, scrolling) across various digital platforms, encompassing how people find, absorb, and interact with information like articles, videos, and podcasts, influencing thoughts and behaviors and often happening in quick bursts across multiple devices.

Лабораторні завдання

1. Read the article 'Multimedia, Crossmedia, Transmedia... What's in a name?' (URL: <https://transmediajournalism.org/2014/04/21/multimedia-crossmedia-transmedia-whats-in-a-name/>). Explain the difference between the terms. Find examples for each part of the article.
2. Adapt the video (URL: <https://www.youtube.com/watch?v=JSIkdWxotKw>) for three different digital platforms, for example: media website; social network (Instagram, Facebook, TikTok); messenger or podcast platform.
3. Select a piece of journalism from the BBC website (text, video or audio). Then select three platforms (e.g. Instagram, TikTok, YouTube) and describe: the audience, format, style, interactive elements. Create three versions of the material for the selected platforms. Briefly explain the changes and the expected effect on the audience.

Література до теми

1. Маєр К. Журналістика: підручник; пер. з нім. В. Климченка, В. Олійника / за заг. ред. В. Іванова. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2022. 300 с.
2. Мой Д., Ордольфф М. Телевізійна журналістика: Практична журналістика, том 62 / за заг. ред. В. Ф. Іванова; пер. з нім. В. Климченка. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. 234 с.
3. Рус-Моль Ш., Шульц Т. Журналістика : посібник / пер. з нім. В. Климченко та В. Олійник; наук. ред. В. Іванов. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2025. 393 с.
4. Gershon, R.A. (2024). Digital Media and Innovation: Management and Design Strategies in Communication (2nd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003294375>

5. Hase, V., Boczek, K. & Scharkow, M. (2023) Adapting to Affordances and Audiences? A Cross-Platform, Multi-Modal Analysis of the Platformization of News on Facebook, Instagram, TikTok, and Twitter, Digital Journalism, 11:8, 1499-1520, DOI: 10.1080/21670811.2022.2128389
6. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/>

Тема 15. Fundraising in digital media

План

1. How to ensure the financial sustainability of a media project by combining various sources: grants, donor programmes, subscriptions, crowdfunding, commercial partners.
2. Developing a fundraising strategy for different types of media: online media, magazines, podcasts, multimedia platforms.
3. Ethical aspects: transparency of funding, avoiding conflicts of interest, balancing editorial freedom and sponsor requirements.
4. Writing grant applications and proposals: from structure to budget and impact assessment.
5. Crowdfunding and subscriptions: campaign creation, marketing, and audience engagement. Presenting projects to investors and donors: pitching, storytelling, and demonstrating project value.

Key Terms

- ✓ **Fundraising** – the process of attracting funds and other resources (human, material, informational, etc.) that an organisation cannot provide on its own and that are necessary for the implementation of a specific project or its activities in general.
- ✓ **Income of publishing house / polygraph enterprise** – funds received by an enterprise from the sale of goods and services after deducting expenses. Types of revenue: a) gross revenue (total amount of income from all activities received during the reporting period in monetary, material or intangible forms); b) marginal revenue (change in total revenue (sales) resulting from the sale of an additional unit of output; the difference between revenue and variable costs; the excess of sales revenue over total costs attributable to a specific, average level of sales, analogous to profit);

c) net income – income received by an enterprise after deduction of taxes and fees paid.

Лабораторні завдання

1. Compare different fundraising models in digital media (donations, subscriptions, membership, crowdfunding) and determine for which types of media they are most effective.
2. Describe the income and expenditure sides of a multimedia newsroom (real or fictional), ways of generating additional profit. Suggest several ideas for strengthening the financial base in case of a sudden crisis.
3. Join forces with an online media team and create a set of fundraising materials for digital platforms: a short text appeal to the audience; a post for social media; an idea for a short video or audio message. All materials must comply with journalistic standards and ethical principles.

Література до теми

1. Вайшенберг З. Журналістика та медіа: довідник; пер. з нім. П. Демешко, К. Макєєв; за загал. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. Київ : Центр вільної преси, Академія української преси, 2011. 529 с.
2. Марків, О. Т. Медіаменеджмент і медіамаркетинг: концепти, стратегії, практики : навчальний посібник. Український державний університет імені Михайла Драгоманова. електронне видання. Київ : Вид-во УДУ ім. Михайла Драгоманова, 2024. 116 с.
3. Мудра І., Войтович Н. Фандрайзинг редакцій масмедіа та допомога ЗСУ: аналіз оголошень про фінансові збори на сторінках ЗМІ в телеграмі під час повномасштабного вторгнення росії в Україну. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2023. С. 108–117.
4. Gershon, R.A. (2024). *Digital Media and Innovation: Management and Design Strategies in Communication* (2nd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003294375>

ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ

Засобами оцінювання результатів навчання з дисципліни «Виробництво цифрового контенту / Digital content production» є: екзамен; модульні контрольні роботи; поточне оцінювання, яке включає: практичні завдання зі створення цифрового контенту на лабораторних заняттях, тематичний контроль за результатами самостійної та індивідуальної роботи студентів, зокрема й презентація творчих авторських матеріалів (мультимедійного матеріалу, подкаст-проєкту, explainer-відео), а також підсумковий контроль – у вигляді модульної контрольної роботи та усного екзамену з елементами тестів.

Під час вивчення дисципліни використовуються такі методи: словесні (пояснення, навчальні дискусії), візуальні (презентації), проблемно-пошукові (аналіз журналістської діяльності, симуляція медіаредакції), індуктивні та дедуктивні, інтерактивні (групові проєкти, дискусії).

Студенти будуть виконувати цілеспрямовану самостійну роботу для поглиблення розуміння специфіки предмета, а також перед проведенням лабораторних завдань.

Упродовж семестру буде здійснюватися поточний контроль під час лабораторних занять, тематичний контроль – за результатами самостійної та індивідуальної роботи студентів, а також підсумковий – у вигляді двох підсумкових модульних контрольних робіт і усного екзамену (другий модуль – за участі стейкхолдерів).

Індивідуальна робота студента складається з таких завдань: 1) створення двомовного мультимедійного матеріалу (напр. лонгриду / трансмедійного сторителінгу актуальної проблематики) з публікацією в медіа; 2) запис подкаст-проєкту іноземною мовою; 3) підготовка двомовного просвітницького explainer-відео обраної проблематики (перелік орієнтовних тем – у Додатку А). Перше і друге завдання можуть бути виконані в парі й оцінюються у 20 балів кожне, а третє – індивідуальне, оцінюється в 10 балів, що в максимальній сумі складає 50. Презентація та публічний захист виконаних робіт відбувається за участі стейкхолдерів (викладачі кафедри, випускники, роботодавці, студенти старших курсів).

Загальний рейтинг студента виводиться сумою балів за індивідуальні завдання та поточне тестування й самостійну роботу шляхом виведення середнього арифметичного $(100+100) / 2$.

У цілому знання студентів оцінюються в межах загальноприйнятих норм за національною шкалою ЄКТС:

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ESTS	Оцінка за національною шкалою	
		Для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	Для заліку
90-100	A	Відмінно	Зараховано
82-89	B	Добре	
74-81	C	Задовільно	
64-73	D		
60-63	E		
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання	Не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	Не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

ЛІТЕРАТУРА ДО КУРСУ

Основна література

1. Рус-Моль Ш., Шульц Т. Журналістика : посібник / пер. з нім. В. Климченко та В. Олійник; наук. ред. В. Іванов. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2025. 393 с.
2. Сташен Б. Мобільна журналістика: практичний посібник; пер. з нім. В. Климченка / за заг. ред. В. Іванова. Київ : Центр вільної преси, 2021. 260 с.
3. Jones L, Powar B. S. Going Digital: What It Takes for Smoother Transformations. FT Publishing International. 2022. 168 p. URL: https://books.google.com.ua/books/about/Going_Digital.html?id=0CIPzgEACAAJ&redir_esc=y.
4. Jensen K. B. Media Convergence: The Three Degrees of Network, Mass, and Interpersonal Communication (2nd ed.). Routledge. 2022. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781003199601>.

Допоміжна література

5. Англійська мова для студентів спеціальності «Журналістика» : навчальний посібник / Г. О. Корольок, І. М. Куліш. Черкаси: Вертикаль, видавець Кандич С. Г., 2021. 60 с.
6. Вайшенберг З. Журналістика та медіа: довідник; пер. з нім. П. Демешко, К. Макеев; за загал. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. Київ : Центр вільної преси, Академія української преси, 2011. 529 с.
7. Голуб О. П. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практичний посібник. Інститут масової інформації. Київ: ТОВ «Софія-А», 2016. 184 с.
8. Зелінська А. А. Трансмедійний сторітелінг : навчальний посібник. Київ, Навчально-науковий інститут журналістики, 2024. 128 с.
9. Квіт С. Масові комунікації. Друге видання, виправлене і доповнене. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2018. 352 с.
10. Конвергентний ньюзрум: навчально-методичний посібник для проведення лабораторних занять (для студентів кафедри журналістики) / укл. Толочко Н. В. Ужгород, 2023. 42 с.
11. Крецу І. Н., Гузун М., Василик Л. Підручник з крос-медіа. Schiller Publishing You-se: Bonn / Germany – Sibiu/ Romania. 2015. Sibiu, Strada Mitropoliei. 140 с.
12. Лівін М. Сторітелінг для очей, вух і серця. Київ : Наш формат, 2020. 184 с.

13. Маєр К. Журналістика: підручник; пер. з нім. В. Климченка, В. Олійника / за заг. ред. В. Іванова. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2022. 300 с.
14. Марків, О. Т. Медіаменеджмент і медіамаркетинг: концепти, стратегії, практики : навчальний посібник. Український державний університет імені Михайла Драгоманова. електронне видання. Київ : Вид-во УДУ ім. Михайла Драгоманова, 2024. 116 с.
15. Медіанаративи : кол. моногр. / Марія Бутиріна, Алла Бахметьєва, Оксана Гудошник, Оксана Кирилова, Людмила Хотюн ; Дніпров. нац. ун-т ім. Олеся Гончара. Дніпро : Ліра, 2022. 114 с.
16. Мей К. Інформаційне суспільство. Скептичний погляд. Київ: К.І.С., 2004. 220 с.
17. Мой Д., Ордольфф М. Телевізійна журналістика: практична журналістика / за загал. ред. В. Ф. Іванова; пер. з нім. В. Климченка. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. 234 с.
18. Розкладай І., Субота І., Монастирський О., Петрів О. Медіа майбутнього: працюємо в часи змін: посібник / упоряд. Яценко А., Третяков-Гродзевич О. Центр демократії та верховенства права за підтримки International Media Support. Київ, 2025. 56 с.
19. Словник журналіста : терміни, мас-медіа, постаті / за заг. ред. Ю. М. Бідзілі. Ужгород: ВАТ «Закарпаття», 2007. 224 с.
20. Термінологічний словник видавничого бізнесу: книга редактора : навчальний посібник / укладач В. І. Шпак. Київ : ДП «Експрес-об'ява», 2020. 264 с.
21. Фергюсон Н. Площі та вежі. Соціальні зв'язки від масонів до фейсбуку: пер. з англ. Київ: Наш Формат, 2018. 568 с.
22. Холл Кіндра. Сторітелінг, який не залишає байдужим; пер. з англ. Оксани Олійник. Київ: Yakaboo Publishing, 2021. 240 с.
23. Шевченко В. Е. Мультимедійні історії : інтерактивний навчальний посібник. Київ : Інститут журналістики, 2020. 74 с.
24. Шевченко В. Е. Мультимедійний контент: навчальний посібник Київ : ВПЦ «Київський університет», 2017. 239 с.
25. Як створювати контент для сучасного сайту: від новин до фічерів. Практичні поради журналістам-початківцям. Донецький прес-клуб. GMF (ideas, leadership, hope). 2023. URL: <https://www.jta.com.ua/knowledge-base/yak-stvoriuvaty-kontent-dlia-saytu-porady-dlia-zhurnalistiv-pochatkivtsiv/> (дата звернення: 30.08.2025).
26. Яковець А. В. Телевізійна журналістика: теорія і практика / наук. ред.: С. І. Даниленко. Київ: Києво-Могилянська акад., 2007. 239 с.
27. Eder M., & Sjøvaag H. Falling behind the adoption curve: Local journalism's struggle for innovation in the AI transformation. *Journal of Media Business Studies*. 2025. P. 1–19. DOI: <https://doi.org/10.1080/16522354.2025.2473301>.

28. English for specific purposes – Journalism and Cross-media = Англійська мова для професійних цілей – журналістика та кросмедійність: навч. посібник / укл. Н. М. Виспінська, Т.В. Колісниченко. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю.Федьковича, 2021. 184 с.
29. Gershberg, Z. (2017). Multiplatform journalism. In *The sage encyclopedia of communication research methods* (Vol. 4, pp. 1038-1040). SAGE Publications, Inc, <https://doi.org/10.4135/9781483381411.n359>
30. Gershon, R.A. (2024). *Digital Media and Innovation: Management and Design Strategies in Communication* (2nd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003294375>
31. Hayles, N. K. (2012). *How We Think: Digital Media and Contemporary Technogenesis*. Chicago: University of Chicago Press
32. Impact Report 2025: Good journalism needs allies. Annual Report. International Media Support. URL: <https://www.mediasupport.org/publication/impact-report-2025-good-journalism-needs-allies/> (date of access: 20.08.2025).
33. Jenkins H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: NYU Press. 2006. URL: <https://www.dhi.ac.uk/san/waysofbeing/data/communication-zangana-jenkins-2006.pdf>. (date of access: 12.08.2025).
34. Kafedjiska V. Convergence of digital media and management of production in new conditions. *Knowledge – International Journal*. 2024. 66(1). P 133–136. URL: <https://ikm.mk/ojs/index.php/kij/article/view/7001> (date of access: 3.07.2025).
35. McHugh, Siobhàn. *The Power of Podcasting: Telling Stories Through Sound*, New York, Chichester, West Sussex: Columbia University Press, 2022. <https://doi.org/10.7312/mchu20876>
36. Neff, T., & Pickard, V. (2021). Funding Democracy: Public Media and Democratic Health in 33 Countries. *The International Journal of Press/Politics*, 29(3), 601-627. <https://doi.org/10.1177/19401612211060255> (Original work published 2024)
37. Turillazzi, A., Taddeo, M., Floridi, L., & Casolari, F. (2023). The digital services act: an analysis of its ethical, legal, and social implications. *Law, Innovation and Technology*, 15(1), 83–106. <https://doi.org/10.1080/17579961.2023.2184136>
38. Zecca F. Understanding Media Relations in the Age of Convergence: A Metatheoretical Taxonomy. *Between*. 2020. 10 (20). P. 170-190. DOI: <https://doi.org/10.13125/2039-6597/4277>.

Інформаційні ресурси в мережі Інтернет

39. Академія викладачів журналістики. URL: <https://www.jta.com.ua/>
40. Академія української преси. URL: <https://www.aup.com.ua/>

41. Гугл-академія. URL: <https://scholar.google.com.ua/>
42. Детектор медіа. URL: <https://detector.media/>
43. Інститут масової інформації. URL: <https://imi.org.ua/>
44. Курс для журналістів «English for Journalism». University of Pennsylvania and adapted by FHI 360 for the Online Professional English Network (OPEN), sponsored by the U.S. Department of State. URL: <https://moocs.openenglishprograms.org/courses/342>
45. Медіаграмотність. URL: <https://ms.detector.media/>
46. Медіакритика. URL: www.mediakrytyka.info
47. Навчальний курс МедіаДрайвер. URL: <http://mediadriver.online/>
48. Наукова бібліотека ДВНЗ «Ужгородський національний університет». URL: <http://www.lib.uzhnu.edu.ua/>
49. Наукова електронна бібліотека Національної бібліотеки ім. В. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
50. Просвітницькі курси з медіаграмотності, розроблені у рамках проекту DESTIN. URL: <https://examenarium.sumdu.edu.ua/promo/program/79>
51. Сайт Львівської ННБУ ім. В. Стефаника. URL: <http://aleph.lsl.lviv.ua:8991/F>
52. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/>
53. Coursera. URL: <https://www.coursera.org/>
54. Ethical Journalism. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/editorial-standards/ethical-journalism.html>
55. Longman Dictionary. URL: <https://www.ldoceonline.com/>.
56. Multimedia integration. URL: <https://fiveable.me/key-terms/introduction-journalism/multimedia-integration>

ДОДАТКИ

Додаток А. Перелік орієнтовних тем для індивідуальних проєктів англійською мовою

1. Advantages of digital media.
2. Short videos for social media: narrative and editing features.
3. Documentary history in digital format: combining video, sound and text.
4. Interactive storytelling in the web environment: user experience and engagement.
5. Video storytelling as a tool for social communication in digital media.
6. Creating a video portrait of a person or community.
7. Audio stories for online audiences.
8. The visual identity of a digital project: from concept to implementation.
9. The use of artificial intelligence in digital content production.
10. Digital content as a tool for personal branding.
11. Audiovisual content for educational platforms: development and production.
12. Data storytelling: data visualisation in a multimedia project.
13. Fact-checking and media literacy in digital content creation.
14. Socially significant digital projects: communication and influence.
15. Transmedia storytelling: telling one story on different platforms.
16. Experimental digital content formats: combining technology and creativity.
17. Meme projects as a form of digital communication.
18. Behind the scenes: how to create engaging video content.
19. From idea to viral hit: the creative process of online content.
20. People, algorithms and history: experimenting with AI in creative content.

Додаток Б. Lesson plan «Creating a multimedia project»

1. Greetings. Review of the topic. Questions for discussion:

- Advantages and disadvantages of online media;
- the concepts of 'digitalisation', 'multimedia' and convergence in media;
- opportunities and challenges for journalists in the context of convergence.

Duration of tests and discussion – 10 minutes.

Bloom's taxonomy level – analysis.

2. Presentation. «The transformation of traditional genres under the influence of multimedia. Planning and implementation of original multimedia projects».

Duration – 15-20 minutes.

Bloom's taxonomy level – memorisation and comprehension.

3. Practical exercise. Individual work. Analyse an article by a fellow student published on the department's website, which they created during their studies.

Analysis outline:

- Is text the best way to tell this story? Could there be other, more effective options?
- Is the title clear? Can the reader review the content and immediately identify the key information?
- What role does each multimedia element play in creating the overall impression of the material?
- Are there references to materials related to the history of the issue? Is the background/broader context available to the reader?
- Does each multimedia element contain enough information so that a user who comes across it, for example, through a search engine, can generally understand what it is about?
- Your overall impression of the article.

Duration of completion – 10 minutes.

Level according to Bloom's taxonomy – application.

4. Practical exercise. Group work. To complete the task, students are divided into three groups.

Task for the groups: review the news feeds of Ukrainian online publications, especially regional ones. Select three news items with insufficient coverage.

Propose your own ideas for multimedia news stories that could be created based on the information provided. Discuss.

Duration – 15 minutes.

Level according to Bloom's taxonomy: analysis.

5. Practical exercise. Individual work.

Task: read the text and propose a concept for multimedia material based on the information provided.

Duration – 15 minutes. Based on the discussion, present your idea and explain the multimedia elements (5 minutes).

Bloom's taxonomy level: synthesis.

6. Discussion of the completed

task and feedback from colleagues. Focus of the discussion – features of creating memorable multimedia stories.

Duration – 10 minutes.

Bloom's taxonomy level – analysis and evaluation.

7. Homework. Choose a topic for your own multimedia longread and develop a detailed text plan taking into account multimedia elements.

Duration of task explanation – 5 min.

Task level according to Bloom's taxonomy – synthesis.

Додаток В. План заняття за темою «Робота в конвергентному ньюзрумі» з використанням проектно-орієнтованого підходу

1. Для виконання студенти об'єднуються у групи (по 4-5 осіб).
2. За 15 хв. вони мають порадитися та обрати для своєї мініредакції тему/-и матеріалу /-ів, які зможуть створити протягом заняття. Викладач також пропонує на дошці «Padlet» довільні теми, які реально втілити за визначений час та в межах університету (наприклад, «Харчування студентів», «Корисні / шкідливі звички», «Відзначення Дня науки», «Поради старшокурсників – першокурсникам» тощо). У результаті має вийти грамотний, змістовний, логічно завершений мультимедійний матеріал довільного обсягу.
3. За 15 хв. потрібно скласти план матеріалу та розподілити ролі (наприклад, редактор, журналісти (2), фотограф та ін.). Кожен студент відповідає за свій обсяг роботи та має записати на дошці «Jamboard», що входить до його (її) обов'язків.
4. Наступні 30-40 хв. відведені на збір інформації, «роботу в полі».
5. Для написання текстів (40 хв.) студенти можуть використовувати платформи «Jamboard», «Padlet», «Google Doc». тощо.
6. Протягом 20 хв. відбувається публікація матеріалів із фотографіями, відео, аудіо на сайтах кафедри.
7. Презентація матеріалів – 10 хв. Обмін враженнями на платформ «Mentimeter» (наприклад, хмаринка ключових слів).
8. Оцінювання студентами матеріалів своїх колег – 10 хв. (викладач враховує оцінки в загальний рейтинг за це завдання).

Рівні завдання за таксономією Блума – аналіз, синтез, створення.

Додаток Д. Матриця заняття
Тема «Організація праці в конвергентному ньюзрумі»

Кінцеві цілі: ознайомлення з моделями конвергентного ньюзруму, організацією праці в редакції; моделювання ньюзруму в студентській аудиторії; набуття умінь і навичок роботи в команді та індивідуально над виготовленням масмедійного продукту.

Час	Зміст цілі	Методи	Що необхідно	Приклади, метафори, Роздатковий матеріал
9.40-9.50	Вітання, розминка.	Введення до теми, активізація уваги, стимулювання розумової діяльності.	Поділитися будь-якою історією свого ранку – сьогоdnішнього або звичного (зображення + мінітекст). <i>Рівень за таксономією Блума – запам'ятовування.</i>	Перехід на платформу «Padlet» (URL: https://padlet.com/nkaralkina/padlet-86tkmffhq4nzxjg3).
9.50-10.05	Повторення, тестування.	Актуалізація теми попереднього заняття у формі Kahoot (5-7 питань), а також проведення короткої дискусії після виконання тестів.	Пройти тестування. Усно пояснити переваги й недоліки онлайн-медіа; поняття «диджиталізація», «мультимедійність», конвергенція в медіа; можливості і виклики для журналістів у контексті конвергентності. <i>Рівень за таксономією Блума – розуміння.</i>	Платформа «Kahoot» (URL: https://kahoot.com/schools-u/).
10.05-10.20	Мінілекція «Розподіл обов'язків у конвергентній редакції. Планування й реалізація авторських мультимедійних проєктів».	Оприлюднення навчального матеріалу, здобуття знань, обговорення дискусійних питань.	Записати ключові поняття, моделі редакцій, етапи планування. <i>Рівень за таксономією Блума – запам'ятовування та розуміння.</i>	Презентація «Prezi» (URL: https://prezi.com/view/WCURqfPM1apNfVeXell5/).
10.20-10.35	Групова робота з	Закріплення	Підібрати назву медіа, для якого	Використання дошки «Jamboard» для планування мініредакцій

	обговорення м.	навчально-го матеріалу. Для виконання студенти об'єднуються у три групи (по 5 осіб).	працює конвергентний ньюзрум, визначити мету діяльності, спрямування, структуру. Розподілити ролі (редактор, журналісти (3), фотограф/дизайнер). Кожен студент відповідає за свій обсяг роботи та має записати на дошці, що входить до його (її) обов'язків. Ролі змінюються під час наступних занять. <i>Рівень за таксономією Блума – створення.</i>	(URL: https://jamboard.google.com/d/1-h11Amk3dEufRXO65PR0FFEDO2ptfoelt_z76V9oVzY/viewer?f=0)
10.35-10.55	Індивідуальна робота в рамках створених ньюзрумів.	Закріплення навчально-го матеріалу.	Студентам пропонується перелік вигаданих тем, з-поміж яких вони мають обрати бажані й підготувати невеликі матеріали відповідно до своїх ролей у мультимедійному ньюзрумі. <i>Рівні за таксономією Блума – аналіз та створення.</i>	Схематична верстка головної сторінки онлайн-видання на платформі «Padlet» (шаблон «полотно») (URL: https://padlet.com/nkaralkina/padlet-difm6z6us7fyvvpb4).
10.55-11.00	Підсумок заняття. Домашнє завдання.	Підбиття підсумків, пригадування ключових понять, видів роботи, а також оголошення домашнього завдання.	Обрати тему для власного мультимедійного лонгриду та розробити докладний план тексту, з урахуванням мультимедійних елементів. Тривалість пояснення завдання - 5 хв. <i>Рівень завдання за таксономією Блума – синтез.</i>	Ознайомитися з сайтом кафедри, де потрібно опублікувати матеріал після написання (URL: https://mediadep.uzhnu.edu.ua/).

**Додаток Е. Критерії оцінювання авторського матеріалу в рамках курсу
«Виробництво цифрового контенту / Digital content production»**

Критерії	Максимальний рівень	Середній рівень	Мінімальний рівень	Незадовільний рівень
Актуальність, відповідність формату	Тема актуальна, викликає інтерес, а також є проблемною, узгоджується з форматом (2)	Тема актуальна, викликає інтерес, але не зовсім відповідає обраному формату (1,5)	Тема зловбоденна, утім не розкрита (0,5)	Автор обрав не дуже актуальну тему і формат (0,5)
Архітектоніка матеріалу: наявність всіх важливих частин, логічна, змістова єдність	Структура чітка й обумовлена ідеєю; всі елементи узгоджуються та легко сприймаються (2)	Структура досить чітка, утім є логічні повтори чи збіги; бажано узгодити послідовність (1,5)	Структура порушена, відсутні акценти, тому матеріал складно сприймається (1)	Хаотичність, втрата логічних зв'язків між частинами (0)
Джерела інформації, аргументація	Автор використовує якісні джерела, ретельно опрацьовує інформацію (2)	Джерела інформації сумнівні; різні думки представлено, однак недостатня аргументація (1,5)	Компіляція матеріалу з різних джерел; не всі джерела якісні (1)	Порушено стандарти достовірності, точності (0)
Візуальні доповнення (фото, відео, аудіо, карти, інфографіка тощо) / музичне (звукове) оформлення	Кожен елемент є важливою складовою матеріалу, а також створений автором (2)	Візуальні / звукові елементи (оформлення) актуальні, утім подеколи ускладнюють сприйняття інформації (1)	Візуальні / звукові елементи не зовсім поєднуються зі змістом (0,5)	Відсутні візуальні / аудіоелементи (0)
Мовленнєвий рівень, ступінь розкриття теми	Помилки відсутні чи є незначними, мета досягнута (2)	Автор припускається помилок час від часу, однак розкрив тему (1,5)	У тексті забагато помилок; тема частково розкрита (1)	У тексті дуже багато помилок; мета не досягнута (0,5)
Підсумкова оцінка	10	7	4	1

Додаток Є. Орієнтовний перелік запитань до іспиту

1. Цифрові медіа та які їхні ключові характеристики.
2. Адаптація традиційних медіа до умов цифровізації.
3. Крос-медіа як медіатренд ХХІ століття: сутність і приклади.
4. Основні етапи розвитку цифрових медіа.
5. Концепції «конвергентної редакції» та «інтегрованої редакції».
6. Український і зарубіжний досвід розвитку кросмедійних проєктів.
7. Особливості роботи з джерелами інформації в цифровій журналістиці.
8. Поняття копіпасту, рерайту та ексклюзиву: відмінності та ризики.
9. Основні принципи фактчекінгу в цифровому середовищі.
10. Особливості роботи українських масмедіа з цифровими платформами.
11. Стратегії поширення контенту в міжнародних онлайн-медіа.
12. Взаємодія медіа з аудиторією в цифровому середовищі.
13. Показники ефективності платформної стратегії (охоплення, залученість, швидкість поширення).
14. Поняття «конвергентна» та «інтегрована» редакція.
15. Принципи роботи Newsdesk і Newsroom.
16. Конвергентні медіаплатформи Суспільного мовника. Особливості роботи конвергентного ньюзруму Суспільного мовника.
17. Конвергенція та жанри мультимедійної журналістики.
18. Логіка побудови мультимедійного наративу.
19. Вплив мультимедійності на сприйняття новин міжнародною аудиторією.
20. Поняття кросмедійних і трансмедійних журналістських проєктів.
21. Принципи кросмедійності в цифровому журналістському середовищі.
22. Пошук теми та планування крос- і трансмедійного проєкту.
23. Створення сценарію історії для крос- і трансмедійних форматів.
24. Підготовка мультимедійних елементів для журналістського проєкту.
25. Methods of evaluating digital media content and using results for future projects.
26. Copyright and related rights in digital media: key principles and challenges.
27. Ethical standards of accuracy, balance, and responsibility in digital journalism.
28. Protection of personal data and privacy in online journalism.
29. Ethical risks associated with the use of digital technologies and artificial intelligence.
30. Analysis of typical ethical and legal violations in international digital media.
31. Key principles of solutions-based journalism in digital media.
32. The role of evidence and data in solutions-based journalism.
33. Audience impact and engagement in solutions-based digital stories.

34. Limitations and criticisms of solutions-based journalism.
35. Main formats of audio content in digital media.
36. Stages of producing audio content for digital platforms.
37. Short-form video formats for online journalism.
38. Basics of video shooting for digital media (composition, lighting, sound).
39. Ethical and legal considerations in the use of audio and video materials.
40. Key stages of creating an original digital audio or video project.
41. Defining the concept, theme, and target audience of a digital project.
42. The role of research and references in authorial digital projects.
43. Scriptwriting and storytelling for audio and video formats.
44. Platform-specific requirements for digital journalistic content.
45. Adapting text, visual, audio, and video materials for different platforms.
46. The role of headlines and visual elements in content distribution.
47. Audience interaction and feedback mechanisms in platform environments.
48. Main funding models for digital media projects.
49. Developing a fundraising strategy for different types of digital media.
50. Crowdfunding and subscription models in digital journalism.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
МАТЕРІАЛИ ДО ЛАБОРАТОРНИХ ЗАНЯТЬ	5
Модуль 1. Теоретичні й організаційні питання цифрового продакшену	5
Тема 1. Цифровізація традиційних медіа та конвергенція	5
Тема 2. Особливості використання цифрових платформ у діяльності українських та міжнародних ЗМІ	7
Тема 3. Диджитал-платформи Суспільного мовника	9
Тема 4. Організація праці в конвергентному ньюзрумі	10
Тема 5. Робота з джерелами інформації та фактчекінг у цифровому середовищі	12
Тема 6. Система журналістських жанрів в диджитал-журналістиці	14
Тема 7. Мультимедійні матеріали у міжнародних новинах: інтеграція тексту, фото, відео та аудіо	17
Тема 8. Кросмедійні журналістські проекти	18
Модуль 2. Цифровий контент у міжнародній журналістиці	21
Тема 9. Creative and technological process for digital media content	21
Тема 10. Ethical and legal aspects of producing and distributing digital content in international journalism	22
Тема 11. Solutions-based journalism on digital platforms	24
Тема 12. Audio and video content for digital media	26
Тема 13. Creating an original digital audio and video project	28
Тема 14. Adapting content for different digital platforms (website, social networks, messengers)	30
Тема 15. Fundraising in digital media	32
ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ	34
ЛІТЕРАТУРА ДО КУРСУ	36
ДОДАТКИ	40

УДК 070(100)(076):004.4

T-52

Навчально-методичне видання

Укладачі

Толочко Наталія Валеріївна, кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри журналістики ДВНЗ «УжНУ»

Соломін Євген Олександрович, кандидат наук із соціальних комунікацій,
завідувач кафедри журналістики ДВНЗ «УжНУ»

Виробництво цифрового контенту / Digital content production

Навчально-методичний посібник

Виробництво цифрового контенту / Digital content production :
навчально-методичний посібник до вивчення курсу для студентів ОП
«Міжнародна журналістика» / уклад.: Толочко Н. В., Соломін Є. О. Ужгород,
2025. 50 с.

Формат 60*84/16. Папір офіс. Гарнітура Cambria.

Друк офс. Ум. друк. арк. 1,66.

Тираж 50 прим.