

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЖИТОМИРСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА
Навчально-науковий інститут філології та журналістики
Кафедра журналістики, реклами та PR

Реєстраційний № _____

Дата реєстрації _____

**ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ ПУБЛІКАЦІЙ ДЛЯ ІНТЕРНЕТ-
ВИДАННЯ ЖИТОМИР.INFO**

**Кваліфікаційна (дипломна) робота
здобувача вищої освіти**

першого (бакалаврського) рівня вищої
освіти

спеціальності 061 «Журналістика»

освітньої програми «Журналістика»

41Бд-Журн групи

Соколівської Яни Василівни

Науковий керівник:

Професор кафедри журналістики,
реклами та PR, доктор філологічних
наук, професор

Партико Зіновій Васильович

Рекомендована до захисту
рішенням кафедри журналістики, реклами та PR

Протокол № _____ від «__» _____ 20__ р.

Зав. кафедри _____ Валерій БАШМАНІВСЬКИЙ
(підпис) (ПІБ)

Житомир – 2023

Дата захисту _____

Результат захисту

Оцінка		
за університетською шкалою	за 100 бальною шкалою	за шкалою ECTS

Голова ЕК

(підпис)

(Власне ім'я ПРІЗВИЩЕ)

Члени ЕК

(підпис)

(Власне ім'я ПРІЗВИЩЕ)

(підпис)

(Власне ім'я ПРІЗВИЩЕ)

(підпис)

(Власне ім'я ПРІЗВИЩЕ)

Секретар ЕК

(підпис)

(ПІБ)

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. СТАН РОЗВИТКУ РИНКУ ІНТЕРНЕТ-МЕДІА В УКРАЇНІ ТА СВІТІ	8
1.1. Особливості розвитку світової онлайн-журналістики	8
1.2. Стан ринку Інтернет-медіа в Україні	12
1.3. Особливості розвитку мережових ЗМІ на Житомирщині.....	16
РОЗДІЛ 2. ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОДУКТУ	21
2.1. Чинні стандарти галузі Інтернет-журналістики	21
2.2. Законодавча база розповсюдження серії Інтернет-матеріалів	25
2.3. Кількісна характеристика підготовленого інформаційного продукту та трудомісткість процесу	28
2.4. Технічні та програмні засоби у підготовці й оприлюдненні серії матеріалів	31
РОЗДІЛ 3. СПЕЦИФІКАЦІЯ АУДИТОРІЇ ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯ Житомир.info	34
3.1. Кількісна характеристика реципієнтів видання.....	34
3.3. Якісна характеристика аудиторії.....	36
3.2. Прогнозована частка реципієнтів продукту в контексті видання...	39
РОЗДІЛ 4. ОПИС ПІДГОТОВАНОВОГО ПРОДУКТУ ДЛЯ ІНТЕРНЕТ- ВИДАННЯ ЖИТОМИР.INFO	41
4.1. Джерела інформації, журналістські методи її отримання й опрацювання.....	41
4.2. Авторський задум та ідея	44
4.3. Обґрунтування обраних жанрів для серії матеріалів	46
4.4. Обґрунтування назв матеріалів	50
4.5. Змістова та зображальна концепції публікацій	51

ВИСНОВКИ.....	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	58
ДОДАТКИ.....	63
Додаток А. У Житомирській області повідомляють про роботу ППО, проте повітряну тривогу не оголошено (оновлено)	63
Додаток Б. У центрі Житомира сталася ДТП за участю 4 автомобілів. 65	
Додаток В. У Житомирі на Михайлівській відкрили фотовиставку «Обличчя логістики ЗСУ».....	66
Додаток Г. Поліція шукає вандала, який нівечить дерева у Житомирі, та збирає докази для кваліфікації злочину.....	68
Додаток Г. У житомирській лікарні від коронавірусу померла 86-річна пацієнтка	70
Додаток Д. В центрі Житомира нацгвардійці затримали підозрілого чоловіка, який записував номери автовок.....	71
Додаток Е. У Житомирі відкрився автомагазин «Auto Talisman Family»	72
Додаток Є. На перехресті Великої Бердичівської і Довженка у Житомирі зіткнулися два автомобілі: обійшлося без потерпілих.....	73
Додаток Ж. Ортодонтичне лікування: відповіді на важливі запитання від стоматолога-ортодонта «Комфортної стоматології лікаря Колоса» у Житомирі.....	74
Додаток З. Херсон, який окупували російські війська ще на початку березня, 11 листопада повертається під контроль України.....	78
Додаток И. Довідка про оприлюднення матеріалів.....	80
АНОТАЦІЯ.....	81

ВСТУП

Актуальність дослідження зумовлена урахуванням потреби житомирян, зокрема відчувати себе захищеним, позбутися страху, потреби в приналежності до певної соціальної спільноти, низки пізнавальних потреб.

Суспільна проблема. Підготовлені матеріали стосуються низки суспільних проблем, зокрема безпеки на дорогах, медичних, культурних, екологічних проблем, проблеми цивільного захисту населення тощо.

Об'єкт дослідження – серія з 10 публікацій для Житомир.info, а саме:

1. 1 «У Житомирській області повідомляють про роботу ППО, проте повітряну тривогу не оголошено (оновлено)». (2022). URL: https://www.zhitomir.info/news_210207.html (дата публікації: 12.10.2022)
2. «У центрі Житомира сталася ДТП за участю 4 автомобілів» (2022). URL: https://www.zhitomir.info/news_209703.html (дата публікації: 13.09.2022).
3. «У Житомирі на Михайлівській відкрили фотовиставку «Обличчя логістики ЗСУ»» (2022). URL: https://www.zhitomir.info/news_209533.html (дата публікації: 02.09.2022).
4. «Поліція шукає вандала, який нівечить дерева у Житомирі, та збирає докази для кваліфікації злочину» (2022). URL: https://www.zhitomir.info/news_209458.html (дата публікації: 30.08.2022).
5. «У житомирській лікарні від коронавірусу померла 86-річна пацієнтка» (2022). URL: https://www.zhitomir.info/news_210345.html (дата публікації: 20.08.2022).
6. «В центрі Житомира нацгвардійці затримали підозрілого чоловіка, який записував номери автовок» (2022). URL: https://www.zhitomir.info/news_209124.html (дата публікації: 11.08.2022).
7. «У Житомирі відкрився автомагазин «Auto Talisman Family»» (2022). URL: https://www.zhitomir.info/news_210263.html (дата публікації: 17.08.2022).
8. «На перехресті Великої Бердичівської і Довженка у Житомирі зіткнулися два автомобілі: обійшлося без потерпілих» (2023). URL: https://www.zhitomir.info/news_212923.html (дата публікації: 14.03.2023).
9. «Ортодонтичне лікування: відповіді на важливі запитання від стоматолога-ортодонта «Комфортної стоматології лікаря Колоса» у

Житомирі» (2023). URL: https://www.zhitomir.info/news_213044.html
(дата публікації: 21.03.2023).

10. «Житомиряни в центрі міста святкують звільнення Херсона» (2022). URL: https://www.zhitomir.info/news_210750.html (дата публікації: 11.11.2022).

Предмет дослідження — серія публікацій, які стосуються низки суспільних проблем, зокрема безпеки на дорогах, медичних, культурних, екологічних проблем, проблеми цивільного захисту населення

Мета дослідження – а) часткове вирішення суспільної проблеми; б) оприлюднення підготовлених публікацій у інтернет-виданні Житомир.info.

Відповідно до мети дослідження ми поставили такі **завдання**:

– узагальнити стан розвитку ринку Інтернет-медіа в Україні як сучасної форми комунікації (розділ I.);

– подати техніко-економічні характеристики інформаційного продукту, оприлюднити в Житомир.info (розділ II.);

– охарактеризувати специфіку аудиторії інтернет-видання Житомир.info (розділ III.);

– описати підготовлений продукт для інтернет-видання Житомир.info (розділ IV).

– підготувати 10 публікацій для Інтернет-ЗМІ Житомир.info (додатки).

Методологія дослідження. У ході виконання роботи ми отримали інформацію з різних джерел, таких як прес-релізи, соціальні мережі, свідчення очевидців, інтерв'ю, документи та офіційні заяви від місцевих органів влади, місцевих компаній та інших установ.

Наукова новизна нашої роботи є локальною, адже полягає в тому, що публікації присвячені подіям, які відбуваються на певній території – у місті Житомир.

Практична цінність роботи визначається тим, що підготовлені матеріали стосуються суспільних проблем жителів Житомира, зокрема,

захисту та обороноздатності держави, культурних потреб, медичних, соціальних та інших проблем тощо.

Апробація роботи. Загальна проблематика роботи та окремі її аспекти були апробовані публікацією на тему «Особливості мережевих ЗМІ Житомирщини: провідна тематика та проблеми розвитку» у збірнику X Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих науковців «Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи» (Луцьк, 2023).

Структура роботи – вступ, чотири розділи, висновки, список використаної літератури, додаток (перелік інформаційного продукту, який нараховує 10 матеріалів) та анотації українською й англійською мовами. Загальний обсяг роботи 82 сторінки, основний текст поданий на 56 сторінках.

ВИСНОВКИ

Виконання поставлених завдань дозволило зробити такі висновки:

– Узагальнюючи стан розвитку ринку Інтернет-медіа варто наголосити, що зародження мережевих ЗМІ у світі розпочався ще 1986 р., однак масове поширення онлайн видань припало на 2000-і роки. Усі передові газетні, журнальні видання, радіостанції та телебачення перейшли на конвергентну форму подання інформації. У світі домінуючою формою Інтернет-медіа є новинні сайти, соціальні мережі, відеохостинги та стрімінгові платформи. Однак зростає і кількість ресурсів, спрямованих на дослідження та аналіз, підвищення освітньої кваліфікації та популяризацію культури. Розвиток мережевої медіа-індустрії в Україні розпочався в останні роки 90-их, а 2000 року було засновано перше суто Інтернет-ЗМІ «Українська правда». Від тоді в Україні ринок Інтернет-медіа постійно зростає. вважаємо, що це пов'язано зі збільшенням попиту на інформацію в електронному вигляді та розвитком інтернет-технологій. На сьогоднішній день в Україні функціонує значна кількість ЗМІ, онлайн-каналів, блогів та інших ресурсів Інтернет-медіа. Тому на Житомирщині сьогодні також функціонує понад 20 онлайн-ЗМІ, що підкреслює попит на цей різновид медіа і на регіональному рівні.

– Щодо техніко-економічні характеристики інформаційного продукту, то насамперед варто вказати, що хоча на законодавчому рівні окремого документу, який би регламентував роботу мережевих медіа немає, однак журналісти повинні дотримуватись законів своєї і не тільки сфери, йдеться про такі документи, як Конституція України, ЗУ «Про медіа», ЗУ «Про рекламу». Також журналісти Інтернет-видань повинні дотримуватися і стандартів, що регламентують роботи медіапрацівників, зокрема це Кодекс етики українського журналіста. Наш інформаційний продукт представлений 10 авторськими журналістськими матеріалами, які оприлюднені в межах Інтернет-видання Житомир.info: «У Житомирській області повідомляють про роботу ППО, проте повітряну тривогу не оголошено (оновлено)», «У центрі

Житомира сталася ДТП за участю 4 автомобілів», «У Житомирі на Михайлівській відкрили фотовиставку «Обличчя логістики ЗСУ», «Поліція шукає вандала, який нівечить дерева у Житомирі, та збирає докази для кваліфікації злочину», «У житомирській лікарні від коронавірусу померла 86-річна пацієнтка», «В центрі Житомира нацгвардійці затримали підозрілого чоловіка, який записував номери автівок», «У Житомирі відкрився автомагазин «Auto Talisman Family», «На перехресті Великої Бердичівської і Довженка у Житомирі зіткнулися два автомобілі: обійшлося без потерпілих», «Ортодонтичне лікування: відповіді на важливі запитання від стоматолога-ортодонта «Комфортної стоматології лікаря Колоса» у Житомирі», «Житомиряни в центрі міста святкують звільнення Херсона». Загальний обсяг інформаційного продукту складає 14 сторінок, 18681 знак без пробілів (0,47 авторського аркуша) та фото до кожної публікації.

– Специфіка аудиторії інтернет-видання Житомир.info полягає у тому, що, за даними Google-аналітики, протягом 2022 року вказаний сайт відвідали понад 5 млн користувачів, при цьому було здійснено 27 млн сеансів. Більшість із вказаної аудиторії – постійні читачі (71,6%). Найбільше серед аудиторії видання читачів віком від 35 до 65 років. Так, серед їх лідирує група 35–44 років – у загальному розрізі 22% аудиторії припадає саме на її. Серед читачів кількість чоловіків переважає над кількістю жінок. У зв'язку з тим, що видання висвітлює регіональні проблеми, значна частина аудиторії складається з місцевих жителів та осіб, які цікавляться подіями в Житомирі та його околицях. Серед аудиторії переважають особи з вищою освітою та середнім доходом, що може впливати на їх інтереси та переваги щодо вмісту, який вони споживають на сайті.

– Написання 10 публікацій для регіонального Інтернет-ЗМІ про соціальні проблеми, ситуацію на дорогах, соціальні проекти, медицину тощо забезпечило доступ до інформації для широкої аудиторії та підвищити рівень її обізнаності про життя у місті. Авторський задум та ідея наших публікацій для цього медіа бути спрямовані на задоволення інформаційних потреб

читачів, забезпечуючи зрозумілість та актуальність поданої інформації. Підібрані інформаційні заголовки публікацій, які були переважно короткими (до 10 слів), але одночасно містили достатню кількість інформації, що приверне увагу читачів. Важливо дотримуватися об'єктивності та точності у заголовках, щоб не створювати неправдивих очікувань у читачів. Написано короткий та змістовний текст публікацій, що є простим у сприйнятті та логічно зв'язаним. Важливо забезпечити доступність тексту для різних категорій читачів, використовуючи лаконічні формулювання та уникнення складних термінів. Також було використано ілюстративний матеріал, щоб зробити публікацію більш привабливою для читачів та зрозумілішою. Усі ці аспекти допомогли створити ефективні публікації, які будуть зацікавлювати та задовольняти інформаційні потреби читачів регіонального медіа.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Баранецька А. Д. Інструменти просування інтернет-ЗМІ (регіональні практики). *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*. 2021. № 4. С. 83-90
2. Белецька А. В., Емоційний контент в новинному продукті інтернет-медіа України у часи пост-правди. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2019. Т. 2. С. 11-26.
3. Горчикова А. О. Регіональні медіа в контексті глобалізації (на прикладі телеканалів Рівненщини). *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*. 2015. № 4. С. 64-69
4. Дем'яненко Б. Українська медіакратія: регіональні штрихи до портрета четвертої влади. *Наукові записки [Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України]*. 2009. Вип. 44. С. 380-388.
5. Досенко А. К. Базові аспекти соціальних комунікацій аматорських інтернет-медіа України. *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*. 2015. № 4. С. 18-20
6. Дюжева К. Соціальна інформація в розрізі глобального COVID-карантину в рецепції житомирських медіа: специфіка, форми репрезентації. *Вісник Книжкової палати*. 2021. № 2. С. 19-24.
7. Житомир Онлайн : онлайн-ЗМІ Житомирщини. URL: <https://zhitomir-online.com/> (дата звернення 25.04.2023)
8. Житомир.info : онлайн-ЗМІ Житомирщини. URL: <https://www.zhitomir.info/> (дата звернення 25.04.2023)
9. Журнал Житомира : онлайн-ЗМІ Житомирщини. URL: <https://zhzh.com.ua/> (дата звернення 25.04.2023)
10. Журналістський фах: газетно-журнальне виробництво : навчальний посібник / Т. О. Приступенко, Р. В. Радчик, М. К. Василенко та ін. ; за ред. В. В. Різуна. К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2010. 287 с.

11. Забузова, В. В. Методи дослідження аудиторій масової комунікації: преса, радіо, телебачення та Інтернет. *Наукові записки Києво-Могилянська академія. Соціологічні науки*. 2009. № 1 (№ 96). С. 55-60
12. Закон України «Про медіа» : редакція від 21.03.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>
13. Закон України «Про рекламу» від 3 липня 1996 р. URL: <http://www.ligazakon.ua/> (дата звернення: 4.04.2023)
14. Захарченко А. Інтерактивний навчальний посібник для курсу «Підтримка сайту» для студентів відділення «Видавнича справа та редагування». Тернопіль: Крок, 2014. 198 с.
15. Захарченко А. Серіальна структура наративу інтернет-медіа. *Studia methodologica*. 2017. Вип. 45. С. 103-112.
16. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості: Підручник. 2-ге вид. Львів, 2004. 268 с.
17. Зінченко О. В. Особливості знаково-текстового типу Інтернет-комунікації у контексті різних моделей спілкування. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 12 : Психологічні науки*. 2014. Вип. 45. С. 206-213.
18. Іващук А. А. Трансформація жанрів і проблема їхньої ідентифікації в теорії та журналістській практиці. Гуманітарна освіта у технічних вищих навчальних закладах. 2013. Вип. 27. С. 375-391
19. Ільченко О. А., Бондар Д. В. Маніпулятивні заголовки в сучасному медіапросторі (на матеріалі україномовних інтернет-видань). *Південний архів. Філологічні науки*. 2020. Вип. 84. С. 146-150
20. Ісайкіна О. Інформаційна культура в контексті розвитку сучасного медіапростору та мережевих комунікацій. *Соціум. Документ. Комунікація*. 2021. Вип. 12. С. 171-190
21. Каленич В. М. Інтертекстуальність заголовкових комплексів у медіатекстах. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2022. Вип. 44. С. 130-146.

22. Катеринчук П. М. Інтернет як чинник трансформації глобального медіаринку. *Медіафорум: аналітика, прогнози, інформаційний менеджмент*. 2014. Вип. 2. С. 16-33
23. Кириллова Ю. В. Українська якісна преса: інтелектуальне видання чи масове читання. *Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации»*. 2012. Том 25 (64) № 4. Ч. № 1. С. 298—301
24. Коваль Т. Спасибо, что вы здесь. *Житомир. Info*. 5.11.2016. URL: https://www.zhitomir.info/post_658.html?fbclid=IwAR3fJGHFaLvbbiyvQeJIDHOkccx_5GlZYK0mYl4RpgCBeCAh6WMAhazvxGY (дата звернення: 4.04.2023)
25. Кодекс етики українського журналіста. URL: <http://www.cje.org.ua/ua/code>. (дата звернення: 4.04.2023)
26. Кондрико А. А. Особистісні наративи в контенті інтернет-медіа: актуальні тенденції. *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*. 2013. № 3-4. С. 97-100
27. Конституція України URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 4.04.2023)
28. Кузнецов Д., Сіріньок-Долгарьова К. Жанрова дифузія в контенті регіональних онлайн-медіа. *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*. 2018. № 1. С. 79-83.
29. Лисюк Б. О., Гаман І. А. Тематична структура текстів інтернет-медіа про вакцинацію. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія : Філологія. 2022. Вип. 15. С. 84-87
30. Назаренко К. О. Алгоритми редагування користувачького контенту в інтернет-медіа. *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*. 2018. № 2. С. 75-80
31. Новин менше, розваг більше: рейтинг популярності українських сайтів у червні. *Детектор медіа*. 15 липня. 2022. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/29859/2022-07-15-novyn-menshe-rozvag->

bilshe-reyting-populyarnosti-ukrainskykh-saytiv-u-cherвні/ (дата звернення: 4.04.2023)

32. Онлайн-ЗМІ випередили телебачення й стали основним джерелом інформації для українців — опитування. *Detector.media* . 20.01.2022. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/28839/2022-01-20-onlayn-zmi-vyperedily-telebachennya-y-staly-osnovnym-dzherelom-informatsii-dlya-ukraintsiv-opytuvannya/> (дата звернення: 4.04.2023)

33. Партико З. В. Теорія масової інформації: навчальний посібник. Львів, «ПАІС», 2007. – 122 с

34. Попова В. В. Роль регіональних медіа у формуванні професійного іміджу. *Інформаційне суспільство*. 2013. Вип. 18. С. 81-84

35. Різун В. Специфічні методи дослідження в журналістикознавстві. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Журналістика*. 2013. Випуск 20. С. 18–22.

36. Самуляк О. В. Комунікативні особливості мережевих ЗМІ. *Нац. ун-т «Львів. політехніка», Наук.-техн. б-ка*. Львів : Вид-во Нац. ун-ту «Львів. політехніка», 2012. С. 110–112.

37. Семен Н., Тополюк К. Інноваційна лексика в мові сучасних веб-медіа (на прикладі інтернет-варіанта газети «День»). *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія : Журналістські науки. 2020. Вип. 4. С. 205-210.

38. Сидоренко І. С. Лексичні анормативи у професійному мовленні на прикладі медіатекстів інтернет-видань Донеччини. *Нотатки сучасної науки*. 2023. № 4. С. 21-22.

39. Ситник О. В. Комунікативність композиційно-графічної моделі мережевого медіа як умова створення інформаційно-діяльного простору здійснення комунікації. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2015. Т. 58. С. 140-147

40. Тонкіх І. Ю. Критерії якості контенту інтернет-медіа. *Обрії друкарства*. 2018. № 1. С. 209-217

41. Хімяк О. Українська преса на Американському континенті (кінець XIX – початок XX ст.). *Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку*. Випуск 24, 2012. С. 27–31

42. Цимбаленко Є., К. Соколова Трансформація журналістських жанрів (на прикладі інтернет-медіа). *Інформаційне суспільство*. 2013. Вип. 17. С. 80-83.

43. Blood R. Weblogs: A History and Perspective. Rebecca's Pocket. 7 вересня 2012. URL: http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html
(дата звернення: 4.04.2023)

АНОТАЦІЯ

Соколівська Я. В. Особливості підготовки публікацій для інтернет-видання Житомир.info, спеціальність 061 Журналістика, Житомир, 2023. 73 с.

Об'єкт дослідження – серія публікацій у кількості 10 матеріалів для Житомир.info.

Предмет дослідження – актуальні суспільні проблеми у місті Житомир.

Мета дослідження – оприлюднення підготовлених публікацій у інтернет-виданні Житомир.info. Відповідно до мети дослідження ми поставили такі завдання:

- узагальнити стан розвитку ринку Інтернет-медіа в Україні як сучасної форми комунікації;
- подати техніко-економічні характеристики інформаційного продукту, оприлюднити в Житомир.info;
- охарактеризувати специфіку аудиторії інтернет-видання Житомир.info;
- описати підготовлений продукт для інтернет-видання Житомир.info.

Методологія дослідження. У ході виконання роботи ми отримали інформацію з різних джерел, таких як прес-релізи, соціальні мережі, свідчення очевидців, інтерв'ю, документи та офіційні заяви від місцевих органів влади, місцевих компаній та інших установ.

Наукова новизна нашої роботи належить до локальних, адже полягає в тому, що публікації присвячені подіям, які відбуваються в певній локалізованій території – у місті Житомир. Підготовлені матеріали мають велике значення для читачів, оскільки допомагають зрозуміти, що відбувається в їхньому регіоні, які проблеми і виклики стоять перед місцевою громадою, а також дають змогу дізнатися про цікаві події, ситуацію на дорогах, соціальні проблеми в місті або регіоні.

Практична цінність роботи визначається тим, що підготовлені матеріали стосуються актуальних суспільних проблем жителів Житомира, зокрема,

захисту та обороноздатність держави, культурних потреб, медичних, соціальних та інших проблем тощо.

Ключові слова: Житомир.info, інтернет-медіа, інтернет-ЗМІ, регіональні ЗМІ, публікації для онлайн-ЗМІ, регіональна журналістика, Інтернет-медіа Житомирщини.

ANNOTATION

Sokolivska Ya. V. Peculiarities of preparing publications for the Zhytomyr.info online edition, specialty 061 Journalism, Zhytomyr, 2023. 73 p.

The object of the research is a series of publications in the amount of 10 materials for Zhytomyr.info.

The subject of the research is actual social problems in the city of Zhytomyr.

The purpose of the research is to publish the prepared publications in the online publication Zhytomyr.info. In accordance with the purpose of the study, we set the following tasks:

- summarize the state of development of the Internet media market in Ukraine as a modern form of communication;
- submit the technical and economic characteristics of the information product, publish it in Zhytomyr.info;
- to characterize the specifics of the audience of the Zhytomyr.info online publication;
- describe the prepared product for the Zhytomyr.info online publication.

Research methodology. In the course of the work, we received information from various sources, such as press releases, social media, eyewitness accounts, interviews, documents and official statements from local authorities, local companies and other institutions.

The scientific novelty of our work belongs to local ones, because it consists in the fact that the publications are dedicated to events that take place in a certain localized area - in the city of Zhytomyr. Prepared materials are of great importance

for readers, as they help to understand what is happening in their region, what problems and challenges are facing the local community, and also allow to learn about interesting events, the situation on the roads, social problems in the city or region.

The practical value of the work is determined by the fact that the prepared materials relate to actual social problems of the residents of Zhytomyr, in particular, defense and defense capability of the state, cultural needs, medical, social and other problems, etc.

Keywords: Zhytomyr.info, Internet media, Internet media, regional media, publications for online media, regional journalism, Internet media of Zhytomyr region.