

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ПОЛТАВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА ІМЕНІ ЮРІЯ КОНДРАТЮКА»

Кафедра українознавства, культури та документознавства

Кваліфікаційна робота

ПЕРЕВАГИ ВИКОРИСТАННЯ SMS-СИСТЕМ У ПРОЦЕСІ
ІНТЕГРАЦІЇ МУЛЬТИМЕДІЙНОГО КОНТЕНТУ НА САЙТІ
(НА ПРИКЛАДІ ПП «ПОЛТАВА ТВ»)

Магістрант 6 курсу групи 601-ФД
спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна та
справа»

Яковенко Марк Олександрович

Науковий керівник
к. філол. н., доцент

_____Чередник Людмила Анатоліївна

Завідувач кафедри
д.і.н., професор

_____Передерій Ірина Григоріївна

Полтава 2025

Деканові факультету філології,
психології та педагогіки
Національного університету
«Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»
Анні АГЕЙЧЕВІЙ

студента групи 601- ФД
спеціальності 029 «Інформаційна,
бібліотечна та архівна справа»
Марка ЯКОВЕНКА

ЗАЯВА

Прошу затвердити тему кваліфікаційної роботи «Переваги використання CMS-систем у процесі інтеграції мультимедійного контенту на сайті (на прикладі ПП «ПОЛТАВА ТВ»)».

Науковим керівником прошу призначити Чередник Людмилу Анатоліївну, кандидата філологічних наук, доцента, доцента кафедри українознавства, культури та документознавства.

28.08.2024

Завідувач кафедри УКД

Ірина ПЕРЕДЕРІЙ

Керівник

Людмила ЧЕРЕДНИК

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
Факультет філології, психології та педагогіки
Кафедра українознавства, культури та документознавства
Спеціальність 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри українознавства,
культури та документознавства
_____ Ірина ПЕРЕДЕРІЙ
«__» _____ 2024 року

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРАНТУ

Яковенку Маркові Олександровичу

1. Тема роботи: Переваги використання CMS-систем у процесі інтеграції мультимедійного контенту на сайті (на прикладі ПП «ПОЛТАВА ТВ»)

Керівник роботи кандидат філологічних наук, доцент Чередник Людмила Анатоліївна.

2. Термін подання студентом роботи 13.01.2025

3. Мета та завдання кваліфікаційної роботи: дослідити сутність поняття новинний портал; визначити найпопулярніші CMS-системи; проаналізувати специфіку цифровізації новинних видань; визначити основні переваги систем керування вмістом у процесі інтеграції мультимедійного контенту; розробити рекомендації щодо покращення ефективності роботи порталу новин.

Дата видачі завдання 28.08.2024

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання	Примітки
1	Теоретична частина	01.11.2024- 20.11.2024	25%
2	Аналітична частина	21.11.2024- 06.12.2024	30%
3	Проектна частина	08.12.2024- 20.12.2024	45%
4	Виготовлення ілюстративного матеріалу та підготовка до захисту	22.12.2024- 13.01.2025	100%
5	Захист роботи	20.01.2025	

Студент

Марк ЯКОВЕНКО

Керівник роботи

Людмила ЧЕРЕДНИК

АНОТАЦІЯ

Яковенко М.О. Переваги використання CMS-систем у процесі інтеграції мультимедійного контенту на сайті (на прикладі ПП «ПОЛТАВА ТВ»). Спеціальність 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», спеціалізація «Документознавство та інформаційна діяльність». Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», Полтава, 2025.

У кваліфікаційній роботі досліджено систему керування вмістом WordPress, описано її функціональні можливості, проаналізовано процес інтеграції та налаштування CMS на сайті. Розглянуто діяльність рекламного агентства ПП «ПОЛТАВА ТВ», з'ясовано основні структурні підрозділи, сформульовано мету і завдання підприємства.

Визначено поняття вебсайт та вебпортал, проаналізовано вплив загальних принципів побудови вебсайтів на розробку вебпорталу. Схарактеризовано особливості новинних порталів, визначено основні аспекти існування порталу новин в інтернет просторі. Проведено порівняльний аналіз окремих CMS-систем, а саме: WordPress, HubSpot Content Hub, Joomla, Shopify, Wix, окреслено їх переваги та області застосування. У роботі виявлено основні функційні та інформаційні особливості архітектури новинного сайту, проведено аналіз зарубіжного досвіду щодо цифровізації новинного видання на прикладі «The New York Times». Розроблено портал новин на основі системи WordPress, що містить редактор новин, секцію редагування коментарів, систему керування обліковими записами, інтеграцію сторонніх ресурсів та керування медіафайлами. Описано алгоритм створення новинного порталу із використанням системи керування вмістом.

Ключові слова: вебсайт, портал новин, WordPress, мультимедійний контент, інформаційна архітектура, база даних.

94 с., 31 рис., 60 джерел

ABSTRACT

Yakovenko M.O. The advantages of using the CMS system in the process of integrating multimedia content on the website (on the example of POLTAVA TV).

Speciality 029 «Information, Library and Archives», specialisation «Documentation and Information Activity». National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic», Poltava, 2025.

The qualification work investigates the WordPress content management system, describes its functionality, analyzes the process of integrating and configuring CMS on the site. The activities of the advertising agency of «POLTAVA TV» are considered, the main structural divisions are identified, and the goals and objectives of the enterprise are formulated.

The concepts of website and web portal are defined, the influence of general principles of website construction on the development of a web portal is analyzed. The features of news portals are characterized, and the main aspects of the existence of a news portal in the Internet space are identified. A comparative analysis of individual CMS systems has been conducted, namely: WordPress, HubSpot Content Hub, Joomla, Shopify, Wix, their advantages and areas of application have been outlined. The paper describes the main functional and informational features of the architecture of a news site, analyzes foreign experience in the digitalization of a news publication using the example of «The New York Times». A news portal based on the WordPress system has been developed, which includes a news editor, a comment editing section, an account management system, integration of third-party resources and media file management. The algorithm for creating a news portal using a content management system is described.

Keywords: website, news portal, WordPress, multimedia content, informational architecture, database.

94 p., 31 pics., 60 sources

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ	8
ВСТУП	9
РОЗДІЛ 1. ОСНОВНІ АСПЕКТИ ІСНУВАННЯ ПОРТАЛУ НОВИН В ІНТЕРНЕТ ПРОСТОРИ.....	13
1.1. Вплив загальних принципів побудови вебсайтів на розробку вебпорталу	13
1.2. Функційні та інформаційні особливості архітектури новинного сайту	22
1.3. Найпопулярніші CMS та особливості їх використання	32
РОЗДІЛ 2. СТВОРЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО ЦИФРОВОГО РІШЕННЯ НА ОСНОВІ ІНТЕРАКТИВНОГО ПОРТАЛУ	44
2.1. Вплив мультимедійних функцій на залучення користувачів на прикладі видання «The New York Times».....	44
2.2. Автоматизація та оптимізація процесів контент-менеджменту на ПП «Полтава ТВ».....	52
2.3. Здійснення підготовчих робіт: резервне копіювання, налаштування серверу та встановлення WordPress	58
3.1. Розроблення теми та початкове налаштування новинного порталу.....	63
3.2. Встановлення та налаштування основних плагінів і функцій	66
3.3. Рекомендації щодо оптимізації ефективності роботи новинного порталу	74
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	88

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

CMS (Content Management System) – програмне забезпечення для організації вебсайтів чи інших інформаційних ресурсів

FTP/SFTP (File Transfer Protocol) – стандартний мережевий протокол прикладного рівня, призначений для пересилання файлів між клієнтом та сервером в комп'ютерній мережі

HTTPS (Hyper Text Transfer Protocol Secure) – розширення протоколу HTTP для підтримки шифрування з метою підвищення безпеки

SEO (Search Engine Optimization) – пошукова оптимізація сайту

SMTP – протокол зв'язку, який застосовується з метою пересилання електронних листів із сервера відправника на сервер одержувача

БД – база даних

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. У сучасному світі, в якому цифрові технології набувають дедалі більшого значення, мультимедіа стали невід'ємною частиною процесу використання та поширення інформації. Завдяки інтеграції інтерактивних елементів формується взаємодія з користувачем, незалежно від типу контенту.

Оскільки цифрові платформи стають одним із найефективніших інструментів з-поміж сучасних засобів для комунікації з аудиторією, підприємства, як ніколи раніше, віддають перевагу передусім ефективним методам керування та розповсюдження мультимедійної інформації.

У контексті Інтернет-простору системи керування вмістом стали основним інструментом для реалізації всіх необхідних дій щодо організації, обробки та поширення контенту в якнайшвидший спосіб. Зокрема, інтеграція таких CMS у портали новин, для яких критично важливо швидко оновлювати вміст, відкриває нові можливості для ефективного функціонування та подальшого розвитку таких ресурсів. Оскільки сучасне суспільство дедалі більше покладається на новини у цифровому форматі, важливою темою є розуміння саме того, як CMS можуть оптимізувати роботу із мультимедійним вмістом.

Практичність цього дослідження полягає у постійно зростаючому попиті на мультимедійний контент, що особливо важливо для ЗМІ. Відповідно до того, як із розвитком технологій змінювались канали розповсюдження інформації, зазнали значних змін і процеси отримання та оброблення інформації. Сучасний користувач замість традиційних друкованих та телевізійних засобів, надає перевагу онлайн-платформам та іншим цифровим ресурсам. Відповідно зростає попит на інші формати, такі, насамперед, як відео, зображення, подкасти, інфографіка та інші. З огляду на динамічний характер подання інформацій та наявність певних функційних аспектів інтеграції багатоманітних мультимедійних форматів, постає необхідність у дослідженні CMS та їхніх можливостей ефективного керування вмістом. Враховуючи специфіку індустрії новин, а саме високу якість

мультимедійних функцій та швидкість оновлень в режимі реального часу, стала нагальною потреба в ефективних рішеннях управління контентом. Саме тому актуальність цього дослідження не викликає жодних сумнівів.

Безсумнівно, що в еру інформаційного суспільства, вимоги до контенту постійно й неухильно змінюються пропорційно до розвитку інформаційних технологій. Читачі очікують від новин більшої персоналізації, інтерактивності та привабливості вмісту, який не лише інформує, але й, насамперед, забезпечує насичений користувацький досвід. Завдяки здатності керування широким спектром мультимедійних можливостей, сучасні CMS можуть забезпечити таке використання вебресурсів, забезпечуючи позитивне враження для відвідувачів. Проте разом з цим з'являються певні аспекти, котрі потребують додаткового розгляду, а саме оптимізація процесів керування вмістом, ефективність інтеграції мультимедійних ресурсів, зберігаючи при цьому зручність користування вебсайтом.

Питання, пов'язані з управлінням контентом, широко досліджувалися як в теоретичному, так і в практичному аспектах у наукових доробках як зарубіжних, так і українських учених.

Так, теоретичні аспекти CMS, зокрема, вивчали засновник Усесвітньої павутини Т. Бернерс-Лі, а також Р. Філдинг, Ф. Дж. Вінсент та багато інших.

Практичні аспекти CMS цікавилися Дж. Гріффітс, А. Кларк, Дж. Ресіг, Д. МакЛеллан та ін.

Критичні проблеми, що виникають при розробці та експлуатації системи, а також шляхи їх вирішення досліджували К. Зуль, Р. Столлман, Г. Альберт та ін.

Серед українських науковців вирізняються роботи О. Гриценко, Ю. Кравченка, М. Корж, В. Прохоренко, Г. Заволодько та багато інших.

Мета роботи – проаналізувати переваги використання CMS-систем у процесі інтеграції мультимедійного контенту на сайтах та визначити ключові аспекти їх ефективного застосування.

Завдання роботи:

1. Схарактеризувати основні можливості CMS-систем у роботі з мультимедійним контентом.
2. Вивчити популярні CMS з погляду зручності роботи з мультимедіа.
3. Дослідити можливість створення цифрового рішення для видавництва на основі інтерактивного порталу.
4. Розробити портал новин на основі обраної CMS WordPress, визначити особливості її використання та запропонувати рекомендації щодо оптимізації ефективності роботи ресурсу.

Об'єктом дослідження є процес інтеграції мультимедійного контенту сайту.

Предметом дослідження є CMS-систем як інструмент інтеграції мультимедійного контенту на сайті (на прикладі ПП «ПОЛТАВА ТВ»).

Наукова новизна полягає у систематизації й узагальненні матеріалів щодо використання CMS-систем, їх детальному аналізу та визначенні переваг системи керування вмістом WordPress, на основі якої було створено новинний портал.

Практичне значення результатів. Значення отриманих результатів дослідження полягає у визначенні функціональних особливостей роботи CMS на прикладі порталу новин, із можливістю подальшої оптимізації ресурсу.

Апробація роботи. Результати виконаних наукових розробок з теми «Системи керування вмістом та їх внесок у вебоптимізацію», яка ґрунтується на результатах дослідження кваліфікаційної роботи, було представлено на IX Міжнародній науково-практичній конференції» (м. Полтава, 21 листопада 2024) та опубліковано у вигляді статті:

1. Яковенко М. Системи керування вмістом та їх внесок у вебоптимізацію. Документно-інформаційні комунікації в умовах глобалізації: стан, проблеми та перспективи : матеріали IX Міжнар. наук.-практ. конф., 21 листоп. 2024 р. / редкол. : І.Г. Передерій [та ін.]. Полтава, 2024. С. 298-303.

Структуру кваліфікаційної роботи представлено: вступом, трьома розділами, висновками та списком використаних джерел із 60 найменувань.

Загальний обсяг роботи – 94 сторінки.

РОЗДІЛ 1. ОСНОВНІ АСПЕКТИ ІСНУВАННЯ ПОРТАЛУ НОВИН В ІНТЕРНЕТ ПРОСТОРИ

1.1. Вплив загальних принципів побудови вебсайтів на розробку вебпорталу

У сучасному світі Інтернет відіграє важливу роль у налагодженні спілкування. Просто відкривши веббраузер, ми можемо отримати доступ до різноманітних вебресурсів, включно з вебсайтами та вебпорталами. Варто підкреслити, що сучасні стандарти веброботи шаблонізують процес виробництва цифрового продукту, покриваючи переважну частку постійно зростаючого попиту на інформацію.

Зважаючи на цю тенденцію, сьогодні сайтом можна вважати практично будь-який вебресурс із певною визначеною структурою. Саме тому доволі часто такі терміни як «вебсайт» і «вебпортал» помилково використовуються як синоніми. Однак, насправді, вони відрізняються як за технічними, так і функційними аспектами. Основна відмінність між сайтом та порталом полягає в тому, що перший призначено для надання інформації, а другий уможливорює взаємодію між користувачами та використанням інтерактивних послуг. Крім того, слід зазначити, що з огляду на структуру та обсяг інформації, що обробляється, вебсайти набагато простіші та не такі масштабні, як вебпортали, тому створення та подальше обслуговування сайтів не вимагає високого рівня технічних знань.

На нашу думку, передусім варто ознайомитися з цими поняттями більш детально та окреслити спільне й відмінне між ними.

Найбільш поширеним є визначення вебсайту як «логічно структурованої серії цифрових документів, згрупованих і пов'язаних один з одним за вмістом або функціями для формування онлайн-ресурсу»[13]. Ці сторінки мають певні структурні елементи та, безперечно, містять медіа чи текстові дані. Також варто зазначити, що сайт, як і будь-який інтернет-ресурс, доступний в мережі Інтернет за фіксованим посиланням.

На думку дослідників, з-поміж основних цілей створення сайту можна визначити такі:

1. **Поширення інформації.** Будь-який інтернет-ресурс вважається хорошим демонстраційним матеріалом для широкої аудиторії.

2. **Покращення впізнаваності бренду.** Завдяки правильно сформульованій стратегії SEO можна отримати ефективний інструмент просування, який буде залучати вебтрафік.

3. **Комунікація з імовірними покупцями.** Підтримання зв'язку з цільовою аудиторією є невід'ємною частиною PR-стратегії компанії.

4. **Створення іміджу компанії.** Якісне проектування та розробка значно сприяють підвищенню довіри до компанії та позитивно впливають на її репутацію

5. **Розширення клієнтської бази та збільшення продажів.** За допомогою вебсайту можна набагато швидше продавати товари та рекламувати послуги на цільовому ринку[14].

Важливо також пам'ятати, що залежно від обраної мети, функції вебсайтів також змінюватимуться. Так, залежно від типу контенту слід виділити статичний і динамічний.

Зазвичай, при статичному контенті інформація змінюється дуже рідко, переважно за участю контент-менеджера або розробника, оскільки здебільшого дані на таких сторінках часто отримують безпосередньо з коду. У таких випадках, контент не залежить від взаємодії з користувачем, а сама сторінка виконує переважно інформаційну функцію.

Якщо контент має динамічний характер, то інформація оновлюється на регулярній основі. Цей тип вмісту найчастіше можна побачити в блогах, на сайтах електронної комерції, і переважно в таких випадках вебресурс розробляють на базі якоїсь системи управління контентом.

Важливу роль у розвитку будь-якого інтернет-ресурсу має навігація, що є набором гіперпосилань на інші сторінки та перетворює звичайні цифрові

документи на сайт. Навігація, або меню, присутні на кожному сайті та можуть відрізнятися за складом:

- 1) однорівневі з посиланнями на головні сторінки;
- 2) багаторівневі з посиланнями на дочірні сторінки.

Існує ще один тип меню, який зазвичай використовується на цільових сторінках – у цьому випадку пункти меню служать для навігації розділами вебдокумента.

Неабияке значення має досвід користувача, що передбачає «побудову загальної логіки вебсайту від етапу проєктування до створення анімації та визначення поведінки інтерактивних елементів щодо покращення взаємодії з користувачем під час відвідування сайту»[33].

На нашу думку, важливим етапом нашого дослідження є аналіз різних типів вебсайтів і визначення їх відмінностей та цілей створення. Натепер існує багато різноманітних вебсайтів, але з-поміж них дослідники і практики виділяють три основних типи. Коротко схарактеризуємо їх.

1. **Інформаційні вебсайти.** Їхня основна мета — надати користувачеві необхідну інформацію.
2. **Вебсайти електронної комерції.** Ця категорія містить значно складніші ресурси, які мають постійні оновлення, більшу кількість інтерактивних елементів для взаємодії із користувачем, а також високий рівень захисту, оскільки передбачають можливість проведення різних оплат і використання та обробку персональних даних.
3. **Блоги.** Такі сайти здатні обробляти значну кількість інформації, мають оновлення контенту на постійній основі, чітко розроблену навігаційну систему та надійних захист, оскільки також, як і онлайн-магазин, використовують персональні дані користувачів[37].

Для нашого подальшого дослідження важливим є також аналіз вебпорталу та його основних характеристик.

Як уже зазначалося вище, вебпортал, на відміну від сайту, має більш складну структуру й містить більше функційних елементів. Такі ресурси, зазвичай, підтримують кілька інструментів, які дозволяють користувачам взаємодіяти один з одним і отримувати доступ до більшої кількості даних. Найчастіше портали уможливають авторизацію користувача під своїм іменем або гостьовим акаунтом. Безумовно, створення особистого облікового запису відкриває додаткові можливості для користувачів, зокрема такі, як: коментарі, підписка на інформаційні бюлетені, преміум-контент тощо.

Варто також окреслити найважливіші аспекти, які допомагають розрізнити вебпортали від вебсайтів. Назвемо їх і коротко схарактеризуємо.

1. **Персоналізований контент.** Вебпортали мають різноманітні сервіси, які значно покращують користувацький досвід, оскільки надають інформацію, що більш чітко відповідає запитам відвідувача. Прикладами таких сервісів є «віджети погоди, які можна налаштувати за геолокацією; стрічка рекомендованих новин за переглянутими категоріями; налаштування повідомлень в особистому кабінеті про нові події» та ін.

2. **Авторизація та автентифікація.** Процес створення особистого кабінету, що включає реєстрацію за номером телефону чи електронною поштою.

3. **Інтеграція сторонніх сервісів.** Основною метою є покращення зручності використання та функційності всього порталу. Такі ресурси можуть бути корисні як користувачам, так і власникам порталу. Для відвідувачів – «шляхом інтеграції користувацьких послуг», таких як онлайн-платежі або створення рахунків-фактур на доставку безпосередньо на порталі. Керівники та адміністратори можуть підключати різні корпоративні CRM та ERP, агрегатори і бухгалтерські програми[20].

Слід наголосити, що всі ці характеристики визначають різні типи вебпорталів, про які ми поговоримо далі. Відомо, що існує три основних види вебпорталів, а саме:

- 1) корпоративні;

- 2) новинні;
- 3) електронної комерції [53].

Так, корпоративними, називають такі портали, які «надають персоналізований доступ до програм та інформаційних ресурсів для клієнтів, співробітників або партнерів компанії»[52]. Наприклад, горизонтальні корпоративні портали забезпечують різноманітні бізнес-функції через локальну/глобальну мережу чи Інтернет.

Основною функцією новинних порталів є збір інформації з різних джерел. Тобто вони можуть бути у формі блогів або інтернет-видання новин. Але оскільки це портал, а не сайт, такі ресурси «створюються відповідно до структури вебплатформи, яка діє як «онлайн-платформа», що публікує записи з різних інших джерел новин і блогів»[27]. На таких порталах користувачі можуть отримувати новини з різних джерел в одному місці. Відвідувачі можуть знайти глобальні новини та приєднатися до дискусій з іншими читачами.

Порти електронної комерції виконують роль «посередника між покупцем і виробником, надаючи своєрідні місця для продажу, виконуючи всі зобов'язання, пов'язані з реалізацією товару на цій платформі»[29]. Прикметно, що продавці отримують доступ до своєї «онлайн-крамниці»: можуть додавати нові товари, коригувати ціни, проводити акції, змінювати інформацію, спілкуватися з покупцями через чат і особисті кабінети тощо. Такі портали є спеціальними платформами, які дозволяють відвідувачам купувати товари чи послуги, здійснювати онлайн-платежі, використовувати персоналізований контент.

Новинний вебсайт – це сайт, який «зосереджений переважно на наданні новинного вмісту»[6]. Зазвичай, ним займається одна новинна організація чи ЗМІ. Вебсайти новин публікують статті, відео та інший мультимедійний вміст, пов'язаний з поточними подіями, політикою, розвагами, спортом та іншими темами.

Варто зазначити, що новинний вебсайт не слід плутати з новинним порталом, що слугує своєрідним шлюзом чи центром для доступу до вмісту новин

із різних джерел. Він об'єднує статті новин і вміст із кількох вебсайтів новин і представляє їх в одному місці для доступу користувачів. Новинні портали часто пропонують широкий вибір категорій новин і джерел, що дозволяє користувачам налаштовуватися споживання інформації. Приклади порталів новин включають Google News, Yahoo News і MSN News.

Тобто, можна визначити основну відмінність між новинним вебсайтом і порталом новин. Новинний вебсайт зазвичай зосереджується на створенні та публікації власного новинного контенту, новинний портал діє як платформа, яка збирає новинний вміст із різних джерел, щоб надати користувачам повне уявлення про новинний ландшафт.

Отже, проаналізувавши визначення понять «вебпортал» та «вебсайт», можна стверджувати, що головна відмінність між ними полягає в їхній функціональності. Вебсайт просто представляє інформацію, тоді як вебпортал полегшує взаємодію користувача з програмами та іншими відвідувачами.

З огляду на особливості обох типів ресурсів, можна сказати, що вирішальну роль у створенні вебпорталу мають загальноприйняті правила розробки сайту. Хоча існує багато технічних відмінностей між сайтом і порталом, кожен із цих ресурсів, зрештою, виконуватиме, власне, однакову функцію. Завдяки їм визначається подальший напрямок створення вебпорталу, а в подальшому буде сформовано відповідний функціонал для реалізації конкретних завдань. До прикладу, наведемо фактори, що впливають на розробку сайту та вебпорталу.

Як свідчить практика, створення вебсайту буде найдоцільнішим, якщо він зможе ефективно допомогти досягати більшості бізнес-потреб і цілей, а саме:

- Залучення нової аудиторії та потенційних клієнтів.
- Використання реклами як маркетингового інструменту.
- Постійний зворотній зв'язок з цільовою аудиторією шляхом розміщення та оновлення контенту[25].

Дизайн вебпорталу є найбільш ефективним рішенням, коли ставляться цілі:

- Надання персоналізованого контенту користувачам.

- Побудова комунікацій із широкою аудиторією.
- Автоматизація внутрішніх процесів компанії.
- Керування даними, які переглядають користувачі.
- Консолідація кількох систем в єдиний візуальний дизайн [26].

Тобто, визначення мети значно полегшує вибір щодо створення вебсайту чи вебпорталу, оскільки стає зрозуміло, що всі перераховані вище функційні вимоги до порталу є додатковими, але не обов'язковими, і вони не матимуть прямого впливу на існування вебпорталу. Загалом, функційність, якою повинен володіти вебресурс, врешті-решт і стане визначальним щодо визначення його використання.

Відповідно, функції, які в кінцевому підсумку виконуватиме вебпортал, будуть такими ж, як і в інших онлайн-ресурсах. З-поміж них:

1. **Формування прибутків.** Кожен вебресурс допоможе клієнту отримати максимальну віддачу від реклами, підписки або спонсорського контенту.

2. **Просування бренду.** Успішні онлайн-портали можуть створити асоціацію бренду з надійним джерелом інформації, що допоможе створити надійний імідж і залучити лояльну аудиторію.

3. **Ефект.** За допомогою популярного вебресурсу з широкою аудиторією в певній галузі можна налагоджувати нові зв'язки, партнерські відносини і навіть впливати на громадську думку.

4. **Гнучкість.** Новинні вебсайти пропонують гнучкість у створенні та контенті: регулярна зміна форматів, різноманітність стилів також є ефективним важелем впливу на аудиторію в Інтернеті [14].

Зазначимо, що такі функції притаманні будь-якому інтернет-ресурсу, для створення якого використовуються вебтехнології, які, передусім, базуються на загальних принципах веброзробки. Вони допомагають переконатися, що послуга є функційною, логічною для користувача та ефективною для досягнення поставлених цілей.

Важливо також розглянути, як ці принципи впливають на розробку вебпорталу.

Насамперед, це досвід користувача. Інтуїтивно зрозумілий дизайн значно впливає на загальне враження від відвідування вебпорталу. Сторінки мають бути зрозумілими та простими. Розробка відповідно до загальних принципів UX інтерфейсу забезпечить вільний пошук інформації користувачами та ефективне виконання дій. Цей тип дизайну включає чітку навігацію, послідовний макет і акцент на ключових розділах.

По-друге, логічне оформлення контенту допоможе відвідувачам легко орієнтуватися на сайті. Тобто, інформаційна архітектура покращує зручність використання. Цей фактор містить створення карти сайту, чітко продуману систему категорій і підкатегорій, цілісну навігацію.

Наступним принципом є адаптивний дизайн. У результаті останніх досліджень науковців було встановлено, що «більшість трафіку з-поміж сучасних гаджетів припадає на мобільні пристрої»[21]. Тобто, натеper створення мобільних макетів вже не є чимось особливим, а навпаки, необхідною умовою для успішного функціонування будь-якого інтернет-ресурсу. Адаптивний дизайн гарантує належне відображення вмісту на різних пристроях без порушення макета. Цей принцип відіграє важливу роль у підтримці загальної якості сайту перед відвідувачами. Адаптивний макет реалізовано за допомогою медіазапитів, гнучкої сітки та форматування зображень.

Ще один, не менш важливий принцип – це оптимізація швидкості. Сьогодні чи варто когось переконувати в тому, що не можна недооцінити вплив швидкості сайту. Багато досліджень у цій галузі підтверджують, що якщо сторінка завантажується понад дві секунди, то більшість відвідувачів не будуть чекати, а перейдуть на інший ресурс. Тобто, «максимальна швидкість завантаження має істотний вплив на формування трафіку, а також, що не менш важливо, на ранжування з-поміж пошукових систем» [42]. Підвищення швидкості сайту

містить повний набір внутрішніх дій з оптимізації SEO, включно з налаштування кешування, редагування коду, оптимізації зображень тощо.

З-поміж загальних принципів також варто звернути увагу на доступність сайту. У цьому випадку ми говоримо про його інклюзивність. Портал, адаптований до потреб користувачів з обмеженими можливостями, додає додаткові бали в рейтингу пошукових систем, а також може розширити потенційну аудиторію. Сторінки на таких ресурсах повинні бути доступні з клавіатури, усі функційні елементи, такі як кнопки, посилання, іконки, мають бути позначені відповідно до екранних програм, а також слід враховувати контраст кольорів тощо.

В умовах сьогодення не менш важливим фактором впливу є безпека та захист порталу. Сайт з надійним рівнем безпеки, безсумнівно, викликатиме більшу довіру відвідувачів і позитивно вплине на репутацію компанії. Також варто відзначити, що однією з обов'язкових вимог пошукових систем сьогодні є наявність SSL-сертифіката. Тобто, в сучасних умовах будь-який вебресурс повинен мати хоча б мінімальний рівень безпеки.

Останнім принципом серед загальних принципів розробки вебресурсу є управління контентом. З огляду на зростання популярності CMS їх почали використовувати не тільки для блогів, інтернет-магазинів, а й інших великих проєктів. Існує багато різних CMS, які найкраще підходять для конкретних цілей. Використання таких систем на порталах значно покращує та автоматизує процес оновлення контенту, уможливорює розподілити обов'язки між редакторами. Правильно підібраний функціонал системи управління контентом дозволить швидко редагувати контент, що дозволяє порталу залишатися актуальним.

Підсумовуючи наші дослідження, слід зазначити, що постійний розвиток цифрових технологій спонукає компанії підвищувати якість спілкування з користувачами. Тому особливо важливо використовувати правильну платформу, яка може забезпечити максимальну ефективність онлайн-взаємодій. У цьому випадку такими платформами є вебсайти та вебпортали.

Як уже зазначалося вище, основна особливість, яка відрізняє ці два поняття,— це їхня функційність. Якщо вебпортал надає користувачеві додатки та взаємодію з іншими користувачами, то вебсайт лише презентує клієнту інформацію. Однак неможливо створити якісний портал без дотримання загальних принципів розробки сайту. Тому врахування цих факторів забезпечить стабільний і цілеспрямований подальший розвиток ресурсу. Кожен із зазначених вище принципів сприятиме створенню функційного порталу, гнучкого до потреб споживачів і стійкого до змін у вебсередовищі.

1.2. Функційні та інформаційні особливості архітектури новинного сайту

У сучасну цифрову епоху, коли Інтернет став частиною нашого повсякденного життя, онлайн-новини стрімко набирають популярності серед різних вікових груп і стали основним джерелом інформації для людей у всьому світі.

Як уже говорилося в попередньому розділі, новинні портали – це вебсайти, які збирають вміст із різних джерел і публікують інформацію на різні теми, як-от: політика, спорт, економіка, суспільство тощо. Варто підкреслити, що такі портали є чудовим рішенням для будь-якої новинної організації, яка прагне залучити більше аудиторії та створити онлайн-присутність. Будь-який бізнес може вийти на ринок за допомогою новинних програм або вебсайтів, навіть якщо компанія не друкує газети у звичному паперовому вигляді. Це означає, що онлайн-портал новин є цифровою версією паперового видання, до якого користувачі можуть отримати доступ через Інтернет. Найголовнішими особливостями таких ресурсів є доступність та швидкість оновлення інформації. Тому створення сайту, за свідченням розробників, потребує врахування кількох особливостей:

- 1) по-перше, майбутній портал має обробляти великий обсяг інформації;
- 2) по-друге, він має охоплювати якнайбільшу аудиторію [5].

Завдяки цьому, архітектура таких ресурсів має низку певних функціональних та інформаційних особливостей.

Передусім, технічні властивості новинних порталів безпосередньо залежать від майбутнього контенту, оскільки, зазвичай, на таких платформах публікують пресрелізи, блоги, відеоматеріали, колонки, статті та багато іншого вмісту, пов'язаного з новинами. Тому, враховуючи велику різноманітність наповнення новинних ресурсів, спочатку доцільніше розглянути особливості інформаційного складника архітектури новинного вебсайту.

Поєднання функційності та вмісту в структуру, якою можна легко та інтуїтивно керувати, не є випадковістю. Організації, які створюють цифрові ресурси, мають усвідомлювати важливість інформаційної архітектури, інакше вони ризикують створити чудовий контент, який ніхто не зможе знайти.

Для подальшого дослідження нам необхідно детальніше розглянути поняття «інформаційна архітектура».

Інформаційна архітектура — це термін, який «використовується для опису структури системи, тобто методу поєднання інформації, навігаційних засобів і термінології, яка використовується в системі»[35]. Ефективна інформаційна архітектура забезпечує користувачам логічну навігацію в проекті, що прискорює пошук необхідної інформації. Інформаційна архітектура найчастіше асоціюється з вебсайтами та інтранетами, але її можна використовувати в контексті будь-яких інформаційних структур або комп'ютерних систем.

Відомо, що термін «інформаційна архітектура» вперше ввів Річард Саул Варман у 1975 році. За освітою він був архітектором, але його цікавило, як обробляється, організовується інформація та як за її допомогою передається зміст повідомлення. Спочатку Варман інформаційну архітектуру визначав, як «моделювання шаблонів даних, які роблять весь комплекс зрозумілим» [22]. До 1996 року цей термін майже не використовувався, поки пара бібліотечних науковців Лу Розенфельд та Пітер Морвіль не вжили його у своїх працях. Вони використовували поняття «інформаційна архітектура» для дефініції своєї роботи,

яка стосувалася структурування великомасштабних веб сайтів та інтранетів. У своїй роботі «Information Architecture for the World Wide Web: Designing Large-Scale Web Sites» («Інформаційна архітектура Всесвітнього павутиння: проектування великомасштабних вебсайтів») вони описували цей термін в залежності від галузі застосування, загалом, користуючись чотирма визначеннями. На їхню думку, інформаційна архітектура, – це:

1. «Комбінація схем організації, маркування та навігації в інформаційній системі.
2. Структурний дизайн інформаційного простору для полегшення виконання завдань та інтуїтивно зрозумілого доступу до вмісту.
3. Мистецтво і наука структурування та класифікації веб сайтів та інтранетів, щоб допомогти людям знаходити інформацію та керувати нею.
4. Дисципліна, що розвивається, і спільнота практиків, зосереджена на донесенні принципів дизайну та архітектури до цифрового ландшафту» [19].

Нині інформаційна архітектура описується як план, який розробники та дизайнери використовують для створення цифрових ресурсів загалом.

Відомо, що в сучасному світі створення ефективної інформаційної архітектури передбачає розуміння бізнес-цілей і обмежень, вмісту та потреб людей, які будуть використовувати сайт.

Необхідно також підкреслити, що важливим аспектом побудови інформаційної архітектури цифрового ресурсу компанії є насамперед розуміння бізнес-цілей організації. Дані про її політику, культуру, технології, ресурси та обмеження матимуть важливе значення, у процесі розробки. Тобто, цей складник передбачає формування розуміння контексту, в якому майбутня система буде працювати.

Наступним, не менш важливим складником інформаційної архітектури, є контент. Саме під функційними та інформаційними характеристиками архітектури вебресурсів, ми розуміємо сам контент, тобто його функційність та інформативність. Найефективнішим методом розуміння кількості та якості вмісту,

запропонованого для системи, є проведення його «інвентаризації», яка передбачає збір усього наявного вмісту функціонуючої системи, дані про її власників (організацію) та будь-які зв'язки зі сторонніми ресурсами. Наголосимо, що інвентаризацію також проводять перед процесом міграції контенту з однієї системи до іншої. Урешті-решт на основі всіх зібраних даних, ефективно побудована інформаційна архітектура повинна певним чином відображати спосіб мислення користувачів.

Саме користувачі є третім основним складником інформаційної архітектури, що має відобразити сприйняття контенту користувачами як всього разом, так і кожної окремої частини, які можна поєднати в загальному документі. Тобто, контент має бути доступним з урахуванням не лише його інформаційних та функційних характеристик, а й поведінки користувачів.

Більш детально розглянути сутність інформаційної архітектури можна за допомогою діаграми, зображеної на рис.1.1.



Рис. 1.1 – Схематичне відображення поняття «інформаційна архітектура»

Розроблено автором

Також варто зазначити, що натепер інформаційна архітектура існує в двох основних формах:

1. Інформаційна архітектура «згори-вниз», що передбачає розвиток широкого розуміння бізнес-стратегій і потреб користувачів перед визначенням високорівневої структури сайту, а також детальних взаємозв'язків між вмістом.
2. Інформаційна архітектура «знизу-вгору» яка зумовлена розумінням контенту, поетапністю його створення, щоб визначити, як система зможе підтримувати конкретні вимоги користувача, а потім розгляд структури вищого рівня, що буде безпосередньо необхідною для підтримки цих вимог [35].

Розробники суголосні в тому, що найбільш ефективним буде поєднання цих двох прийомів. Оскільки дизайн, який ігнорує підходи «зверху-вниз», «може спричинити неупорядкований вміст, доступний для пошуку, але він не буде відповідати потребам»[22] користувачів чи компаній. Дизайн, який ігнорує підхід «знизу-вгору», може призвести до сайту, який уможливорює клієнтам знаходити інформацію, але не дозволяє їм відкривати відповідний вміст. Тобто, «обидва способи побудови інформаційної архітектури важливі для створення гнучкого, інформативного та доступного проєкту» [34].

Розглядаючи функційний складник архітектури новинного сайту, варто звернути увагу на таке поняття як «інтерактивність», а саме «інтерактивні функції». У контексті новинної платформи це один із найважливіших аспектів, який необхідно враховувати у процесі створення подібного ресурсу.

На думку науковців, інтерактивні функції – це «додаткові компоненти, за допомогою яких користувачі можуть легко отримати доступ до цих додаткових послуг, а також покращити користувацький досвід під час використання базових елементів сайту» [39]. Саме інтерактивність та контент певним чином формують інший напрямок для створення та розвитку всього ресурсу, адже контент не

матиме сенсу без інтерактивного функціоналу, за допомогою якого користувачі зможуть знаходити та використовувати необхідну інформацію.

Створення інтерактивних елементів зумовлено двома ключовими факторами: контент та вид майбутнього ресурсу. При цьому варто зазначити, що «визначення типу сайту та мети його створення є досить важливим, оскільки в багатьох випадках залежно від різновиду, на різних ресурсах одні й ті самі функційні елементи можуть відігравати різні ролі» [30]. До прикладу, на великих платформах, таких як блоги або інтернет-магазини, навігаційне меню містить посилання на інші сторінки та підсторінки сайту. Тобто, це багаторівневий список з адресами внутрішніх сторінок сайту. Але на лендінгах навігаційне меню може мати такий самий вигляд, як і на інших платформах, проте замість URL такі елементи містять «якоря», а саме ідентифікатор секції цієї ж сторінки, на яку користувача буде перенаправлено під час натискання на цей елемент.

Оскільки предметом нашого дослідження є новинний сайт, тож варто розглянути базову архітектуру саме такого виду інформаційного ресурсу.

Зазвичай, головна сторінка містить секцію з «Екстреними новинами» або ж, мати назву «Останні новини». До інших важливих розділів також належить блок із хронологічним викладом статей, а правильніше, їх короткими описами та посиланнями на повну версію. З-поміж інших часто уживаних складників елементів головної сторінки є секції із подачею новин за категоріями, а також відображення найпопулярніших записів. Звісно, що серед найпоширеніших категорій є політика, спорт, погода, місцеві новини, здоров'я, економіка та технології. Відображених статей оновлюється із кожною публікацією нового матеріалу, тоді як список найпопулярніших новин змінюється відповідно до кількості переглядів окремих записів.

Створюючи архітектуру новинного сайту, задля забезпечення максимальної взаємодії з користувачами, вкрай важливо дотримуватись балансу між функційними та інформаційними функціями. У процесі розроблення завжди варто враховувати всі вищезазначені аспекти, а саме: розуміти мету самої організації під

час створення подібного ресурсу, якісний та кількісний аналіз майбутнього контенту і врахування доступності й користувацької взаємодії із потенційними відвідувачами. Тобто, розгляд функційних особливостей архітектури новинного сайту, як сукупність властивостей, притаманних ресурсу, який оперує великим обсягом даних з їхнім постійними оновленнями, уможлиблює взаємодію між користувачами та підтримує доступ до швидкого редагування контенту. Також можна виділити основні складники реалізації необхідного функціоналу:

- 1) навігаційна система;
- 2) управління вмістом;
- 3) персоналізація;
- 4) адаптивність;
- 5) безпека;
- 6) моніторинг та аналітика [18].

Слід зазначити, що навігація включає створення меню з посиланнями на внутрішні сторінки сайту та категорії новин. Це має бути просто і легко. Наступним елементом навігаційної системи є пошукова форма. Ця функція допоможе користувачам швидко знайти потрібний їм контент відповідно до запиту. Крім того, не менш важливим елементом є, так звані, «хлібні крихти». Це навігаційний засіб, що відображає поточну та попередні сторінки, які відвідав користувач і він є надзвичайно зручним у процесі перегляду підсторінок із багаторівневих списків.

Управління вмістом, насамперед, передбачає інтеграцію системи управління контентом. Вибір та встановлення CMS є чи не найпершим кроком в процесі розробки, оскільки кожна така система має низку певних особливостей, які в подальшому матимуть вплив на доступний функціонал і дизайн сайту. Редагування вмісту за допомогою інструментів CMS передбачає створення та публікацію статей, оновлення інформації, завантаження медіафайлів і багато іншого. До цього розділу також можна віднести маркування записів, рубрикацію

новин та створення тегів. Це значно покращує користувацький досвід, а також доступність в процесі відображення суміжного контенту.

Персоналізація передбачає створення персоналізованого досвіду для користувачів. Замість того, щоб визначати загальний досвід, налаштування вебсайту дозволяє компаніям надавати відвідувачам унікальний досвід, адаптований до їхніх потреб. Рекомендований контент показується користувачам на основі персоналізованих даних.

Також елементом цього розділу є особистий кабінет – додаткова опція, за допомогою якої користувачі можуть створити профіль і зберегти налаштування, підписатися на розсилку, залишити коментарі тощо.

Крім того, важливо знати, що розробка гнучкого дизайну сайту передбачає врахування адаптивності, а також загального обсягу інформації. Визначення швидкості є важливою частиною оптимізації даного виду ресурсу, оскільки кількість контенту та швидкість доступу до нього повинні, насамперед, відповідати потребам користувачів.

В умовах сьогодення одним із ключових аспектів в процесі створення новинного сайту, безсумнівно, є його безпека. Як вже згадувалось раніше, ресурси такого виду використовують персональні дані користувачів, проводять операції з великою кількістю баз даних, а також надають доступ до пошукового функціоналу, який передбачає використання різноманітних форм. У процесі створення новинного сайту необхідно дотримуватись усіх заходів із організації безпеки, що, передусім, передбачає такі дії:

- 1) встановлення безпечного HTTPS з'єднання для захисту даних користувачів;
- 2) налаштування заходів боротьби із спамом;
- 3) шифрування вмісту баз даних;
- 4) мінімізація стороннього впливу у разі проведення дій з боку сервера;
- 5) використання POST методів під час обробки форм та інше[16].

Останніми серед складників реалізації функціоналу новинного сайту є моніторинг та аналітика. Загалом, ці аспекти не є обов'язковими для роботи порталу, однак вони відіграють важливу роль у забезпеченні ефективності всіх виконаних дій, а також за їх допомогою можна створювати певні передумови до подальшого розвитку сайту. Наприклад, такий інструмент як Google Tag Manager – це система керування тегамі, яка дозволяє налаштовувати теги на сайті, не змінюючи при цьому його код.

Або інший приклад. Використовуючи теги Google Analytics, можна відстежувати не лише трафік вебсайту та окремі перегляди сторінок, а й події на сторінці, як-от: «прокручування сторінок, завантаження та натискання кнопок, створення теплової карти та багато іншого»[30]. Для порталів, які призначені першочергово для взаємодії з користувачами, такі інструменти є вкрай важливими для підтримки ефективності сайту, оскільки успіх таких ресурсів залежить, насамперед, від спілкування з відвідувачами.

Розглядаючи інформаційні особливості архітектури новинного сайту, можна сказати, що вони безпосередньо залежать від контенту самого ресурсу. Тобто, це стосується вмісту, який повинен відповідати специфіці самого порталу, запитам та поведінці користувачів, а також загальним правилам наповнення вебресурсу.

До інформаційних особливостей варто віднести такі складники, як:

- 1) макет;
- 2) категоризацію контенту;
- 3) мультимедійну інтеграція;
- 4) відгуки користувачів;
- 5) правову та етичну інформацію [26].

Завжди необхідно пам'ятати, що компоновання контенту є своєрідним узагальненням до всіх виконаних робіт стосовно наявного вмісту. Цей процес передбачає створення чітких та лаконічних заголовків, написання чи виділення короткого опису для секцій із попереднім переглядом статей, а також

акцентування уваги користувачів на цікавих та важливих подіях. До прикладу, створення додаткових розділів з екстремими або найпопулярнішими новинами.

Категоризація контенту тісно пов'язана з компонуванням, оскільки також залежить від наявного вмісту. Проте створення категорій та тегів має бути виконано до безпосередньої розробки сторінок сайту, задля уникнення проблем із навігацією.

Безумовно, що інтеграція мультимедійного вмісту – процес, який вимагає уваги до деталей, особливо тих, які можуть негативно вплинути на ефективність SEO. Це стосується зображень або відео, які доповнюють письмовий вміст, а також інфографіки для візуалізації даних, щоб представити складну інформацію легшим для розуміння способом. У цьому випадку необхідно враховувати обсяг і формат фото- та відеоматеріалів, а також визначати їхні семантичні характеристики, такі як атрибути alt і title. Крім того, цей процес також стосується інтеграції зовнішніх ресурсів, таких як відео з YouTube. Тобто, цей етап містить не тільки додавання мультимедійних матеріалів, а й врахування всіх пов'язаних з ними факторів, які можуть певним чином вплинути на SEO-показники сайту.

Не менш важливим аспектом інформаційної складової новинного порталу є зворотній зв'язок із користувачами. Безпосередньо це стосується додаткового функціоналу сайту, оскільки такі заходи передбачають збір інформації про користувачів. Цей процес «містить створення коротких опитувань, функцій для відгуків, систем оцінювання контенту, а також форм зворотного зв'язку, які, зазвичай, передбачають лише одне чи два поля для заповнення, щоб залишити номер телефону чи мейл електронної пошти» [18].

На ресурсах, які безпосередньо базуються на взаємодії із користувача не варто нехтувати і таким досить важливим чинником, як правова та етична інформація. Це різноманітні ознайомлювальні матеріали, що містять інформацію щодо обробки даних та конфіденційність користувачів, а також юридичні умови, що регулюють використання сайту. Зазвичай, для таких цілей створюють сторінки під назвою «Політика конфіденційності» та «Умови використання».

Крім того, варто зазначити, що важливим є створення сторінок «Про нас» та «Контакти», на яких відвідувачі можуть ознайомитися з місією та командою організації, отримати відповіді на часті запитання або ж зв'язатися за необхідною підтримкою через контактні форми.

Підсумовуючи, варто підкреслити, що функційні та інформаційні особливості архітектури новинного сайту тісно пов'язані між собою і залежать від контенту та взаємодії із користувачами. Гармонійне поєднання цих аспектів гарантує, що новинний сайт зможе не лише ефективно висвітлювати матеріал, але й забезпечувати зручність для користувачів та формувати його позитивний досвід.

1.3. Найпопулярніші CMS та особливості їх використання

Нині, на наше глибоке переконання, уже нікого не потрібно переконувати, що створення та керування вебсайтом є ключовим аспектом цифрової присутності будь-якого бізнесу. Системи управління контентом в умовах сьогодення стали важливою частиною цього процесу. Саме тому варто з'ясувати термін «система керування контентом».

На думку науковців і практиків, (CMS) – це «програмне забезпечення або набір пов'язаних програм, які використовуються для створення цифрового контенту та керування ним»[45].

З огляду на це визначення, стає зрозумілим, що CMS «прискорює редагування та публікацію контенту, а також значно полегшує процес його створення»[29]. Це зумовлено тим, що для звичайної роботи з цим програмним забезпеченням не є обов'язковим знання коду, на відміну від класичної розробки. Натомість, переважна кількість сучасних CMS пропонують зручний інтерфейс, що уможливорює користувачам з мінімальними технічними навичками повністю редагувати контент на сайті.

Сьогодні існує чимало систем керування контентом, які мають свої переваги та недоліки. Однак перед тим, як робити порівняльну характеристику окремих

CMS, варто більш детально ознайомитися з основними особливостями використання саме цього виду програмного забезпечення, а також окреслити основні класифікації сучасних систем.

Слід також наголосити, що для систем керування контентом притаманна - низка певних функцій, головним завданням яких є оптимізація процесу керування вмістом. Оскільки розуміння такого функціоналу має вирішальне значення у процесі побудови цифрової стратегії, тому ми й схарактеризуємо найголовніші особливості, які й покладено в основу сучасної моделі системи управління контентом.

Передусім варто підкреслити, що головною особливістю будь-якої CMS є можливість створювати та редагувати контент. Під час установки такої системи користувач, зазвичай, отримує зручний інтерфейс, часто містить різноманітні редактори, які уможливають легке редагування тексту, вставки зображень і посилань, як це зrealізовано в текстовому процесорі. Безумовно, для більшості потреб бізнесу ця простота має ключову роль у виборі рішення для підтримки цифрового ресурсу, оскільки дає можливість користувачам без технічного досвіду керувати сайтом. Деякі платформи пропонують версії вмісту для публікацій. За допомогою цієї функції користувач може переглядати кількість редагувань публікації, вибирати попередні версії редагувань і вносити виправлення, а також планувати та автоматично публікувати вміст. Такі функції корисні для підтримки послідовної стратегії вмісту та залучення аудиторії в оптимальний час. До найпопулярніших CMS з такими можливостями відносяться WordPress, Drupal, Contentful. З-поміж менш популярних: Kentico, Sitecore.

Для прикладу наведемо приклад, як виглядає сторінка редагування запису в системі керування вмістом з відкритим кодом WordPress (рис. 1.2):

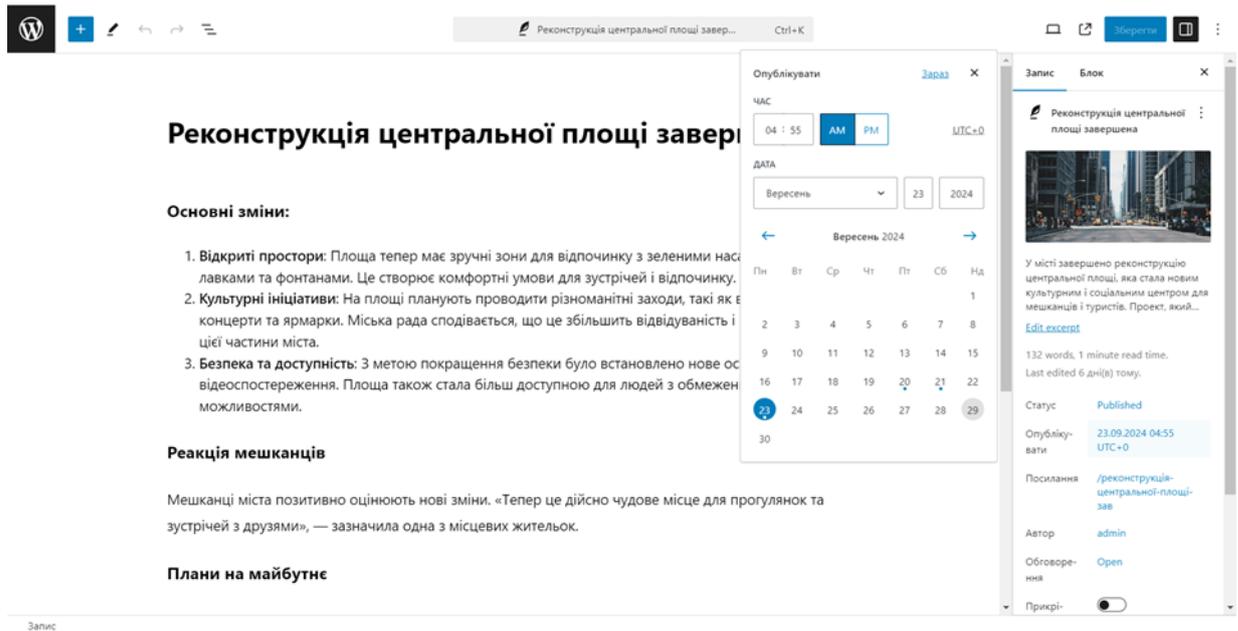


Рис. 1.2 – Видгляд панелі редагування сторінки платформи WordPress
Розроблено автором

На цьому рисунку видно можливості, які надає стандартний функціонал WordPress для редагування вмісту запису, а саме: текстовий редактор; посилання майбутнього запису; можливість ввімкнути/вимкнути обговорення; календар для вибору дати публікації; уривок для короткого опису статті; вибір автора серед наявних користувачів та багато іншого.

Однаково важливими є керування користувачами та налаштування дозволів. Ця функція буде особливо корисною для організацій, де обов'язки з обслуговування сайту розподілені між різними співробітниками. CMS, що підтримують таку функційність, зазвичай, мають розділ у налаштуваннях, де адміністратори ресурсів можуть створювати облікові записи користувачів, призначати їм певні ролі та дозволи чи забороняти доступ до певних функцій керування сайтом.

Також варто зазначити, що ця функція особливо важлива для підтримки якості та безпеки вмісту. Контролюючи тих осіб, які можуть публікувати вміст, вносити зміни або отримувати доступ до конфіденційних областей CMS, організації у такий спосіб зможуть забезпечити відповідальне та безпечне

керування вмістом. Це також сприяє співпраці між членами команди і виконанню умов щодо збереження необхідного нагляду і контролю.

Ще однією особливістю використання системи управління контентом є підтримка функції SEO. За допомогою цього функціоналу «можна не тільки зробити контент привабливим для читачів, але й оптимізувати його для пошукових систем» [44]. Беззаперечно, що такі можливості надзвичайно важливі в сучасному середовищі, оскільки елементи SEO мають вирішальне значення для покращення видимості сайту та його рейтингу в результатах пошуку. Переважна більшість сучасних CMS систем із потужними SEO можливостями пропонують базові опції налаштування, наприклад: «створення структур URL, додавання метатегів, створення XML-карти сайту» [23]. Деякі системи пропонують більш «просунуті» інструменти, такі, зокрема, як: перевірка читабельності контенту, пропозиції щодо оптимізації вмісту та багато іншого. Наведемо приклад: серед базового функціоналу WordPress є лише налаштування URL, проте в середовищі даної CMS можна встановити SEO-плагін, наприклад YoastSeo, і тоді, крім загальних інструментів налаштування, також будуть доступні більш «просунуті» функції з оптимізації сайту.

Однією з важливих особливостей використання системи управління контентом є можливості інтеграції. Не є новиною той факт, що у цифровій екосистемі здатність одного ресурсу інтегруватись з іншими є важливим аспектом існування. Майже кожна сучасна CMS має можливість легко підключитися до різних зовнішніх систем, наприклад, з-поміж таких варто назвати програмне забезпечення CRM (Customer Relationship Management), інструменти автоматизації маркетингу, платформи соціальних мереж, а також рішення для електронної комерції. Безумовно, що ці інтеграції забезпечують більш узгоджену та ефективну цифрову стратегію, уможлиблюють кращу синхронізацію даних і автоматизацію робочого процесу. Так, наприклад, згадувану вище систему WordPress можна легко підготувати до електронної комерції, встановивши плагін Woocommerce. За допомогою такої інтеграції можна значно полегшити керування списками

продуктів та вмістом, налаштувати отримання замовлень, або навіть формувати накладні для відправки товару поштою онлайн.

Ознайомившись із основними особливостями використання систем керування контентом, тепер слід розглянути різноманітні доступні види CMS, кожна з яких відповідає певним потребам та має власні технічні властивості. Варто зазначити, що, на думку науковців, класифікація систем CMS передбачає розуміння таких аспектів, як:

- 1) архітектура;
- 2) спосіб інтеграції;
- 3) базова функційність [49].

Хоча системи керування вмістом й можна характеризувати за трьома основними критеріями (архітектурою, інтеграцією та функціоналом), однак більшість сучасного програмного забезпечення не можна віднести виключно до однієї категорії. До прикладу, якщо розглядати CMS за побудовою, то можна виділити монолітні та дискретні системи. Хоча відокремлена CMS більше стосується стилю організації архітектури, насправді вона може бути зrealізована різними способами — пропрієтарним, з відкритим кодом або SaaS. Отже, нижче буде представлена зведена класифікація платформ CMS з урахуванням того, як вони фактично вбудовані у своє середовище. Науковці виділяють два типи:

1. CMS з відкритим кодом. До цієї категорії відносяться найпопулярніші сучасні платформи, такі, як WordPress, Joomla, Drupal. Вихідний код таких систем доступний користувачам, що надає можливість його змінювати та дописувати. Платформи з відкритим кодом постійно оновлюються, вдосконалюються, а також мають найбільш оптимальний функціонал до вимог користувачів. Проте такі CMS мають низку певних особливостей. Наприклад, вони потребують постійної технічної підтримки. Хоч дане програмне забезпечення і є легким у розумінні та використанні, як було зазначено вище, ресурси з відкритим кодом постійно дописуються та вдосконалюються, отже, «цифрове рішення на основі такого ПЗ потребуватиме регулярних оновлень» [52].

2. Пропріетарні CMS – це системи, «розроблені певними компаніями з урахуванням власних потреб» [16]. Платформи такого типу є ліцензованим продуктом. Тобто, це є унікальний інструмент, створений підприємством з метою вирішення внутрішніх вимог. Прикладами таких систем є Adobe Experience Manager, HubSpot, Sitecore та інші [30].

Варто також зазначити, що з-поміж особливостей пропріетарних CMS, можна виділити такі, як:

- 1) вартість ліцензії;
- 2) періодичні оновлення (щороку або щомісяця);
- 3) можливі супутні витрати на персоналізацію[51].

3.Відокремлені CMS. Головною особливістю цих систем є те, «що в них серверне керування відбувається окремо від зовнішньої презентації контенту» [53]. Серед найпопулярніших платформ є Contentful, Prismic і Strapi. Зазначимо, що такі CMS можна підключати до вебсайтів, мобільних застосунків або інших смарт-пристроїв. І це дає компаніям свободу передавати контент на різні канали. Крім того, відокремлені CMS скорочують час доставки інформації користувачам за допомогою швидших ітерацій. Відокремлені системи мають низку особливостей, з-поміж яких слід окреслити такі:

- 1) розділення серверної частини та інтерфейсу;
- 2) покращена продуктивність і швидкість завантаження[54].

4.SaaS (програмне забезпечення як послуга) CMS. Це хмарні платформи з можливістю керування контентом. Такі системи є готовими до використання CMS, і, на відміну від попередніх, не потребують налаштування сервера. Загалом, досвід використання такого продукту схожий на «сайт в сайті». Тобто користувач створює обліковий запис і керує налаштуваннями свого ресурсу з особистого кабінету.

До головних особливостей SaaS CMS можна віднести такі чинники, як: зрозумілий та гнучкий інтерфейс, автоматизоване оновлення та мінімальні витрати на обслуговування. Окремо варто відзначити такий аспект як надійність. З

одного боку, ресурси на основі хмарної платформи є надійнішими у контексті збереження даних, оскільки в такому випадку компанія не залежить від апаратного забезпечення ПК, на якому причин втрати інформації існує доволі багато: від банального перенавантаження в електромережі до вірусів. З іншого, у разі «виникнення певних проблем з боку надавача послуг, у власника сайту не буде додаткових опцій для вирішення, крім онлайн технічної підтримки» [5].

Для подальшого дослідження нам необхідно проаналізувати найпопулярніші системи. Оберемо п'ять систем CMS, кожна з яких повністю оптимізує цифровий контент і покращує доступність незалежно від рівня технічних навичок користувача. Однак, крім своїх переваг, такі системи мають низку характеристик, які необхідно враховувати відповідно до вимог користувача та завдань, які CMS має виконувати.

Беззаперечно, найпопулярнішою системою управління контентом, яка підходить для створення будь-якого типу сайту, є **WordPress**. Хоча спочатку ця CMS створювалась переважно для ведення блогу, однак завдяки розгалуженій системі плагінів, сьогодні користувачі можуть додавати різні функції, а саме: від можливостей електронної комерції за допомогою WooCommerce до вдосконалених інструментів SEO.

Нагадаємо, WordPress є платформою із відкритим вихідним кодом, що є важливим аспектом у питанні підтримки та оновлень. Вона має низку переваг, найбільш вагомим з яких є такі:

- 1) широкі можливості налаштування;
- 2) наявність ретельної документації;
- 3) гнучкість завдяки системі плагінів, що дозволяють не тільки створювати найрізноманітніший контент, але й безпечно переносити сайт разом з даними до іншої системи;
- 4) на відміну від більшості безкоштовних сайтів, які вимагають плату, коли користувачі монетизують свій сайт, WordPress уможливорює вільно отримувати прибуток з сайту будь-яким доступним способом [1].

Незважаючи на свою популярність, система має й низку недоліків, а саме:

- 1) задля забезпечення належного рівня безпеки потребує регулярного технічного обслуговування, а також постійного створення резервних копій;
- 2) для розширених налаштувань необхідні мінімальні технічні знання з програмування;
- 3) щодо встановлення WordPress попередньо доведеться власноруч налаштувати хостинг та створити домен[8].

Не меншою популярністю з-поміж CMS користується й **HubSpot Content Hub** – «повністю інтегрована система керування вмістом, спеціально розроблена для маркетологів і власників бізнесу» [17].

Зазначимо, що HubSpot є найкращим варіантом для підприємств, котрі мають на меті поєднати управління контентом із керуванням взаємовідносинами з клієнтами. Ця система створена на основі CRM-платформи HubSpot, яка має різноманітні інструменти щодо засобів автоматизації маркетингу, продажів, обслуговування та операцій.

З-поміж переваг системи розробники виокремлюють такі, як:

- 1) легкість використання навіть з мінімальними технічними навичками;
- 2) наявність інструментів персоналізації вмісту;
- 3) сприятливе середовище для веброзробників, що включає безсерверні функції, гнучкі параметри налаштування теми та інструменти командного рядка;
- 4) можливість оптимізації робочого процесу за допомогою спеціального інструменту електронного маркетингу та комерції;
- 5) наявність вбудованої системи безпеки, до якої входять глобальний CDN, брандмауер вебдодатків, а також захист від DdoS-атак [8].

Безумовно, є й низка недоліків, зокрема:

- 1) для безкоштовного використання необхідно розмістити на власному сайті логотип HubSpot або інший брендинг даної платформи. Повна версія стає доступною від 15\$ на місяць;
- 2) базового функціоналу може виявитись недостатньо для сайтів електронної комерції. Доведеться інтегрувати з іншими рішеннями, такими як WooCommerce або Shopify [12].

Ще однією загальновизнаною системою CMS є **Joomla**. Як і WordPress, це «безкоштовна платформа з відкритим кодом, яка містить багато шаблонів і розширень» [9]. Для її встановлення також необхідно налаштувати хостинг та домен. Слід підкреслити, що Joomla є непоганим варіантом для веброзробників або користувачів із досвідом. Щодо її переваг, то варто назвати такі, як:

- 1) безліч вбудованих унікальних особливостей цієї платформи, що дозволяє реалізовувати складні або нестандартні рішення;
- 2) для базового використання також не потребує додаткових технічних знань;
- 3) можливість ведення електронної комерції завдяки вбудованому розширенню [27].

До найбільш виражених недоліків, слід віднести такі:

- 1) залежно від складності проєкту, для певних завдань може знадобитись допомога розробника;
- 2) хоча Joomla і є платформою з відкритим вихідним кодом, через меншу популярність та відсутність ретельної документації, на відміну від WordPress, у разі виникнення певних питань доведеться власноруч знаходити рішення[26].

Достатньо відомою є й система **Shopify**, що є комплексною платформою, яка переважно створена для продажу товарів електронної комерції» [55]. Прикметною особливістю цієї CMS є її автоматизація. Тобто, користувачу не потрібно вирішувати питання із хостингом, встановлювати програмне забезпечення, а також робити резервні копії.

До переваг Shopify варто віднести також і те, що система містить дуже зручний інтерфейс, що робить його доступним навіть без мінімальних навичок програмування. Не менш важливою є можливість «інтеграції продажів у магазині, що є чудовим рішенням, якщо у підприємства є як фізична, так і віртуальна торгівля» [36].

З-поміж позитивних властивостей, можна також назвати ще декілька. Насамперед те, що Shopify містить вбудовані системи оплати, які приймають різні види карток. Також PayPal є одним із стандартних платіжних постачальників цієї платформи. Крім того, наявною є велика кількість розширень та тем для налаштування; об'ємна документація та цілодобова підтримка. У разі виникнення певних питань, є можливість зв'язатись із консультантом через телефон, електронну пошту або навіть Twitter.

Безумовно, як і в інших системах, є низка недоліків, на які завжди варто звертати увагу, а саме:

- 1) платформа не є безкоштовною і в окремих випадках сума може сягати значних значень, що не завжди є виправданими у порівнянні з прибутком;
- 2) у деяких ситуаціях функціонал системи може виявитись обмеженим, оскільки усі розширення та застосунки Shopify є обмеженими, якщо порівнювати із WordPress, де можна самостійно дописати код під будь-яку конкретну задачу [42].

П'ятою CMS у списку, який ми обрали для аналізу характеристик, є **Wix**. Відомо, що це «популярна хмарна платформа, яка буде хорошим вибором для тих, кому потрібне надзвичайно просте та швидке рішення, хай навіть із певними функційними обмеженнями» [53].

До переваг цієї CMS слід віднести:

- 1) дуже зручний інтерфейс, що дозволяє легко створювати та редагувати усі елементи на сторінці;
- 2) безліч готових шаблонів, які є повністю адаптивними;

3) можливість додавати застосунки з Wix App Market, що дуже схоже на систему плагінів у WordPress[23].

Є низка й недоліків, а саме:

- 1) немає доступу до зміни шаблону. Тобто, якщо зберегти сайт із обраною темою, можливості змінити його зовнішній вигляд вже не буде;
- 2) у разі безкоштовного плану неможливо вести інтернет-магазин. Однак навіть на платній версії приймати оплати можна лише через PayPal;
- 3) на відміну від програм з відкритим кодом, із цієї платформи не вдасться завантажити дані з іншого сайту, що є доволі проблемним під час перенесення;
- 4) у процесі вибору безкоштовного плану, Wix надає лише власне доменне ім'я, а також інтегрує рекламу на сайт [45].

Отже, підсумовуючи, можна виділити такі основні аспекти існування порталу новин в Інтернет-просторі:

1. Потреба в інформації.
2. Рівень інтерактивності вмісту у розрізі взаємодії з аудиторією.
3. Доступність мультимедійного контенту.

Натепер є можливість використання різних система керування контентом. Безумовно, кожна із цих платформ має свої переваги та недоліки. Однак, якщо знати, які фактори варто враховувати під час вибору CMS для майбутнього проекту, то можна створити гарне рішення відповідно до всіх вимог користувачів.

Крім того, важливо підкреслити, що нині новинні портали є одним із найшвидших засобів розповсюдження інформації, які надають можливість задовольняти інформаційні потреби сучасного користувача.

Особливістю новинних ресурсів сьогодення є рівень залучення користувача, що значно покращує персоналізацію контенту, створюючи динамічне середовище новин.

Із розвитком діджиталізації, новинні портали адаптуються до нових умов, покращуючи доступність контенту з охопленням більшої аудиторії, зберігаючи при цьому актуальність та інформативність.

РОЗДІЛ 2. СТВОРЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО ЦИФРОВОГО РІШЕННЯ НА ОСНОВІ ІНТЕРАКТИВНОГО ПОРТАЛУ

2.1. Вплив мультимедійних функцій на залучення користувачів на прикладі видання «The New York Times»

Прикметою сьогодення є той факт, що упродовж останніх років світ новин кардинально змінився. Переважно це пов'язано із постійно зростаючим попитом на діджитал-контент, що спричинює появу нових цифрових медіа.

Основною причиною цього є постійно зростаючий попит на цифровий контент, що спричинює появу нових цифрових медіа. У сучасному суспільстві, яке зосереджено на сприйнятті візуального контенту, для новинних організацій використання мультимедіа стало ефективним засобом комунікації з аудиторією.

Оскільки цифрові пристрої та мультимедійні функції стали невід'ємною частиною сучасного новинного ландшафту, також змін зазнали і способи подання інформації. Уже давно стало неприховано те, що використання зображення, відео, анімації та інфографіки, набагато покращує контент, зумовлює його повніше й ефективніше сприйняття, порівнюючи із звичним усім текстовим викладом. Саме цим можна пояснити посилене впровадження різноманітних інтерактивних елементів, таких як інфографіка, відео або аудіо, а також прями трансляції. Зростання кількості мультимедійних матеріалів у новинах не лише розширило сферу оприлюднення інформації, але й змінило спосіб взаємодії із користувачами.

Незважаючи на те, що ця еволюція мультимедійності відкрила нові можливості для подальшого розвитку новинного середовища, вона також поставила важливі питання щодо факторів, які обумовлюють її ефективність. Розуміння того, чому мультимедійний контент стає дедалі впливовішим у контексті залучення читачів, потребує більш детального розгляду ключових аспектів, які зумовлюють його дієвість. Ці фактори не є суто технічними, але мають психологічне підґрунтя, оскільки впливають на те, як аудиторія інтерпретує матеріал, поширює інформацію, а також підтримує зв'язок із виданнями.

Не викликає жодних заперечень той факт, що однією з головних причин зростання популярності мультимедіа в сучасному новинному середовищі є їхня унікальна властивість швидко та ефективно передавати складну інформацію у зрозумілих форматах. Важливе місце у цьому питанні посідають мобільні пристрої та соціальні медіа, оскільки саме завдяки соціальним мережам та месенджером аудиторія постійно оточена інформацією з найрізноманітніших джерел. У цьому середовищі за допомогою візуальних засобів новинні організації мають можливість відмежувати власний контент у нескінченному потоці реклами та непотрібної інформації і привернути увагу до конкретного вмісту. Наприклад, добре продумана інфографіка може передати складні дані у спосіб, який нескладно зрозуміти, тоді як переконливе відео може легко оживити історію та емоційно зацікавити глядачів.

Іншим чинником, що обумовлює важливість мультимедіа, є розвиток громадянської журналістики. Завдяки широкій доступності смартфонів та Інтернет-технологій тепер будь-хто може робити фотографії та відео різних подій і ділитися ними. Ця особливість сучасності створила додаткові можливості для застосування візуального матеріалу новинними організаціями, оскільки ці візуальні елементи очевидців, можуть надати унікальну та переконливу точку зору на екстрені події.

Відповідно до того, як розвивається цифровізація новинного середовища, впровадження інтерактивних мультимедійних елементів стає дедалі необхіднішим у контексті залучення та утримання уваги аудиторії. Швидкий перехід до мультимедійного контенту – це не просто тенденція, а відповідь на зміну споживчих очікувань, технологічний прогрес і зростаючий попит на швидшу та більш інтерактивну доставку новин.

У зв'язку з цим, щоб краще зрозуміти, як сучасне видання може адаптуватися до цих змін, доцільно було б проаналізувати приклад новинної організації, яка провела успішну кампанію з оцифрування контенту. Для нашого дослідження ми обрали успішне американське видання «The New York Times».

Інтегрувавши мультимедійні елементи у свою контент-стратегію для підвищення рівня інтерактивності, компанія змогла значно покращити залучення читачів. Завдяки інтеграції мультимедійних елементів у свою контент-стратегію з метою підвищення рівня інтерактивності, компанія змогла значно покращити залучення читачів. Звісно, що така трансформація не відбулася миттєво, оскільки сам процес вимагав прийняття низки стратегічних рішень, залучень додаткових інвестицій в технології, а також зміну редакційної практики.

Однак така зміна відбулася не відразу. Цей процес вимагав прийняття кількох стратегічних рішень, передбачаючи додаткові інвестиції в технології, а також зміни редакційної практики. Щоб дослідити цей процес більш детально, важливо визначити, як «The New York Times» вдалося досягти такого рівня оцифрування контенту, а також визначити ключові фактори, які спричинили формування поточного рівня мультимедійності видання. Ми спробували визначити ключові фактори, які вплинули на становлення поточного рівня мультимедійності видання.

За нашими спостереженнями, керівництво «The New York Times» приділило велику увагу не на забезпечення доступного та релевантного цифрового досвіду завдяки реалізації нових бізнес-моделей, як це робили інші медіа-компанії, а вирішили поповнити свою базу читачів платними підписками на власну вебплатформу. Це дало позитивні результати і зараз вони вже мають понад 7 мільйонів передплатників.

Але відомо, що зміна специфіки діяльності – це завжди складне завдання, оскільки, крім потреби в продукті, змін зазнають і вимоги до стандартів, які також мають тенденцію до зростання. Читачі видання і досі очікують якісного та релевантного контенту, але із урахуванням реалій сучасного світу. Розуміючи це, «The New York Times» звернули свою увагу на читачів, які скасували фізичну підписку на газету на користь виключно цифрових новин. Стосовно цифровізації видання, колишній генеральний директор «The New York Times» Марк Томпсон сказав: *«The psychology inside the Times and other newspapers was that all you had to*

do was get a bigger audience and transfer the wonderful economics of print advertising to digital. I didn't buy that. I think digital can be useful. I think it's an important adjunct source of revenue. But I never thought it would save the Times. It had to be subscriptions» («Психологія «Таймс» та інших газет полягала в тому, що все, що вам потрібно було зробити, це отримати більшу аудиторію та перенести чудову економіку друкованої реклами в цифрову. Я цього не купив. Я думаю, що цифрові технології можуть бути корисними. Я вважаю, що це важливе додаткове джерело доходу. Але я ніколи не думав, що це врятує Times. Це мали бути підписки» (цит. За [25]). Саме розуміння того, як перевести газетних та журнальних передплатників на цифрові підписки, вимагає поєднання уваги до побажань читачів, експериментів та повторювань, доки не буде знайдено відповідне рішення.

Наступним нашим кроком став докладний аналіз деяких ключових компонентів стратегії оцифрування, які були критично важливими для успішного відновлення «The New York Times». Окреслимо ті, які на нашу були вагомими.

Якнайперше, – це використання даних читача. Times збирає інформацію про користувачів, щоб «зрозуміти їхні ймовірні причини відвідування ресурсів, наскільки вміст є актуальним для потенційних клієнтів, а також демографічні дані» [37]. Згодом, за результатами цих досліджень, приймаються відповідні рішення, які мають забезпечити необхідний користувацький досвід, що зрештою спонукатиме користувача до оформлення підписки з повним доступом. Варто зазначити, що тут мається на увазі різні варіанти абонплати з різними особливостями, наприклад повний доступ до усього контенту видання, доступ до цифрових матеріалів плюс паперовий варіант, або ж додаткові функції, як-от: застосунок для приготування їжі від «The New York Times» та інше. Тобто, розуміючи, як «користувачі використовують ресурс, і що спонукає їх до тих чи інших дій, можна визначити цінності та вподобання відвідувачів» [33]. Це, безумовно, надає можливість заохочувати потенційних підписників ставати передплатниками. За свідченням фахівців, для більшості платформ першим

кроком до пізнання власної аудиторії є інтеграція сторонніх ресурсів, таких як Google Analytics. Такі інструменти дають можливість отримати базову інформацію щодо поведінки користувачів, а також певною мірою визначити сферу їхніх інтересів.

По-друге, необхідно «постійно експериментувати та пробувати нестандартні підходи, щоб привернути увагу різних типів користувачів» [47]. Абсолютно очевидно, що методи залучення читачів для друкованого видання кардинально відрізняється від тієї ж задачі для цифрових новин. Варто підкреслити, що саме інвестиції в розроблення нових продуктів відіграли ключову роль в модернізації видання «The New York Times».

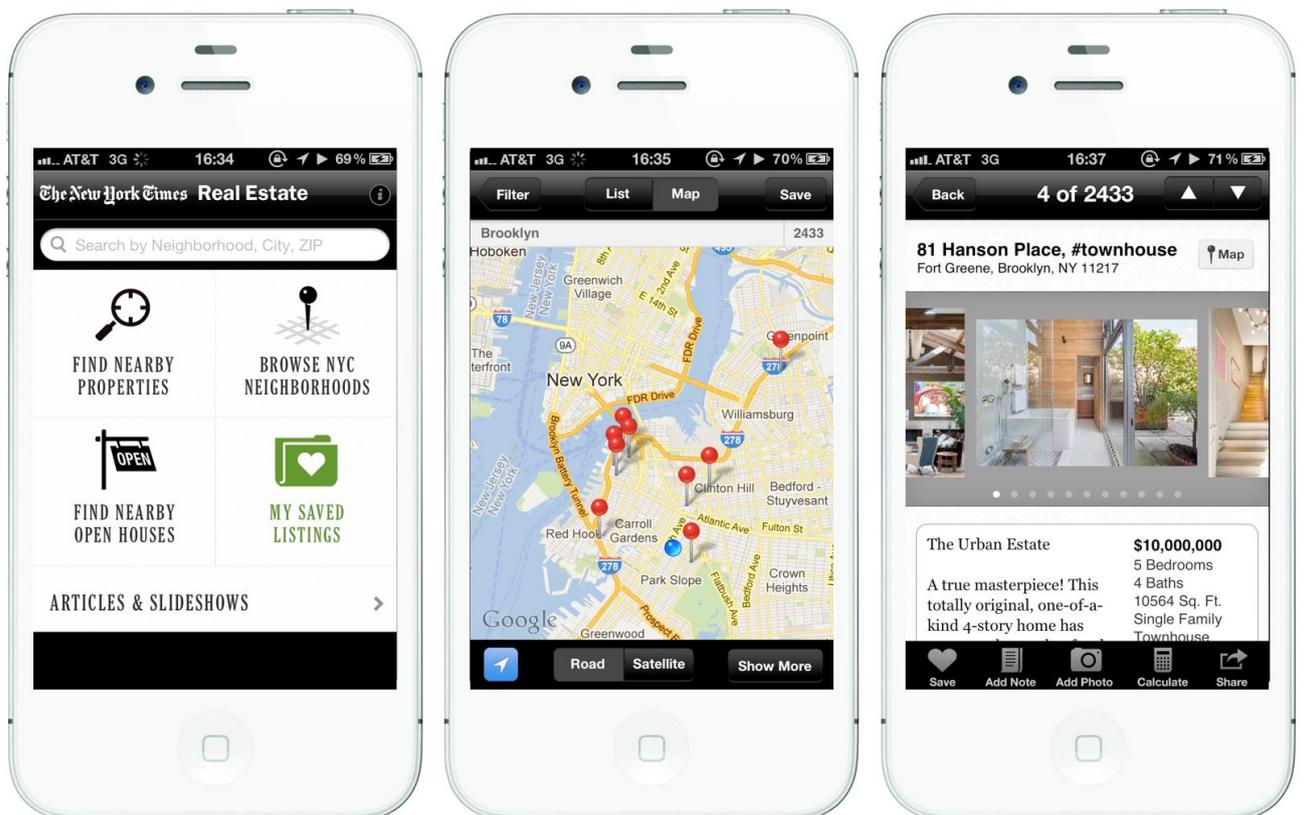


Рис. 2.1 – Вигляд додатку для продажу нерухомості від The New York Times [48]

Відомо, що розробкою нових рішень зараз займається команда Beta. Зпоміж останніх найбільш відомих оновлень, які вони випустили, можна виділити кросворд NYTimes, додаток для нерухомості, а також кулінарний застосунок. Як говорять самі розробники, «головним завданням Beta є розробка цільових рішень у цифровому форматі, використовуючи вже перевірену роками

журналістику видання» [24]. Їхня мета – зробити Times для своїх користувачів надійним місцем на кожен день, де вони зможуть знайти цікаву інформацію відповідно до особистих інтересів.

Третім фактором, який виявився важливим для досягнення максимального залучення користувачів, було створення інноваційного мультимедійного контенту. На останньому етапі трансформації видання зосереджувалося на створенні нових типів високоякісного цифрового контенту з метою подвоїти свої прибутки. З огляду на свій стратегічний план, «The New York Times» вдалося досягти мети в 2019 році, тоді як крайній термін був 2020 рік. Аналіз ринку та відданість клієнтам зробили значущий внесок у цю справу, оскільки компанія врахувала основні недоліки друкованої реклами та обмеження традиційних форм цифрової. Тим часом як запровадження інноваційного мультимедійного вмісту, такого як інтерактивна графіка, функції віртуальної реальності, високоякісні відео, які повністю змінюють звичайну розповідь, стали основним аспектом у процесі залучення аудиторії, яку хотіли охопити рекламодавці.

За нашими спостереженнями, натепер «The New York Times» використовує різноманітні мультимедійні інструменти, «щоб перетворити простий новинний звіт на цікавий та захоплюючий інтерактивний досвід» [25].

Проаналізували ми також і деякі з основних прийомів, які можна побачити в публікації новинних статей, що прекрасно презентують застосування ефективного мультимедійного контенту.

Насамперед, це візуалізація даних. «The New York Times» постійно використовують інтерактивну графіку в своїх матеріалах, особливо де представлено чимало статистичних даних. Відомо, що використання візуальних елементів є прекрасним варіантом для подання складної інформації у стислій та зрозумілій формі. Застосування інфографіки уможливорює ефективно залучити аудиторію до значно складніших новин, котрі потребують більшої уваги від читача. Ці елементи можна знайти у політичних чи економічних дайджестах, а також матеріалах, що стосуються погоди та клімату. Прикладом може слугувати

зображення інтерактивної карти в одній зі статей «The New York Times» (рис. 2.2).

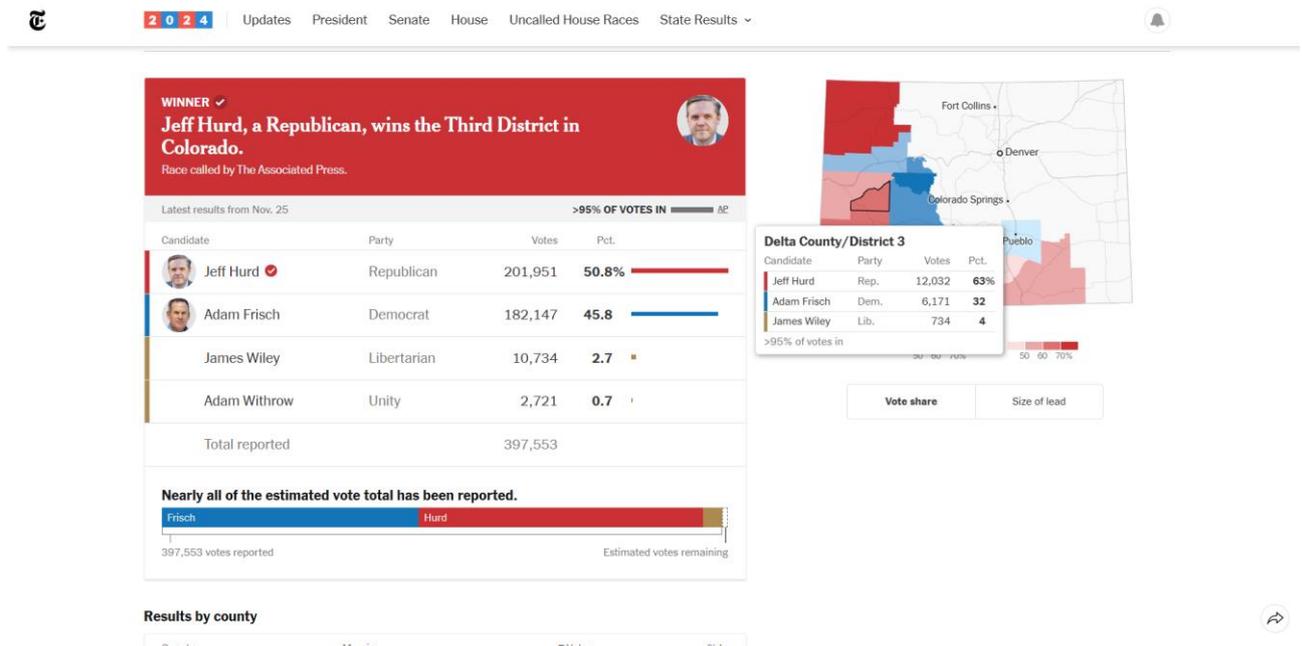


Рис. 2.2 – Зображення інтерактивної карти у статті «The New York Times» [49]

Зазначимо, що за допомогою таблиць, інтерактивних карт чи схем, можна отримати більш детальну інформацію, що не лише покращить розуміння, а й спонукає читачів до більш глибокого й ретельнішого вивчення теми.

Широкого використання набули аудіоматеріали. Ми також помітили, що ще однією особливістю мультимедійності цього видання є створення аудіодоріжок та подкастів. Використання цих матеріалів, та навіть ведення власних шоу, дозволили «The New York Times» посісти свою нішу в такому специфічному ринку медіапростору. Як виглядає така аудіоновина на сторінці подкастів, представлено на рис. 2.3.



Рис. 2.3 – Вигляд аудіоновини на сторінці подкастів [50]

Варто додати, що в своїх подкастах «The Times» проводять детальний аналіз, представляють інтерв'ю та обговорення стосовно поточних подій. Такий вид розповіді є доволі ефективним у процесі залучення користувачів, оскільки надає їм можливість дізнаватися новини без перерви на особисті справи, створюючи тим самим новий спосіб для взаємодії, а також допомагає залучати нових підписників, які банально не мають достатньо часу для пошуку необхідної інформації.

Важливою частиною контент-стратегії «The New York Times» в умовах сьогодення є використання відеоматеріалів, які стали найпопулярнішим форматом мультимедійного вмісту. Видання випускає якісні відеоролики з будь-якої тематики: від коротких репортажів до повнометражних документальних фільмів. Ефективність цих відео залежить від їхнього вмісту, до якого, зазвичай, включають розповіді очевидців, інтерв'ю, кадри за кадром тощо. Усе це загалом і надає захоплюючий досвід для глядачів.

Ні для кого не є секретом те, що нині соціальні медіа є одним із найшвидших способів розповсюдження інформації. Прикметно, що «The Times» не лише діляться історіями, але й взаємодіють зі своїми підписниками, ініціюючи обговорення, ставлячи запитання та відповідаючи на численні коментарі. На рис. 2.4 представлено приклад відображення вкладки поширення новини у соціальних мережах США.

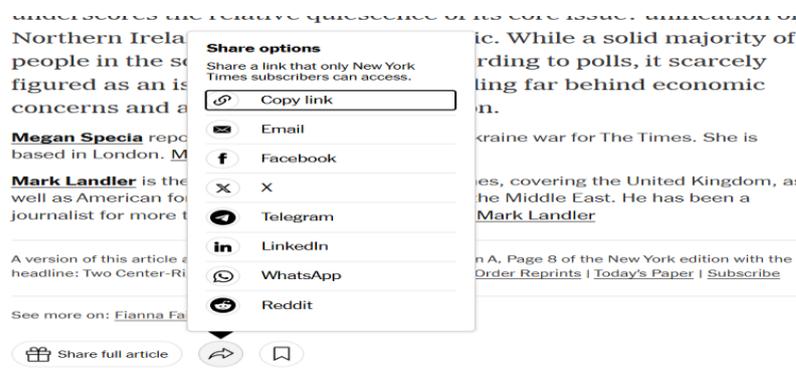


Рис. 2.4 – Приклад відображення вкладки поширення новини в соціальних мережах [41]

Крім того, за нашими спостереженнями, завдяки простій інтеграції, соціальні мережі доволі часто використовують у поєднанні з іншими різновидами вмісту (відео, фоторепортажі, статті новин). Наявність хештегів та структурованих посилань дозволяють швидко поширити вподобану новину у будь-якій відомій мережі, наприклад Facebook або X.

Отже, в умовах сьогочасся інтеграція мультимедійного контенту має вагомий вплив на процес залучення користувачів.

Сучасне новинне середовище, зумовлене інформаційними вимогами користувача XXI століття, стає все більше орієнтованим на візуальний та інтерактивний вміст. Тому популярні західні новинні видання, зокрема, такі, як «The New York Times», завдяки успішній інтеграції мультимедійного контенту, здатні ефективніше залучати нових читачів та краще втримувати увагу аудиторії.

2.2. Автоматизація та оптимізація процесів контент-менеджменту на ПП «Полтава ТВ»

Компанія «Lamp Agency», заснована у 2000 році, має розвинену організаційну структуру, що забезпечує ефективну адаптацію до змін у рекламному середовищі та задоволення потреб клієнтів. Упродовж двадцяти років діяльності зі створення рекламних рішень, агентство постійно змінювалося, щоб відповідати мінливим вимогам рекламного бізнесу. За цей час «Lamp Agency» значно розширила спектр своїх послуг починаючи з аудіо- та телереклами, і поступово перейшовши до відеореклами, аерозйомки, віртуальних турів та інших форматів контенту. Таке зростання разом із цифровізацією робочих процесів надає підприємству можливості для подальшого розвитку в рекламній галузі, яка дедалі більше залежить від технологій та цифрових інновацій.

Основна мета фірми – «створення та реалізація рекламних кампаній, що забезпечують ефективне просування брендів і продуктів клієнтів за допомогою інноваційних рішень та високоякісного контенту» [38]. Щоб підтримувати свій

динамічний підхід до реклами, робочі процеси всередині «Lampa Agency» організовані так, щоб працівники могли безперебійно взаємодіяти на всіх стадіях виконання проєкту. Така командна робота значно полегшує виконання різних завдань.

За своєю структурою приватне підприємство «Lampa Agency» складається з кількох важливих підрозділів, кожен із яких спеціалізується на певному аспекті рекламного процесу. Чітке визначення обов'язків значно покращую комунікацію між відділами, що сприяє успішному виконанню проєктів. Так, структура підприємства складається з таких відділів, як:

- 1) Виробничий відділ.
- 2) Креативний відділ.
- 3) Відділ продажів.

Коротко схарактеризуємо види діяльності кожного з відділів.

Так, виробничий відділ є основою агентства. Його фахівці відповідають за всі етапи реалізації проєкту – від підготовки концепції до моменту здавання фінальних продуктів. Він складається з кваліфікованих фахівців, а саме: режисерів, сценаристів, операторів, звукорежисерів та монтажерів. Щоб досягти максимального розуміння щодо кожного проєкту, виробнича група працює в тісному контакті з креативним відділом.

Спеціалізація креативного відділу полягає в плануванні та концептуалізації контенту. Команда дизайнерів і креативних директорів постійно взаємодіє з клієнтами, прагне краще зрозуміти їхнє бачення, ідентичність бренду та цільову аудиторію. Основна функція цього відділу є надзвичайно важливою, оскільки отримати зворотний зв'язок із замовником і підготувати чітку та оригінальну концепцію – це запорука успішної роботи всієї команди.

Відділ продажів і роботи з клієнтами є невід'ємною частиною підтримки довгострокових партнерських відносин з клієнтами. Головним обов'язком цього підрозділу є супровід замовника на всіх етапах рекламної продукції, від первинної консультації до реалізації проєкту.

Фахівці цього відділу безпосередньо працюють із потенційними клієнтами, щоб зрозуміти їхні цілі, бюджет та запропонувати найкраще рішення їхньої проблеми чи бажання. У разі схвалення проєкту, менеджери координують роботу між відділами, щоб забезпечити безперебійної діяльності всієї команди, враховуючи при цьому всі побажання клієнта. Крім того, за потреби експерти відділу можуть надати додаткову консультацію чи запропонувати необхідні послуги.

У компанії чітко розроблений тайм-менеджмент, який спрямований на ефективну реакцію щодо потреб і запитів клієнтів. Загалом, управління проєктами є важливим аспектом, що забезпечує високий рівень організації та ефективності під час створення рекламної продукції. Процес роботи над проєктами можна розділити на кілька етапів:

1. Планування роботи. Клієнти заповнюють бриф, в якому описують своє бачення та бажання щодо майбутнього проєкту. На цьому етапі головним завданням є визначити мету замовника, цільову аудиторію, а також ідентифікувати бренд. Під час брифінгу задіяні фахівці з кожного відділу, щоб краще зрозуміти головну ідею майбутнього проєкту і знайти ефективні шляхи його реалізації.

2. Розробка концепції. Після затвердження брифу команда працює над загальною концепцією реклами, уточнюючи основну ідею, створює сценарний план, визначає бюджет.

3. Виробництво. Після затвердження сценарію та схвалення концепції безпосередньо починається процес виробництва. На цьому етапі створюється сам контент реалізуються всі технічні моменти. Упродовж цього процесу керівники проєктів із відділу продажів відстежують прогрес, забезпечують дотримання термінів та інформування клієнта.

4. Постпродакшн. Готовий виріб коригується відповідно до зауважень замовника. Це важливий етап, який дозволяє досягти високої якості.

5. Фінальна задача проєкту. Після завершення всіх правок готовий продукт надається клієнту та вибираються канали поширення інформації (телебачення, соціальні мережі, радіо, цифрові платформи).

6. Етап оцінювання та звітування. Розглядаються результати, надається інформація для майбутніх кампаній.

Головне, що вирізняє агентство «Lampira» з-поміж інших – це здатність ефективно адаптуватися до змін у рекламній індустрії. З розвитком медіасередовища підприємство адекватно реагує на створення нових рекламних напрямків, враховуючи важливість цифрових медіа та інтерактивного контенту. Наприклад, розширення можливостей для аерофотозйомки, використання 3D технологій дозволили агентству вийти на нові ринки та запропонувати клієнтам нові формати контенту.

Варто зазначити, що в умовах бурхливого сьогодення важливо не лише створювати контент, але й ефективно управляти ним. Безумовно, що з розвитком бізнесу постійно змінюються і вимоги до нової продукції, а це вимагає розроблення нових комплексних рішень, які забезпечать безперебійні оновлення та швидку взаємодії із користувачами.

З огляду на сучасні вимоги, менеджмент компанії «Lampira Agency» вирішив розширити послуги. У зв'язку з цим виникла потреба у створенні новинного порталу, що вимагало впровадження системи управління контентом (CMS). Безперечно, що використання нової системи зумовлено необхідністю покращення робочих процесів зі створення та управління контентом, а також для забезпечення більшої взаємодії з користувачами.

Упродовж кількох років для вирішення потреб щодо обслуговування новинного порталу підприємство використовувало систему ModX. Однак із зростанням загального обсягу контенту, зміною місця розташування ресурсів порталу, а також необхідністю у створенні додаткового функціоналу, який не потребуватиме безпосереднього втручання у код програми, використання цієї системи виявилось дещо обмеженим.

Згодом було ухвалено рішення про використання більш гнучкої та надійної системи WordPress. У процесі вибору нової CMS для забезпечення оптимальної ефективності управління проєктом були враховані такі аспекти:

1. Простота використання.
2. Можливість обирати дату та час публікації.
3. Гнучкість.
4. Інтеграція мультимедіа.
5. Вбудовування сторонніх ресурсів.
6. Адміністрування користувачів.

Ураховувався також і зручний та інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, який має ця система. Оскільки вміст потрібно оновлювати щодня, панель адміністратора має бути простою, що уможливить швидку адаптацію платформи та зосередженість на створенні вмісту.

Перспектива планування публікації є одним із ключових аспектів покращення ефективності управління проєктом. У системі WordPress є вбудована функція планування, за допомогою якої можна забезпечити своєчасне оновлення без особистого втручання. Це особливо корисно, коли необхідно робити публікації у певні часові проміжки, наприклад рано вранці, або пізно ввечері.

Відповідно до того, як розвивається портал, система управління контентом також повинна мати можливість масштабуватись відповідно до потреб ресурсу. Із наявністю різноманітних функцій редагування вмісту та великою кількістю плагінів, WordPress забезпечує гнучкість для майбутнього зростання без необхідності регулярного втручання для дописування коду програми.

Зважаючи на те, що основним функціоналом порталу має бути розміщення статей і публікацій, можливість управління мультимедійним контентом є важливим фактором під час вибору CMS. Відомо, що система WordPress чудово працює з мультимедіа, включно із зображенням, відео та аудіо. Ця можливість забезпечує ефективнішу роботу як для редакторів, так і для користувачів.

Крім того, у зв'язку з розширенням послуг компанії, CMS потребувала інтеграції з різними інструментами і платформами сторонніх ресурсів. Загалом, WordPress підтримує широкий спектр плагінів та інтеграцій: від поширення інформації в соціальних мережах, до налаштування SEO. Такий функціонал є ефективним способом взаємодії з аудиторією та залучення нових користувачів.

З огляду на зарубіжний досвід, який ми вивчили, головним завданням порталу передбачалася можливість реєстрації нових авторів та публікація їхнього матеріалу. Тобто, для ефективної роботи компанія потребувала такої CMS, яка б мала систему створення користувачів та розподілу ролей. WordPress пропонує можливість адміністрування користувачами порталу із додатковими налаштуваннями: керівники ресурсу можуть призначати такі ролі, як редактори, автори, користувачі та адміністратори. Ця гнучкість гарантує, що кожен член команди має правильні дозволи для ефективного виконання своїх завдань, зберігаючи контроль над вмістом і безпекою.

Проаналізувавши всі можливі варіанти й пропозиції, керівництво компанії прийшло до висновку, що WordPress став ідеальним вибором для нового порталу новин. Крім того, завдяки новій CMS з'явилась можливість перетворити звичайний вебсайт на повноцінну інтерактивну платформу, а також оптимізувати процес створення та редагування контенту, що дозволить команді зосереджуватись на інших завданнях. Це, передусім, покращило загальний цикл управління проектами, дало можливість пришвидшити робочі процеси та підвищити загальну ефективність управлінської команди. Також рішення про зміну CMS на WordPress пропонує кілька ключових переваг, які відповідають поставленим запитам підприємства щодо оптимізації процесу керування вмістом, швидкого реагування на запити клієнтів і покращення взаємодії з користувачем.

Отже, впровадження нової CMS надає команді комплексне рішення для вирішення ключових питань, необхідних для ефективного функціонування новинного порталу.

У наступному розділі будуть описані кроки, необхідні для підготовки середовища WordPress. Цей процес включає роботу з налаштування сервера, а також оптимізацію основних функцій CMS для подальшого розвитку порталу.

2.3. Здійснення підготовчих робіт: резервне копіювання, налаштування серверу та встановлення WordPress

Під час створення новинного порталу на WordPress було проведено велику підготовчу роботу та виконані всі необхідні процедури.

Процес підготовки включає кілька етапів, а саме: копіювання окремих файлів; експорт бази даних; налаштування сервера.

Слід підкреслити, що виконання всіх наступних дій має зменшити виникнення помилок під час встановлення нової CMS, а також забезпечити коректну роботу майбутнього порталу.

Зазначимо, що перед тим, як змінювати CMS, вкрай важливо зберегти дані з попередньої інсталяції, а саме: системні файли, шаблони, медіафайли, додатковий код тощо. Зазвичай, виконання різноманітних дій з файлами з боку сервера відбувається двома основними способами: через FTP з'єднання або використовуючи контрольну панель, яку надає хостинг провайдер.

Ми обрали перший варіант. Тобто, процес збереження файлів передбачав підключення до сервера через SFTP за допомогою графічного клієнту протоколів. Для цього ми використали програму WinSCP, яка забезпечує зручний інтерфейс для керування файлами на сервері. Розділ налаштувань безпечного з'єднання у WinSCP представлено нами на рис 2.5.

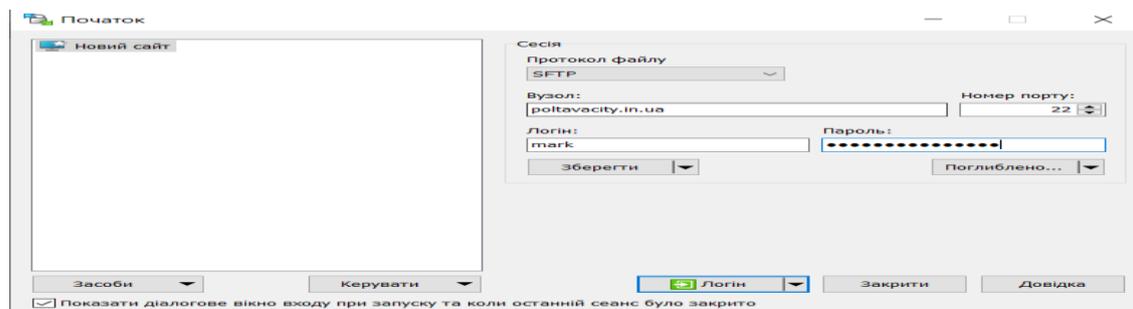
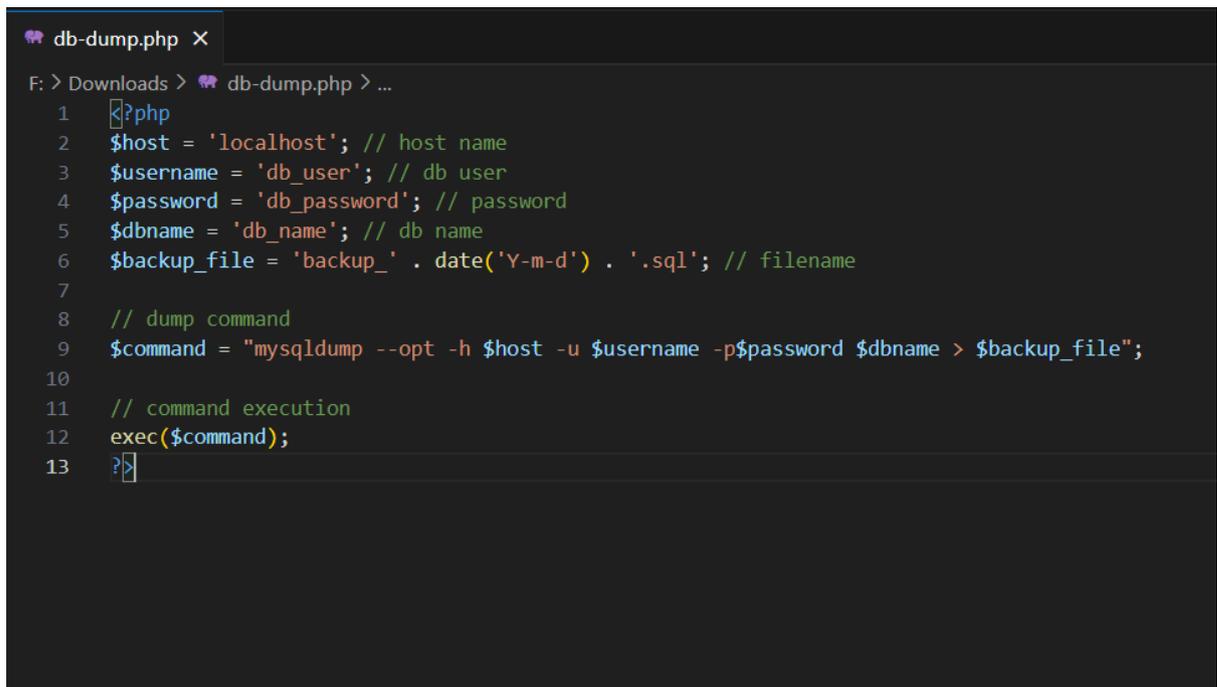


Рис. 2.5 – Зображення розділу налаштувань безпечного з'єднання у WinSCP

Розроблено автором

Після успішного підключення до сервера було завантажено всі відповідні файли з каталогу ModX. Крім завантаження програмних файлів, також необхідно було скопіювати усі медіафайли, насамперед, фото та відео. Зрештою всі дані було збережено та заархівовано на локальному пристрої, що уможливило відновлення проєкту у разі виникненні критичної помилки.

Варто наголосити, що одним із важливих аспектів процесу підготовки середовища, було резервне копіювання бази даних, на випадок, якщо проєкт необхідно буде відновити. Для цього було виконано дампування бази даних ModX, що передбачало створення нового файлу, який містив би весь вміст сайту, налаштування та інші важливі дані. Відомо, що дамп бази даних можна зробити безпосередньо через PHP скрипт. За допомогою функції `exec()` дозволено запустити команду для експорту даних. Приклад файлу для резервного копіювання бази даних зображено на рис. 2.6.



```
db-dump.php X
F: > Downloads > db-dump.php > ...
1  <?php
2  $host = 'localhost'; // host name
3  $username = 'db_user'; // db user
4  $password = 'db_password'; // password
5  $dbname = 'db_name'; // db name
6  $backup_file = 'backup_' . date('Y-m-d') . '.sql'; // filename
7
8  // dump command
9  $command = "mysqldump --opt -h $host -u $username -p$password $dbname > $backup_file";
10
11 // command execution
12 exec($command);
13 <?>
```

Рис. 2.6 – Приклад файлу для резервного копіювання бази даних

Розроблено автором

Після того як файл створений, його можна завантажувати на локальний пристрій. Важливо переконатися, що дамп бази даних є повним і точним, оскільки у разі потреби відновити ресурс, цей файл стане основою для відновлення даних.

Якщо резервну копіювання було завершено, то вся інформація на старому сайті видаляється, а база даних очищається. Це, передусім, дозволило створити середовище для нової системи управління контентом.

Сам процес установки WordPress передбачає виконання таких необхідних дій:

- 1) Завантаження архіву з системою.
- 2) Створення бази даних.
- 3) Налаштування WordPress.

Першочергово слід було завантажити останню версію WordPress з офіційного вебсайту та розпакувати архів з необхідними файлами. Наступним кроком стало створення бази даних. Оскільки після резервного копіювання таблиці БД було видалено, необхідності створювати нової вже немає. Тож для подальшої роботи було обрано використовувати вже існуючу базу даних.

Фінальним етапом інсталяції стало саме підключення БД. Для цього знадобилася інформація, яку можна було дістати із збережених файлів попередньої CMS або ж з дампу. Після зазначення деталей конфігурації бази даних, зокрема таких, як назва, пароль та ім'я користувача, установка успішно завершена.

Після успішної інсталяції потрібно було налаштувати сервер для забезпечення належної роботи нової платформи. Одним із ключових аспектів цього процесу стало встановлення коректних прав доступу для файлів і каталогів. Варто наголосити, що правильна конфігурація сервера та дозволи на файли мають вирішальне значення для забезпечення безпеки та функційності нової інсталяції WordPress. Для цього необхідно встановити такі значення:

1) **Права доступу для директорій: 755** – гарантує, що вебсервер може читати, записувати та виконувати файли, тоді як група та інші користувачі можуть лише читати та виконувати.

2) **Права доступу для файлів: 644** – гарантує, що файли доступні для читання вебсервером, але не можуть бути виконані або змінені неавторизованими користувачами (рис. 2.7).

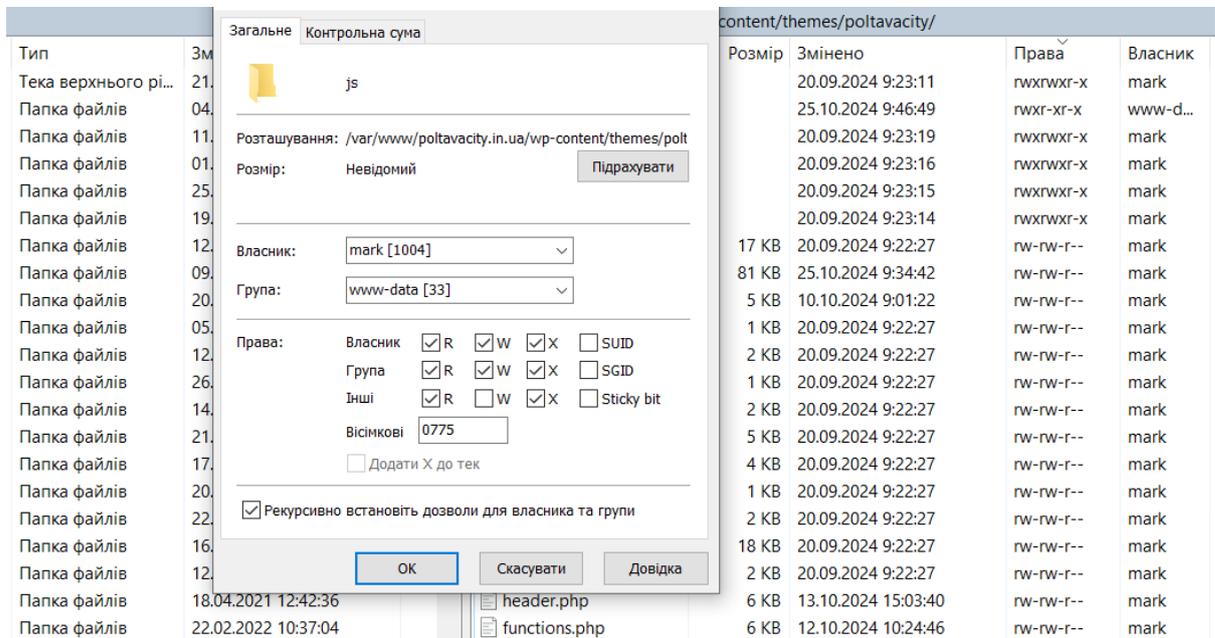


Рис. 2.7 – Зображення налаштування прав доступу у програмі WinSCP

Розроблено автором

Ці параметри можна легко налаштувати у програмі WinSCP, обравши вкладку «Властивості», де є можливість встановити відповідні дозволи для кожного файлу чи каталогу.

Останнім етапом процесу підготовки середовища є генерування унікальних ключів безпеки. Відомо, що WordPress використовує секретні ключі для захисту сеансів користувачів, файлів cookie та інших конфіденційних даних. Варто зазначити, що цю дію необхідно виконувати після налаштування сервера, але до створення теми для майбутнього сайту. Щоб згенерувати ці ключі, необхідно перейти на офіційну сторінку генератора секретних ключів WordPress <https://api.wordpress.org/secret-key/1.1/salt/> та скопіювати згенеровані символи. Далі цей код розміщується у відповідній секції файлу `wp-config.php`.

На рис. 2.8 продемонстровано приклад фрагменту зробленого нами коду унікальних ключів безпеки:

```

wp-config.php X
F: > Downloads > wp-config.php > ...
38 define( 'DB_COLLATE', '' );
39
40 /**#@+
41  * Authentication unique keys and salts.
42  *
43  * Change these to different unique phrases! You can generate these using
44  * the link https://api.wordpress.org/secret-key/1.1/salt/ WordPress.org secret-key service}.
45  *
46  * You can change these at any point in time to invalidate all existing cookies.
47  * This will force all users to have to log in again.
48  *
49  * @since 2.6.0
50  */
51
52 define('AUTH_KEY',          'Gs#3/ZAcgRVS}%gCz8;:P@| -D,YbeU=nsa( iCeJ~Aky0{ .|*V6~Ht` pOp-vagB ');
53 define('SECURE_AUTH_KEY',  'b1Z|mcCI<m)A=fC}$ZZ~ZnS5aeQ2X[--!>|tRZ$(c*>{zXVjMaia@=5EfX, _j0');
54 define('LOGGED_IN_KEY',    '<3d$A 6/9N<0E4I+j>FzdIx_ZxpJ(9;YG$^#bLoMF-ZA}fjgC k{reI_GpYBxxj$');
55 define('NONCE_KEY',        'eI.p_dL#1EJZ;*}d+<0)h4@EBNgsC90|v{ _]BT-h+dtV1l8sF{+CUV+Yd+olDrm6');
56 define('AUTH_SALT',        'K^X.6!6Zix1/q6o;Ik@&OJNw9&<XgL)PwE(#OZD+y+EX&CO<L7Fj i+] -fwfsu&v');
57 define('SECURE_AUTH_SALT', '9?:/y)n1=}4c5UL;`x1.)^w#!_j<|A(s1MLIk)xR}OFT$BMTHeMmdndr>H?1E(MZ');
58 define('LOGGED_IN_SALT',   '#+geE&X)Rk.A)^#J~-/-; -A-d~fae:[7;9D4IePx|;gRNsL:)Jmswfja1Nn~Vjy;/');
59 define('NONCE_SALT',       'LY_@f>N07|`q5<iCLC;?2kJ]KI{Ou| 5|&S]Y@UM-QL:%MCRsc,ITg^{{&q^8-LiQ'});
60
61 /**#@-*/

```

Рис. 2.8 – Приклад фрагменту коду унікальних ключів безпеки

Розроблено автором

Це гарантує, що нова інсталяція WordPress буде більш безпечною та захищеною від несанкціонованого доступу.

Отже, підсумовуючи, варто зазначити, що сам процес підготовки середовища для майбутнього сайту не є складним, однак потребує уваги до деталей, особливо щодо забезпечення належного рівня захисту.

Дотримуючись усіх вищенаведених кроків, систему було успішно інстальовано без виявлення помилок.

У наступному розділі буде описано процес створення та кастомізації теми новинного порталу і забезпечення готовності нового сайту для подальшого використання.

РОЗДІЛ 3. СИСТЕМА КЕРУВАННЯ ВМІСТОМ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ОПТИМІЗАЦІЇ МУЛЬТИМЕДІЙНОСТІ САЙТУ

3.1. Розроблення теми та початкове налаштування новинного порталу

У цьому розділі описано створення шаблону сайту та первинне налаштування новинного порталу. Цей процес передбачає створення теми, налаштування навігації, конфігурацію постійних посилань та визначення основних сторінок. Виконання цих завдань дозволяє створити основу для більш розширених функцій та аспектів керування вмістом, які з'являться згодом в проєкті.

На початковому етапі розробки порталу новин було створено тему для майбутнього ресурсу, адаптованої до конкретних потреб. Для успішного функціонування порталу необхідно створити зручний інтерфейс, який міг би врахувати динамічний характер вмісту новин, включно зі статтями, мультимедійними елементами та частими оновленнями. Саме з цією метою було обрано використати популярний фреймворк Underscores. Прикметно, що головною особливістю цього програмного забезпечення є те, що згенерований архів вже містить усі базові файли, необхідні для початку роботи на WordPress, а це, безумовно, значно полегшує роботу (рис. 3.1).

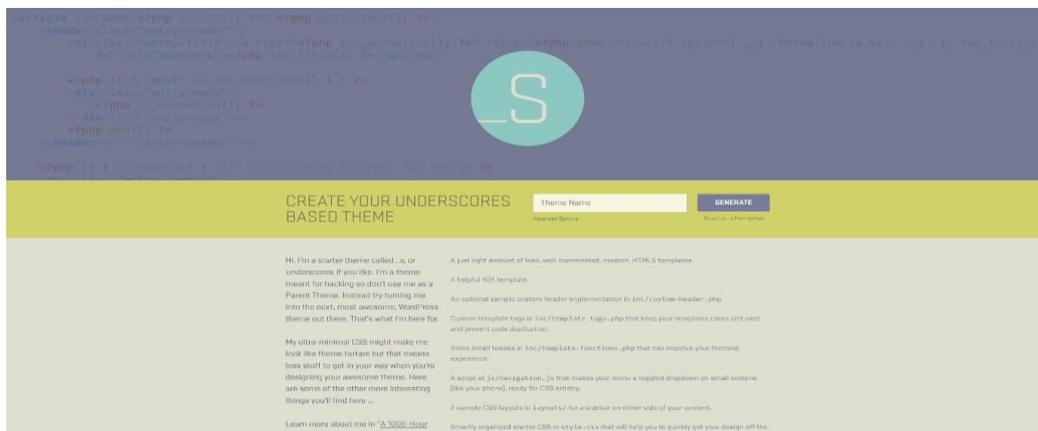


Рис. 3.1 – Знімок екрана сторінки генерування тем Underscores
Розроблено автором

Ця початкова тема надала основну структуру, котра передбачає наявність таких файлів, як `style.css` для стилізації, `Index.php` для основного шаблону та різноманітні файли шаблонів, такі, як `header.php`, `footer.php`, `sidebar.php`, а також файли `functions.php` і `screenshot.png`. Після розпакування ми завантажили папку теми до нашої інсталяції WordPress через панель адміністратора та активували тему.

Наступним етапом було створення основних сторінок сайту. Цей процес передбачає вибудовування спеціальних шаблонів для відповідних сторінок. Під час роботи ми зосередилися на тому, щоб зробити головну сторінку динамічною і, водночас, не перенаповненою вмістом. Тобто, на головній шпальті відображаються останні новини, публікації, декілька відео та соціальні мережі, тоді як інші статті були оптимізовані для зручності читання завдяки чіткому тексту, великим зображенням, можливостям вбудовування мультимедійного контенту, а також логічною навігацією зі схожими записами.

Після цього нам необхідно було налаштувати постійні посилання, які визначатимуть структуру URL-адрес для кожної сторінки та запису. Відомо, що у WordPress ці параметри прописують у розділі налаштувань, вигляд якого представлено на рис. 3.2.

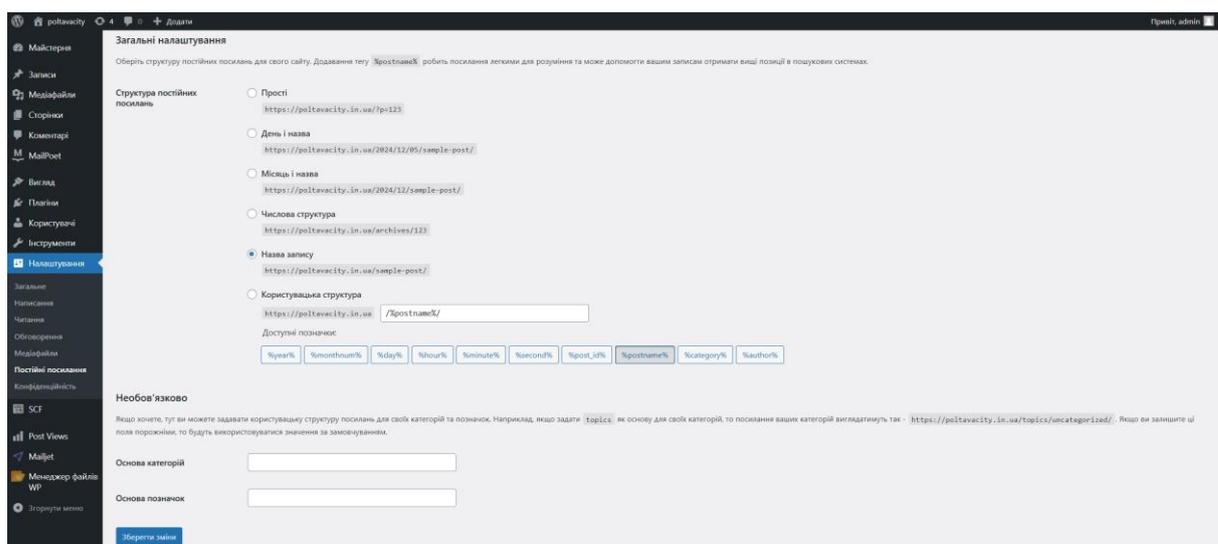


Рис. 3.2 – Вигляд розділу налаштувань у WordPress

Розроблено автором

Ці параметри гарантують, що URL-адреса кожної статті відображає її назву, яка уможливить пошуковим системам ефективніше індексувати вміст.

Після організації структури сайту було створено навігацію порталу. Ми намагалися зробити її чіткою та інтуїтивно зрозумілою, оскільки саме така навігаційна система має вирішальне значення для новинного сайту. Крім того, користувачі зможуть легко знаходити необхідний контент (рис. 3.3).

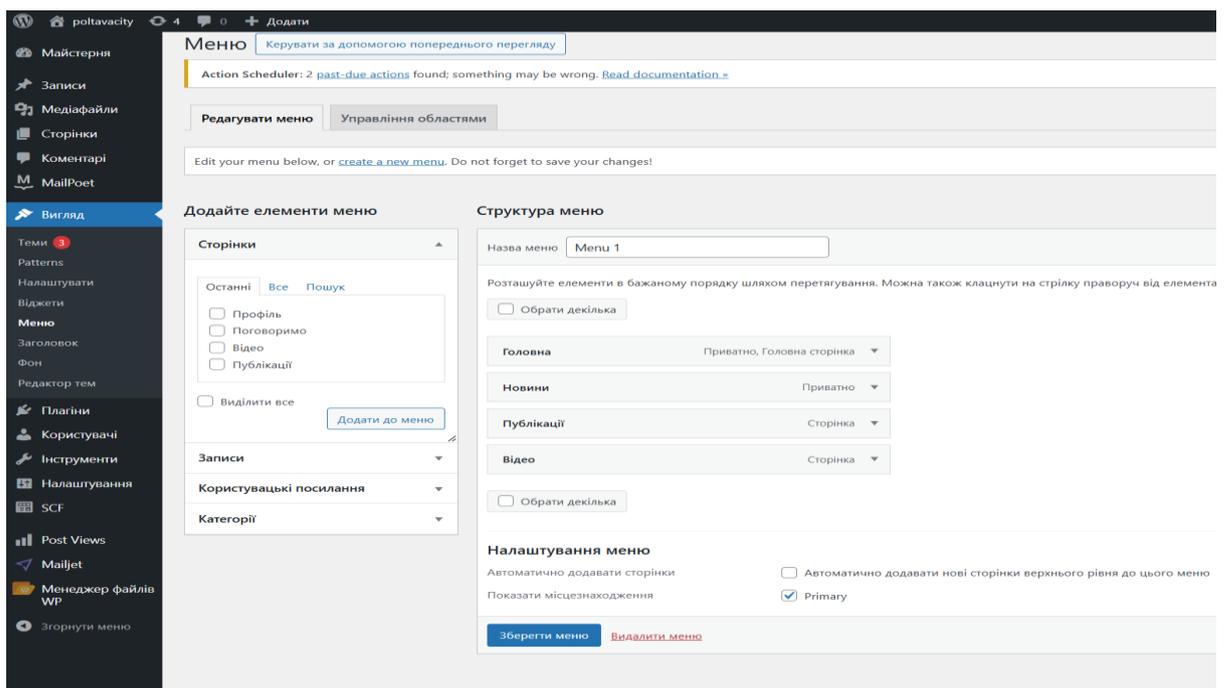


Рис. 3.3 – Вигляд розділу налаштування меню

Розроблено автором

Для цього у відповідних файлах `functions.php` та `header.php` слід було зареєструвати та вивести меню, яке тепер можна заповнювати з панелі керування. Крім основних сторінок, у підвалі сайту також зроблено дублювання меню із шапки та додано перелік категорій записів.

Наступний етап був не менш відповідальний, оскільки ми почали створювати основні статичні сторінки сайту. Зазначимо, що ця стадія була завершальною в процесі формування структури порталу, оскільки передбачала використання тих засобів, які були створені раніше. Для наповнення сторінок було використано демонстраційний вміст для можливості перевірки вигляду наповнення сайту (рис. 3.4).

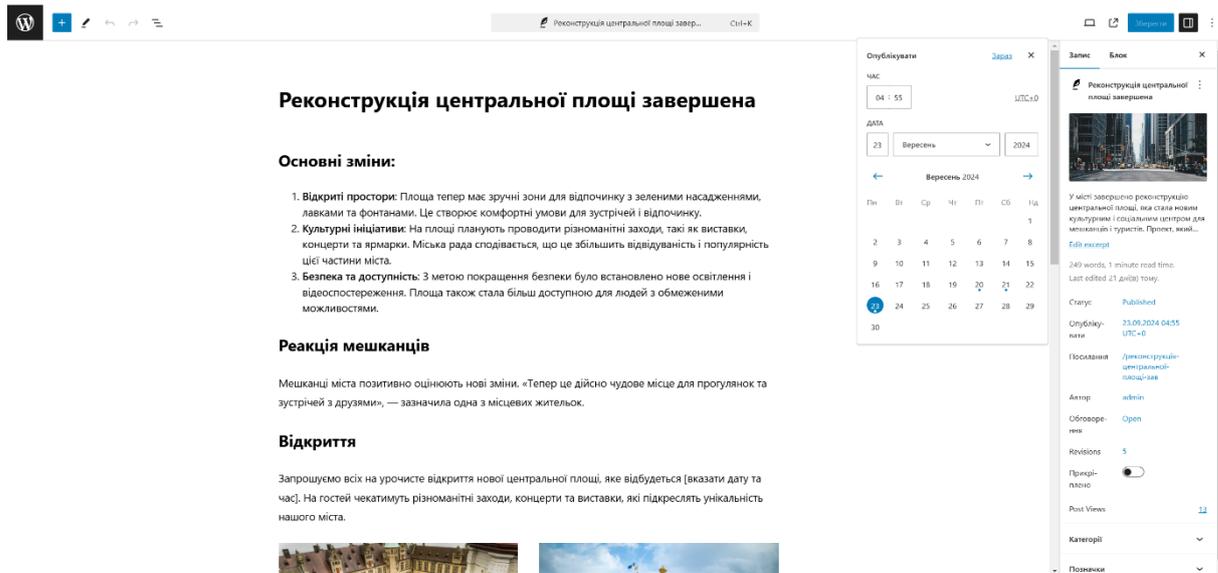


Рис. 3.4 – Зображення редактора новин WordPress

Розроблено автором

Варто підкреслити, що кожен сторінку було створено за допомогою редактора блоків WordPress, щоб додавати динамічні секції там, де це було необхідно. Також було обрано автора, прописано посилання та визначено відповідні шаблони сторінок.

Ще одним ключовим аспектом процесу розробки було забезпечення адаптивності теми. Враховуючи специфіку такого ресурсу як новинний портал, було важливо, щоб вебсайт коректно виглядав на всіх пристроях, від комп'ютерів до смартфонів. Для цього було перевірено тему на розширеннях з метою підтвердження, що зображення, текст та інші елементи макета правильно адаптувалися до різних розмірів екрана.

Отже, створивши тему сайту та виконавши налаштування системи, було створено певну основу для подальшої роботи над порталом, котра передбачатиме впровадження основного функціоналу та додаткових функцій для користувачів.

3.2. Встановлення та налаштування основних плагінів і функцій

У цьому розділі буде детально описано проведення налаштувань, необхідних для забезпечення доречного функціоналу порталу новин. Цей процес зумовлений конкретними вимогами для такого ресурсу, а саме можливістю:

- 1) легко редагувати вміст;
- 2) інтегрувати різні мультимедійні формати;
- 3) створювати конфігурації додаткових функції за допомогою електронної пошти.

Для досягнення цих завдань нам потрібно:

- 1) встановити необхідні плагіни;
- 2) налаштувати SMTP-сервер;
- 3) створити спеціальні поля для редагування контенту;
- 4) розробити функціонал відповідно до вимог;
- 5) протестувати роботу порталу у ролі адміністратора та користувача.

У підсумку цей процес має забезпечити належну функційність вебсайту та оптимізувати його для покращення користувацького досвіду.

Першим етапом налаштування роботи порталу було встановлення всіх плагінів, необхідних для подальшої роботи з вебсайтом. Нагадаємо, що WordPress пропонує широкий вибір плагінів для розширення можливостей вебсайту.

Для поточного проєкту ми встановимо такі плагіни:

- 1) Yoast;
- 2) Mailjet;
- 3) Post Views Counter;
- 4) Advanced Custom Fields;
- 5) Mailpoet.

Коротко схарактеризуємо особливості кожного з плагінів, які ми обрали.

Yoas SEO-плагін є «універсальним інструментом для пошукової оптимізації вебсайту» [52]. Його безкоштовна версія пропонує усі необхідні можливості для покращення SEO-показників. Для того, щоб встановити його, потрібно в панелі адміністратора обрати вкладку «Плагіни» та натиснути «Додати новий». Після чого відкриється сторінка з переліком усіх наявних розширень для WordPress. Далі у пошуковому рядку вводимо назву необхідного плагіна і натискаємо «Install now» (рис. 3.4).

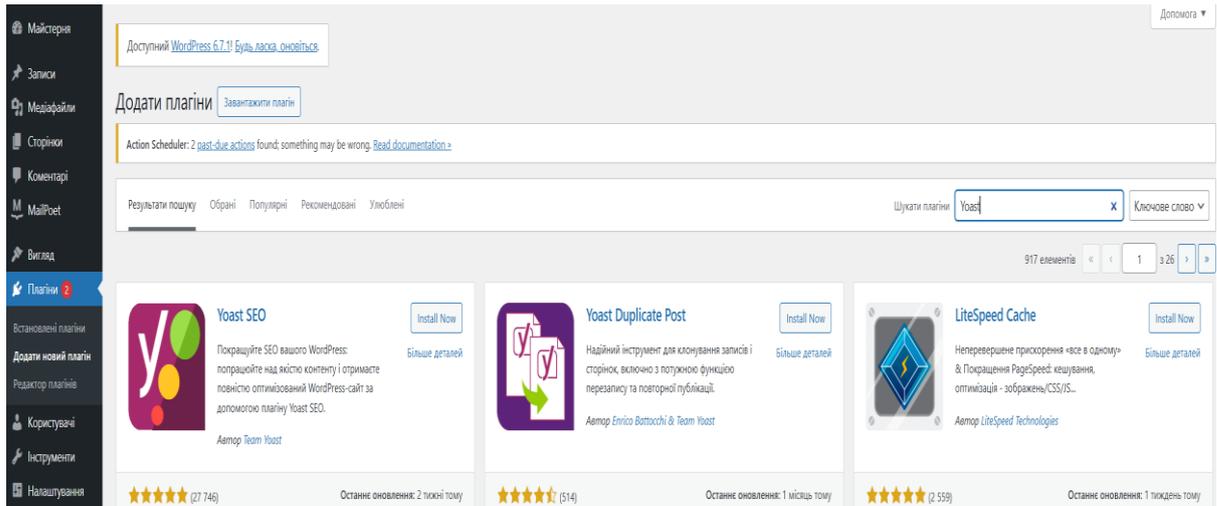


Рис. 3.4 – Зображення сторінки нових плагінів

Розроблено автором

Після активації цього плагіну відкриється головна сторінка, на якій можна проводити подальші роботи із оптимізацією вебсайту (рис. 3.5).

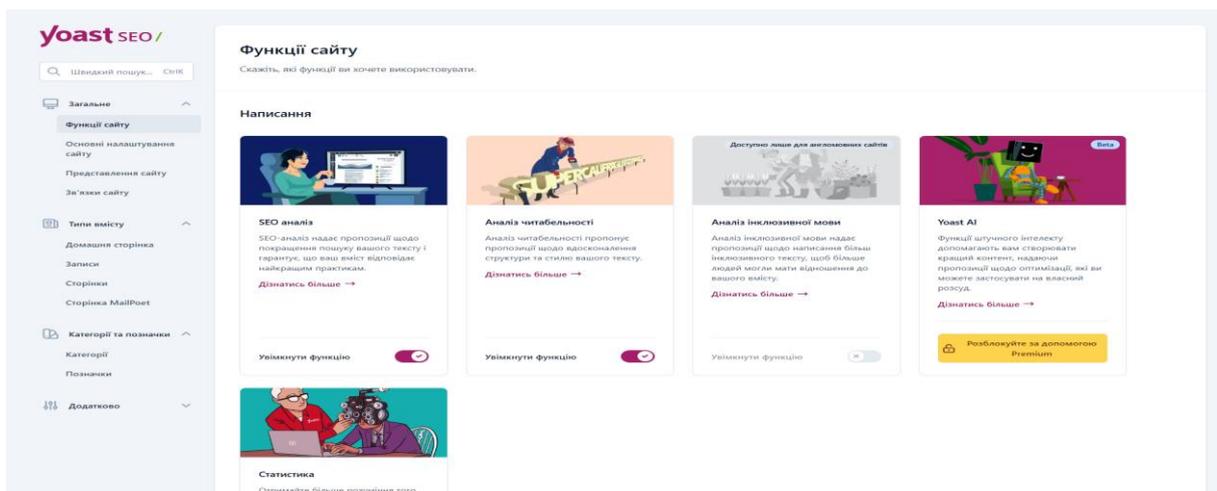


Рис. 3.5 – Вигляд сторінки налаштування плагіну YoastSEO

Розроблено автором

Крім того, Yoast SEO допомагає покращити видимість публікацій і сторінок у пошукових системах, дозволяючи легко оптимізувати заголовки, метаописи та ключові слова.

Варто зазначити, що описаний процес є абсолютно ідентичним для встановлення решти необхідних плагінів.

Mailjet – це популярна маркетингова платформа електронної пошти. Ця «хмарна система дозволяє користувачам надсилати маркетингові електронні листи, а також листи про транзакції» [32]. У нашому випадку цей плагін буде використовуватись для інтеграції SMTP-сервера із вебсайтом.

Наступне розширення, яке було встановлено, це – Post Views Counter. Цей плагін «не є критичним для функціонування порталу, проте буде гарним доповненням як для користувачів, так і для адміністраторів ресурсу» [29]. Завдяки цьому розширенню можна відстежувати кількість переглядів кожної публікації. Зауважимо, що це є доволі зручно, особливо коли необхідно відсортувати найпопулярніші новини, що допоможе адміністраторам аналізувати залучення читачів, а відвідувачам – знаходити актуальний контент.

Одним із найважливіших плагінів є Advanced Custom Fields. Це «розширення дозволяє створювати спеціальні поля для відображення гнучкого та структурованого вмісту» [23]. Завдяки АСF адміністратори та редактори мають можливість редагувати та оновлювати вміст сайту з панелі керування без втручання у програмний код. Цей плагін є вкрай ефективним, оскільки передбачає безліч можливих сценаріїв: від звичайних текстових полів до цілих текстових редакторів та медіафайлів.

Останній плагін, який необхідно встановити це – Mailpoet. Його можливості передбачають «створення форм підписки на новини, а також управління списками користувачів» [44]. Завдяки цьому можна проводити ефективні маркетингові кампанії та покращувати комунікацію із користувачами.

Встановивши ці плагіни, ми забезпечили нові можливості для покращення продуктивності вебсайту, взаємодії з користувачем і функційності електронної пошти.

Наступним етапом після встановлення плагінів є створення та налаштування АСF-полів. Завдяки цьому розширенню «можна керувати додатковими типами вмісту» [23]. Щоб створити спеціальні поля в адмінпанелі, необхідно перейти на сторінку плагіна та додати нову групу полів. Після цього можна додавати

необхідні типи контенту. Також потрібно визначити умови щодо того, де мають відображатися ці поля, наприклад, на конкретних сторінках чи певних типах публікацій (рис. 3.6).

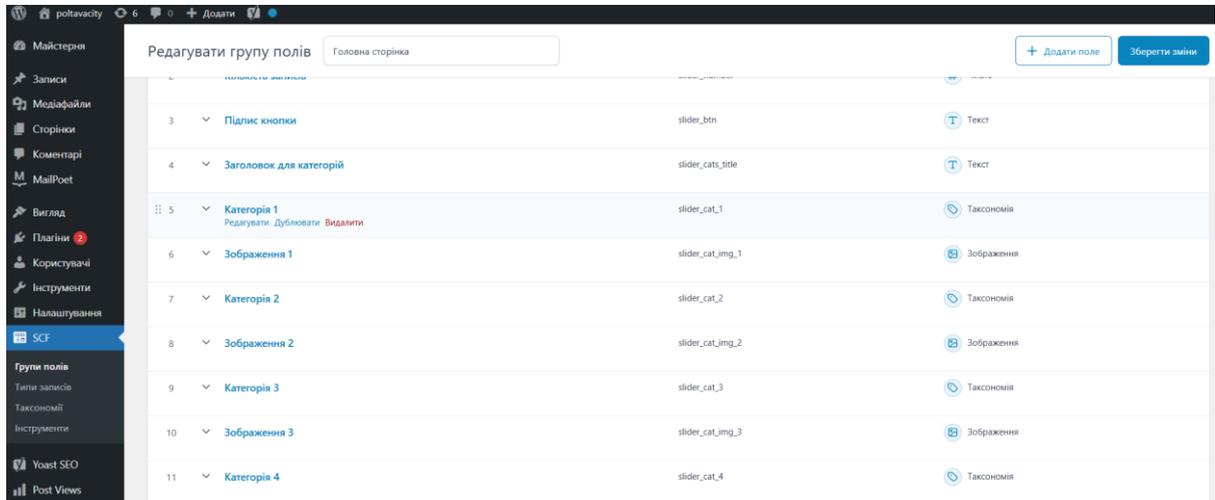


Рис. 3.6 – Вигляд групи полів для головної сторінки

Розроблено автором

Отже, під час нашого дослідження було створено спеціальні поля для кожної сторінки та запису, на якому передбачається можливість редагування вмісту з панелі адміністратора. Ці налаштування забезпечать гнучкість структурування та відображення вмісту на сайті.

Після встановлення плагінів і налаштування спеціальних полів настав час наповнювати сторінки та публікації вмістом. Цей процес передбачає створення мінімального обсягу тестового контенту, завдяки чому можна перевірити коректність відображення створених шаблонів. Для цього необхідно заповнити сторінки різноманітним вмістом, включно із головними зображеннями, а також відсортувати публікації за категоріями.

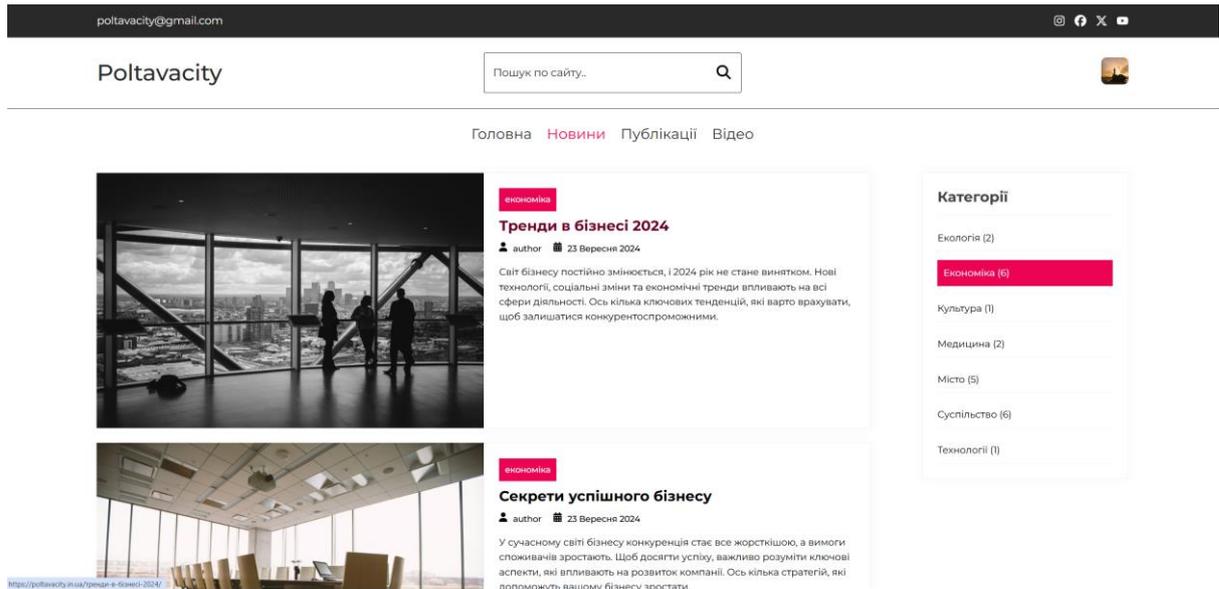


Рис. 3.7 – Зображення фрагменту сторінки новин

Розроблено автором

Після проведення зазначених дій слід було перевірити коректність відображення сторінок, а також протестувати наявний функціонал.

Ще одним важливим етапом роботи було налаштування електронної пошти. Зазвичай emails не є необхідним функціоналом для роботи сайту, проте вони часто надсилаються в процесі маркетингових кампаній, для повідомлень щодо результатів транзакцій, для зворотнього зв'язку або в інших випадках. Новинний портал повинен підтримувати можливість створення облікового запису, щоб користувачі могли залишати коментарі та публікувати власні матеріали.

У процесі виконання кваліфікаційної роботи доречно було додати такий функціонал:

- 1) у шапці сайту створено посилання на сторінку Реєстрації;
- 2) прописано шаблон сторінки облікового запису;
- 3) додано можливість змінювати персональні дані користувача;
- 4) створено кнопку надсилання запиту на зміну ролі для публікації власних новин.

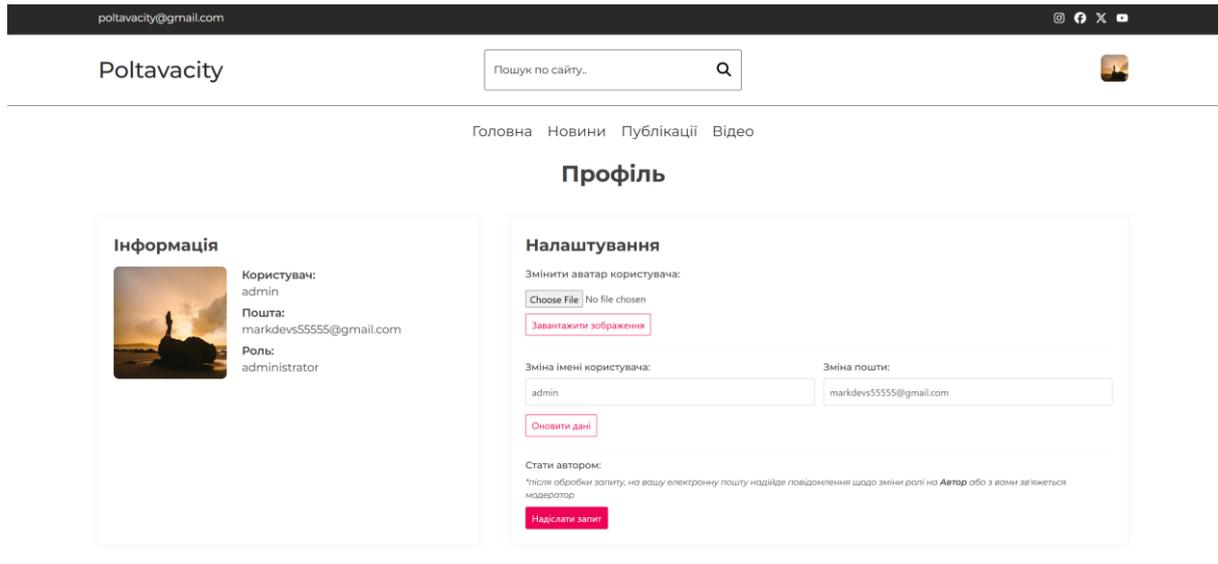


Рис. 3.8 – Вигляд сторінки облікового запису на порталі

Розроблено автором

Щоб надсилати листи із вебсайту, наприклад, для підтвердження електронної пошти користувача під час реєстрації чи для повідомлення адміністратора щодо бажання відвідувача публікувати новини на порталі, необхідно інтегрувати SMTP-сервер на сайт. Для цього було обрано таку систему доставки електронної пошти, як Mailjet. Щоб успішно налаштувати пошту за допомогою плагіна, спочатку необхідно створити акаунт на Mailjet та отримати усі необхідні облікові дані(рис. 3.9).

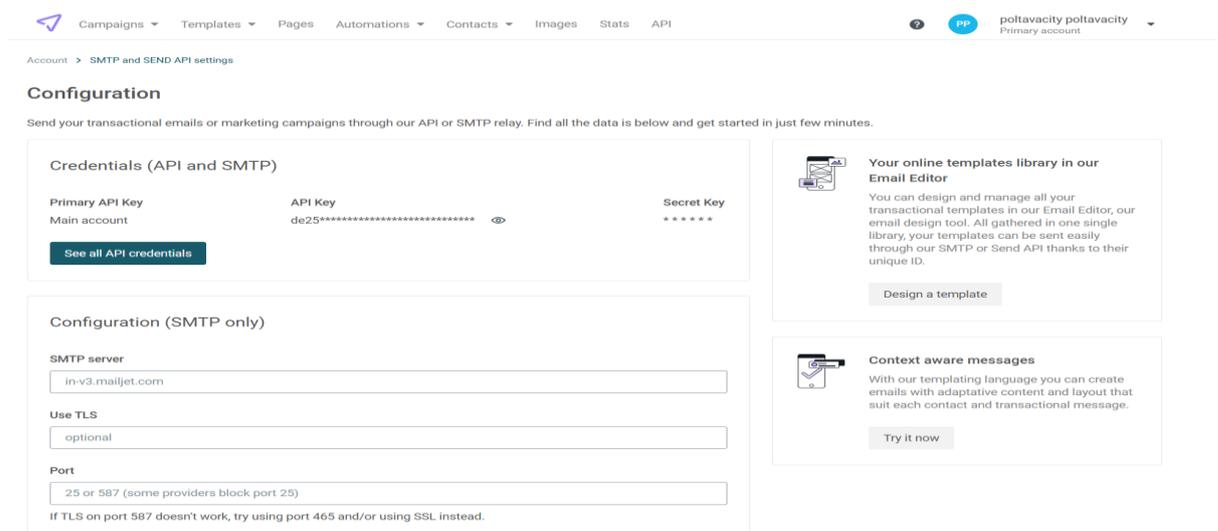


Рис. 3.9 – Сторінка конфігурації SMTP та API в акаунті Mailjet

Розроблено автором

Наступним кроком буде приєднання акаунта Mailjet до WordPress. Для цього можна скористатися встановленим плагіном та ввести API ключ і секретний код у відповідні поля в налаштуваннях (рис.3.10).

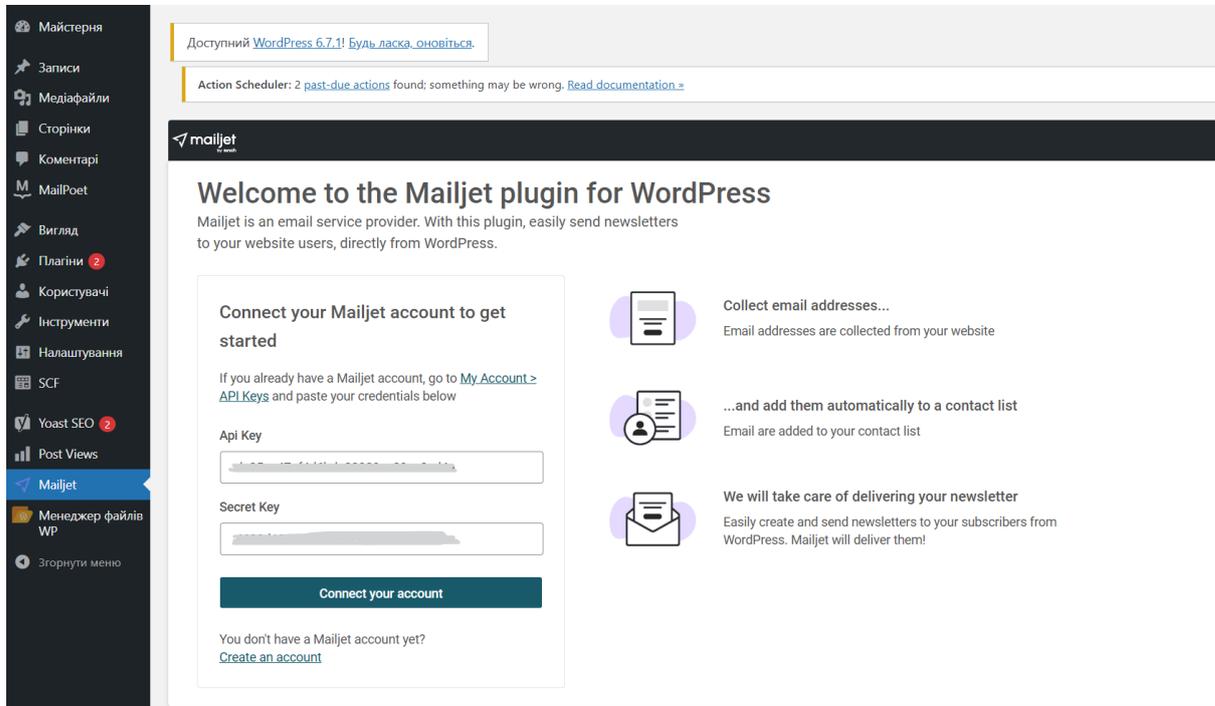


Рис. 3.10 – Вигляд сторінки плагіна Mailjet для WordPress
Розроблено автором

Зазначимо, що важливо перевірити функційність електронної пошти після налаштування SMTP-сервера. Для цього можна надіслати тестовий лист безпосередньо з налаштувань акаунта Mailjet, щоб переконатися, що все працює правильно. Після успішної інтеграції вебсайт зможе надсилати автоматичні сповіщення для скидання пароля облікового запису та повідомляти адміністратора щодо нового запиту на зміну ролі для користувача.

Після встановлення та налаштування плагінів, наповнення змістом сторінок, важливо провести фінальне тестування для виявлення можливих функційних збоїв та зсувів макета на різних розширеннях. Під час перевірки роботи порталу нами було виявлено:

- 1) спеціальні поля зберігають та успішно оновлюють дані;
- 2) перегляди записів фіксуються в адмінпанелі;

3) сторінки мають коректний вигляд на всіх розширеннях від 320 до 1920 пікселів.

Також варто зазначити, що окрему увагу було приділено роботі електронної пошти. Для цього ми протестував відправку повідомлення з акаунта на сайті.

Завдяки проведеним діям, вебсайт готовий до запуску та подальших робіт із покращення видимості в мережі Інтернет.

3.3. Рекомендації щодо оптимізації ефективності роботи новинного порталу

Розробка новинного порталу це, як уже неодноразово зазначалося в попередніх розділах, «комплексний процес, що передбачає не лише створення вебсайту, але й налаштування середовища, що надає змогу ефективно ним керувати»[28].

У процесі нашого дослідження ми пересвідчилися, що сьогодні існує безліч різноманітних CMS, котрі пропонують цілу низку функційних можливостей та задовольняють більшість інформаційних потреб щодо управління контентом.

Для розробки новинного порталу ПП «ПОЛТАВА ТВ» ми обрали одну з найпопулярніших систем керування вмістом – WordPress.

Під час роботи з системою WordPress ми успішно інтегрували мультимедійні елементи, пропонуючи читачам привабливий та інтерактивний досвід, а також забезпечили вільний доступ до редагування вмісту для адміністраторів та авторів.

Крім того, в процесі розробки порталу було зrealізовано гнучку та надійну платформу, яка доступна за посиланням <https://poltavacity.in.ua>.

Зазначимо (і було практично підтверджено), що впровадження нової CMS не лише спростило процес керування вмістом, але й оптимізувало роботи з обробки мультимедійних компонентів, насамперед, таких, як зображення, відео та інші елементи.

Під час налаштування порталу було впроваджено низку нових функційних можливостей.

Відомо, що інтеграція інформаційних бюлетенів є вкрай важливою для ресурсів, котрі оновлюють різні типи контенту на постійній основі, особливо для порталів новин та блогів. Так, на нашому порталі було зrealізовано можливість створювати форми підписки, з метою, щоб читачі могли бути в курсі найактуальніших новин та подій (рис. 3.11).

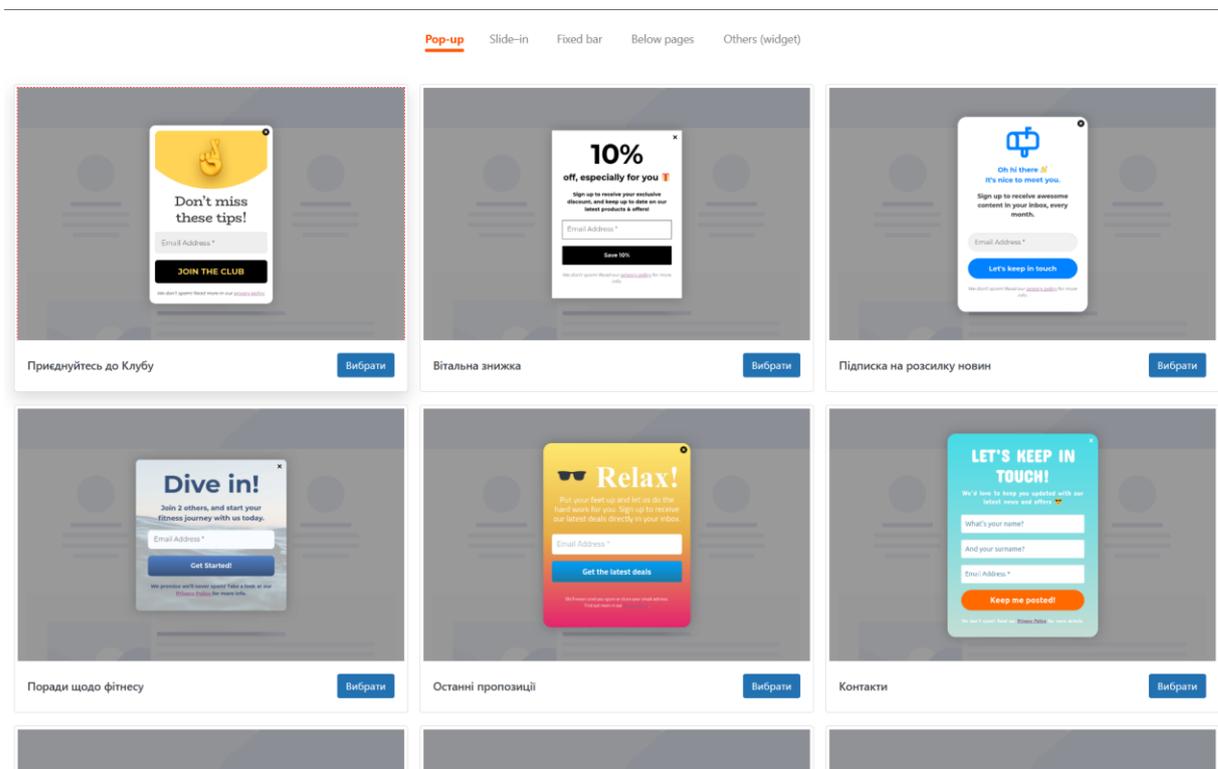


Рис. 3.11 – Перелік інформаційних контактних форм
Розроблено автором

Також завдяки WordPress можна автоматизувати сповіщення електронної поштою та сегментувати аудиторію для більш цільового спілкування за допомогою списків користувачів.

Наступною функцією, яку ми додали на сайт, є опція керування користувачами. Цей функціонал дозволяє відвідувачам входити в систему, що відкриває додаткові можливості порталу, з-поміж яких, передусім, коментування та можливість публікування власних матеріалів (рис. 3.12).

Додати нового користувача

Action Scheduler: 2 [past-due actions](#) found; something may be wrong. [Read documentation](#) »

Створити обліковий запис нового користувача і додати його до цього сайту.

Ім'я користувача (обов'язково)

Email (обов'язково)

Ім'я

Прізвище

Сайт

Мова

Пароль

Сильний

Надіслати сповіщення Send the new user an email about their account

Роль

Subscribe to our newsletter

Рис. 3.12 – Розділ керування користувачами

Розроблено автором

Варто також підкреслити важливу деталь, а саме: завдяки системі WordPress процес управління користувачами значно спрощений, що дозволяє виконувати усі необхідні дії, такі, до прикладу, як створення та верифікація нових користувачів без додаткової необхідності програмного втручання.

Слід сказати про ще одну функційну особливість, яку було налаштовано на порталі. Це система коментування, тобто, таке розширення, яке покращує залучення користувачів, оскільки дозволяє читачам ділитися думками та розпочинати обговорення. Варіант такого розділу репрезентовано на рис. 3.13.

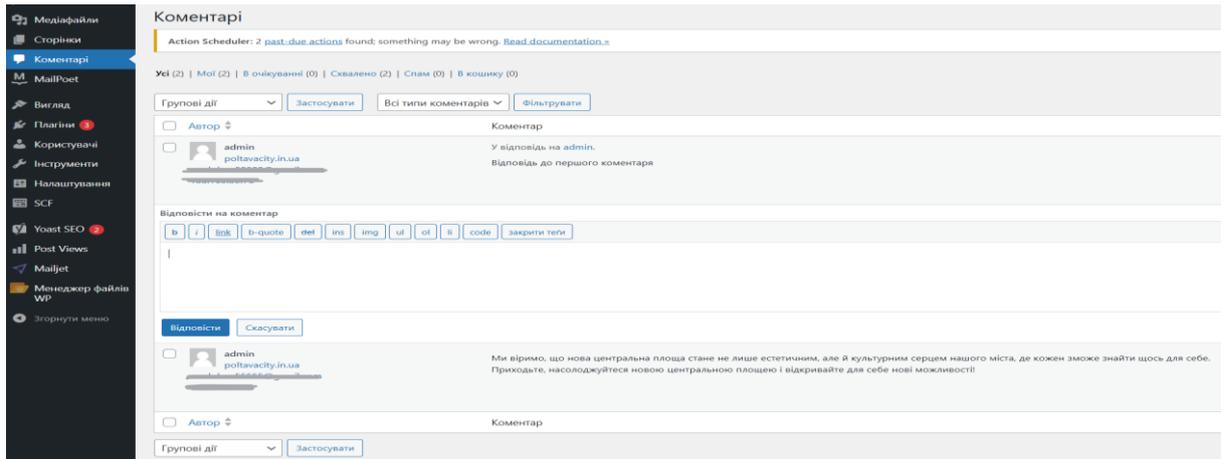


Рис. 3.13 – Розділ коментарів

Розроблено автором

Окремо варто наголосити щодо інтеграції мультимедійного контенту. Загалом, завдяки гнучкості WordPress цей процес став легким та ефективним (рис. 3.14).

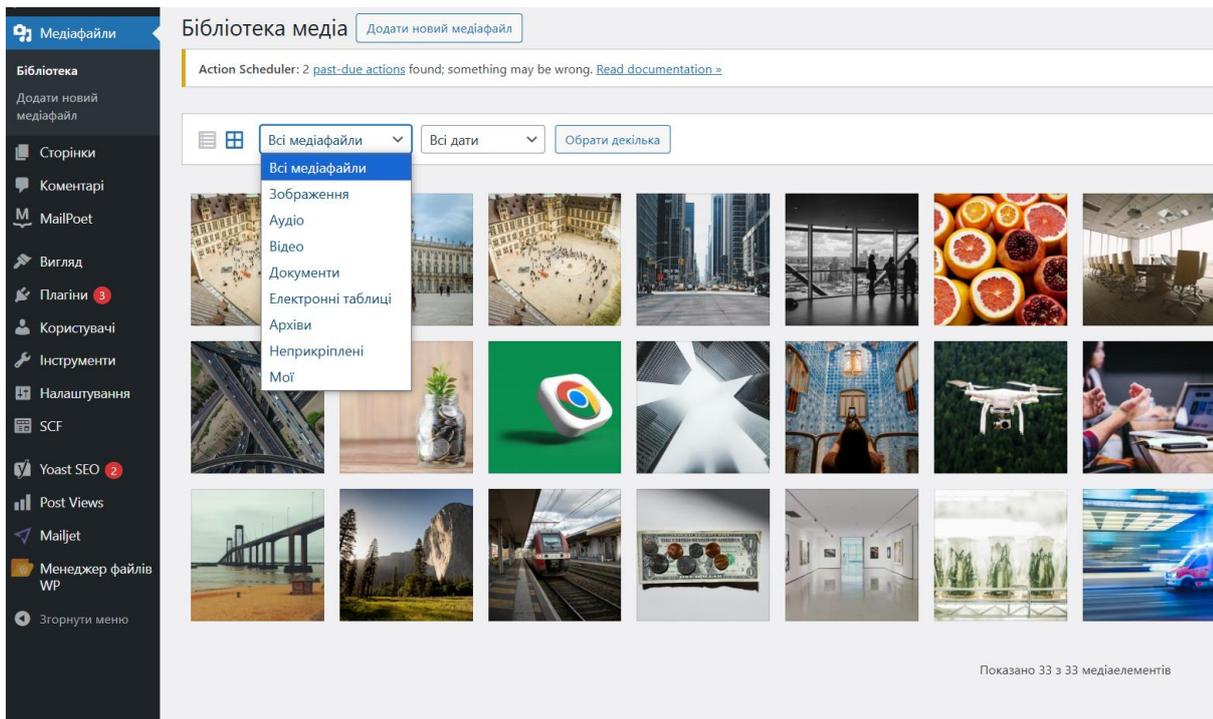


Рис. 3.14 – Зображення медіабібліотеки

Розроблено автором

Вбудована медіасистема допомогла ефективно зберігати та сортувати будь-які типи мультимедійного вмісту, полегшуючи, передусім, адміністраторам процес керування великими обсягами файлів.

Також на новоствореному порталі є доволі зручний інтерфейс: інтуїтивно зрозуміла інформаційна панель WordPress спрощує завантаження, керування та впорядкування зображень, відео та інших медіаелементів. Це значно спростило процес збагачення порталу новин привабливими візуальними елементами (рис. 3.15).

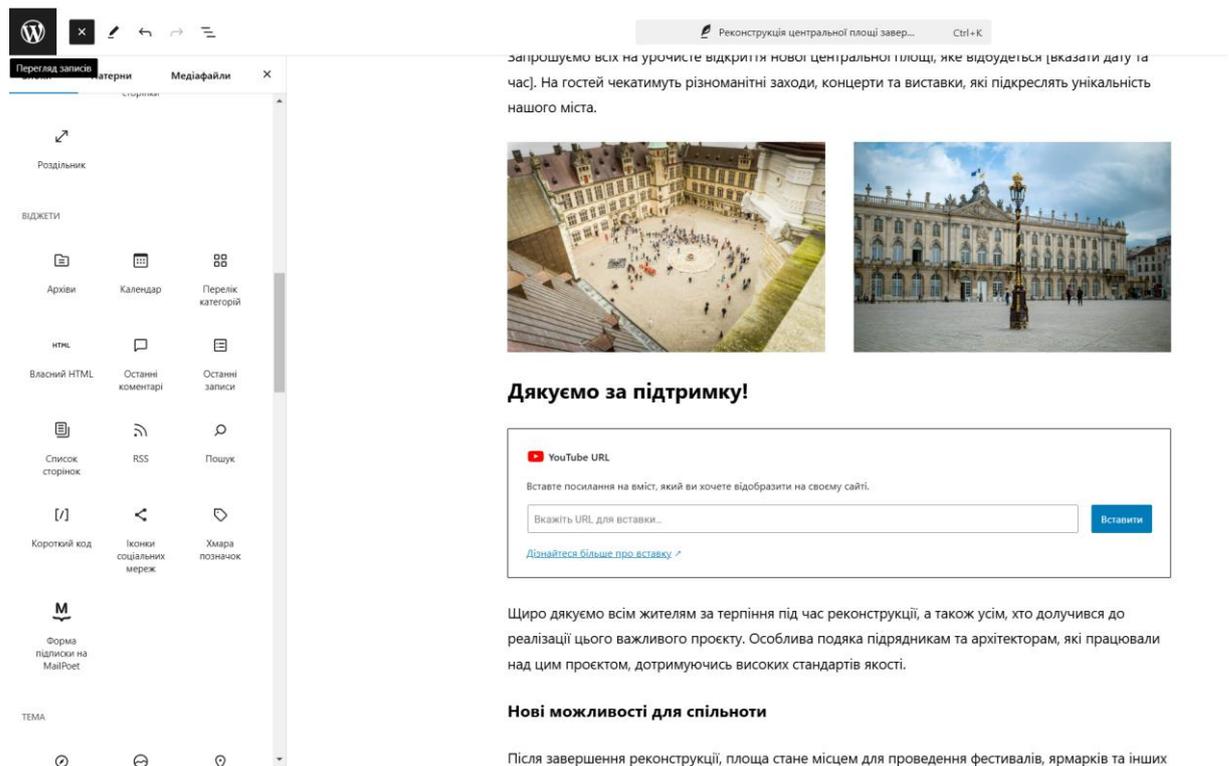


Рис. 3.15 – Вбудовування зовнішнього вмісту

Розроблено автором

Екосистема WordPress пропонує безліч різноманітних Блоків та Патернів, а також додаткових плагінів, як ACF та Metabox, завдяки яким можна інтегрувати вміст із зовнішніх носіїв. Ці функції уможливають покращити інтерактивність сайту без необхідності складних налаштувань. Результати вбудовування елементів на головній сторінці представлено на рис. 3.16.

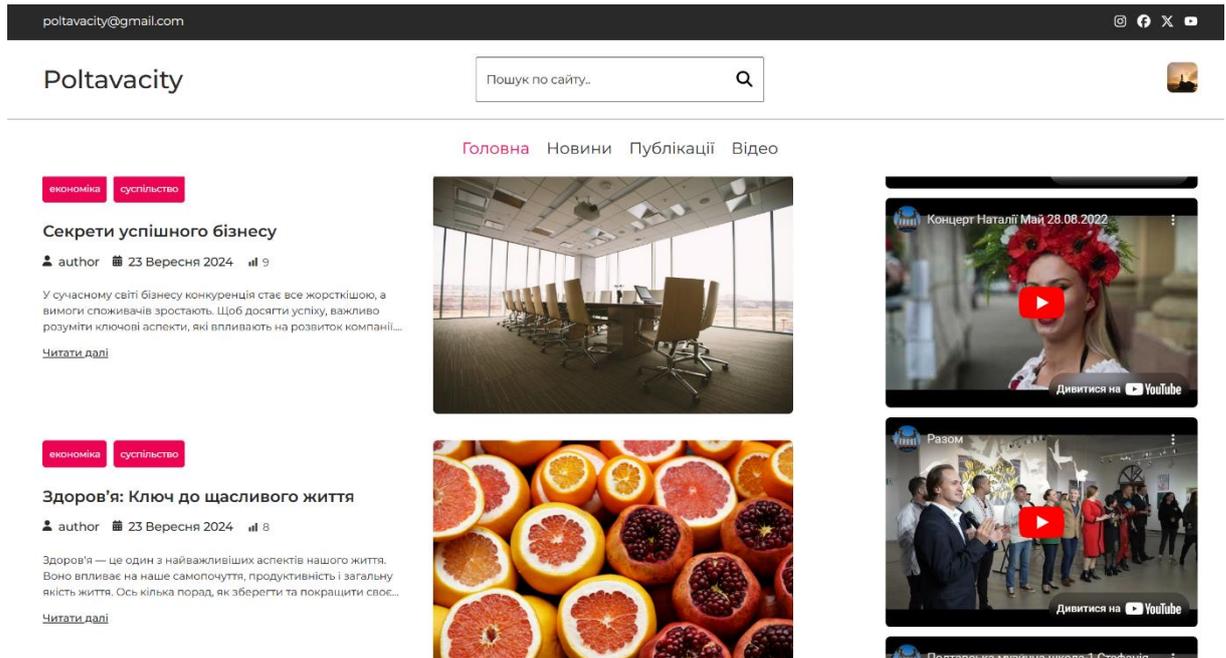


Рис. 3.16 – Результат вбудовування елементів на головній сторінці

Розроблено автором

Впровадження розробленої CMS надало підприємству нові можливості щодо покращення ефективності процесом управління проектом. Натепер фахівці Lamra Agency можуть легко налаштувати вебсайт згідно з брендингом та функційними потребами компанії. Зокрема, завдяки зручному інтерфейсу WordPress, навіть нетехнічні користувачі зможуть результативно виконувати всі завдання, пов'язані з веденням сайту. Це, насамперед, зменшує потребу в регулярній технічній підтримці та дозволяє редакції ефективно керувати новинним порталом.

З урахуванням вище названих особливостей створеного новинного порталу ми розробили рекомендації, які зорієнтовані на процеси використання з метою підвищення загальної продуктивності ресурсу та покращення видимості вебсайту в Інтернеті. Окреслимо їх.

1. SEO-оптимізація. Виконані роботи з налаштування порталу містять деякі аспекти SEO, проте існує певна низка факторів, які можна покращити, враховуючи маркетингові особливості платформи. Наприклад метаописи, заголовки, ключові слова, вигляд соціальних мереж та інше. На рис. 3.17 представлено варіант редагування метатегів в панелі керування.

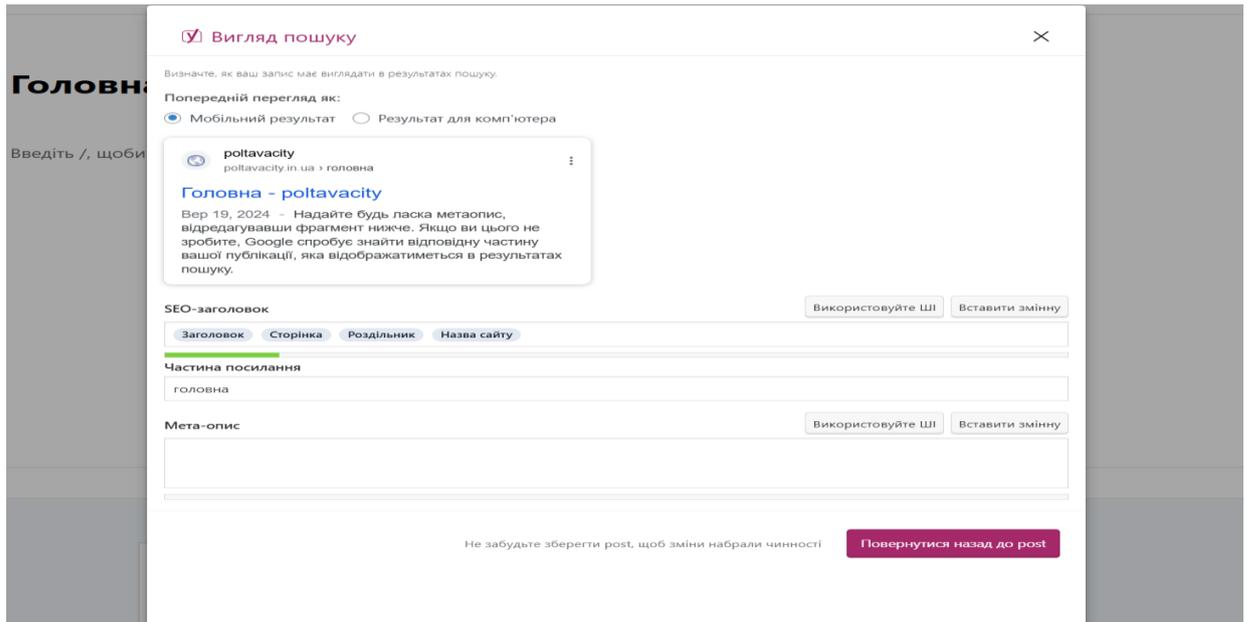


Рис. 3.17 – Редагування метатегів в панелі керування

Розроблено автором

На рис. 3.18 презентовано вигляд сторінок нового новинного порталу в соціальних мережах.

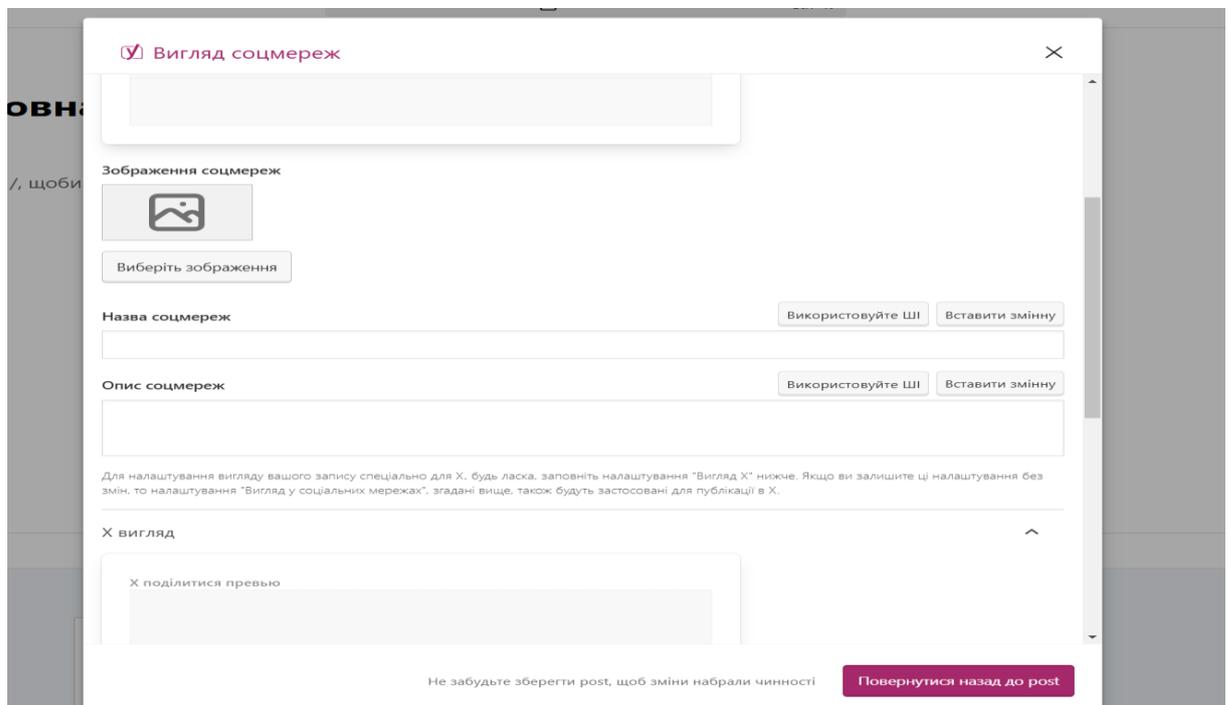


Рис. 3.18 – Розділ вигляду сторінок у соціальних мережах

Розроблено автором

Крім того, завдяки новій CMS, можна виконати аналіз контенту в режимі реального часу та виконати дії пов'язані з оптимізацією без додаткового досвіду та втручання у код.

2. Налаштування швидкодії сайту. Скорочення часу завантаження сторінки має ключове значення під час взаємодії з користувачем та ранжуванні сайту в результатах пошуку. Рекомендації щодо покращення необхідних показників можна отримати, використовуючи спеціальні програми, наприклад, PageSpeed Insights (рис. 3.19).

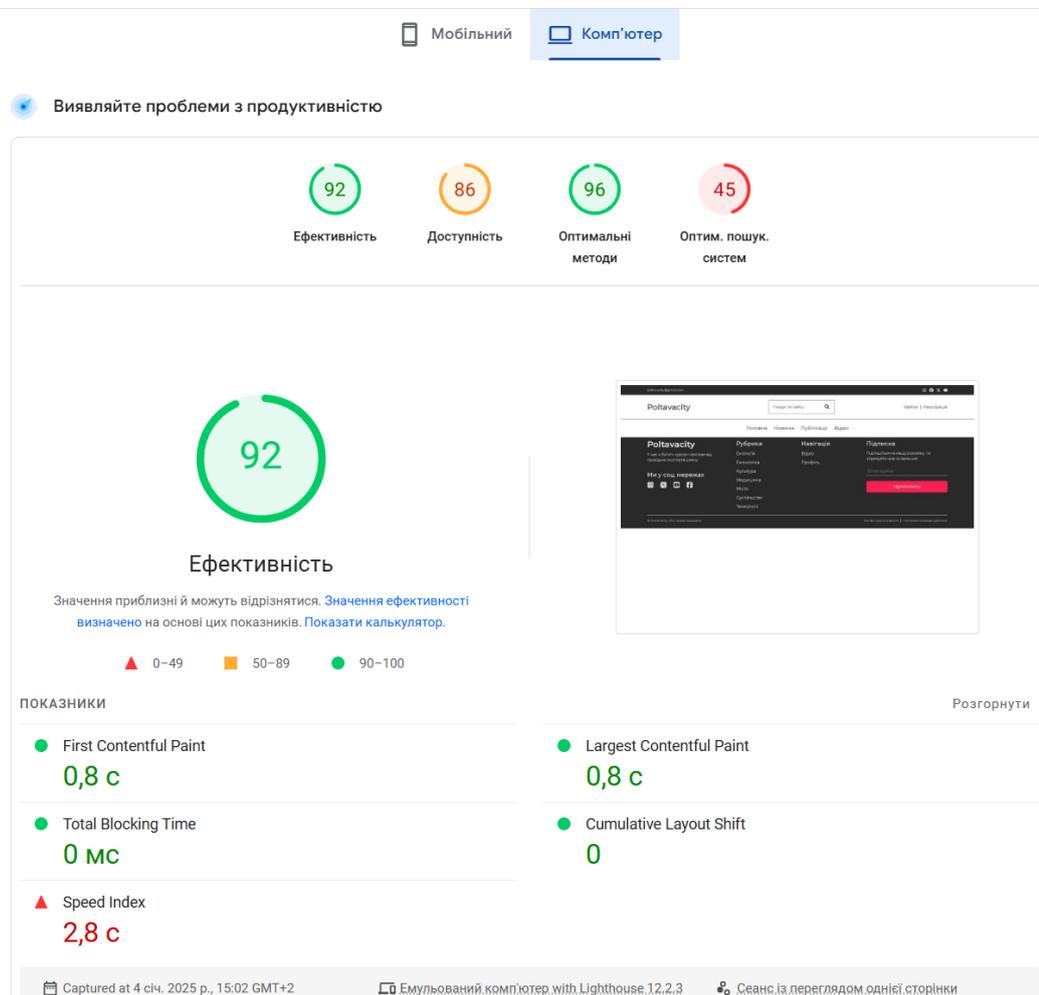


Рис. 3.19 – Початкова діагностика на швидкість завантаження сторінки

Розроблено автором

Також на сайті розміщено перелік розроблених рекомендацій щодо покращення швидкодії згідно PageSpeed Insights (рис. 3.20).

Показано аудити, релевантні для: All FCP LCP TBT CLS	
ДІАГНОСТИКА	
▲	Вилучіть ресурси, які блокують відображення — Потенційне заощадження – 450 мс
▲	Увімкніть стиснення тексту — Можна зменшити на 24 КіБ
■	Зменште CSS — Можна зменшити на 4 КіБ
■	Покажіть статичні об'єкти за допомогою ефективних правил кешування — Знайдено 11 ресурсів
■	Зменште код CSS, який не використовуєте — Можна зменшити на 62 КіБ
○	Сервер відповідає швидко — Кореневий документ відповів через 170 мс
○	Уникайте великих зсувів макета — Виявлено 1 зміщення макета
○	Уникається великий обсяг даних мережі — Загальний розмір – 229 КіБ
○	Уникається надмірний розмір DOM — 134 елементи
○	Намагайтеся не створювати ланцюжки критичних запитів — Знайдено 12 ланцюжків
○	Час виконання JavaScript — 0,0 с
○	Мінімізується робота основного потоку — 0,1 с
○	Зменште використання стороннього коду — Сторонній код заблокував основний ланцюжок на 0 мс
○	Елемент візуалізації великого контенту — 740 мс
Докладніше про ефективність додатка. Ці числа не впливають безпосередньо на значення ефективності.	
ВИКОНАНІ ПЕРЕВІРКИ (22) Показати	

Рис. 3.20 – Перелік рекомендації для покращення швидкодії згідно PageSpeed Insights

Розроблено автором

Як видно на попередніх зображеннях, для досягнення максимальних результатів можна виконати необхідні дії зі стиснення коду, оптимізації зображень, налаштування кешування та ін. У WordPress запропоновані дії можна з легкістю виконати, завдяки файловому менеджеру, медіабібліотеки та різних плагінів.

3. Доступність вмісту. У процесі роботи над оптимізацією сайту слід також враховувати такі фактори, як видимість для пошукових систем та інклюзивність. Ці два аспекти відіграють важливу роль під час сканування ресурсу пошуковиками. Покращення інклюзивності передбачає проведення робіт із виявленням помилок та підготовкою контенту для людей з обмеженими можливостями. Оптимізація видимості сайту має на меті надати пошуковим

системам більше інформації про поточний ресурс. Зокрема, ми запропонували використання плагіну для налаштування XML-мапи сайту(рис. 3.21).

Базові Опції

Search Engine Updates: [Дізнатись більше](#)

Use IndexNow Protocol to notify Microsoft Bing, Seznam.cz, Naver, and Yandex search engines about updates to your site
Microsoft Bing API Key: 7427b17a7e7442cabf16793c2799118
No registration required, however, you can join the [Microsoft Bing Webmaster Tools](#) for more crawling details.

Додати URL файлу Sitemap в віртуальний файл robots.txt.
The virtual robots.txt generated by WordPress is used. A real robots.txt file must NOT exist in the site directory!

Додаткові опції: [Дізнатись більше](#)

Спробуйте збільшити ліміт пам'яті: (e.g. '4M', '16M')

Спробуйте збільшити ліміт часу виконання до: (in seconds, e.g. '60' or '0' for unlimited)

Спробуйте автоматично заархівувати мапу сайту, якщо запитуючий клієнт підтримує його.
Вимкніть цю опцію, якщо у вашій мапі сайту з'являється помилковий вміст або помилки кодування.

Додати таблиці стилів XSLT: (Повний або відносний URL до вашого XSL-файлу) Використовувати параметри за замовчуванням

Перевизначити базу URL-адресу мапи сайту:
Use this if your site is in a sub-directory, but you want the sitemap to be located in the root. Requires .htaccess modification. [Дізнатись більше](#)

Override the file name of the sitemap: sitemap
Use this if you want to change the sitemap file name [Дізнатись більше](#)

Включити мапу сайту в HTML форматі

Additional Pages

Here you can specify files or URLs which should be included in the sitemap, but do not belong to your Site/WordPress.
For example, if your domain is www.foo.com and your site is located on www.foo.com/site you might want to include your homepage at www.foo.com

Примітка: If your site is in a subdirectory and you want to add pages which are NOT in the site directory or beneath, you MUST place your sitemap file in the root directory (Look at the "Location of your sitemap file" section on the URL сторінки: Введіть URL для сторінки. Приклади: <http://www.foo.com/index.html> or www.foo.com/home

Пріоритет: Виберіть пріоритет сторінки в порівнянні з іншими сторінками. Наприклад, ваша домашня сторінка, можливо, має більш високий пріоритет, ніж інші.

Останні зміни: Введіть дату останнього зміни як РРРР-ММ-ДД (наприклад, 2005-12-31) (не обов'язково).

URL сторінки	Пріоритет	Зміна частоти
<input type="text" value="https://poltavacity.in.ua/"/>	1	Завжди
<input type="text" value="https://poltavacity.in.ua/news/"/>	0.9	Завжди
<input type="text" value="https://poltavacity.in.ua/publications/"/>	0.8	Завжди

[Додати нову сторінку](#)

Рис. 3.21 – Плагін для налаштування XML-мапи сайту

Розроблено автором

Для цього необхідно зробити карту сайту, додати розмітку Schema, згенерувати файл robots.txt, вказати пріоритетність сторінок. Усі ці дії можна ефективно виконати в панелі керування WordPress.

Отже, впровадження нової CMS уможливить покращити й автоматизувати подальші роботи над вдосконаленням новинного порталу, що позитивно вплине на загальну швидкодію ресурсу та залучення нових читачів.

Використовуючи гнучкість та інструменти, пропоновані WordPress, портал новин може перетворитися на динамічну та популярну платформу, яка приваблюватиме й зможе не тільки утримувати різноманітну аудиторію, а й значно розширити її.

ВИСНОВКИ

Під час написання кваліфікаційної роботи було проведено низку досліджень, щодо ролі систем керування вмістом в розробці та підтримці сучасних вебсайтів та порталів, зокрема, в процесі інтеграції мультимедійного контенту.

Головна мета цього дослідження полягала у визначенні ключових переваг використання CMS для оптимізації робочих процесів та покращення взаємодії з користувачами на прикладі цифрової платформи новин. Насамперед, було з'ясовано як система керування вмістом WordPress покращує ефективність роботи з вебпорталом у контексті управління такими типами контенту, як текст, відео, аудіо та зображення.

Результати цього дослідження можна узагальнити у низці висновків.

1. У процесі написання кваліфікаційної роботи було схарактеризовано основні можливості CMS-систем у роботі з мультимедійним контентом.

Упродовж останніх років системи керування вмістом відіграють ключову роль у трансформації мультимедійності вебресурсів. Особливо актуальним це питання є для новинних видань. Такі цифрові платформи надають перевагу CMS саме через можливості оптимізувати процеси створення та редагування різних типів вмісту, оскільки такі системи пропонують комплексне рішення із централізованим керуванням для виконання необхідних завдань.

2. Вивчено популярні CMS, які широко використовуються в усьому світі з погляду їхньої функційності.

Було з'ясовано, що найчастіше використовуються такі системи керування вмістом, як: WordPress, Joomla, Drupal, Contentful. Менш популярними є Kentico та Sitecore.

Під час цього дослідження було визначено, що наявні CMS пропонують ефективні рішення та найрізноманітніші функції, із врахуванням основних аспектів існування порталу новин в Інтернет-просторі, найголовнішими з-поміж яких є такі:

1. Потреба в інформації.
2. Інтерактивність вмісту у розрізі взаємодії з аудиторією.
3. Мультимедійність контенту.

Зазначимо, що на вибір систем впливає також такий вагомий аргумент, як зручність роботи з мультимедіа.

3. Досліджено можливість створення цифрового рішення для видавництва на основі інтерактивного порталу.

Під час виконання роботи детально ознайомилися із зарубіжним досвідом зі створення цифрового рішення для видавництва на основі інтерактивної платформи. Зокрема, ми проаналізували роботу щодо оцифрування контенту такого відомого видання, як американська щоденна газета «The New York Times». За нашими спостереженнями, організація досягла успіху завдяки ефективній інтеграції мультимедійного вмісту у свою контент-стратегію. Аналіз та швидка адаптація до потреб сучасного користувача зробили вагомий внесок у розвитку мультимедійності видання. Насамперед, це зміна класичних форматів викладу новин на відео- та аудіо-матеріали, насичення сюжетів інфографікою позитивно вплинуло на втримання уваги читачів, тоді як створення корисних застосунків сприяло залученню нової аудиторії.

Також ми вивчали діяльність ПП «Полтава ТВ» та проаналізували процеси контент-менеджменту на прикладі новинного порталу Poltavacity.

Під час роботи з системою керування вмістом було визначено основні аспекти оптимізації управління проектом, а саме:

- 1) наявність зручної адміністративної панелі;
- 2) можливість планування публікацій;
- 3) зрозумілий редактор для інтеграції мультимедійного контенту.

4. Результатом практичної частини кваліфікаційної роботи є розробка порталу новин на базі WordPress.

Алгоритм створення порталу із використанням системи керування вмістом дещо відрізняється від стандартної розробки статичного сайту, зокрема наявністю

додаткового середовища, яке слугує проміжною ланкою між користувацьким інтерфейсом та бекендом. Цей процес можна описати у 3 етапах, таких, як:

- 1) проведення підготовчих робіт;
- 2) створення і кастомізація теми;
- 3) тестування основних функцій;
- 4) запуск сайту.

Для виконання поставленого завдання ми обрали популярну системи керування вмістом WordPress.

На першому етапі ми встановили її та виконали налаштування сервера. Головним завданням на цій стадії розробки було забезпечити належний рівень безпеки майбутнього сайту та переконатись у коректності інсталяції CMS.

Насамперед, ми створили резервні копії файлів, встановили права та обмеження доступу до файлів, завершили конфігурацію бази даних.

Наступний етап передбачав безпосередньо розробку сайту. Цей процес зумовлений специфікою обраної CMS, тож вимагав врахування вже визначених функційних особливостей WordPress.

Найпершим завданням було створення теми та проведення внутрішньої конфігурації системи як основи для подальших налаштувань та коректної роботи порталу. Згодом ми розробили шаблони основних сторінок, прописали коректні посилання, визначили структуру таксономії та реалізували адаптивний дизайн макету.

Останній етап передбачав впровадження додаткового функціоналу та тестування основних аспектів порталу безпосередньо в робочому процесі. Для підвищення рівня інтерактивності та покращення користувацького досвіду ми додали низку функційних можливостей, а саме:

- 1) створення облікового запису та публікації новин користувачів;
- 2) систему коментування;
- 3) форму підписки на новини;
- 4) поширення статей.

Також, з метою покращення інформативності вмісту, було зrealізовано зручний вивід певних мультимедійних елементів, зокрема фото- та відеоматеріалів, а також прив'язку із соціальними мережами.

На завершальному етапі ми провели загальне тестування ресурсу. Унаслідок аналізу було перевірено коректність відображення елементів дизайну на різних розширеннях та випробувано основні функції, які доступні користувачеві.

В результаті нашої роботи було створено портал новин для підприємства ПП «Полтава ТВ». Даний ресурс та панель керування до нього доступні за активними посиланнями.

Створений новинний портал має чимало переваг. Окреслимо їх.

1. За допомогою нової системи команда може швидше реагувати на запити клієнтів.

2. Завдяки можливості керування обліковими записами користувачів, партнери можуть отримати доступ до адмінсторінки для публікації власного матеріалу.

3. Також з'являється можливість необмежено вбудовувати відео зі сторонніх ресурсів.

4. З новою CMS зникає потреба прописувати власноруч усі посилання, що значно заощаджує час.

5. Редактор записів надає можливість планувати публікацію новин у будь-який час, що автоматизує процес створення новин.

6. Наявний журнал записів дозволяє повертатись до попередніх редакцій новини.

7. Крім того, корисною є можливість робити резервні копії, та відновлення усього сайту в один клік.

З огляду на всі ці переваги можна сподіватися, що новинний портал Poltavacity значно розширить аудиторію своїх потенційних клієнтів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дрокіна Н. Seo-оптимізація сайту підприємства як інструмент інтернет-маркетингу. *Науковий вісник національного університету*. 2018. Т. 1, № 19. С. 127–131.
2. Дьячук І. Модель контент-маркетингу для ефективного управління вебконтентом. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2021. № 2(62). С. 82–91.
3. Рудик М. Вплив соціальних медіа на формування громадської думки. *Вісник львівського університету*. 2020. № 48. С. 198–206.
4. Рябова Т. Використання соціальних медіа, контент-маркетингу та інших інструментів у цифровому середовищі в рамках цифрового маркетингу. *Здобутки економіки: перспективи та інновації*. 2024.
5. Тонкіх І. Ю. Критерії якості контенту інтернет-медіа. *Обрії друкарства*. 2018. Т. 1, № 6. С. 209–216.
6. Хворостина О. В. Новинний портал як платформа функціонування мережевих медіа. 2016.
7. Чабаненко М. В. Мультимедійність в інтернет-журналістиці. *Запоріжжя : «Просвіта»*, 2018. 79 с.
8. Яремчук Ю. Є., Павловський П. В., Катаєв В. С. Комплексні системи захисту інформації. *Вінниця : ВНТУ*, 2018. 119 с.
9. Гудзь О. Є., Петькун С. М. Формування нової медіа реальності в умовах цифрових трансформацій. *Вісник Херсонського національного технічного університету*. 2024. № 4(87). С. 339–345.
URL: <https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2023.4.42> (дата звернення: 09.01.2025).
10. Лісневська А., Фруктова Я. Аудіовізуальний контент: до питання ризиків впливу сучасних медіа. *Інтегровані комунікації*. 2019. № 2.
URL: <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2019.2.5> (дата звернення: 09.01.2025).

11. Ляпін К. Виклики та можливості сучасності: комплексна система захисту інформації. *Аналітично-порівняльне правознавство*. 2023. № 4. С. 262–265. URL: <https://doi.org/10.24144/2788-6018.2023.04.43> (дата звернення: 09.01.2025).
12. Уварова Т. Нові медіа та сучасна медіакультура. *Українська культура : минуле, сучасне, шляхи розвитку (напрямок: культурологія)*. 2023. № 45. С. 120–128. URL: <https://doi.org/10.35619/ucpmk.vi45.648> (дата звернення: 09.01.2025).
13. Учасники проектів Вікімедіа. Вебсайт – вікіпедія. *Вікіпедія*. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Вебсайт> (дата звернення: 10.01.2025).
14. Янковець Т. Вебсайт у цифровому маркетингу. *Scientia fructuosa*. 2023. Т. 150, № 4. С. 85–104. URL: [https://doi.org/10.31617/1.2023\(150\)06](https://doi.org/10.31617/1.2023(150)06) (дата звернення: 09.01.2025).
15. SEO для ЗМІ та медіа: від трендів до вічнозеленого контенту. *Serpstat*. URL: <https://serpstat.com/uk/blog/seo-dlya-zmi-ta-media/>.
16. Cordova M. Wordpress websites for business: how anyone can maximize website performance and results. O'Reilly Media, 2017. 246 p.
17. Curran J., Hesmondhalgh D. Media and society. New York : Bloomsbury Academic, 2018. 356 p.
18. Hilker C. Content Marketing in der Praxis: Ein Leitfaden - Strategie, Konzepte und Praxisbeispiele für B2B- und B2C-Unternehmen. Springer Gabler, 2017. 262 p.
19. Information Resources Management Association. Digital multimedia: concepts, methodologies, tools, and applications. Pennsylvania, USA : IGI Global, 2017. 1763 p.
20. L. Tuten T. Social media marketing. Thousand Oaks, California : SAGE Publications, 2020. 488 p.
21. Schewe K.-D., Thalheim B. Design and development of web information systems. Berlin : Springer Berlin Heidelberg, 2019. 590 p.

22. About pagespeed insights | google for developers. *Google for Developers*. URL: <https://developers.google.com/speed/docs/insights/v5/about> (date of access: 11.01.2025).
23. ACF | advanced custom fields plugin for wordpress. *ACF*. URL: <https://www.advancedcustomfields.com/> (date of access: 11.01.2025).
24. Amundsen M. Information architecture. *Mike's Newsletter | Mike Amundsen | Substack*. URL: <https://mamund.substack.com/p/information-architecture> (date of access: 10.01.2025).
25. Arjen van den Akker. What is a CMS? Understand the different types of CMSs - RWS. *RWS: Creating a world where content is always relevant*. URL: <https://www.rws.com/content-management/what-is-a-cms/> (date of access: 10.01.2025).
26. Bizz-O-Tech. The digital transformation of the new york times: a comprehensive analysis. *LinkedIn*. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/digital-transformation-new-york-times-comprehensive-analysis-3g5hf#:~:text=Multimedia%20Content:%20The%20New%20York,audience%20while%20also%20improving%20storytelling>. (date of access: 10.01.2025).
27. Building a digital new york times: CEO mark thompson. *McKinsey & Company*. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/technology-media-and-telecommunications/our-insights/building-a-digital-new-york-times-ceo-mark-thompson> (date of access: 10.01.2025).
28. Calzada J., Gil R. What do news aggregators do? Evidence from google news in spain and germany. *Marketing science*. 2020. Vol. 39, no. 1. P. 134–167. URL: <https://doi.org/10.1287/mksc.2019.1150> (date of access: 09.01.2025).
29. Cennamo C. Competing in digital markets: a platform-based perspective. *Academy of management perspectives*. 2019. URL: <https://doi.org/10.5465/amp.2016.0048> (date of access: 09.01.2025).

30. Competing for attention on digital platforms: the case of news outlets / T. Meyer et al. *Strategic management journal*. 2024. URL: <https://doi.org/10.1002/smj.3600> (date of access: 09.01.2025).
31. Contributors to Wikimedia projects. Content management system Wikipedia. *Wikipedia, the free encyclopedia*. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Content_management_system (date of access: 10.01.2025).
32. Email delivery service for marketing & developer teams | mailjet. *Mailjet*. URL: <https://www.mailjet.com/> (date of access: 11.01.2025).
33. Evolution of digitized societies through advanced technologies / ed. by A. Choudhury et al. Singapore : Springer Nature Singapore, 2022. 209 p.
34. Global mobile traffic 2023 | Statista. *Statista*. URL: <https://www.statista.com/statistics/277125/share-of-website-traffic-coming-from-mobile-devices/> (date of access: 10.01.2025).
35. Google's 200 ranking factors: the complete list (2024). *Backlinko*. URL: <https://backlinko.com/google-ranking-factors> (date of access: 10.01.2025).
36. GTmetrix | Updates and web performance insights. *getmetrix*. URL: <https://gtmetrix.com/blog/> (date of access: 11.01.2025).
37. How the new york times recreated their brand with digital transformation. *Smart Panda Labs*. URL: <https://smartpandalabs.com/blog/how-the-new-york-times-recreated-their-brand-with-digital-transformation/> (date of access: 10.01.2025).
38. Impact of website visual design on user experience and website evaluation: the sequential mediating roles of usability and pleasure / E. Jongmans et al. *Journal of marketing management*. 2022. P. 1–36. URL: <https://doi.org/10.1080/0267257x.2022.2085315> (date of access: 10.01.2025).

39. Journal of information architecture. *Journal of Information Architecture*. URL: <https://journalofia.org/volume3/issue2/03-resmini/> (date of access: 10.01.2025).
40. Kelly C. Why your SEO strategy should include multimedia content. *Forbes*. URL: <https://www.forbes.com/councils/forbesbusinesscouncil/2022/08/24/why-your-seo-strategy-should-include-multimedia-content/> (date of access: 10.01.2025).
41. K R. Insights: how the new york times is transforming old media. *Venture Journeys | Raveen.K | Substack*. URL: <https://www.venturejourneys.com/p/insights-new-york-times-transforming-old-media> (date of access: 10.01.2025).
42. Lampa agency. *lampaadvert*. URL: <https://lampaadvert.com.ua/> (date of access: 10.01.2025).
43. Lisovska A., Kalyta A. Content websites and their structure. *Young scientist*. 2019. Vol. 10, no. 74. URL: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-10-74-39> (date of access: 09.01.2025).
44. MailPoet, an email marketing plugin for WordPress. *MailPoet*. URL: <https://www.mailpoet.com/> (date of access: 11.01.2025).
45. Multimedia content definition | law insider. *Law Insider*. URL: <https://www.lawinsider.com/dictionary/multimedia-content> (date of access: 10.01.2025).
46. Popovich N., Rojanasakul M., Plumer B. The climate impact of your neighborhood, mapped (published 2022). *The New York Times*. URL: <https://www.nytimes.com/interactive/2022/12/13/climate/climate-footprint-map-neighborhood.html> (date of access: 10.01.2025).
47. Psychological impact of mass violence depends on affective tone of media content / J. B. Wormwood et al. *Plos one*. 2019. Vol. 14, no. 4. URL: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0213891> (date of access: 10.01.2025).

48. Research study: significant increase in google images within serps. *seoClarity*.
URL: <https://www.seoclarity.net/blog/research-study-google-images> (date of access: 10.01.2025).
49. Search engine optimization. *Documentation*.
URL: <https://wordpress.org/documentation/article/search-engine-optimization/> (date of access: 09.01.2025).
50. Six different types of content management systems. *MadCap Software: Collaborative Technical Authoring Tools*.
URL: <https://www.madcapsoftware.com/blog/types-of-content-management-systems/> (date of access: 10.01.2025).
51. The effects of constructive journalism techniques on mood, comprehension, and trust / N. van Antwerpen et al. *Journalism*. 2022.
URL: <https://doi.org/10.1177/14648849221105778> (date of access: 10.01.2025).
52. The new york times is winning at digital. *From Digital*.
URL: <https://www.from.digital/insights/new-york-times-winning-digital/> (date of access: 10.01.2025).
53. The new york times on mobile | jennifer brook. *Home | Jennifer Brook*.
URL: <http://jenniferbrook.com/work/the-new-york-times> (date of access: 10.01.2025).
54. Times T. N. Y. Colorado third congressional district election results. *The New York Times*.
URL: <https://www.nytimes.com/interactive/2024/11/05/us/elections/results-colorado-us-house-3.html> (date of access: 10.01.2025).
55. Times T. N. Y. How A.I. has changed music, and what's coming next. *The New York Times*. URL: <https://www.nytimes.com/2024/05/30/arts/music/popcast-artificial-intelligence-ai.html?searchResultPosition=1> (date of access: 10.01.2025).
56. Understanding news topic authority | google search central blog | google for developers. *Google for Developers*.

URL: <https://developers.google.com/search/blog/2023/05/understanding-news-topic-authority> (date of access: 10.01.2025).

57. Yoast SEO features | Yoast developer portal. *Yoast developer portal*.

URL: <https://developer.yoast.com/features/> (date of access: 09.01.2025).

58. What is a CMS and why should you use one?. *TheeDigital*.

URL: <https://www.theedigital.com/blog/top-reasons-to-use-a-content-management-system> (date of access: 10.01.2025).

59. What is SEO? An intro to search engine optimization. Semrush. URL:

<https://www.semrush.com/blog/what-is-seo/> (date of access: 08.11.2024).

60. What is shopify and how does it work? (2025) - shopify. *Shopify*.

URL: <https://www.shopify.com/blog/what-is-shopify> (date of access: 09.01.2025).