

Список використаних джерел

1. В мкрн Тернівка виявлено масштабне сміттєзвалище площею в 1 га. *Миколаївська правда*. 20.02.2026. URL: <https://www.nikpravda.com.ua/v-mkrn-ternivka-vyyavleno-masshtabne-smittyezvalyshhe-ploshheyu-v-1-ga/> (дата звернення: 18.03.2026)
2. Маркова В. А. Експерти в медіа: від технології до екології. *Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації»*. 2020. № 17. URL: <https://periodicals.karazin.ua/sc/article/view/16530>. (дата звернення: 18.03.2026)
3. Міст, водосховище та греблі у Миколаївській області під загрозою руйнування: може затопити села. *Новини Н*. 14.03.2026. URL: <https://novosti-n.org/ua/news/Mist-vodoshovyshhe-ta-greblu-u-Mukolayivskij-oblasti-pid-zagrozoju-rujnuvannya-mozhe-zatopyty-sela-334338> (дата звернення: 18.03.2026)
4. Харченко С., Шинкарук В. Екологічна журналістика: міжнародний досвід та українські реалії. *International journal of philology*. 2022. Vol. 13, № 1. С. 77-89

Науковий керівник: Філатова О. С., доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри журналістики, реклами та PR-технологій Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова.

Анастасія Лисенко

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Уманського національного університету

РЕГІОНАЛЬНІ МЕДІА ТА ЇХ ПРЕДСТАВЛЕННЯ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Проаналізовано роль соцмереж у сучасному інформаційному просторі, способи взаємодії сучасних медіа з соціальними мережами. Розглянуто особливості представлення журналістських матеріалів регіональних медіа на сторінках соцмереж.

Ключові слова: соціальні мережі / соцмережі, медіа, традиційні медіа, класичні медіа, регіональні медіа, медіапростір.

Сьогодні соцмережі стали невід'ємною частиною журналістського інструментарію, адже вони дозволяють швидко та зручно збирати інформацію для своїх матеріалів та/або миттєво поширювати її на

сторінках цих інтернет-платформ, збільшуючи тим самим аудиторію медіа, яка може реагувати на отриману інформацію та поширювати її.

Роль соціальних мереж у медіапросторі вивчалася багатьма дослідниками, серед яких Р. Абдєєв, С. Афанасьєв, В. Іноземцев, Л. Масімова, І. Мудра, Т. Фісенко та ін. Наше дослідження має на меті розглянути представлення регіональних медіа на сторінках соцмереж.

Як зазначає М. Кіца, «соціальна мережа – це інтерактивний, з великою кількістю користувачів веб-сайт, контент якого наповнюють самі учасники. Сайт становить автоматизоване соціальне середовище, яке дає змогу спілкуватися групі користувачів, об'єднаних загальним інтересом. Теоретично як соціальну мережу можна розглядати будь-яку онлайн-спільноту. Соціальна мережа утворюється читачами тематичного співтовариства, створеного на будь-якому сервісі блогів» [2, с. 99].

Соціальні мережі стали зручним засобом отримання інформації з огляду на оперативність, інтерактивність та зворотний зв'язок, можливість висловлення власної оцінки, персоналізацію та доступність у будь-який зручний для споживача час та можливість поширення цікавої інформації у своїй спільноті однодумців. На сьогодні, за статистикою, українська аудиторія в соцмережах досить широка: у Facebook – 13,9 мільйона, TikTok – 17 мільйонів, Instagram – 12 мільйонів, LinkedIn – 5,8 мільйона, YouTube – 21,6 мільйона, X – 1,61 мільйона [5].

З іншого боку, класичні медіа зберігають свою вагу та довіру аудиторії через такі переваги, як дотримання журналістських стандартів, зокрема щодо достовірності інформації; глибинний аналіз та збалансованість викладу матеріалу; професійний підхід до опрацювання матеріалу.

Учасники панельної дискусії «Медіа майбутнього: роль соцмереж та месенджерів» обговоривши виклики, пов'язані із соціальними мережами, зазначили таке:

- найбільшою із загроз є легка і швидка можливість поширення дезінформації, зокрема в мережах «Телеграм» і «ТікТок»;
- соцмережі стають зручним інструментом владних інституцій доносити офіційну інформацію до своїх громадян;
- класичні медіа та інтернет-медіа все частіше використовують можливості соціальних мереж для просування свого контенту;
- кожне медіа має можливість обирати найбільш зручні платформи для поширення своїх медіапродуктів;
- медіа починають програвати соцмережам у боротьбі за увагу аудиторії, оскільки остання більш прихильна до емоційного викладу інформації, який використовують інфлюенсери і блогери;
- медіа ставатимуть усе більше залежними від своїх читачів через пейволи, мембершіпи чи донати: за словами К. Коберник, «невдовзі журналісти стануть схожими на екофермерів, які створюють якісний продукт для обмеженої, але вдячної аудиторії. Ця модель дозволить

якісній журналістиці виживати як невеликому, але важливому сегменту, підтримуваному свідомими споживачами» [3].

Соціальні мережі сприяють редакціям у формуванні громадської думки та впливі на масові настрої, оперативному донесенні інформації до споживачів та можливості зворотного зв'язку з ними. Також соцмережі є джерелом інформації для традиційних медіа, хоч це і потребує не менших зусиль для перевірки достовірності фактів [1]. Тому найкращим способом взаємодії медіа з аудиторією є використання не лише основних платформ (газетної шпальти, теле- чи радіопередачі), а й використання сторінок у соціальних мережах як можливості найширшого залучення аудиторії.

Регіональні медіа, попри стійкість та адаптивність під час нинішньої війни, є більш вразливими через такі чинники, як фінансова нестабільність, втрата приміщень та обладнання, міграція аудиторії, брак кадрів [4]. Тому для виживання регіональних медіа їм необхідно максимально використовувати всі можливості просування свого контенту, зокрема і через соцмережі.

Експерти ІМІ (Інституту масової інформації) виробили рекомендації для регіональних медіа, зокрема:

- оригінальність контенту як умова його видимості;
- планування контенту в соцмережах;
- короткий вертикальний відеоконтент;
- тематичні, професійні та локальні спільноти;
- подання матеріалу від першої особи;
- ситуативи як контент-реакція на події;
- довгий відеоконтент (ютуб);
- використання можливостей штучного інтелекту;
- контент від користувачів;
- пошукова оптимізація всередині самих соцмереж [5].

Розуміючи необхідність адаптації до нових умов, регіональні медіа все більше звертаються до розміщення контенту на інтернет-платформах, зокрема і в соцмережах. Так, наприклад, уманське місцеве медіа Комунальне підприємство «Телекомпанія «Умань», що здійснює мовлення в місті Умань, в Уманському районі Черкаської області та в Новоархангельському районі Кіровоградської області, має широке представлення в соціальних мережах: у мережі «Ютуб» (https://www.youtube.com/channel/UCTI_whGfjBVj5qPtCLEhURQ/videos), у мережі «Телеграм» (https://t.me/s/uman_trk/3159), у мережі «Фейсбук» як новинна сторінка **Умань ТРК** (<https://www.facebook.com/groups/1109715029044115/user/100087581312366/>) і як група профілю **Телекомпанія Умань** (<https://www.facebook.com/groups/1109715029044115/>), а також в мережі «Інстаграм» як **trk_uman** (https://www.instagram.com/trk_uman/).

Отже, бачимо, що інтеграція медіа в соцмережі є наслідком модернізації медіасфери, зумовленим як глобальними технологічними трансформаціями, так і суспільними змінами. Регіональне мовлення під впливом соцмереж стає більш сучасним, гнучким, наближеним до аудиторії.

Список використаних джерел

1. Гарматій О., Онуфрив С. Соціальні мережі як джерело інформації у роботі журналіста. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка": журналістика*. 2021. № 2 (2). С. 45–52.
2. Кіца М. Роль соціальних мереж у сучасній журналістиці. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Серія : Журналістські науки*. 2018. № 896. С. 98-105. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2019/apr/16173/kitsa1.pdf> (дата звернення: 15.04. 2026 р.).
3. Мосорко А. «Монополія журналістів на інформацію давно втрачена»: як українським медіа вижити в епоху соцмереж. URL: <https://life.pravda.com.ua/society/socialni-merezhi-proti-media-hto-peremagaye-u-bitvi-za-doviru-ta-auditoriyu-305053/> (дата звернення: 18.04. 2026 р.).
4. Регіональні медіа під час війни: від виживання до розвитку. URL: <https://nsju.org/novini/vid-vyklykiv-do-mozhlyvostej-shho-dopomozhe-regionalnym-media-proklasty-shlyah-do-stalogo-rozvytku/> (дата звернення: 16.04. 2026 р.).
5. Як регіональним медіа працювати із соцмережами у 2025-му: поради медіабази IMI. URL: <https://imi.org.ua/advice/yak-regionalnym-media-pratsyuvaty-iz-sotsmerezhamy-u-2025-mu-porady-mediabazy-imi-i69530> (дата звернення: 16.04. 2026 р.).

Науковий керівник: Хлистун І.В., кандидат філологічних наук, доцент кафедри української мови та журналістики Уманського національного університету/