

<https://stratcomua.org/ua> (дата звернення: 01.04.2024).

**Жасміна Хлопук**, здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти факультету філології й журналістики імені Михайла Стельмаха Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Науковий керівник – асистент кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю **Аліна Олійник**

## **ТРАНСФОРМАЦІЯ УКРАЇНСЬКИХ РЕГІОНАЛЬНИХ МЕДІА В ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯ**

*У статті розкрито процес трансформації українських регіональних медіа в онлайн-видання в межах еволюції цифрових технологій. Проаналізовано стратегії адаптації традиційних видань до цифрової епохи, висвітлено вплив інтернету на зміну форматів та змісту медійного контенту регіональних ЗМІ, а також розглянуто виклики та перспективи подальшого розвитку цього процесу.*

**Ключові слова:** *інтернет-видання, цифрова трансформація, регіональні медіа, розвиток, онлайн простір, аудиторія.*

В XXI столітті інтернет став невід'ємною частиною суспільства, відіграючи ключову роль у розвитку засобів масової інформації. Українські регіональні медіа не залишаються осторонь цієї трансформації, а навпаки, активно адаптуються до нових умов. Розглядаючи роль та вплив інтернету на українські медіа в XXI столітті, слід звернути увагу на кілька ключових аспектів [1, с.5].

По-перше, інтернет надав медіа можливість розширити свої аудиторії та збільшити досяжність. Раніше, традиційні медіа, такі як газети чи телебачення, обмежувалися своїм регіональним охопленням. Однак завдяки інтернету, українські медіа тепер можуть доставляти свіжі новини та інформаційний контент не лише своїм традиційним аудиторіям, але й глобальній публіці через веб-сайти, соціальні мережі та інші цифрові платформи.

По-друге, інтернет змінив спосіб споживання медіа контенту. Завдяки розвитку цифрових технологій, користувачі отримали можливість отримувати інформацію миттєво, без обмежень у часі та місці. Це сприяло зростанню популярності онлайн-видань, стрімінгових сервісів та інтернет-радіо. Українські медіа перейшли від традиційних форматів до цифрових, адаптуючись до вимог сучасної аудиторії.

По-третє, інтернет надав медіа можливість взаємодіяти з аудиторією в реальному часі. Соціальні мережі та онлайн-форуми стали місцем, де читачі можуть обговорювати новини, висловлювати свої думки та ділитися власними досвідами. Це відкриває нові можливості для українських медіа взаємодіяти з аудиторією, залучати їх у процес створення контенту та враховувати їхні побажання та потреби. Добре відомі можливості соціальних мереж активно використовується для подання інформації. «Новинкою Instagram у 2022 році став запуск Reels. Однією із підстав для появи такої новації було надання користувачам можливості повноцінно використовувати функціонал Instagram, а не переходити до TikTok. Функціонал Reels налаштований на знімання та редагування роликів, з можливістю накласти на них ефекти та музику» [3].

В цілому, інтернет суттєво змінив українські регіональні медіа у XXI столітті, розширивши їх можливості та вплив. Цифрова трансформація відкрила нові горизонти для розвитку медіа сфери, проте також поставила перед ними нові виклики, пов'язані з конкуренцією в онлайн просторі, необхідністю швидкої реакції на зміни та адаптацією до потреб сучасної аудиторії.

Цифрова трансформація українських регіональних медіа надає безліч викликів та можливостей, які варто розглянути з урахуванням їхнього впливу на сучасну медіа-сферу.

Одним з основних викликів цифрової трансформації є конкуренція в онлайн просторі. З появою інтернету та цифрових платформ, українські медіа змушені конкурувати за увагу читачів не лише з іншими традиційними виданнями, але й з новими гравцями, такими як блогери, соціальні мережі та інші цифрові медіа-платформи. Це створює необхідність для медіа

вдосконалювати свої стратегії контенту, привертати аудиторію та забезпечувати свою конкурентоспроможність.

Ще одним викликом є нестабільна ситуація на ринку реклами та доходів. З розвитком інтернету зростає кількість каналів для реклами, що призводить до розрізнення аудиторії та зниження ефективності традиційних рекламних моделей. Українські регіональні медіа змушені шукати нові шляхи монетизації свого контенту, такі як спонсорські статті, підписки на преміум контент, партнерські програми та інші інноваційні моделі.

Однак цифрова трансформація також відкриває перед українськими регіональними медіа безліч можливостей. Зокрема, вона дозволяє медіа швидше та ефективніше доносити інформацію до аудиторії, використовуючи різноманітні цифрові платформи та інструменти. Це дозволяє залучати більшу аудиторію та підвищувати рівень взаємодії з нею.

Крім того, перехід в онлайн-формат надає можливість збільшити персоналізацію контенту, що дозволяє кожному користувачеві отримувати інформацію, яка найбільш відповідає його інтересам та потребам. Це підвищує залучення аудиторії та покращує їхнє задоволення від споживання контенту.

Крім того, дана еволюція сприяє розвитку нових форматів та жанрів контенту, таких як відео, подкасти, інтерактивні статті та інші. Це створює нові можливості для креативності та інновацій українських регіональних медіа та сприяє залученню нової аудиторії.

Отже, цифрова трансформація українських регіональних медіа приносить як виклики, так і можливості. Вирішення цих викликів та використання можливостей може стати ключовим фактором успіху для медіа в епоху цифрової трансформації.

Українські регіональні медіа в епоху цифрової еволюції стикаються з великими викликами, пов'язаними з необхідністю забезпечення конкурентоспроможності в умовах постійних змін та розвитку цифрових технологій. Для успішного функціонування та розвитку українським медіа

необхідно активно впроваджувати інноваційні підходи, спрямовані на залучення аудиторії, покращення якості контенту та оптимізацію роботи.

Один із інноваційних підходів до забезпечення конкурентоспроможності українських медіа - це використання штучного інтелекту та машинного навчання. Завдяки цим технологіям, медіа можуть автоматизувати процеси аналізу даних, виявлення та прогнозування тенденцій у споживанні контенту, персоналізацію інформації для користувачів та автоматичне створення контенту. Наприклад, системи рекомендацій можуть аналізувати інтереси та попередні вподобання користувачів, щоб пропонувати їм контент, який їм найбільше підходить. Крім того, алгоритми машинного навчання можуть допомогти у виявленні фейкових новин або недостовірної інформації, що дозволить зберігати довіру аудиторії.

Ще одним інноваційним підходом є використання віртуальної та доповненої реальності у створенні інтерактивного контенту. Українські медіа можуть створювати віртуальні тури, інтерактивні історії, 360-градусні відео та інші формати, які залучають аудиторію та створюють більш глибокий іммерсивний досвід для користувачів. Наприклад, журналісти можуть використовувати віртуальну реальність для створення історій, які дозволяють глядачам побувати на місці подій, досліджувати певні локації та переживати реальні ситуації [2, с.108].

Також важливим інноваційним підходом є розвиток інтерактивного контенту та участі аудиторії. Медіа можуть створювати онлайн-опитування, голосування, ігри, чат-боти та інші інструменти, які залучають користувачів у взаємодію з контентом. Це не лише збільшує залучення аудиторії, але й дозволяє медіа збирати цінні дані про свою аудиторію та їхні вподобання, що може бути використано для оптимізації стратегії контенту та рекламних кампаній.

Загалом, інноваційні підходи грають ключову роль у забезпеченні конкурентоспроможності українських регіональних медіа в епоху цифрової трансформації. Впровадження новаторських технологій та стратегій дозволяє

медіа не лише виживати в умовах постійних змін, але й успішно розвиватися та набирати нову аудиторію.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Артамонова І. М. Інтернет як специфічний тип мас-медійного тексту (на матеріалах українського сектору мережі). *Вісник СумДУ*, 2007. № 2. С. 5–9. (Серія «Філологія»).
2. Чабаненко М. В. Зближення з аудиторією та інші сучасні напрями розвитку українських інтернет-ЗМІ. Держава та регіони: Науково-виробничий журнал. Серія «Соціальні комунікації». Запоріжжя: КПУ, 2012. № 2 (10). С. 108–112.
3. Одобецька І. Адаптація регіонального телевізійного контенту до формату соціальних мереж (на прикладі телеканалу «ВІТА»). *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*. Львів: 2024, №54-55. С. 231-239.

**Марія Сичова**, здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти факультету міжнародних відносин Національного авіаційного університету. Науковий керівник – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики **Олена Мельникова-Курганова**

### ПЕРЕВАГИ ТА ОБМЕЖЕННЯ МЕТОДІВ ФАКТЧЕКІНГУ

*У статті розкрито переваги та обмеження методів фактчекінгу, описано їхні можливості, проаналізовано процес створення інформаційного впливу, дезінформації та конфліктних ситуацій. Досліджено їхні наслідки, проблеми та вирішення цих проблем.*

**Ключові слова:** фактчекінг, інформація, дезінформація, маніпуляція, медіа.

Фактчекінг – один з напрямків журналістики розслідувань, спрямований на перевірку фактів у публічних заявах (топперсон, політиків, експертів,