

3. Примак Т. О. Маркетингові комунікації. Київ, 2018. 280 с.

Науковий керівник: Богуславський О. В., професор кафедри журналістики і соціальних комунікацій, доктор наук із соціальних комунікацій.

Аліна Кашнер

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти Уманського національного університету

СОЦІАЛЬНА ПРОБЛЕМАТИКА РЕГІОНАЛЬНИХ ІНТЕРНЕТ-МЕДІА (НА ПРИКЛАДІ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛУ «UMAN NEWS»)

Розглянуто функції регіональних медіа, їхні особливості та проблеми, з якими вони стикаються. Проаналізовано контент із соціальної проблематики новинного порталу «Uman News» на платформі «Телеграм».

Ключові слова: *регіональні медіа, соціальна проблематика, контент, телеграм-канал.*

Регіональні медіа є важливим інструментом розвитку соціуму, який задає вектор суспільного сприйняття на місцевому рівні, формує спільні переконання та культурний код громад.

С. Матвієнків серед функцій регіональних медіа відзначає такі: «своєчасне, повне висвітлення місцевих подій; висвітлення важливих місцевих проблем; представлення думок ключових осіб регіону; створення можливості для обміну інформацією між мешканцями регіону; орієнтація в культурних подіях; практична допомога в соціально-побутових потребах» [1, с. 83].

А. Русиняк до позитивних якостей регіональних медіа відносить зосередженість на висвітленні соціальних проблем місцевої громади, питань децентралізації, оновлення усталених моделей функціонування, спрямованість на діалог із громадськістю через сіті-гайди, мультимедійні проекти, сторінки в соціальних мережах; до негативних – копіпаст публікацій загальнонаціональних медіа, низьку якість медіаповідомлень, інертність місцевих журналістів, ігнорування актуальних проблем свого регіону, низьку оперативність у висвітленні інформації, лояльність до місцевих владних органів тощо [2, с. 51].

З метою вивчення проблем регіональних ЗМІ Media Development Foundation (MDF) – центр розвитку незалежних медіа в Україні – проводить щорічні дослідження. Так, за підсумками 2024 року, MDF

провів опитування 60 регіональних медіа 19 областей України за допомогою анкет, а також 11 глибинних інтерв'ю та 4 експертних інтерв'ю. Як засвідчили результати опитування, незважаючи на складні умови, в яких доводиться працювати, журналісти продовжували підлаштовувати контент до поточної кон'юнктури. Найпопулярнішими форматами 2024 року були новини (95%) та інтерв'ю (92%). Лонгриди та статті використовували 87% редакцій, репортажі — 78%, аналітичні матеріали — 67%, а розслідування — 43%. Для 10% медіарозслідування та аналітика стали новими форматами. Також зафіксоване зниження рівня перепакуння контенту в Instagram та Telegram. Водночас зростало виробництво відеоконтенту [3].

Оскільки регіональні медіа є такими, що найбільшою мірою відображають нагальні потреби громади, висвітлюють її проблеми, то соціальна проблематика займає в її контенті найважливіше місце. Серед головних соціальних проблем у медіа виділяють такі: охорона здоров'я, освіта, соціальне забезпечення, екологія, наука, релігія, а в період російсько-української війни також і проблеми українських військових та їхніх родин; волонтерства; внутрішньо переміщених осіб та українських переселенців за кордоном; людини у війні; допомоги населенню, підтримки у важких ситуаціях тощо [4].

Об'єктом нашого аналізу став новинний портал «Uman News», а саме його сторінка на платформі «Телеграм» (https://t.me/uman_now), яка має 10 828 підписників, а предметом — усі повідомлення на соціальну проблематику за період з 1 січня по 1 квітня 2026 року. За цей період на каналі було розміщено 107 таких матеріалів, з них найбільше на тему «Соціальний захист вразливих груп населення (дітей, пенсіонерів, багатодітних сімей, людей з інвалідністю, ветеранів, ВПО тощо)» — 40 (37,4 %) та «Зростання заробітної плати» — 29 (27,1%). Інші теми були висвітлені меншою мірою: «Спорт» — 14 (13,1 %), «Освіта» — 11 (10,2%), «Охорона здоров'я» — 6 (5,6%), «Культура» — 5 (4,7%), інші проблеми (сім'ї, екології) — 2 (1,9%).

Отже, результат аналізу контенту показав, що соціальними проблемами, які найбільше охоплені в телеграм-каналі «Uman News», є теми соціального захисту і фінансової стабільності населення. Теми освіти, охорони здоров'я, спорту висвітлені менше. Майже зовсім не згадуються події війни та пов'язаних із нею людських трагедій. Отже, можемо зробити висновок, що це телеграм-медіа не належить до тих, що повною мірою відповідають суспільним запитам аудиторії.

Список використаних джерел

1. Матвієнків С.М. Регіональні ЗМІ як інструмент формування локальної ідентичності. *Політичне життя*. 2017. №4. С. 83-86.

2. Русиняк А. І. Регіональні ЗМІ у процесі демократичних перетворень в Україні: специфіка та проблемний вимір. *Політикус*. 2020. Випуск 6. С. 51–57.

3. Стан українських регіональних медіа 2025 року. URL: <https://research.mediadevelopmentfoundation.org/> (дата звернення: 15.04.2026 р.)

4. Хлистун І.В. Соціальна проблематика регіональних ЗМІ у період повномасштабного вторгнення росії в Україну (на матеріалі телерадіокомпанії «Суспільне Черкаси»). *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія: Філологія. Журналістика. 2024. Том 35 (74) № 1. Частина 2. С. 246–252.

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

Микола Кашпіровський

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти

Національного університету кораблебудування

імені адмірала Макарова

ІНТЕРНЕТ-МЕДІА ТА БЛОГОСФЕРА ЯК ІНСТРУМЕНТ ГРОМАДСЬКОГО КОНТРОЛЮ: ВІД СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ДО ЮРИДИЧНОЇ ДОКАЗОВОЇ БАЗИ

У статті досліджено трансформацію ролі інтернет-медіа, порталів та персональних блогів у сучасній системі масових комунікацій України. Проаналізовано процес функціонування блогосфери як майданчика для первинного виявлення суспільно значущих проблем та корупційних ризиків. Особливу увагу приділено методології формування доказової бази журналістського розслідування в мережі, що базується на синергії використання відкритих державних реєстрів та механізму інформаційного запиту. На прикладі регіонального кейсу продемонстровано, як публікація в соціальних мережах, підкріплена верифікованими даними, здатна зупинити неефективні управлінські рішення та забезпечити прозорість діяльності органів місцевого самоврядування.

Ключові слова: інтернет-медіа, регіональні медіа, блогосфера, соціальні мережі, громадський контроль, інформаційний запит, відкриті дані.