

СЕКЦІЯ 4. КОНВЕРГЕНТНИЙ ТЕКСТ ЯК ОСНОВНИЙ ПРОДУКТ ІНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛІСТИКИ

Роман Волинський

*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Національного університету кораблебудування
імені адмірала Макарова*

Ксенія Гінкевич

*кандидат педагогічних наук, доцент кафедри реклами та PR-технологій Національного університету кораблебудування
імені адмірала Макарова*

ВОЄННА ТЕМАТИКА ЯК СЕГМЕНТ ІНФОРМАЦІЙНОГО КОНТЕНТУ «СУСПІЛЬНЕ МИКОЛАЇВ»

У тезах досліджено особливості функціонування воєнної тематики як складової інформаційного контенту регіонального мовника «Суспільне Миколаїв». Проаналізовано частку воєнних публікацій, їх популярність серед аудиторії, жанрову специфіку та тематичну структуру. Визначено основні тенденції висвітлення війни на регіональному рівні.

Ключові слова: *воєнна тематика, регіональні медіа, Суспільне, журналістика, контент-аналіз.*

Повномасштабна війна в Україні суттєво трансформувала інформаційний простір, зокрема діяльність регіональних медіа. Одним із ключових джерел інформації для локальних аудиторій є «Суспільне Миколаїв», яке виконує функцію оперативного інформування населення про події в регіоні та країні. У цьому контексті особливої актуальності набуває аналіз воєнної тематики як сегмента інформаційного контенту цього медіа.

У межах дослідження здійснюється моніторинг публікацій за визначений часовий період, що дозволяє встановити динаміку висвітлення воєнних подій. Аналіз показує, що воєнна тематика займає провідне місце в інформаційній політиці «Суспільного Миколаїв», формуючи значну частку контенту. У періоди активних бойових дій або масованих обстрілів Миколаївської області частка таких матеріалів істотно зростає, що свідчить про пріоритетність оперативної інформації для аудиторії.

Важливим показником є відсоткове співвідношення воєнного контенту з іншими тематичними блоками. У структурі публікацій «Суспільного Миколаїв» воєнні матеріали домінують над соціальними,

культурними та розважальними темами, що є закономірним у воєнний період. Водночас у відносно стабільні періоди спостерігається часткове відновлення балансу тематик, хоча воєнна проблематика залишається центральною.

Наступним аспектом є аналіз попиту аудиторії на воєнний контент, який визначається за показниками переглядів, поширень та взаємодій. Дослідження демонструє, що найбільшу увагу аудиторії привертають матеріали про обстріли, наслідки бойових дій та безпекову ситуацію в регіоні. Водночас високий рівень залученості спостерігається у портретних матеріалах, які розповідають про військових, ветеранів, цивільних, що постраждали від війни. Це свідчить про поєднання інформаційного та емоційного запиту аудиторії.

Окрему увагу приділено жанровій структурі воєнного контенту. На платформі «Суспільне Миколаїв» переважають новини як базовий жанр оперативного інформування. Проте значну частку займають також репортажі, інтерв'ю та аналітичні матеріали. Зростання ролі репортажів свідчить про прагнення журналістів до глибшого висвітлення подій, передачі атмосфери та контексту війни. Інтерв'ю та історії героїв забезпечують персоналізацію контенту та підвищують рівень довіри аудиторії.

Важливим елементом дослідження є тематичне структурування воєнних публікацій. У контенті «Суспільного Миколаїв» можна виокремити кілька основних підтем:

- повідомлення про обстріли («прильоти») та їх наслідки;
- портретні матеріали (історії військових, ветеранів, звільнених з полону, загиблих);
- репортажі про діяльність Збройних сил України та інших військових формувань;
- матеріали про відновлення інфраструктури та життя в умовах війни.

Такий розподіл дозволяє комплексно висвітлювати воєнну реальність, поєднуючи оперативність, аналітику та людський вимір подій. Особливо важливою є тенденція до збільшення кількості портретних матеріалів, що формують емоційний зв'язок між аудиторією та героями публікацій.

Отже, аналіз показує, що воєнна тематика є системоутворюючим елементом контенту «Суспільного Миколаїв». Вона визначає редакційну політику, впливає на жанрову структуру та формує інформаційні запити аудиторії. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на порівняльний аналіз з іншими регіональними медіа та оцінку ефективності подачі воєнного контенту.

Список використаних джерел

1. Моніторинг регіональних медіа : аналіт. звіти / Інститут масової інформації. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/regional-medias/> (дата звернення: 01.05.2026).
2. Аналітичні дослідження медіапростору / Детектор медіа. URL: <https://detector.media/category/reports/> (дата звернення: 01.05.2026).
3. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : підручник. 3-тє вид., перероб. і допов. Львів : ПАІС, 2008. 276 с.
4. Почепцов Г. Г. Інформаційні війни. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2015. 528 с.

Вероніка Демянчук

*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Чернівецького національного університету ім. Ю.Федьковича*

ТРАНСФОРМАЦІЯ НОВИННОГО КОНТЕНТУ ДЛЯ СОЦМЕРЕЖ: ПРОЄКТ «ВЛУЧНІ ПІДСУМКИ ТИЖНЯ»

*Розкрито трансформацію новин для соціальних медіа. З'ясовано, що соцмережі прискорюють новинний цикл та задають нові стандарти «упаковки» інформації через формати *breaking news*, лайв-ефіри та механізми залучення, які вбудовуються в структуру новини. Представлено проєкт «Влучні підсумки тижня» як кейс локальної журналістики в соцмережах.*

Ключові слова: *соцмережі, новини, трансформація, *breaking news*, лайв-ефіри.*

У цифровому медіапросторі соцмережі перетворилися на одну з ключових платформ отримання, поширення та обговорення новин. Платформна логіка (алгоритмічна персоналізація стрічки, кліпове сприйняття, дефіцит уваги) і домінування коротких мультимедійних форматів трансформують новинні форми та способи взаємодії редакцій з аудиторією. У цих умовах медіа змушені адаптуватися до алгоритмічної логіки платформ, кліпового сприйняття, дефіциту уваги та необхідності формувати «швидко зрозумілий» контент без втрати точності й соціальної значущості. Такі зміни зумовлюють потребу наукового аналізу цих процесів.

Окремої уваги потребує локальний вимір новин у соціальних мережах. Локальні медіа й проєкти, працюючи в умовах обмежених ресурсів і високої конкуренції, часто обирають компактні формати

(коротке відео, дайджест, огляд) та інструменти швидкої навігації (хештеги, серійність, повторювані рубрики), щоб утримувати регулярну присутність аудиторії у стрічці й задовольняти її потреби в оперативній інформації. Прикладом таких практик є проєкт «Влучні підсумки тижня» [7], реалізований нами як локальне новинне медіа. Змістове позиціонування сторінки засвідчує поєднання інформаційної, комунікативної та маркетингової компонент. Концепція «влучності» передбачає цілеспрямований добір подій, значущих для щоденного життя громади та їх подання у максимально стислій формі через короткі відеоматеріали з інтенсивним темпом викладу та чітко структурованою тематичною організацією. Наш кейс дозволяє виявити, як новини трансформуються у соцмережах, якими є механізми конструювання порядку денного та які інструменти забезпечують залучення аудиторії.

Теоретичні й прикладні аспекти функціонування соцмереж як медійної платформи висвітлювалися в працях, присвячених конвергенції старих і нових медіа Ю. Алексеєнка [1], М. Кіци [3], А. Коваленка [4], використанню соцмереж як джерела інформації О. Гарматій та С. Онуфрів [2], промоції та диверсифікації контенту онлайн-медіа Т. Плеханової [5], впливу соціальних медіа на традиційну журналістику А. Чулкової [6]. Об'єктом нашого дослідження є процес формування та поширення новин в соцмережах. Предметом є тематично-жанрові та комунікативні особливості подачі новин і взаємодії з аудиторією.

За останні десятиліття істотно змінилися підходи до створення, структурування та поширення новинного контенту. Технологічні інновації й соціокультурні трансформації постійно коригують стратегії виробництва новин, стимулюючи появу нових форматів подачі інформації. Класична модель новинного повідомлення передбачає нейтральність і неупередженість викладу, відсутність авторських оцінок та високу інформаційну щільність. Проте у соцмережах спостерігається трансформація цих стандартів, зокрема у межах нео- та гібридних форматів, серед яких інфотейнмент, інформативність і розважальність. Це зумовлено необхідністю привернути увагу аудиторії, посилити емоційну залученість і пристосувати контент до особливостей мережевої комунікації. Тож класичні новинні жанри зазнали суттєвих змін, поєднуючи традиційний текст із мультимедійними, інтерактивними та гіпертекстовими елементами, що сприяє формуванню їх гібридних форматів.

Особливої ваги соцмережі набувають у контексті оперативного поширення новин під час кризових або надзвичайних ситуацій. Трансляції у Facebook Live, Instagram або Telegram дають змогу аудиторії долучатися до подій у реальному часі, безпосередньо взаємодіяти з журналістами. Новинні організації активно використовують соцмережі для повідомлень breaking news, що дозволяє миттєво інформувати користувачів. У багатьох

випадках саме соцмережі стають першим джерелом інформації про важливі події.

Для демонстрації можливостей соцмереж як платформи поширення новин створено проєкт «Влучні підсумки тижня». Концепція ґрунтується на ідеї «влучності», що передбачає формат короткого відео з чіткою тематичною структурою, високим темпом подачі та мінімальною кількістю другорядних деталей. Підсумки тижня виконують роль своєрідного посередника між подією та аудиторією, адаптуючи складні або розрізнені новинні потоки до простого й зручного формату. Подача характеризується чіткістю, динамічністю та відсутністю надмірної емоційності, що сприяє формуванню довіри до контенту та підтримує інформаційний характер проєкту. Постійна присутність однієї ведучої теж забезпечує впізнаваність і цілісність бренду. Контент створюється у форматі Reels, що відповідає сучасним тенденціям споживання інформації в соцмережах. Формат короткого відео дає змогу отримати узагальнений огляд новин за 60-90 секунд. Особливої актуальності такий підхід набуває серед молодіжної аудиторії. Рубрика виходить щоп'ятниці. Випуски нумеруються, що виконує функцію орієнтира для споживачів та формує відчуття серіальності. Однаковий підпис («Влучний підсумок тижня | Випуск N») [8], підкреслює безперервність проєкту й сприяє формуванню звички регулярного перегляду. Перелік тем, винесений у хештеги, виконує роль анонсу. Під кожним Reels активно використовуються хештеги, серед яких найпопулярніші #чернівці, #пільги, #світло, #ЗСУ, #збір, #допомога, #новини, #війна. Проєкт представлений на YouTube, Facebook, у Instagram, Telegram та TikTok. Жанрову структуру випусків доцільно визначати як інформаційний відеоогляд новин тижня. Матеріал будується на принципі стискання фактів, що відповідає класичному розумінню огляду.

Сучасна новина тут постає як гібридна форма, що поєднує інформаційність із технологічною адаптивністю, функціонуючи в умовах високої конкуренції за увагу аудиторії та інформаційного перевантаження. Сьогодні соцмережі виконують роль «першого екрана» для новин: саме тут часто з'являються первинні повідомлення, короткі оновлення, реактивні формати та візуальні маркери подій. Важливо, що оперативність реалізується не лише як швидкість публікації, а як специфічна композиція контенту: breaking news стає форматом миттєвого сповіщення, а прямі трансляції способом «присутності в реальному часі». Водночас така домінантність соцмереж у новинному споживанні підсилює відповідальність редакцій за баланс між оперативністю і точністю, між швидким «сигналом» і достатнім контекстом: у соціальних платформах новина набуває максимально стислої форми, а отже ризики фрагментації смислу й зсуву акцентів зростають, що актуалізує потребу крос-платформного розгортання теми від короткого повідомлення до

повнішого пояснення на інших каналах. Тож соцмережі одночасно прискорюють новинний цикл та задають нові стандарти «упаковки» інформації через формати breaking news, лайв-ефіри та механізми залучення, які вбудовуються в структуру новини. Створений нами проєкт дав змогу реалізувати ці тенденції. «Влучні підсумки тижня» можна розглядати як показовий кейс локальних новин в соцмережах.

Список використаних джерел

1. Алексеєнко Ю. О. Соціальні медіа й соціальні мережі в процесі конвергенції старих і нових медіа. Теорія та історія соціальних комунікацій. 2021. № 32 (71). С. 160–164. URL: http://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/5_2021/part_2/27.pdf (дата звернення: 03.02.2026).
2. Гарматій О., Онуфрив С. Соціальні мережі як джерело інформації у роботі журналіста. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Журналістські науки. 2021. № 2. С. 45–52.
3. Кіца М. Роль соціальних мереж у сучасній журналістиці. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Журналістські науки. 2018. № 896. С. 98–105.
4. Коваленко А. Ю. Роль соціальних мереж у цифровій журналістиці. Молодіжна наукова ліга. 2024. С. 132–133. URL: <https://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/34085/1/%D0%9A%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%90.%D0%AE..pdf> (дата звернення: 03.02.2026).
5. Плеханова Т. М. Соціальні мережі як новітня платформа для промоції медійного контенту. Журналістський фах: закономірності та тенденції розвитку : зб. матеріалів. Izdevnieciba «Baltija Publishing», 2021. С. 48–69.
6. Чулкова А. В. Вплив соціальних медіа на традиційні засоби масової інформації. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2025. Т. 36 (75). № 1. С. 197–203.
7. Влучно | Чернівці (@vluchno.media) • Instagram photos and videos. Instagram. URL: <https://www.instagram.com/vluchno.media?igsh=MXIxNGRzcXJvOWU4bA==> (дата звернення: 02.04.2026).
8. Влучно | Чернівці on Instagram: "👁 Влучний підсумок тижня | Випуск 35#безводи #борщівник #алергія #діти #футбол". Instagram. URL: <https://www.instagram.com/reel/DVjII1KDSN7/?igsh=dXdjdGtKcTkxMWN4> (дата звернення: 02.04.2026).

Науковий керівник: Василик Л.Є., доктор наук із соціальних комунікацій, завідувачка кафедри журналістики Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.