



Міністерство освіти і науки України  
Полтавський національний педагогічний  
університет імені В. Г. Короленка  
Кафедра журналістики  
Донецький національний університет імені Василя Стуса  
Кафедра журналістики та соціальних комунікацій  
Національний університет «Запорізька політехніка»  
Кафедра журналістики



**Всеукраїнська  
науково-практична онлайн-конференція**

# **«РЕГІОНАЛЬНА ЖУРНАЛІСТИКА В УКРАЇНІ: ІСТОРІЯ, РЕАЛІЇ, ВИКЛИКИ, ПЕРСПЕКТИВИ»**

**ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ ЗА МАТЕРІАЛАМИ  
ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ  
ОНЛАЙН-КОНФЕРЕНЦІЇ**

**м. Полтава  
5-6 жовтня 2023 р.**

Міністерство освіти і науки України  
Полтавський національний педагогічний університет  
імені В. Г. Короленка  
Кафедра журналістики  
Донецький національний університет імені Василя Стуса  
Кафедра журналістики та соціальних комунікацій  
Національний університет «Запорізька політехніка»  
Кафедра журналістики

До 105-річчя факультету філології та журналістики  
ПНПУ імені В.Г. Короленка

**Всеукраїнська  
науково-практична онлайн- конференція**

**«Регіональна журналістика в  
Україні: історія, реалії, виклики,  
перспективи»**

**ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ  
за матеріалами Всеукраїнської  
науково-практичної онлайн-конференції**

Полтава – 2023

УДК 070(477)

P32

Рекомендовано до друку вченою радою факультету філології та  
журналістики

Полтавського національного педагогічного університету

імені В. Г. Короленка

(протокол № 3 від 20 жовтня 2023 року)

**Редакційна колегія:**

**СЕМЕНКО Світлана Василівна** – кандидатка філологічних наук, професорка кафедри журналістики Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка (головний редактор);

**ЛИСЕНКО Леся Іванівна** – кандидатка наук із соціальних комунікацій, доцентка кафедри журналістики Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка;

**СВАЛОВА Марина Ігорівна** – кандидатка наук із соціальних комунікацій, доцентка кафедри журналістики Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка;

**ЗЕЛІК Оксана Андріївна** – старша викладачка кафедри журналістики Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка;

**ПУРАС Наталія Вікторівна** – старша лаборантка кафедри журналістики Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка (відповідальний секретар).

*Регіональна журналістика в Україні: історія, реалії, виклики, перспективи:* зб. наук. пр. за матеріалами Всеукраїнської науково-практичної онлайн-конференції /за ред. С. В. Семенко. Полтава: ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2023. № 9. 180 с.

**Рецензенти:**

**СИДОРЕНКО Наталія Миколаївна** – докторка філологічних наук, професорка кафедри історії журналістики Навчально-наукового інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

**ГРИНЬОВА Марина Вікторівна** – докторка педагогічних наук, професорка, ректорка Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка, членкиня Національної спілки журналістів України.

УДК 070(477)

P32

©автори статей, 2023

©Кафедра журналістики

ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2023

## ЗМІСТ

<b>БІЛА Наталія, НАГОРНА Юлія.</b> КІБЕРАТАКИ НА МЕДІА ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ .....	6
<b>БОЙКО Світлана.</b> ПАРАДИГМАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ КОМУНІКАТИВНИХ ПРОЦЕСІВ В СУЧАСНИХ СУСПІЛЬСТВАХ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ .....	13
<b>БОНДАРЧУК Анжеліка, СИНОРУБ Галина.</b> ЕФЕКТИВНА КОМУНІКАЦІЯ З ГРОМАДОЮ: ЗАСОБИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ .....	19
<b>ВІЛЬЧИНСЬКИЙ Андрій.</b> ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТРЕВЕЛ-ЖУРНАЛІСТИКИ В УМОВАХ ВІЙНИ .....	23
<b>ГАНДЗЮК Віталій.</b> ГАЗЕТА «ПОДОЛЯНИН» – УКРАЇНСЬКИЙ ЧАСОПИС ПЕРІОДУ НІМЕЦЬКОЇ ОКУПАЦІЇ (1941–1944 РР.) .....	27
<b>ГОДЛЕВСЬКА Альона.</b> ПОШИРЕННЯ САМОЦЕНЗУРИ ТА ЇЇ ВИЯВИ ПІД ЧАС ВІЙНИ .....	32
<b>ДАЩЕНКО Наталія.</b> ЖУРНАЛЬНА ПЕРІОДИКА ТЕРНОПІЛЬЩИНИ (1990-2020 РР.) .....	38
<b>ДУБЕЦЬКА Оксана.</b> НАУКОВО-ПОПУЛЯРНІ ВИДАННЯ ХЕРСОНСЬКОЇ ГУБЕРНІЇ ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ .....	43
<b>ЖЕЛІХОВСЬКА Наталія, ВОЛОБУЄВА Анастасія.</b> «ТЕМАТИКА СУЧАСНИХ МЕДІЙ» ЯК ОСВІТНЯ КОМПОНЕНТА У НАВЧАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ ПІДГОТОВКИ БАКАЛАВРІВ-ЖУРНАЛІСТІВ .....	50
<b>ЗЕЛІК Оксана.</b> ЖУРНАЛІСТИКА РІШЕНЬ В РЕГІОНАЛЬНИХ МЕДІА ЯК ЕФЕКТИВНА МОДЕЛЬ КОМУНІКАЦІЇ З АУДИТОРІЄЮ: ЗА МАТЕРІАЛАМИ ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯ «ЗМІСТ» .....	54
<b>Йордан Ганна, Синоруб Галина.</b> ІНСТРУМЕНТИ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ЖУРНАЛІСТСЬКІЙ ПРАКТИЦІ: ВЕРИФІКАЦІЯ КОНТЕНТУ .....	60
<b>КАЛЕНИЧ Володимир.</b> МЕТАФОРИЧНА ЕКСПРЕСІЯ В ЗАГОЛОВКАХ ВІННИЦЬКОЇ ПРЕСИ .....	66
<b>КИСЛА Наталія.</b> ПОРУШЕННЯ МОВНИХ НОРМ У ЖУРНАЛІСТСЬКИХ ТЕКСТАХ (НА МАТЕРІАЛАХ СУЧАСНИХ ІНТЕРНЕТ-ВИДАНЬ ПОЛТАВЩИНИ) .....	72
<b>КОШУРНИКОВА Валерія.</b> ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ МІСЦЕВИХ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ У ЗАПОРІЗЬКИХ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛАХ .....	78
<b>НАГОРНИЙ Віталій.</b> НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ ОСНОВИ ВІЙСЬКОВОЇ ЦЕНЗУРИ В УКРАЇНІ .....	84
<b>ОДОБЕЦЬКА Ірина.</b> ОСОБЛИВОСТІ МОВИ РЕКЛАМИ ЯК ЕЛЕМЕНТА МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ .....	91
<b>ОСТРОВСЬКА Наталія, ЛЮБЧЕНКО Юлія.</b> ПРОЯВИ МОВИ ВОРОЖНЕЧІ В СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА .....	97
<b>ПАНЧЕНКО Світлана.</b> РЕГІОНАЛЬНИЙ ТЕЛЕКАНАЛ МТМ (М. ЗАПОРІЖЖЯ): ВІД СТВОРЕННЯ ДО РЕАЛІЙ СЬОГОДЕННЯ .....	101



<b>ПАНЧЕНКО Тетяна, БІЛА Наталія.</b> АНАЛІЗ АУДИТОРІЇ САЙТІВ ТА СОЦМЕРЕЖ ОНЛАЙН-МЕДІА ПРО КУЛЬТУРУ («SLUKH.MEDIA», «LIROOM», «UKRAINEFOREVER») .....	106
<b>РЕШЕТУХА Тетяна, КУШНІР Оксана.</b> ФОНДИ ДЕРЖАВНОГО АРХІВУ ТЕРНОПІЛЬСЬКОЇ ОБЛАСТІ ЯК ДЖЕРЕЛО ДОСЛІДЖЕННЯ ПРЕСОДРУКУВАННЯ КРАЮ КІНЦЯ ХІХ – ПЕРШОЇ ТРЕТИНИ ХХ СТОЛІТТЯ .....	112
<b>СВАЛОВА Марина.</b> ОБРАЗ ВІЙНИ У КНИЖЦІ КОСТЯНТИНА МОСКАЛЬЦЯ «СПОРУДЖЕННЯ МОСТУ»: РОБОТА З ПУБЛІЦИСТИЧНИМ ТЕКСТОМ НА ЗАНЯТТЯХ ІЗ «КРЕАТИВНОГО ПИСЬМА» .....	118
<b>СЕМЕНКО Світлана.</b> СПЕЦИФІКА РЕДАКЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПОВІТОВОГО ВИДАННЯ «ГАЗЕТА ГАДЯЦЬКОГО ЗЕМСТВА» У ДОБУ УНР	122
<b>СИДОРЕНКО Наталія.</b> УКРАЇНСЬКОМОВНА ПРЕСА ХЕРСОНЩИНИ ПОЧАТКУ ХХ СТ. ....	127
<b>СТЕБЛИНА Наталія.</b> ОЦІНЮВАННЯ ДОТРИМАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ СТАНДАРТИВ У ПОПУЛЯРНИХ РЕГІОНАЛЬНИХ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛАХ УКРАЇНИ .....	137
<b>ТАРАСЮК Володимир.</b> ПОСТАТЬ МИХАЙЛА БРАЦАЙКА В ЗАКАРПАТСЬКІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ .....	143
<b>ТОНКІХ Ірина.</b> РОЛЬ АМАТОРСЬКИХ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛІВ У ВИСВІТЛЕННІ НОВИН ЗАПОРІЖЖЯ .....	149
<b>ЦЕПКАЛО Тетяна.</b> ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ МЕДИЧНОЇ ПРОБЛЕМАТИКИ У «ВІННИЦЬКІЙ ГАЗЕТІ» .....	155
<b>ЧОРНОДОН Мирослава.</b> ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ СУЧАСНИХ ГЕНДЕРНИХ КОНЦЕПТИВ У РЕГІОНАЛЬНИХ МЕДІА .....	160
<b>ХІТРОВА Тетяна.</b> НАРАТИВИ «ВИЗВОЛНЕННЯ» В ЗАПОРІЗЬКІЙ ПРЕСІ: РЕТРОСПЕКТИВНИЙ ПОГЛЯД .....	163
<b>ЯНЕНКО Ярослав.</b> ОСВІТНЯ ПРОГРАМА У МЕЖАХ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 061 ЖУРНАЛІСТИКА: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА ПРОБЛЕМИ .....	167
<b>ЯЦЕНКО Андрій.</b> КРЕАТИВНІ МЕТОДИ НАВЧАННЯ У ВИКЛАДАННІ КУРСУ «КРЕАТИВНИЙ ТЕКСТ» .....	171
<b>ЯЦЕНКО Галина.</b> УРАЖЕНІ ВІРУСОМ ІМПЕРСЬКОСТІ: РОСІЙСЬКА МЕНТАЛЬНІСТЬ КРІЗЬ ПРИЗМУ ПУБЛІЦИСТИКИ ІВАНА ФРАНКА .....	174

**Панченко Тетяна**

магістрантка Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка.

Науковий керівник –

**Біла Наталія**

кандидатка наук із соціальних комунікацій, доцентка кафедри журналістики Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка

## **АНАЛІЗ АУДИТОРІЇ САЙТІВ ТА СОЦМЕРЕЖ ОНЛАЙН-МЕДІА ПРО КУЛЬТУРУ («SLUKH.MEDIA», «LIROOM», «UKRAINE FOREVER»)**

Онлайн-медіа, які спеціалізуються на публікаціях про культуру, виконують функцію забезпечення аудиторії доступом до різноманітної інформації про мистецтво, музику, кіно, літературу, а також культурні тенденції та події. З метою визначення кількості аудиторії та її особливостей ми дослідили медіа «slukh.media», «LiRoom», та «Ukraine Forever» та їхні соціальні мережі.

Аналіз аудиторії онлайн-медіа про культуру є актуальним завданням, оскільки ці видання змушені адаптуватися до змін у споживанні інформації в цифровому середовищі, а також враховувати інтереси та вимоги своєї аудиторії. Інформація, отримана під час цього аналізу, сприятиме подальшому розвитку онлайн-медіа про культуру та покращенню якості контенту, який пропонують споживачам.

Для аналізу аудиторії зазначених медіа було обрано соціальні мережі Facebook, Instagram, Telegram та платформа YouTube. Вибір

базувався на їхній популярності серед користувачів та значенні для медіакомунікацій. Для аналізу сайтів «slukh.media» [11], «LiRoom» [6] та «Ukraine Forever» [1] був використаний інструмент «similarweb». Цей інструмент надає дані про веб-трафік, відвідуваність, джерела трафіку та деталізовану інформацію про аудиторію кожного сайту за три місяці.

За три місяці на сайті «slukh.media» [11] було зареєстровано 314,759 відвідувань. Це загальний обсяг веб-трафіку, який спільнота «slukh.media» здобула за цей період. Згідно з аналізом, на сайт «slukh.media» приблизно 23,5% користувачі заходять з комп'ютера, та 76,95% – з телефону. За останні три місяці на сайті «slukh.media» було зареєстровано 104,920 візитів. Ці дані вказують на кількість унікальних відвідувачів, які періодично відвідують сайт.

Згідно з даними про підписників «slukh.media» на різних соцмережах, можна визначити наступні ключові моменти за період 10 жовтня 2023 р.: Facebook [13] близько 22 тис. підписників; у Telegram [15] – 9 863 особи; в Instagram [12] – 48,3 тисяч; на YouTube [14] – 80 тис. Аналіз даних показує різний розмір аудиторії в кожній з соціальних мережах. Усі платформи мають свої особливості та можуть привертати увагу різної аудиторії. Збільшення кількості підписників на конкретній платформі може бути відображенням ефективною стратегією контенту для цієї аудиторії.

Середній час, який відвідувачі проводять на сайті – 1 хвилина 29 секунд. Кількість переглянутих сторінок на кожного відвідувача становить 1,3 сторінок. Це вказує на рівень взаємодії відвідувачів з контентом та може свідчити про якість та привабливість сторінок сайту. Показник відмов на сайті «slukh.media» [11] становить 83,31%. Великий показник відмов може вказувати на те, що деякі відвідувачі не знаходять цікавого контенту або не задоволені змістом сайту та покидають його швидко.

Аналіз географічного розподілення відвідувачів сайту «slukh.media» [11] показує, що з України приходить найбільша частина аудиторії – 51,75% від загальної кількості відвідувачів. Аргентина є другою за кількістю відвідувачів країною з показником 28,99% від загальної кількості відвідувачів; Чеська Республіка – 6,14% аудиторії; Нідерланди – 3,35%; США – 2,19%. Ці дані щодо географічного розподілення аудиторії можуть бути важливими для аналізу цільових ринків та адаптації контенту для конкретних аудиторій.

Аналіз сайту «LiRoom» [6] засвідчує, що аудиторія медіа є в різних соцмережах. Кожна платформа має свої особливості та слугує для досягнення конкретних цілей. За три місяці на сайті «LiRoom» [6] було зареєстровано 79,633 відвідувань. Це загальний обсяг веб-трафіку, який сайт здобув за цей період. У Facebook [8] є приблизно 10 тис. підписників, у Telegram [10] – 3 300, в Instagram [7] – 6 151, на YouTube [9] – 1,23 тис.

Приблизно 62,3% відвідувачів сайту «LiRoom» [6] використовують комп'ютер для доступу до контенту, а 37,69 % відвідувачів використовують мобільні телефони для перегляду сайту. Щомісячна відвідуваність сайту «LiRoom» – 26,544 візитів. Це вказує на кількість унікальних відвідувачів, які щомісяця заходять на сайт. Середня тривалість візиту на сайті 1 хвилина 2 секунди. Це вказує на середню тривалість перебування відвідувачів на сайті та є важливою для рівня взаємодії з контентом. Середня кількість переглянутих сторінок на кожного відвідувача становить 1,27 сторінок. Показник відмов на сайті «LiRoom» складає 81,30%. Такий показник відмов може свідчити про те, що деякі відвідувачі не знаходять цікавого контенту та покидають сайт швидко.

Аналіз географічного розподілення відвідувачів сайту показує, що Україна займає перше місце за кількістю відвідувачів – 79,05% від



загальної кількості. Росія є другою за кількістю відвідувачів країною з показником 8,25%, Франція – 2,87% відвідувачів, Німеччина – 2,83%, Чеська Республіка – 1,49%.

За три місяці на сайті «Ukraine Forever» [1] було зареєстровано 60,701 відвідувань. Це загальний обсяг веб-трафіку, який сайт здобув за цей період. На основі даних про підписників на різних соцмережах, можна визначити наступні ключові моменти за 10 жовтня 2023 р. На сторінці «Ukraine Forever» на Facebook [3] є 965 підписників, у Telegram [5] 66 підписників, в Instagram [1] – 965, на YouTube [4] – 20 тис. Аналіз аудиторії на різних соцмережах допомагає зрозуміти, що основна аудиторія «Ukraine Forever» є на YouTube. Розподіл пристроїв з яких заходять на сайт: За проведеним аналізом, визначено, що відвідувачі заходять на сайт «Ukraine Forever» з телефона.

Щомісячна кількість відвідувачів сайту «Ukraine Forever» становить – 30,350. Середня тривалість візиту на сайті становить більше трьох хвилин. Це вказує на те, що відвідувачі витрачають відносно багато часу на сайті, що свідчить про їхній інтерес до контенту. Середня кількість переглянутих сторінок на кожного відвідувача становить 4,29. Це свідчить про те, що відвідувачі активно взаємодіють з контентом, переглядаючи більше однієї сторінки під час кожного візиту.

Показник відмов на сайті «Ukraine Forever» складає 22.47%. Низький показник відмов свідчить про те, що більшість відвідувачів залишаються на сайті та взаємодіють з контентом. Всі відвідувачі приходять з України, це означає, що сайт має географічно обмежену аудиторію.

Аналіз аудиторії сайтів та соцмереж онлайн-медіа, спрямованих на інформацію про культуру, такі як «slukh.media», «LiRoom», і «Ukraine Forever», надає важливе розуміння щодо їхньої аудиторії та здатності привертати та утримувати відвідувачів. Детальний аналіз

засвідчив, що кожен з ресурсів має свої унікальні характеристики відвідуваності, такі як щомісячні візити, тривалість візитів, кількість переглянутих сторінок та показник відмов. Вони вказують на активність та зацікавленість аудиторії.

Вивчення аудиторії показало, що інтерес до культурної інформації залишається високим, оскільки всі три джерела мають значну кількість підписників та відвідувачів на різних платформах. Дані показали, що наприклад, сайт «Ukraine Forever» має виключно українську аудиторію, що важливо враховувати при розробці контенту та маркетингових стратегій.

Різні соцмережі використовуються для взаємодії з аудиторією «Ukraine Forever» має активний присутність на YouTube, в той час як «LiRoom» акцентується на Facebook, а «slukh.media» активний на Facebook та Instagram. Це свідчить про важливість адаптації стратегій для кожної соцмережі.

Загалом, аналіз аудиторії цих сайтів та соцмереж вказує на важливість адаптації контенту та стратегій до конкретних потреб та інтересів аудиторії. Розуміння географічного поширення та популярних платформ допоможе залучити більше відвідувачів та зберегти їх у довгостроковій перспективі. Також важливо вдосконалювати аналітику та моніторити зміни в аудиторії, щоб забезпечити ефективну взаємодію та відповідати потребам своєї аудиторії в постійно змінному медіасередовищі.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Ukraine Forever – український культурний мовник. URL: <https://ukraineforever.com.ua/>
2. Ukraine Forever у соціальній мережі Інстаграм. URL: <https://www.instagram.com/ukraineforever.media/?hl=ru>

3. Ukraine Forevery соціальні мережі Фейсбук. URL:  
<https://www.facebook.com/ukraineforever.media>
4. Ukraine Forever на платформі Ютуб. URL:  
<https://youtube.com/@UkraineForever?si=9f2Q9ymxGMEcb562>
5. Ukraine Forever в Телеграмі. URL:  
[https://t.me/ukraineforever\\_media](https://t.me/ukraineforever_media)
6. LiRoom – медіа про нову українську культуру. URL:  
<https://liroom.com.ua/>
7. LiRoomy соціальні мережі Інстаграм. URL:  
<https://www.instagram.com/liroomcomua/>
8. LiRoomy соціальні мережі Фейсбук. URL:  
<https://www.facebook.com/liroom>
9. LiRoomна платформі Ютуб. URL:  
[https://www.youtube.com/channel/UCNGpe6F9qAS6XdT\\_FShmnEA](https://www.youtube.com/channel/UCNGpe6F9qAS6XdT_FShmnEA)
10. LiRoom в Телеграмі. URL: <https://t.me/liroom>
11. Слух – українське медіа про музику та культуру. URL:  
<https://slukh.media/news/>
12. Slukh.media у соціальні мережі Інстаграм. URL:  
<https://www.instagram.com/slukh.media/>
13. Slukh.media у соціальні мережі Фейсбук. URL:  
<https://www.facebook.com/slukh.media/>
14. Slukh.media на платформі Ютуб. URL:  
<https://www.youtube.com/channel/UCf8Du8VB0xG5z8N68zbAayQ>
15. Slukh.media в Телеграмі. URL: <https://t.me/slukh>