

культури та національних ідей. Особливе значення мало богослужіння українською мовою, яке мало виразний символічний характер. Водночас мемуари засвідчують неоднорідність середовища військовополонених, де співіснували різні політичні орієнтації – від лояльності імперії до українського національного світогляду. Таким чином, події Великодня 1915 р. у Фрайштадті відображають ширший процес трансформації свідомості українців в умовах війни.

Список використаної літератури

1. Атлас з історії України. 10 клас (XX ст.: 1900–1938 рр.). – Київ : ПрАТ «Інститут передових технологій», 2012. 20 с.
2. Бичко З., Мельничук Б., Пиндус Б., Щербак Л. Сімович Василь Іванович // *Тернопільський енциклопедичний словник*. Т. 3 : П–Я. Тернопіль: Збруч, 2008. С. 263–264.
3. Бойко О. Історія України: навчальний посібник. Київ: Академвидав, 2006. 686 с.
4. Невідомська Л., Лісняк С. Роль церковнослов'янської мови в релігійній сфері на різних етапах історичного розвитку України // *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету ім. В. Гнатюка*. Серія: Мовознавство. Тернопіль : Осадца Ю. В., 2018. Вип. I (29). С. 40–45.
5. Сімович В. Великдень у таборі полонених (двадцять літ тому) // *Твори* : у 2 т. Чернівці, 2005. Т. 2. С. 767–774.
6. Союз визволення України. New York, N. Y.: Chervona Kalyna Ukrainian Publications Cooperative, Inc., 1979. 198 с.
7. Perpetual Easter Calculator: Julian/Gregorian Easter Sunday and Jewish Passover. URL: https://webspacescience.uu.nl/~gent0113/easter/easter_text4c.htm (дата звернення: 13.04.2026).

Наталія Поплавська,
доктор філологічних наук, професор,
завідувач кафедри журналістики,
Владислав Мінський,
студент,

МЕДІА ТЕРНОПІЛЬЩИНИ В УМОВАХ ГІБРИДНОЇ МЕДІАРЕАЛЬНОСТІ

Сучасний медіапростір Тернопільщини функціонує в умовах гібридної медіареальності, тобто такого інформаційного середовища, у якому одночасно взаємодіють традиційні засоби масової інформації, онлайн-видання, соціальні мережі, месенджери, офіційні канали органів влади, блогери, користувацький контент і технології штучного інтелекту. У науковому дискурсі поняття гібридної медіасистеми пов'язують із працями Е. Чедвіка, який підкреслює, що сучасна комунікація формується через поєднання старих і нових медійних логік, технологій, жанрів, норм поведінки й організаційних практик [1]. Для Тернопільщини ця проблема має не лише теоретичне, а й практичне значення, оскільки регіональні медіа працюють у ситуації війни, цифровізації, конкуренції з Telegram-каналами та соціальними мережами, а також постійного ризику дезінформаційних впливів. Закон України «Про медіа» визначає правові засади діяльності суб'єктів у сфері медіа, регулювання й нагляду в цій сфері, що є важливим нормативним підґрунтям для аналізу сучасного регіонального інформаційного простору [9].

Медіаполе Тернопільської області залишається досить розгалуженим. За даними Інституту масової інформації, станом на 19 серпня 2025 року Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення зареєструвала на Тернопільщині 257 медіа, серед яких 236 друкованих видань, дев'ять онлайн-медіа, шість суб'єктів радіомовлення і п'ять телевізійних медіа [8]. Така структура свідчить про збереження традиційного сегмента регіональної журналістики, насамперед друкованої преси, однак реальний вплив на аудиторію дедалі більше переходить до цифрових платформ. У цьому й полягає одна з ключових ознак гібридної медіареальності: офіційно зареєстрованих друкованих видань може бути значно більше, ніж онлайн-медіа, проте оперативність, швидкість поширення і щоденний контакт із

читачем дедалі частіше забезпечують саме сайти, соціальні мережі та месенджери.

Загальноукраїнські тенденції підтверджують цей перехід. За результатами дослідження Internews Ukraine «Українські медіа: споживання новин і довіра у 2025 році», соціальні мережі залишаються основним джерелом новин для українців: ними для отримання новин користуються 86 % респондентів, а для 37 % аудиторії соціальні платформи є єдиним джерелом новин [10]. Основним пристроєм доступу до новин залишається смартфон, що означає переорієнтацію медіаспоживання на короткі, швидкі, візуальні та мобільні формати [10]. Для медіа Тернопільщини це означає необхідність працювати не лише як класичні редакції, що публікують матеріали на сайті, а як мультимедійні платформи, які одночасно присутні у Facebook, Telegram, YouTube, Instagram та інших цифрових середовищах.

Конкретними прикладами активних онлайн-медіа Тернопільщини є 0352.ua, «20 хвилин», «Тернополяни», «Терен», «Перший онлайн», які неодноразово ставали об'єктом регіональних моніторинрів ІМІ [3; 4]. Їхня діяльність демонструє, що локальна журналістика сьогодні перебуває між двома моделями: з одного боку, вона має зберігати стандарти професійної журналістики, перевірку фактів, баланс і відповідальність перед громадою; з іншого – змушена конкурувати за увагу аудиторії з анонімними Telegram-каналами, блогерами, пресслужбами органів влади, сторінками політиків і користувацьким контентом. У такому середовищі новина про ремонт дороги, повітряну тривогу, рішення міської ради, мобілізаційні процеси, кримінальну подію чи соціальну проблему поширюється не лише через сайт редакції, а й через репости, скріншоти, короткі дописи й коментарі в соцмережах.

Окреме місце в гібридній медіареальності Тернопільщини займає проблема прихованої реклами, або джинси. За результатами моніторингу ІМІ, проведеного 6–10 жовтня 2025 року на новинних стрічках 0352.ua, «20 хвилин», «Тернополяни», «Терен» і «Перший онлайн», було проаналізовано 725 матеріалів. Дослідження показало, що політична і комерційна джинса

становили по 2 % проаналізованого контенту, а випадків контрагітації не зафіксовано [3]. На перший погляд, такий показник може здаватися незначним, однак для регіонального медіапростору навіть невелика кількість прихованих рекламних або політично заангажованих матеріалів є проблемною, оскільки локальна аудиторія часто сприймає повідомлення про місцевих посадовців, підприємців чи громадських діячів як суспільно важливу інформацію, а не як просування конкретного образу чи інтересу.

Ще одним важливим виміром якості медіа Тернопільщини є робота з візуальним контентом. У 2026 році ІМІ проаналізував 250 новин із фото у п'яти найпопулярніших онлайн-медіа Тернопільщини й встановив, що лише 110 матеріалів, тобто 44 %, містили вказане авторство зображень [4]. Найкращі показники мали «20 хвилин» і «Терен», однак загалом проблема залишається актуальною: формулювання на кшталт «з відкритих джерел» не дає читачеві можливості перевірити походження фото, його актуальність і контекст. У гібридній медіареальності зображення вже не є просто ілюстрацією до тексту – воно може виконувати функцію доказу, емоційного впливу або маніпулятивного інструменту. Тому коректне зазначення авторства фото є не лише питанням авторського права, а й важливою складовою довіри до регіонального медіа.

Особливої ваги в умовах війни набуває інформаційна безпека. Показовим для Тернопільщини став випадок із поширенням у Telegram дипфейку за участю начальника Тернопільської ОВА Тараса Пастуха. У квітні 2026 року ІМІ повідомив, що в проросійському Telegram-каналі було поширено фейкове відео про нібито зниження мобілізаційного віку до 16 років. Відеоряд узяли із сюжету «Суспільне Тернопіль» про ремонт харчоблоків у школах, а до нього додали аудіодоріжку, згенеровану штучним інтелектом [5]. Цей кейс демонструє, що локальний відеоконтент може бути використаний у ширших дезінформаційних операціях. Для регіональних медіа це створює нові виклики: редакції мають не лише продукувати новини, а й пояснювати

аудиторії механізми фейків, дипфейків, маніпуляцій із відео та аудіо, а також навчати перевіряти першоджерела.

Не менш важливою є проблема доступу журналістів до публічної інформації. За даними ІМІ, з 1 січня до 13 червня 2025 року до Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини з Тернопільської області надійшло 76 звернень про порушення права на доступ до публічної інформації [6]. У гібридній медіареальності закритість органів влади або формальне ставлення до інформаційних запитів створює сприятливий ґрунт для чуток, неперевірених повідомлень і маніпуляцій. Якщо офіційна інформація подається із запізненням або в неповному вигляді, її місце швидко займають Telegram-дописи, коментарі в соцмережах, емоційні припущення або непідтверджені інсайди. Тому відкритість місцевої влади, прозорість рішень громад і оперативність комунікації є не лише адміністративною вимогою, а й елементом інформаційної стійкості регіону.

Важливим орієнтиром для оцінювання якості регіональних медіа є «Мапа рекомендованих медіа», яку формують Інститут масової інформації та «Детектор медіа». У 2025 році до цієї мапи увійшли 253 українські ресурси з усіх регіонів України, серед них три медіа з Тернопільської області [8]. Мапа допомагає аудиторії знаходити якісні журналістські проекти, які дотримуються професійних стандартів, прозорості й редакційної відповідальності [9]. Для Тернопільщини це одночасно позитивний сигнал і виклик: наявність рекомендованих медіа засвідчує, що в регіоні є редакції, здатні працювати за високими стандартами, однак кількість таких медіа поки що є незначною порівняно із загальною кількістю зареєстрованих суб'єктів у сфері медіа.

Отже, медіа Тернопільщини в умовах гібридної медіареальності перебувають у стані активної трансформації. Вони зберігають функцію локального інформування, висвітлюють життя громад, діяльність органів влади, соціальні проблеми, безпекові питання, культурні й освітні події, але водночас змушені адаптуватися до логіки платформ, швидкого мобільного

споживання, конкуренції з Telegram-каналами та ризиків штучного інтелекту. Основними викликами для регіонального медіапростору є прихована реклама, клікбейт, недостатня прозорість походження візуального контенту, складність доступу до публічної інформації, поширення фейків і дипфейків, а також залежність аудиторії від соціальних мереж. Водночас Тернопільщина має потенціал для розвитку якісної регіональної журналістики завдяки наявності активних онлайн-редакцій, суспільного мовлення, моніторингів ІМІ, професійної критики та зростанню запиту аудиторії на достовірну локальну інформацію. У сучасних умовах головним ресурсом медіа стає не лише швидкість, а насамперед довіра. Саме вона визначатиме, які тернопільські медіа зможуть залишатися впливовими в гібридному інформаційному середовищі.

Список використаної літератури

1. Chadwick A. *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford: *Oxford University Press*, 2013. URL: <https://www.andrewchadwick.com/hybrid-media-system> (дата звернення: 26.04.2026).
2. Небесна І. В Тернопільській області зареєстрували 257 медіа. *Інститут масової інформації*. 2025. 29 серпня. URL: <https://imi.org.ua/news/na-ternopilshchyni-zareyestruvaly-257-media> (дата звернення: 26.04.2026).
3. Небесна І. «Бережіть себе, хлопці!», прихований піар нардепів і політсил: як і хто джинсує в медіа Тернопільщини. *Інститут масової інформації*. 2025. 28 листопада. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/dzhynsa-ternopilshchyna-monitoring-zhovten-2025> (дата звернення: 26.04.2026).
4. Небесна І. «З відкритих джерел»: як медіа Тернопільщини підписують авторство ілюстрацій. *Інститут масової інформації*. 2026. 2 квітня. URL: <https://imi.org.ua/blogs/z-vidkrytyh-dzherel-yak-media-ternopilshchyny-pidpysuyut-avtorstvo-ilyustratsij> (дата звернення: 26.04.2026).
5. Небесна І. У Telegram поширили дипфейк із головою Тернопільської ОВА про мобілізацію із 16 років. *Інститут масової інформації*. 2026. 6 квітня.

URL: <https://imi.org.ua/news/u-telegram-poshyryly-dypfejk-iz-golovoyu-ternopilskoyi-ova-pro-mobilizatsiyu-z-16-rokiv> (дата звернення: 26.04.2026).

6. Небесна І. З початку року омбудсмен отримав 76 скарг з Тернопільщини про недоступ до інформації. *Інститут масової інформації*. 2025. 25 червня.

URL: <https://imi.org.ua/news/z-pochatku-roku-ombudsmen-otrymav-76-skarg-z-ternopilshyny-pro-nedostup-do-informatsiyi-i69033> (дата звернення: 26.04.2026).

7. 253 українських ресурси потрапили на Мапу рекомендованих медіа від ІМІ та ДМ у 2025 році. *Інститут масової інформації*. 2025. 18 грудня. URL: <https://imi.org.ua/news/253-ukrayinskyh-resursy-potrapyly-na-mapu-rekomendovanyh-media-vid-imi-ta-dm-v-2025-rotsi> (дата звернення: 26.04.2026).

8. Мапа рекомендованих медіа в Україні: знайдіть якісні журналістські проєкти. *Детектор медіа ; Інститут масової інформації*. URL: <https://map.detector.media/> (дата звернення: 26.04.2026).

9. Про медіа : Закон України від 13.12.2022 № 2849-IX. *База даних «Законодавство України». Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/2849-20> (дата звернення: 26.04.2026).

10. Українські медіа: споживання новин і довіра у 2025 році. *Internews Ukraine*. 2025. 23 вересня. URL: <https://internews.ua/media-research/ukrainian-media-news-consumption-and-trust-in-2025> (дата звернення: 26.04.2026).

Олена Сазонова,
кандидат філологічних наук, доцент
Національний університет «Чернігівський колегіум»
імені Т.Г. Шевченка

ВІДРОДЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ОБРАЗІВ У СУЧАСНИХ ПІСЕННИХ ТЕКСТАХ

Науковий інтерес до авторської пісні свідчить загалом про зміну естетичних уявлень у суспільстві та прагнення осмислено долучити до літературного простору феномени, які або перебували на маргінесах досліджень, або зовсім відкидалися колишньою, уже віджилою своє історико-культурною системою. Пісенне слово пробудило політичну та громадянську свідомість українців.