

КОСТОРНОВА Євгенія,

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти,
спеціальність С 7 Журналістика,

Карпатський національний університет імені Василя Стефаника

Науковий керівник –

кандидат політичних наук, старший викладач кафедри журналістики,
Карпатського національного університету імені Василя Стефаника

Тетяна ШЛЕМКЕВИЧ

ГІПЕРЛОКАЛЬНІ МЕДІА В СИСТЕМІ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

Трансформація медіасистеми України в умовах децентралізації та війни зумовила запит на контент, максимально наближений до повсякденних потреб людини. Гіперлокальні медіа – редакції, що створюють контент для жителів мікрорайонів, містечок чи громад – стають критично важливим елементом регіональної журналістики [1]. Вони не лише заповнюють інформаційні вакууми, а й виступають інструментом стійкості громад, запобігаючи появі «новинних пустель» (територій із низьким рівнем доступу до локальної інформації) [2].

Сучасна гіперлокальна медіаекосистема в Україні характеризується відсутністю уніфікованого формату, що зумовлюється як історичним спадком «районок», так і стрімкою цифровізацією останніх років [3]. Провідне місце в цій системі посідає мережева модель, яскравим прикладом якої є медіапроекти «The City» та «Rayon.in.ua». Ця модель базується на розподілі функцій: централізована платформа забезпечує технічну підтримку, SEO-оптимізацію та візуальний стандарт, тоді як локальні команди фокусуються на створенні контенту. Цікаво, що в межах такої моделі часто спостерігається перехід до «сервісної журналістики», де замість класичних новин пріоритет надається довідникам, тестам та гайдам, що допомагають мешканцю орієнтуватися в житті громади. Проте ефективність такої моделі не є автоматичною – аналіз кейсу калуського сегмента мережі «The City» свідчить, що без активного залучення громади навіть потужна технічна платформа може залишатися номінальною, не виконуючи функцій медіа спільноти.

Паралельно розвивається громадська або ком'юніті-орієнтована модель, яка демонструє найвищий рівень партисипативності. Такі медіа, як

«Thebuchacity», часто еволюціонують стихійно: від локальної групи у соцмережах до повноцінного мультиплатформного ресурсу. У критичні моменти, як-от під час окупації чи пандемії, ці ресурси трансформуються з інформаторів у координаційні центри, що підтверджує їхню роль як інструменту соціальної стійкості. Водночас у великих містах-мільйонниках спостерігається тенденція до цифрової гіперлокальності на рівні окремих районів. На прикладі львівського ресурсу «Личаків. Мій район он-лайн» ми бачимо, як медіа фокусується на вузьких інфраструктурних питаннях – від ремонту конкретної зупинки до збереження історичних пам'яток вулиці, що було б неможливим для загальноміських видань.

Важливою частиною ландшафту залишається районна кластерна модель, що функціонує як інформаційний хаб для кількох суміжних громад. Зокрема, на Прикарпатті ресурс «BOGO News» об'єднує порядок денний чотирьох громад, забезпечуючи видимість життя навіть найменших сіл, що є ключовим фактором у боротьбі з «новинними пустелями». Поруч із цифровими проєктами продовжують функціонувати традиційні друковані видання («Снятинська вежа», «Новини Городнящини»), які, попри обмежені ресурси, намагаються освоювати конвергентні формати, дублюючи контент у соціальних мережах та на відеоплатформах.

Окрему нішу займають автономні міські портали та гіперлокальні пабліки (Viber-групи, Telegram-канали ЖК), які, хоч і часто не мають офіційного статусу медіа, виконують роль первинного джерела інформації. На завершення варто відзначити роль національного суспільного мовника, який через мережу гіперлокальних кореспондентів інтегрує локальний контекст віддалених територій у загальнодержавний інформаційний простір.

Таке розмаїття підходів свідчить про те, що архітектура гіперлокальних медіа в Україні наразі перебуває у стані активного пошуку найбільш життєздатної форми, яка б поєднувала технологічну ефективність із глибокою вкоріненістю в потреби громади.

Аналіз сучасного медійного ландшафту дає змогу виділити кілька ключових тенденцій, що визначають вектор розвитку гіперлокального сегмента. Першочерговою є тенденція до технологічної конвергенції та автоматизації. Через обмеженість кадрового ресурсу в маленьких редакціях, де одна людина часто поєднує ролі автора, редактора та SMM-менеджера, значення набуває використання no-code інструментів та ШІ [4]. Це дозволяє автоматизувати рутинні процеси публікації та дистрибуції контенту, вивільняючи час для створення унікальних локальних історій.

Іншою важливою тенденцією є зміна тематичного фокусу в бік безпекової та сервісної складової. В умовах воєнного стану гіперлокальні медіа перетворилися на життєво необхідні джерела інформації про сигнали тривоги, розташування укриттів, графіки відключень електроенергії та логістику гуманітарної допомоги. Такий контент формує високий рівень довіри та «прив'язує» аудиторію до конкретного ресурсу сильніше, ніж загальнонаціональні новини. Поруч із цим спостерігається посилення партисипативності, де мешканці громади стають не просто споживачами, а активними співавторами контенту. Використання чат-ботів для збору оперативної інформації стає стандартом взаємодії, що перетворює медіа на платформу для прямої комунікації всередині громади.

Нарешті, гострою залишається тенденція пошуку фінансової життєздатності. Оскільки державна підтримка локальної преси фактично відсутня, медіа змушені балансувати між грантовим фінансуванням, яке подекуди сягає 80% бюджету, та впровадженням моделей прямої підтримки від читачів (донатів, членства) [5]. Водночас розвиток мережевих проєктів та медіахабів допомагає маленьким редакціям виживати завдяки спільній технічній базі та професійному навчанню, що є стратегічно важливим для ліквідації «новинних пустель» у віддалених та прикордонних регіонах України.

Гіперлокальні медіа в Україні проходять етап якісної трансформації, перетворюючись із ретрансляторів новин на активних суб'єктів розвитку громад та творців їхньої інформаційної стійкості. Сучасний стан галузі свідчить про високу адаптивність: перехід до мультиплатформних моделей дозволяє медіа максимально наблизитися до запитів споживача.

Попри виклики, цифровізація та партисипація відкривають нові шляхи для зміцнення регіональної журналістики. Розвиток цього сегмента є стратегічно важливим для цілісності національного інфопростору, адже саме на рівні громад формується база для протидії дезінформації та вибудовується ефективний діалог між владою і суспільством.

Список використаної літератури

1. Андрійчук А. Що таке гіперлокальні медіа і в чому їх фішка? *The LEDE*. 2020. URL: <https://www.thelede.media/management/2020/02/25/1086/>
2. Буць О., Липова П. Новинні пустелі в Україні. II ітерація. *Media Development Foundation*. 2025. URL: <https://research.mediadevelopmentfoundation.org/novinni-pusteli-v-ukrayini-2-0.html>

3. Інформатор Калуш – одне з найбільш гендерночутливих місцевих медіа Прикарпаття. Дані лютневого моніторингу. *Інформатор Калуш*: вебсайт. 2024. URL: <https://surl.li/sonhqk>

4. Захарченко В. Сам собі технічний спеціаліст: як мережа гіперлокальних медіа автоматизувала пошук новин на пошті, сайтах і в соцмережах громад. *Медіамейкер*. 2024. URL: <https://surl.li/wjpcue>

5. Вінокуров Я., Максимчук М. Які державні органи та організації не отримують кошти через призупинення фінансування USAID? Список. *Економічна правда*. 2025. URL: <https://surl.li/tkvdhh>