

УДК: 070+004.738.1

[https://doi.org/10.21272/Obraz.2026.1\(50\)-110-121](https://doi.org/10.21272/Obraz.2026.1(50)-110-121)

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ РЕГІОНАЛЬНОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ: СОЦМЕРЕЖІ ЯК СЕРЕДОВИЩЕ ФОРМУВАННЯ ДОВІРИ АУДИТОРІЇ

СОЛОВЙОВА Анна¹, кандидат політичних наук, доцент,

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0524-287X>;

АВЕТІСЯН Інна, магістрантка.

Чорноморський національний університет імені П. Могили, Миколаїв, Україна

¹Кореспондентний автор Соловйова А., e-mail: soloan2003@gmail.com

Стаття надійшла до редакції 19.12.2025

Прийнято до друку 14.02.2026

Оприлюднено 10.03.2026 р.

Цитування: Соловйова, А., Аветісян, І. (2026). Цифрова трансформація регіонального телебачення: соцмережі як середовище формування довіри аудиторії. *Образ, 1 (50)*. С. 110–121. [https://doi.org/10.21272/Obraz.2026.1\(50\)-110-121](https://doi.org/10.21272/Obraz.2026.1(50)-110-121)

Вступ. Після 2014 року цифрова трансформація регіонального телебачення України поступово прискорювалася, а повномасштабне вторгнення Росії у 2022 році кардинально змінило роботу місцевих мовників. Соціальні мережі перетворилися на головний канал споживання новин, істотно змінивши взаємодію між телеканалами та їхньою аудиторією. Водночас загострилася криза довіри до традиційних ЗМІ, що підсилює значення діджитал-платформ для розвитку громад.

Актуальність і мета. Цифровізація та зростання ролі соцмереж стали ключовими факторами трансформації регіонального телемовлення. Тому метою дослідження є визначення того, як цифрова трансформація регіонального телебачення впливає на формування та підтримання довіри аудиторії у соцмережах.

Методологія. Для аналізу було використано метод спостереження, що дозволив виявити особливості цифрових практик регіональних телеканалів у період повномасштабної війни. Порівняльний аналіз актуальних досліджень медіаспоживання дав підстави уточнити механізми формування довіри до різних типів медіа на регіональному рівні.

Результати. Встановлено, що регіональні телеканали суттєво трансформували свою роботу завдяки інтеграції цифрових інструментів: переходу до мультиплатформності, впровадженню нових форматів та оперативної комунікації з аудиторією. Соціальні мережі виконують функцію оперативної комунікації, особливо в умовах недовіри до традиційного телебачення та конкуренції з неофіційними онлайн-каналами. Виявлено, що локальні медіа здобули додатковий кредит довіри, оскільки забезпечували оперативну, локально релевантну та перевірену інформацію.

Висновки. Доведено, що соцмережі стали не лише інструментом цифрової трансформації, а ключовим середовищем формування й зміцнення довіри до регіональних телеканалів в умовах війни. Місцеві мовники, які системно інтегрували діджитал-інструменти, продемонстрували стійкість, адаптивність і зберегли статус авторитетних джерел інформації для своїх громад. У післявоєнний період саме синергія традиційного мовлення та цифрових платформ визначатиме спроможність регіонального телебачення підтримувати довіру аудиторії як основу інформаційної безпеки.

Ключові слова: цифрова трансформація, регіональне телебачення, соціальні мережі, довіра аудиторії, локальні медіа, діджиталізація.



© Authors, 2026

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Вступ. Повномасштабна війна та зміна інформаційної поведінки українців спричинили різке падіння довіри до традиційного телебачення й спричинило перехід аудиторії в соціальні мережі. Це створило потребу переосмислити роль регіонального телебачення в умовах цифрової трансформації та визначити, як саме воно може відновлювати й підтримувати довіру у діджитал-середовищі. У воєнний період якісна локальна інформація стає критично важливою для безпеки громад, а соціальні мережі перетворюються на головне середовище її споживання. Тому вивчення питання, як регіональні телеканали адаптуються до цифрових умов і використовують соцмережі для формування довіри, є *актуальним* як для науки, так і для медійної практики. Дослідження розв'язує важливе завдання, уточнюючи механізми формування довіри в цифровому середовищі на регіональному рівні, а також має практичне значення для трансформації комунікаційних стратегій місцевих мовників, розвитку їхньої мультиплатформності та підвищення ефективності роботи з громадами. Новизна полягає у виявленні ролі соціальних мереж як нового майданчика регіонального телебачення та у визначенні конкретних цифрових практик, що сприяють формуванню довіри під час війни. Уперше на основі аналізу реальних кейсів показано, як мультиплатформність, оперативність і взаємодія з аудиторією підсилюють інформаційну стійкість регіональних медіа.

Цифрова трансформація регіонального телебачення України прискорилося після 2014 року, коли на тлі Революції Гідності та війни на Донбасі було створено суспільне мовлення, що об'єднало обласні ТРК. Унаслідок реформ регіональні телеканали поступово розширювали свою онлайн-присутність. Проте саме повномасштабне вторгнення у 2022 році стало каталізатором цифрового прориву, адже соцмережі перетворилися на головне джерело новин (у 2022 р. – 77% громадян, тоді як ТБ відмічали 67%). До 2025 року розрив зріс: 86% українців отримують новини із соцмереж, а телебаченням користується лише 33% [17]. У відповідь телеканали переходять до мультиплатформності, відкриваючи сторінки в соцмережах та запускаючи YouTube та мобільні стріми. Ключовими трендами стають гіперлокальний контент, цифрова мобільність і адаптація до форматів соцмереж.

Паралельно з технологічними змінами поглибилася проблема довіри. В умовах гібридної війни медіа опинилися в центрі інформаційного фронту, де фейки, маніпуляції та зневіра стали інструментами впливу. Пропаганда РФ спрямована на підірив довіри до українських інституцій і ЗМІ. У 2022 році на тлі єдності суспільства довіра до ЗМІ зросла до 57%, але вже у 2024-му впала до 27–29%, а рівень недовіри перевищив 40%. Опитування ОПОРИ засвідчило різке падіння довіри до ТБ – з 61,1% у 2023 до 34,1% у 2024 р., а до новин у соцмережах – з 60% до 47,3%. Водночас саме соцмережі досі лишаються найвпливовішим джерелом: їх вважають надійними 47,3% українців [11].

Ці факти засвідчують, що боротьба за довіру аудиторії триває і є ключовим викликом для медіа, особливо на місцевому рівні. Соціальні мережі в цій ситуації виступають одночасно і загрозливим середовищем поширення фейків, і перспективним майданчиком для побудови довіри. З одного боку, саме через соцмережі ворог активно вкидає дезінформацію – швидкість і неконтрольованість цих платформ сприяє формуванню «інформаційних бульбашок» та вірусному розповсюдженню маніпуляцій [16]. З іншого боку, українські регіональні медіа дедалі ефективніше використовують соціальні платформи, щоб зміцнити зв'язок зі своєю громадою та підвищити рівень довіри. Експерти наголошують, що для завоювання довіри широкої аудиторії медіа мають бути присутніми на всіх платформах, де споживаються новини (включно з соціальними мережами) та адаптувати контент до різних форматів і активно взаємодіяти з аудиторією. Регіональне телебачення вже виходить за рамки ефірного мовлення і освоює цифрове середовище, оскільки майже всі локальні телеканали України сьогодні ведуть сторінки у Facebook чи Telegram, запускають YouTube-канали,

трансляють свої ефіри онлайн. Такий мультиплатформний підхід не лише розширює охоплення, а й слугує підґрунтям для формування лояльної спільноти, що довіряє бренду медіа.

Проблематика цифрової трансформації медіа та впливу соціальних мереж на механізми формування довіри аудиторії стала предметом уваги як українських, так і закордонних дослідників. На національному рівні питання діджиталізації медіасередовища, зміни моделей новинного споживання та трансформації роботи редакцій під час повномасштабної війни аналізували Н. Виговська, О. Крумін, К. Середя, В. Костюченко, фахівці Інституту масової інформації, Центру стратегічних комунікацій та Media Development Foundation. Дослідники зосереджують увагу на викликах, із якими зіткнулися українські медіа під впливом війни, зокрема падінні довіри до традиційних каналів, стрімкій міграції аудиторії в онлайн та посиленні ролі соціальних платформ. Питання дезінформації, довіри до медіа та інформаційної поведінки аудиторії в умовах гібридної війни розглядали також аналітичні центри USAID/Internews, Detector Media, ZMINA, Український кризовий медіацентр та інші дослідницькі організації, які регулярно публікують звіти про зміни в медіаспоживанні українців, особливо під час війни 2022–2025 рр. У цих роботах підкреслюється зростання значення соціальних мереж та месенджерів для місцевих спільнот, а також зміна моделей довіри до медіа залежно від віку, регіону та новинних потреб громад.

Зарубіжні дослідники також приділяють значну увагу проблемам довіри до медіа у цифрову добу, впливу соцмереж на формування новинних звичок та особливостям функціонування локальних телерадіокомпаній у кризових умовах. Водночас у міжнародних дослідженнях недостатньо представлений регіональний український контекст, зумовлений повномасштабною війною, інформаційними атаками та різкою зміною ролі локальних мовників у житті громад.

Отже, попри наявність значного масиву теоретичних і прикладних робіт щодо діджиталізації медіа, питання цифрової трансформації регіонального телебачення України та ролі соціальних мереж як середовища формування довіри аудиторії потребує подальшого уточнення. Особливо актуальним залишається аналіз того, як місцеві телеканали адаптувалися до умов війни, які цифрові практики виявилися найбільш ефективними для підтримання довіри громад та як трансформуються взаємини між регіональними ЗМІ й аудиторією у післявоєнний період.

Мета: визначити, як цифрова трансформація регіонального телебачення в Україні впливає на формування довіри аудиторії у середовищі соціальних мереж в умовах війни.

Завдання: виокремити передумови цифрової модернізації регіональних телеканалів з 2014 року, включно з інтеграцією онлайн-платформ; з'ясувати роль соціальних мереж як комунікаційного каналу між регіональними медіа та їхньою аудиторією; оцінити вплив фактору довіри на ефективність регіональних ЗМІ в умовах інформаційної війни, зокрема визначити виклики, з якими стикаються регіональні телеканали, та шляхи підвищення довіри через діджитал-інструменти.

Методи дослідження. Основним методом дослідження є спостереження, що дало можливість виявити особливості цифрових практик регіональних телеканалів у період повномасштабної війни, простежити їхню активність у соціальних мережах та способи взаємодії з локальними спільнотами. За допомогою порівняльного аналізу сучасних українських та міжнародних досліджень медіаспоживання було уточнено механізми формування довіри до різних типів медіа, визначено специфіку поведінки користувачів у соціальних мережах та порівняно рівні довіри до традиційного телебачення й цифрових платформ. Системний підхід до аналізу діяльності регіональних телеканалів у соціальних мережах дав змогу виокремити ключові тенденції цифрової трансформації, зокрема перехід до мультиплатформності, розвиток оперативної комунікації, адаптацію контенту під потреби аудиторії та зміцнення ролі соціальних мереж.

Результати й обговорення. У сукупності використані методи дозволили комплексно оцінити, як соціальні мережі впливають на моделі комунікації регіональних телеканалів та на формування довіри аудиторії в умовах війни та інтенсивної діджиталізації медіасередовища.

Опитування свідчать, що довіра до традиційних ЗМІ в Україні залишається низькою. Наприклад, наприкінці 2024 року лише 27% респондентів висловили довіру до українських медіа (проти 42% недовіри) [2]. Це відбувається на тлі війни та стрімкого розвитку цифрових платформ, коли питання довіри стає критичним для інформаційної стійкості суспільства. Цифрова трансформація інформаційного простору докорінно змінює структуру цієї довіри, особливо на регіональному рівні.

Молодша аудиторія дедалі частіше споживає новини через інтернет і соцмережі, що відображається у показниках довіри. Телеграм-канали та YouTube нині випереджають традиційні медіа за рівнем довіри: їм довіряють 29% і 24% українців відповідно. Натомість найменше громадяни довіряють газетам, журналам, дописам у TikTok, регіональним телеканалам поза національним телемарафоном та радіо [2]. В цілому, джерела, якими українці активно користуються, здобувають більше довіри, оскільки більшість аудиторії схильна вірити інформаційним каналам у соціальних мережах, особливо регіональним – рівень довіри до них за рік зріс з 55% до 60%. Близько половини опитаних також довіряють новинним сайтам, тоді як традиційне радіо (13%) та друковані медіа (4%) майже втратили кредит довіри [10].

Попри цифровізацію медіасередовища, телебачення залишається важливим джерелом новин для старшої аудиторії. Люди віком 60+ все ще переважно отримують інформацію з телебачення, тому загальнонаціональний телемарафон «Єдині новини» та місцеві телеканали для них є ключовими платформами, яким ця група населення найчастіше довіряє. Водночас загальне сприйняття телемарафону неоднозначне. Хоча про нього знають 86% українців і його щотижнева аудиторія зросла до 42%, рівень довіри до змісту телемарафону становить лише близько 38%. Додатково, жоден з провідних національних медіабрендів не має однозначно позитивного балансу довіри – понад п'ята частина опитаних висловлює недовіру до кожного з них. Це сигналізує про кризу довіри навіть до центральних телеканалів і ефірів [2].

Повномасштабна війна суттєво вплинула на поведінку аудиторії і трансформувала сам феномен довіри. Експерти відзначають, що в умовах війни змінилася модель споживання новин, і це зумовило зростання довіри українців саме до регіональних медіа. Локальні ЗМІ стали надзвичайно важливими, подаючи інформацію крізь призму місцевого контексту та задовольняючи запити громад, а також зміцнюючи довіру на місцях.

Щоб утримати та виправдати цю довіру, регіональні телеканали активно впроваджують цифрові інструменти і нові формати роботи, переносячи свою присутність в онлайн-середовище, транслюючи ефір на YouTube чи Facebook, спілкуються з аудиторією через Telegram-канали тощо. Криза стала каталізатором для пошуку нових моделей розвитку. Наприклад, тернопільський канал TV-4, втративши значну частку доходів, переосмислив контент і стратегію. Він балансує між висвітленням війни та локальними темами, запускає суспільно значущі проєкти (підтримка ветеранів, допомога ВПО) і програми з протидії дезінформації, щоб залишатися корисним та авторитетним для своєї громади [8]. Такі кроки демонструють, що цифрова адаптація і концентрація на потребах аудиторії дозволяють регіональним медіа зберігати та навіть посилювати довіру громадян у досить складні часи.

Період повномасштабного вторгнення Росії в Україну став не лише випробуванням для державних інституцій, але й спровокував глибокі зміни у сфері регіонального телемовлення. В умовах воєнної кризи, інформаційної й технічної нестабільності та постійної загрози з боку окупанта українські регіональні телеканали змушені були кардинально змінювати підходи до роботи з аудиторією. Одним із ключових напрямів

цієї трансформації стало активне використання соціальних мереж, які за короткий час перетворилися на головну платформу поширення локальної інформації та комунікації з глядачами.

З огляду на зміну інформаційної поведінки громадян та зростаючу недовіру до традиційних джерел, саме цифрові платформи стали не лише каналом доставки новин, а й середовищем для відновлення та підтримки довіри. Ця довіра формувалася в умовах нестачі ресурсів, інформаційних атак, технічних обмежень і психологічного тиску, що вимагає окремого аналізу. Нижче наведено узагальнений аналітичний огляд викликів і трансформацій, з якими зіткнулися регіональні мовники України під час війни, та ролі соціальних мереж у цьому процесі.

Російське повномасштабне вторгнення 2022 року докорінно змінило медійний ландшафт України, особливо для регіональних телеканалів. Соціальні мережі стали домінувати як джерело новин, адже ними користуються 86% українців, тоді як телебаченням лише 33%. Більше третини аудиторії взагалі отримує інформацію винятково із соцмереж [17]. В цих умовах регіональні мовники були змушені швидко адаптуватися. Паралельно з традиційним ефіром вони активізували присутність у соцмережах (Facebook, YouTube, Telegram тощо) для оперативного інформування населення та підтримки зв'язку зі своєю аудиторією під час війни.

Через радикальні зміни у способах споживання інформації, фізичні загрози та інформаційний хаос українські регіональні ЗМІ стикнулися з низкою викликів.

Найбільшим викликом стала втрата аудиторії телебачення і конкуренція цифрових платформ через стрімке зміщення уваги аудиторії в онлайн-середовище. Соцмережі витіснили телебачення за охопленням новинної аудиторії, особливо серед молоді та переселенців [17]. Традиційні регіональні канали конкурують за увагу з інтернет-медіа і блогерами, тому змушені переорієнтувати контент під цифрові платформи, аби не втратити більшу частину своєї довоєнної аудиторії.

У соцмережах війна спровокувала появу неофіційних регіональних каналів та пабліків, що нерідко порушують журналістські стандарти, що в свою чергу, може призводити до поширення дезінформації та втрати монополії на новини. Моніторинг популярних телеграм-каналів на місцеву тематику показав, що там поширювалися неперевірені повідомлення без вказування джерел [6]. Унаслідок цього офіційні регіональні ЗМІ стикаються з проблемою недовіри та конкуренцією з чутками, змушені постійно спростовувати фейки і підтверджувати інформацію, аби втримати довіру громади. Позитивним є те, що довіра аудиторії до локальних джерел в соцмережах навіть зросла, адже соціальним мережам регіональних медіа довіряють близько 60% українців (для порівняння, загальнонаціональному ТБ – лише 43%) [17].

В той же час війна поставила регіональні медіа на межу виживання, адже падіння доходів від реклами, відтік кадрів та мобілізація призвели до кризи ресурсів, тобто спричинили фінансові та кадрові труднощі. Близько 30% українських медіа вимушено призупинили роботу на початку вторгнення, хоч згодом багато хто відновив діяльність. Донорська допомога і гранти стали рятувними для багатьох редакцій, але зі скороченням міжнародного фінансування знов виникла нестача коштів. Редакції економлять на виробництві, що нерідко знижує якість контенту [3]. В таких умовах важко інвестувати в розвиток присутності у соцмережах та нові формати, адже горизонт планування скоротився до кількох тижнів, а команди перевантажені через необхідність суміщення посад і вигорання, що виникає в результаті.

Регіональні телеканали стикнулися з прямими загрозами фізичній інфраструктурі мовлення через технічні небезпеки та інфраструктурні удари. В перші тижні окупації ворог відключав українське мовлення. Приміром, на Херсонщині захоплено телевежі, трансляцію місцевих телеканалів було вимкнено і замінено на російські канали буквально за добу. Деякі редакції втратили офіси через обстріли, журналістів викрадали на окупованих територіях. На більш безпечних територіях новою проблемою стали

блекаути та кібератаки. Системні відключення електрики в 2022–25 рр. змусили шукати джерела резервного живлення й інтернету (генератори, Starlink тощо), а локальні сайти та навіть YouTube-канали піддавалися DDoS-атакам з боку РФ [15]. Усе це вимагало від медіа швидкої технічної переорієнтації – від переходу на мобільний інтернет до релокації студій та налагодження кібербезпеки.

Попри перелічені виклики, регіональні телеканали України суттєво трансформували свою діяльність під час війни, освоївши нові платформи і формати задля збереження своєї аудиторії. Нижче пропонуємо розглянути ключові зміни та приклади:

1. Перехід на мультимедійні платформи. Традиційні регіональні ТРК стали повноцінними мультимедійними редакціями, поєднуючи телевізійний ефір з інтернет-ресурсами. Вже у перші місяці вторгнення багато команд перейшли на цілодобовий режим роботи 24/7 і запускали новинні стрічки та онлайн-марафони, розповсюджуючи їх переважно через YouTube-канали та Telegram. Фактично, YouTube і соцмережі виконували роль альтернативних «ефірних частот», на яких локальні медіа продовжували мовлення, коли звичайний сигнал був недоступний чи аудиторія перемістилася в онлайн-середовище [8]. Наприклад, YouTube-трансляції місцевих новин і стрімів стали звичними. Завдяки ним незалежні регіональні редакції оперативно викладали відео про ситуацію на фронті, повітряні тривоги та звернення посадовців, щоб люди отримували інформацію в реальному часі на смартфонах.

2. Активна присутність у соцмережах та залучення аудиторії. Кожен регіональний телеканал суттєво розвинув свої офіційні сторінки у соціальних мережах. Через Facebook, Instagram, Twitter та особливо Telegram вони поширюють новини, відеосюжети і термінові повідомлення. Для прикладу, миколаївський телеканал «МАРТ» (комунальний телеканал міста) нині має власний новинний сайт і активні акаунти: Facebook-сторінку з ~31 тис. підписників, Telegram-канал (~4 тис. підписників) та YouTube-канал з понад 78 тис. підписників. Редакція заохочує глядачів переходити в онлайн: в телеефірі і під час трансляцій ведучі нагадують про сайт та соцмережі телеканалу. Контент підлаштовують під цифрову аудиторію. Зокрема, випуски новин «МАРТ» на YouTube забезпечені інтерактивними тайм-кодами, щоб глядач міг одразу перейти до потрібного сюжету [1]. Така інтеграція ефіру і соцмереж дозволяє розширити охоплення (в тому числі на вимушених переселенців, що виїхали з регіону, але стежать за новинами регіону онлайн) та підтримувати постійний зворотний зв'язок з аудиторією (коментарі, опитування, реакції в мережі).

3. Співпраця з владою та оперативне інформування громади. Через соцмережі регіональні мовники налагодили тісніший контакт із місцевою владою та службами для поширення важливих офіційних повідомлень. Багато телеканалів під час війни фактично виконують функцію інформаційного хабу для своїх громад, транслюючи звернення військових адміністрацій, брифінги силовиків, роз'яснення від ДСНС, оголошення про гуманітарну допомогу тощо. Зокрема, на YouTube-каналі згаданого ТРК «МАРТ» регулярно публікуються записи брифінгів Миколаївської обласної військової адміністрації та міської ради [1]. Така відкритість підвищує довіру, оскільки люди бачать напряду виступи посадовців, можуть почути роз'яснення щодо обстрілів, евакуації, правил безпеки, не чекаючи телевізійного випуску новин. У соцмережах також легше модерувати чутки, адже місцеві журналісти швидко реагують на запити від громади і дають перевірену інформацію або спростування прямо у коментарях чи окремими постами.

4. Нові формати та підвищення якості контенту. Вимоги війни стимулювали регіональні медіа експериментувати з форматами і підвищувати стандарт подачі інформації. Редакції, що раніше працювали за інерцією, тепер усвідомили, що вижити можна лише завоювавши і утримавши онлайн-аудиторію. Для цього запроваджуються більш динамічні формати, зокрема, короткі відео для соцмереж, інфографіка про події війни, історії з місця подій у форматі live-включень, подкасти з відповідями на запитання громади. Такі проєкти вимагають нових навичок, тому активно проводяться

навчання і обмін досвідом. Приміром, мережа регіональних хабів «Медіабаза» організувала тренінги для журналістів по роботі з соцмережами та адаптації матеріалів під них, а також з цифрової безпеки і навіть основ домедичної допомоги для роботи в гарячих зонах. Керівники медіа відзначають, що криза підштовхнула їх бути більш сучасними, тісніше взаємодіяти з аудиторією, запускати нові цифрові формати, орієнтуватися на потреби користувачів [6]. Важливо і те, що багато редакцій взяли курс на підвищення стандартів журналістики, розуміючи, що для довгострокового виживання потрібно мати лояльне ком'юніті читачів/глядачів і бездоганну репутацію, яку згодом можна буде монетизувати.

Соціальні мережі відіграли ключову роль у діяльності регіональних телеканалів під час війни, ставши для них і викликом, і порятунком водночас. З одного боку, вони підсилили конкуренцію та інформаційний хаос, з іншого – відкрили нові канали комунікації зі своїми громадами. Регіональні мовники України продемонстрували гнучкість і стійкість, адже попри фінансові та безпекові проблеми, вони перебудували свою роботу на цифрових платформах і залишилися голосом місцевих спільнот. У найтяжчих умовах журналісти продовжували інформувати людей, часто ризикуючи життям, бо мешканці регіонів найбільше довіряють саме своїм локальним медіа [14]. Війна прискорила трансформацію регіонального телебачення – від класичного мовлення до мультиплатформного сервісу, що поєднує ефір, інтернет та соцмережі. Ці зміни, хоч вимушені обставинами, мають довгостроковий ефект, оскільки у післявоєнній Україні роль регіональних ЗМІ як прозорого, оперативного та близького до людей джерела інформації залишатиметься надзвичайно важливою, а напрацьовані цифрові практики стануть невід'ємною частиною їхньої роботи.

Можна констатувати, що соціальні мережі стали вирішальним чинником трансформації регіонального телебачення України під час повномасштабної війни. Вони не лише змінили способи споживання інформації, а й визначили нові підходи до роботи журналістів, організації контенту та комунікації з аудиторією. Для регіональних телеканалів соцмережі стали водночас викликом і ресурсом виживання. Конкуренція з неофіційними джерелами, інформаційне перевантаження та нестача ресурсів поєднуються з можливістю прямої взаємодії з громадою, оперативного інформування та розширення охоплення за межі регіону.

Попри втрату частини традиційної аудиторії та фінансово-технічні труднощі, регіональні мовники продемонстрували гнучкість, швидко інтегрувавшись у цифрове середовище. Освоєння мультимедійних форматів, активна присутність у Telegram, Facebook, YouTube та інших платформах дозволили їм зберегти довіру суспільства, будучи джерелом достовірної, локально релевантної інформації в умовах війни. Тому, можна припустити, що надалі саме інтеграція традиційного мовлення з цифровими платформами визначатиме ефективність і вплив локальних телеканалів у медіасистемі післявоєнної України.

Регіональні телеканали України кардинально змінили підходи до взаємодії з аудиторією, перейшовши на цифрові платформи. Соціальні мережі та месенджери фактично стали «цифровим ефіром» для місцевих мовників, адже більшість українців тепер отримує новини саме там. За даними щорічного дослідження USAID/Internews 2023 року, 76% дорослих українців отримують новини із соціальних мереж, тоді як телебачення стрімко втрачає аудиторію (якщо у 2015 році новини по телевізору дивилися 85% українців, то у 2023 році таких залишилося лише 30%). Особливо зріс вплив месенджерів: у 2021 році тільки 20% українців використовували Telegram як новинне джерело, після початку повномасштабної війни цей показник зріс до 60%, а станом на 2023 рік досягнув 72%. Переважна більшість населення читає новини зі смартфонів (87% опитаних загалом, а серед молоді 18–35 років – 97%) [13]. В результаті, присутність телеканалів на мобільних цифрових платформах перетворилася на критично необхідну умову для збереження аудиторії.

Регіональні мовники активно трансформуються під цифрову еру, освоюючи мультимедійні формати. Зокрема, Національна суспільна телерадіокомпанія (Suspilne) перетворилася на велику мультимедійну корпорацію, контент якої доступний по всій країні на радіо, телебаченні й цифрових платформах. Керівництво Суспільного відзначає, що глобальний тренд падіння телеперегляду і зростання споживання новин через діджитал повністю відображений в Україні, тож вимірювати аудиторію лише рейтингами одного ТБ-каналу вже некоректно [18]. Суспільне успішно освоїло онлайн-мовлення, адже випуски новин виходять не тільки по телевізору, а й у YouTube («Суспільне Новини»), на Facebook-сторінках та в Telegram-каналах. Регіональні філії ведуть власні сторінки у соцмережах, сповіщаючи про місцеві новини. Ще до війни філія «Суспільне Миколаїв» запустила проєкт «РадіоДень», який одночасно виходив в ефірі радіо, на телеканалі та онлайн. Це значно розширило аудиторію, адже глядачі отримали змогу не лише слухати ефір, а й бачити студію в реальному часі та ставити запитання через Facebook-коментарі [9]. Такий мультиплатформний підхід підготував медіа до воєнного часу, коли швидкість і охоплення стали вирішальними.

Ще одним прикладом може виступати ТРК «МАРТ» (Миколаїв). Цей комунальний регіональний телеканал також здійснив цифрову трансформацію. Канал має власний сайт, сторінки у Facebook і Telegram, а його YouTube-канал налічує близько 80 тис. підписників. Новини та сюжети публікуються не лише в ефірі, а й онлайн, канал веде прямі трансляції важливих подій, зокрема засідань міськради. «МАРТ» активно спрямовує аудиторію на свої цифрові платформи, додаючи в YouTube таймкоди для зручної навігації [5]. Таким чином місцевий мовник використовує цифрові інструменти для утримання уваги та розширення охоплення, що важливо в умовах міграції частини населення та обмеженого доступу до ефірного мовлення.

У 2022 році, на тлі повномасштабної війни, українські медіа отримали безпрецедентний притік аудиторії та кредит довіри. Люди шукали перевірені джерела новин в тому числі з міркувань безпеки, адже надійна та оперативна інформація могла дорівнювати порятунку. Дослідження USAID-Internews зафіксувало значне зростання популярності локальних медіа: частка українців, які читають регіональні новинні сайти, зросла з 27% (2021) до 55% (2022), а частка тих, хто дивиться місцеве телебачення, майже подвоїлась – з 27% до 44%. В умовах війни люди особливо цінували локальну інформацію [7]. Зокрема, окрема група респондентів (внутрішньо переміщені особи) зазначила, що їм все ще подобається отримувати новини зі своїх рідних громад, тобто вони активно зверталися до місцевих джерел, аби знати, що відбувається «вдома».

Загальний рівень довіри до медіа також підвищився на початку війни. За даними опитування КМІС, у 2022 році довіра до українських ЗМІ зросла з 32% (перед війною) до 57% [12]. Негативний баланс довіри змінився на позитивний, оскільки під час кризи люди гуртувалися навколо перевірених джерел. Яскравим символом цього став спільний телемарафон «Єдині новини», який у перші місяці війни дивилися мільйони українців. Серед тих, хто регулярно дивився телемарафон, рівень довіри до нього сягав 84% [4]. Телемарафон давав глядачам відчуття консолідованої та офіційної інформації, що надходила від держави безперервно, тому й здобув такий високий кредит довіри.

Висновки та перспективи. У результаті дослідження визначено як саме цифрова трансформація регіонального телебачення в Україні впливає на формування довіри аудиторії у середовищі соціальних мереж в умовах війни. З'ясовано, що довіра аудиторії формується насамперед завдяки оперативності, локальній релевантності, прозорості та налагодженому зворотному зв'язку, які забезпечують регіональні мовники, активно інтегровані в діджитал-простір.

Виділені передумови цифрової модернізації регіональних телеканалів з 2014 року, включно з інтеграцією онлайн-платформ. Виявлено, що після створення Суспільного, а особливо після 2022 року, регіональні телеканали перейшли до мультиплатформності,

розвинули цифрову мобільність та локальний контент, що стало основою для зміцнення довіри громад.

Розглянуто роль соціальних мереж як комунікаційного каналу між регіональними медіа та їхньою аудиторією. Встановлено, що соціальні платформи виступають основним онлайн-каналом поширення інформації, дозволяючи телеканалам оперативно інформувати населення, спростовувати чутки, відповідати на запити громади та підтримувати постійну присутність у житті місцевих спільнот, що суттєво підвищує рівень довіри.

Надано оцінку впливу фактору довіри на ефективність регіональних ЗМІ в умовах інформаційної війни. Досвід 2022–2025 років наочно продемонстрував, що довіра аудиторії стала критично важливою для успіху регіональних медіа у цифрову епоху. Війна суттєво прискорила перехід місцевих телеканалів від традиційного телебачення до мультимедійності та інтерактивності. Ті мовники, які змогли перебудуватися під нові реалії і заслужити довіру, сьогодні є ключовими джерелами інформації для своїх громад. Суспільне мовлення стало взірцем, як інвестиції в діджитал-розвиток та репутацію неупередженості конвертуються в лідерство на інформаційному фронті. Довіра під час війни фактично перетворилась на своєрідну запоруку інформаційної безпеки, адже коли люди впевнені у своїх джерелах, ними важче маніпулювати ворогу. У майбутньому саме на основі довіри аудиторії доведеться будувати нові стандарти журналістики та взаємин медіа з суспільством. Стійкість демократичного суспільства і здатність спільно протистояти будь-яким викликам значною мірою залежатиме від того, чи збережуть і примножать медіа довіру своїх глядачів як свій найцінніший ресурс.

Визначено виклики, з якими стикаються регіональні телеканали, та шляхи підвищення довіри через діджитал-інструменти. Війна прискорила цифрову еволюцію регіональних телеканалів, але багато питань залишаються відкритими. Першим з таких викликів можуть стати довгострокові наслідки цифрової трансформації. Місцеві мовники постають перед завданням утримати новонабуту онлайн-аудиторію після війни в умовах значного посилення конкуренції за увагу. Нові звички споживання новин через Telegram та інші платформи вже стали домінуючими, що формує суттєвий економічний вплив на локальні ЗМІ. По-друге, важливим чинником є інформаційна перевага аудиторії. Опитування свідчать, що з часом зростає відсоток українців, які уникають новин через психологічну втому. Медіа стоятимуть перед необхідністю знаходити баланс між поданням важливої інформації та запобіганням надмірному емоційному навантаженню на глядачів. По-третє, можливим викликом є відбудова довіри в громадах після війни. Люди, які пережили травматичний досвід, можуть критичніше ставитися до офіційних заяв. Чи стануть регіональні канали містком між владою та суспільством у повоєнний період, залежатиме від рівня довіри, накопиченого ними зараз. Нарешті, відкритим є питання еволюції форматів для молоді. Потрібно дослідити вплив нових платформ (TikTok, короткі відео, подкасти) на молодіжну аудиторію регіональних новин, адже способи медіаспоживання постійно змінюються. Від того, наскільки успішно локальні мовники освоюють ці формати, залежить їхнє майбутнє.

Новизна полягає в уточненні ролі соціальних мереж як нового середовища формування довіри до регіональних телеканалів у воєнних умовах. Уперше на основі аналізу реальних практик показано, як цифрова трансформація (мультиплатформність, оперативність, інтерактивність тощо) посилює інформаційну стійкість локальних медіа та підтримує зв'язок із громадою. Практичне значення полягає у можливості використання результатів для розробки стратегій цифрового розвитку та зміцнення довіри аудиторії. Перспективними є подальші розвідки щодо ефективності окремих цифрових інструментів регіональних медіа, змін моделі довіри після війни та впливу нових платформ на молодшу аудиторію, а також порівняння українського досвіду з міжнародними практиками цифрової трансформації локальних мовників.

1. Від новин до блогів: хто формує миколаївський YouTube-простір. *Інститут масової інформації*. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/vid-novyn-do-blogiv-hto-formuye-mykolayivskyy-youtube-prostir> (дата звернення: 28.11.2025).
2. Горон Д. Українці більше довіряють телеграм-каналам і ютубу, ніж традиційним медіа, – дослідження ЛІМФ. *detector.media*. URL: <https://detector.media/infospace/article/243727/2025-08-29-ukraintsi-bilshe-doviryayut-telegram-kanalam-i-yutubu-nizh-tradytsiynym-media-doslidzhennya-lmf/> (дата звернення: 28.11.2025).
3. Данькова Н. Хто та як допомагає регіональним медіа під час війни (частина I). *detector.media*. URL: <https://detector.media/rinok/article/241621/2025-06-09-khto-ta-yak-dopomagaie-regionalnym-media-pid-chas-viyny-chastyna-i/> (дата звернення: 28.11.2025).
4. Джолос О. Телемарафон «Єдині новини»: результат – на табло!. *detector.media*. URL: <https://detector.media/infospace/article/216877/2023-09-15-telemarafon-iedyni-novyny-rezultat-na-tablo/> (дата звернення: 28.11.2025).
5. Крумін О. Миколаївський телеканал «МАРТ» під час війни: новини та звіти посадовців. *detector.media*. URL: <https://detector.media/regionalni-telenovini/article/224007/2024-03-10-mykolaiivskyy-telekanal-mart-pid-chas-viyny-novyny-ta-zvity-posadovtsiv/> (дата звернення: 28.11.2025).
6. Нам пишуть, що щось коїться – як регіональні телеграм-канали інформують українців під час Великої війни. *IDPO.ORG.UA*. URL: <https://idpo.org.ua/reports/6136-nam-pishut-shho-shhos-koitsya-yak-regionalni-telegram-kanali-informuyut-ukrainciv-pid-chas-velikoi-vijni.html> (дата звернення: 28.11.2025).
7. Під час війни в Україні зростає популярність регіональних медіа – опитування ZMINA. *ZMINA*. URL: <https://zmina.info/news/pid-chas-viyny-v-ukrayini-zrosla-populyarnist-rehionalnykh-media-opytuvannya/> (дата звернення: 28.11.2025).
8. Практичні кейси виживання: що робити медіа, коли все змінилося. *НСЖУ*. URL: <https://nsju.org/navchannya/pid-chas-vebinaru-antykryzova-stijkist-vid-nszhu-medijnyky-shukalyvidpovid-na-vazhlyvi-pytannya-radylysy-dilylysy-dosvidom/> (дата звернення: 28.11.2025).
9. РадіоДень стартував на Суспільному Миколаєва. *Суспільне Мовлення*. URL: <https://corp.suspilne.media/newsdetails/1443/> (дата звернення: 28.11.2025).
10. Серед українців зростає довіра до новин традиційних медіа. *Ukrinform*. *Українформ - актуальні новини України та світу*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/4039589-sered-ukrainciv-zrostaie-dovira-do-novin-tradicijnih-media.html> (дата звернення: 28.11.2025).
11. Українські ЗМІ втрачають довіру, але ставлення до російських ЗМІ критично погіршилось навіть на Сході. Соцопитування - Центр стратегічних комунікацій. *Центр стратегічних комунікацій*. URL: <https://spravdi.gov.ua/ukrayinski-zmi-vtrachayut-doviru/> (дата звернення: 28.11.2025).
12. Українські медіа значно втратили довіру у 2023 році – опитування КМІС. *Інститут масової інформації*. URL: <https://imi.org.ua/news/ukrayinski-media-znachno-vtratyly-doviru-u-2023-rotsi-opytuvannya-kmis-i57786/> (дата звернення: 28.11.2025).
13. Українські медіа, ставлення та довіра у 2023 році. *detector.media*. URL: <https://detector.media/infospace/article/218819/2023-11-01-ukrayinski-media-stavlennya-ta-dovira-u-2023-rotsi/> (дата звернення: 28.11.2025).
14. Що дає сили локальним медіа в часи війни? Професійна солідарність і дружні обійми. *IDPO.ORG.UA*. URL: <https://idpo.org.ua/news/5978-shho-daye-sili-lokalnim-media-v-chasi-vijni-profesijna-solidarnist-i-druzni-obijmi.html> (дата звернення: 28.11.2025).
15. 1000 днів повномасштабної війни: як українські медіа вистояли під час російської військової агресії. *Інститут масової інформації*. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/1000-dniv-rovnomasshtabnoyi-vijny-yak-ukrayinski-media-vystoyaly-pid-chas-rosijskoyi-vijskovoyi-i64963> (дата звернення: 28.11.2025).
16. 2022 – Стан регіональних медіа в Україні: Воєнне видання. Звіт *Media Development Foundation*. URL: <https://research.mediadevelopmentfoundation.org/2022.html> (date of access: 28.11.2025).
17. How Do Ukrainians Consume Their News? Findings of a 2025 Survey. *UkraineWorld*. URL: <https://ukraineworld.org/en/articles/opinions/ukrainians-consume-news-2025-survey> (date of access: 28.11.2025).
18. Ostapa S. If We Are Trusted, It Means We Are Doing Everything Right. *Detector Media*. URL: <https://en.detector.media/post/if-we-are-trusted-it-means-we-are-doing-everything-right> (date of access: 28.11.2025).

UDC 070+004.738.1

DIGITAL TRANSFORMATION OF REGIONAL TELEVISION: SOCIAL MEDIA AS AN ENVIRONMENT FOR BUILDING AUDIENCE TRUST

Soloviova Anna¹, PhD (Political Science), Associate Professor,

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0524-287X>;

Avetisian Inna, master's student.

Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine.

¹ Corresponding author Soloviova A., e-mail: soloan2003@gmail.com

Received: 19 December 2025

Accepted: 14 February 2026

Published: 10 March 2026

Citation: Soloviova, A., Avetisian, I. (2026). Digital transformation of regional television: social media as an environment for building audience trust. *Образ*, 1 (50), 110–121. [https://doi.org/10.21272/Образ.2026.1\(50\)-110-121](https://doi.org/10.21272/Образ.2026.1(50)-110-121)

Introduction. Since 2014, the digital transformation of regional television in Ukraine has been gradually accelerating, and Russia's full-scale invasion in 2022 changed fundamentally the work of local broadcasters. Social media has become the main channel for news consumption, significantly reshaping the interaction between television channels and their audiences. At the same time, a crisis of trust in traditional media has intensified, which increases the importance of digital platforms for the communities' development.

Relevance and Purpose. Digitalization and the growing role of social media have become key factors in the transformation of regional broadcasting. So, the purpose of the study is to determine how the digital transformation of regional television influences the formation and maintenance of audience trust within social media environments.

Methodology. The study applies the method of observation, which made it possible to identify the specific features of digital practices used by regional TV channels during the full-scale war. A comparative analysis of recent media consumption studies helped clarify the mechanisms of forming trust in different types of media at the regional level.

Results. The research shows that regional television channels have significantly transformed their operations through the integration of digital tools: shifting to multiplatform broadcasting, implementing new content formats, and enhancing real-time communication with audiences. Social media perform the function of operational communication, especially under conditions of distrust toward traditional television and competition with unofficial online sources. It has been found that local media gained an additional level of trust, as they provided timely, locally relevant, and verified information.

Conclusions. It has been demonstrated that social media has become not only a tool of digital transformation but also a key environment for the formation and strengthening of trust in regional television channels during wartime. The study shows that local broadcasters that systematically integrated digital tools demonstrated resilience and adaptability while maintaining their status as authoritative sources of information for their communities. In the post-war period, the synergy between traditional broadcasting and digital platforms will determine the capacity of regional television to sustain audience trust as a foundation of information security.

Keywords: digital transformation, regional television, social media, audience trust, local media, digitalization.

1. From news to blogs: who shapes the Mykolaiv YouTube space (2025), *Institut masovoi informatsii* [Institute of Mass Information]. Available at: <https://imi.org.ua/monitorings/vid-novyn-do-blogiv-hto-formuye-mykolayivskiy-youtube-prostir> (accessed: 28 November 2025).

2. Horon, D. (2025), Ukrainians trust Telegram channels and YouTube more than traditional media – LMF research, *detector.media*. Available at: <https://detector.media/infospace/article/243727/2025-08-29-ukraintsi-bilshe-doviryayut-telegram-kanalam-i-yutubu-nizh-tradytsiynym-media-doslidzhennya-lmf/> (accessed: 28 November 2025).

3. Dankova, N. (2025), Who and how helps regional media during the war (part I), *detector.media*. Available at: <https://detector.media/rinok/article/241621/2025-06-09-khto-ta-yak-dopomagaie-regionalnym-media-pid-chas-viyny-chastyna-i/> (accessed: 28 November 2025).
4. Dzholos, O. (2023), Telemarathon “United News”: the result is on the scoreboard!, *detector.media*. Available at: <https://detector.media/infospace/article/216877/2023-09-15-telemarafoniedyni-novyny-rezultat-na-tablo/> (accessed: 28 November 2025).
5. Krumin, O. (2024), Mykolaiv TV channel “MART” during the war: news and officials’ reports. *detector.media*. Available at: <https://detector.media/regionalni-telenovini/article/224007/2024-03-10-mykolaivskyy-telekanal-mart-pid-chas-viyny-novyny-ta-zvity-posadovtsiv/> (accessed: 28 November 2025).
6. They write to us that something is happening – how regional telegram channels informed Ukrainians during the Great War (2025), *IDPO.ORG.UA*. Available at: <https://idpo.org.ua/reports/6136-nam-pishut-shho-shhos-koitsya-yak-regionalni-telegram-kanali-informuyut-ukrainciv-pid-chas-velikoi-vijni.html> (accessed: 28 November 2025).
7. During the war in Ukraine, the popularity of regional media increased – survey ZMINA (2025), *ZMINA [ZMINA]*. Available at: <https://zmina.info/news/pid-chas-viyny-v-ukrayini-zrosla-populyarnist-rehionalnykh-media-opytuvannya/> (accessed: 28 November 2025).
8. Practical survival cases: what media should do when everything has changed (2025), *NSZHU [National Union of Journalists of Ukraine]*. Available at: <https://nsju.org/navchannya/pid-chas-vebinaru-antykryzova-stijkist-vid-nszhu-medijnyky-shukaly-vidpovid-na-vazhlyvi-pytannya-radylysya-dilylysya-dosvidom/> (accessed: 28 November 2025).
9. RadioDay launched on Suspilne in Mykolaiv (2025), *Suspilne Movlennya [Public Broadcasting]*. Available at: <https://corp.suspilne.media/newsdetails/1443/> (accessed: 28 November 2025).
10. Trust in traditional media news is growing among Ukrainians (2025), *Ukrinform [Ukrinform – Latest News of Ukraine and the World]*. Available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/4039589-sered-ukrainciv-zrostaе-dovira-do-novin-tradicijnih-media.html> (accessed: 28 November 2025).
11. Ukrainian media are losing trust, but attitudes toward Russian media have critically worsened even in the East. Sociological survey – Center for Strategic Communications (2025), *Center for Strategic Communications*. Available at: <https://spravdi.gov.ua/ukrayinski-zmi-vtrachayut-doviru/> (accessed: 28 November 2025).
12. Ukrainian media significantly lost trust in 2023 – KIIS survey (2025), *Institute of Mass Information*. Available at: <https://imi.org.ua/news/ukrayinski-media-znachno-vtratyly-doviru-u-2023-rotsi-opytuvannya-kmis-i57786/> (accessed: 28 November 2025).
13. Ukrainian media, attitudes and trust in 2023 (2023), *detector.media*. Available at: <https://detector.media/infospace/article/218819/2023-11-01-ukrayinski-media-stavlennya-ta-dovira-u-2023-rotsi/> (accessed: 28 November 2025).
14. What gives strength to local media in times of war? Professional solidarity and friendly embrace. (2025), *IDPO.ORG.UA*. Available at: <https://idpo.org.ua/news/5978-shho-daye-sili-lokalnim-media-v-chasi-vijni-profesijna-solidarnist-i-druzni-obijmi.html> (accessed: 28 November 2025).
15. 1000 days of full-scale war: how Ukrainian media survived during the Russian military aggression (2025), *Institute of Mass Information*. Available at: <https://imi.org.ua/monitorings/1000-dniv-povnomasshtabnoyi-vijny-yak-ukrayinski-media-vystoyalypid-chas-rosijskoyi-vijskovoyi-i64963> (accessed: 28 November 2025).
16. 2022 – The State of Regional Media in Ukraine: Wartime Edition (2022), *Media Development Foundation Report*. Available at: <https://research.mediadevelopmentfoundation.org/2022.html> (accessed: 28 November 2025).
17. How Do Ukrainians Consume Their News? Findings of a 2025 Survey (2025), *UkraineWorld*. Available at: <https://ukraineworld.org/en/articles/opinions/ukrainians-consume-news-2025-survey> (accessed: 28 November 2025).
18. Ostapa, S. (2025), If We Are Trusted, It Means We Are Doing Everything Right, *Detector Media*. Available at: <https://en.detector.media/post/if-we-are-trusted-it-means-we-are-doing-everything-right> (accessed: 28 November 2025).