

ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

УДК 070:004.738.5]:316.472.4](477.73)«2017/2024»
DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.3.2/25>

Андрушків В. В.

Запорізький національний університет

РОБОТА РЕДАКЦІЙ І ЖУРНАЛІСТІВ РЕГІОНАЛЬНИХ МЕДІА У СУЧАСНИХ УМОВАХ

У статті розглянуто сучасну роботу редакцій і журналістів регіональних медіа в умовах диджиталізації. Зокрема, аналізуються виклики та можливості, що виникають перед редакціями регіональних медіа в контексті зростання інформаційної конкуренції та змін поведінкових тенденцій аудиторії. Досліджуються стратегії, методи та інструменти, які використовують редакції та журналісти для забезпечення ефективної роботи в цифровому середовищі.

Відображається важливість регіональних медіа як критичного елемента медіасередовища, зокрема щодо збереження культурної індивідуальності та важливості інформаційного покриття на місцевому рівні.

У статті досліджується диджиталізація роботи редакцій та журналістів регіональних медіа на прикладі Суспільного Миколаїв.

Аналізуються зміни, що відбулися у моделі роботи, виробництві контенту та взаємодії з аудиторією протягом періоду з 2017 по 2024 рік. Наведено приклади адаптації редакцій до сучасних вимог та трансформації контенту для різних платформ соціальних мереж. Проводиться спостереження щодо важливості виробництва текстових матеріалів, фото та відео, орієнтованих на аудиторію Миколаївської області, та відзначається необхідність врахування змін у суспільстві для успішної роботи журналістів.

Виявлено збільшення виробництва відеоконтенту та зміну візуального стилю бренду Суспільного Миколаїв. За вісім років спостерігається поширення контенту в нові соціальні мережі, що призвело до адаптації форматів публікацій та змін у виробництві контенту. Підкреслюється необхідність врахування специфіки аудиторії на кожній з соціальних платформ для ефективної комунікації. Значущим для редакції стає використання репостів та візуального оформлення матеріалів для підвищення їх привабливості. Уміння стисло та доступно подавати інформацію стає важливим елементом роботи журналістів у віртуальному середовищі.

Комунікація з аудиторією, яка відбувається у коментарях та через чат-бот у соціальних мережах, також розглядається як важливий аспект сучасної журналістики.

Ключові слова: контент, новини, журналістика, медіа, диджиталізація, регіональні медіа, редакція, журналіст, фахівець.

Постановка проблеми. У зв'язку зі стрімким розвитком цифрових технологій та поширенням інтернету, редакції та журналісти регіональних медіа стикаються з рядом викликів і проблем у сучасних умовах. Наприклад, необхідність адаптації до нових форматів та платформ для поширення контенту, зміни вимог та очікувань аудиторії, а також підвищена конкуренція з боку глобальних медіа. Однак в науковому просторі обмежена кількість наукових досліджень, які присвячені детальному аналізу цих проблем і пошуку ефективних стратегій їх вирішення. Таким чином,

дослідження в даному аспекті є актуальними та перспективними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні аспекти роботи редакцій і журналістів регіональних медіа були досліджені різними науковцями, серед яких М.В. Чабаненко, З.С. Дмитровський, В.В. Лизанчук, Бушати Е. (Bushati E.), Жан К. Шалабі (Chalaby J.), Салаверрія Р. (Salaverría R) тощо.

Постановка завдання. Метою статті є вивчення та аналізування сучасних стратегій, методів та інструментів, які використовують редакції та жур-

налісти регіональних медіа для роботи в умовах диджиталізації, а також виявлення особливостей роботи цих медіа у сучасному інформаційному середовищі.

Виклад основного матеріалу. В контексті соціокультурного виміру, у роботі редакцій та журналістів, ключовим фактором є збереження гармонії та зв'язку, відомого як аксіосфера, яка відображає ціннісні пріоритети та спільні цілі. Ця аксіосфера визначається важливістю соціальної єдності та загальних норм спілкування. Журналісти використовують технологічні можливості та виявляють свою компетентність у сфері цифрової трансформації, щоб відтворювати цей контекст в їхніх роботах [1].

Висловлене вище відноситься до основного потенціалу регіонального телебачення, яке може найкращим чином задовольнити індивідуальні потреби людей у реальному житті та способі життя. Це пов'язано з постійним розвитком масових медіа, впровадженням нових форм, каналів та методів подання інформації [2]. Це призводить до сегментації аудиторії, що призводить до ранжування контенту. У результаті аудиторія мас-медіа об'єднується навколо певних тем, а не конкретного продукту редакцій і журналістів, що вимагає адаптації та змін у їхній роботі.

Питомою функцією регіонального телебачення була актуалізація фактів і явищ життя країни з певним представленням цих даних: масмедіа робили їх переконливішими, зрозумілішими тощо, на відміну від центральних каналів [3]. Це означає, що місцеві масмедіа були більш точними та докладними у відображенні конкретних політичних, демографічних, релігійних та інших аспектів регіонального життя, що робило їх набагато більш важливими для місцевої аудиторії.

Натомість розвиток диджиталізації та збільшення її впливу на суспільство природно визначають необхідність перетворень, оновлення та адаптації редакцій і тележурналістів телебачення, особливо на рівні регіональних медіа. Тому специфіка, природа та особливості алгоритмів роботи регіонального телебачення й специфіки його побутування у сучасних умовах призводять до змін у роботі редакцій та журналістів, що відображаються у нових форматах спілкування з аудиторією, методах створення контенту та інших аспектах [4]. Цей еволюційний процес природно включає конкуренцію з інтернет-платформами, месенджерами, соціальними мережами тощо, які виконують роль активних учасників у змінному медіа-ландшафті.

У сучасних умовах важливим елементом роботи редакцій та журналістів є постійне відстеження нових тенденцій та технологій у сфері диджиталізації. Наприклад, використання інноваційних технологій на основі штучного інтелекту, таких як штучні нейронні мережі, є досить актуальним. Це може включати в себе застосування нейромережевих моделей (до прикладу, ChatGPT, Сору.ai тощо) та браузерних розширень (до прикладу, UniJump, ChatGPT Writer тощо), які автоматизують процес створення текстів новин та їх ілюстрацій. Крім того, важливим є використання віртуальної та доповненої реальності, технологій блокчейну та інших інноваційних рішень, які сприяють покращенню роботи редакцій та підвищують їхню конкурентоспроможність у цифровому середовищі [5].

Отже, в сучасних умовах диджиталізація стає важливим інструментом для розвитку сучасного телебачення, зокрема, регіонального. Однією з головних стратегій роботи редакцій та журналістів є активна присутність у інтернет-просторі та відповідна адаптація до його динаміки. Це включає інтеграцію у соціальні медіа платформи, такі як Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, де можна ефективно донести медійний контент до аудиторії та взаємодіяти з нею через взаємні вподобання, коментарі та інші форми зворотного зв'язку.

В цифровій епосі окрім використання різноманітних платформ для розповсюдження контенту, важливо отримати та зберегти довіру аудиторії. Це означає активний контакт з глядачами, відповідь на їх запити та взаємодію з ними, створення зручних умов для обміну думками. Показовою формою у цьому контексті є актуалізації функціоналу YouTube трансляцій, проте без запаралелювання їх зі звичним контентом.

Так, важливо створити альтернативні варіанти контенту, які доповнюють основний матеріал і враховують особливості кожного каналу [6]. Ці додаткові варіанти мають сприяти активній взаємодії з глядачами, відкритому обміну думками та прийняттю нових ідей. Встановлення такого діалогу на будь-якій платформі сприятиме покращенню сприйняття глядачами контенту та забезпечить успіх редакцій та журналістів у цифровому медіапросторі.

Взаємодія та співпраця з аудиторією через інтерактивний контент та зближення з нею формують унікальні можливості для привернення, збереження та розширення аудиторії. Одним з ефективних методів є створення вебсайтів та мобільних додатків, що дозволяють персоналізу-

вати контент та забезпечують постійний доступ до нього. Важливо відзначити можливість надсилання сповіщень, проведення відеострімів та надання різноманітних інтерактивних опцій, які не лише сприяють взаємодії з аудиторією, а й стають зручним функціоналом для користувачів [7].

Особливу увагу слід звернути на розвиток мобільного контенту, оскільки все більше користувачів віддають перевагу швидкому доступу до інформації через мобільні пристрої. Це призводить до необхідності створення спеціалізованих мобільних додатків, які можна оптимізувати під різні пристрої, такі як смартфони, планшети тощо [8]. Оптимізація вебсайтів та порталів для мобільних платформ дозволить не лише залучити нову аудиторію, а й полегшить споживання новин для вже існуючих користувачів.

Отже, можна спостерігати значний потенціал для привернення уваги аудиторії через різноманітні канали, такі як відеоконтент у соціальних медіа, створення власних онлайн-платформ та мобільних додатків для спілкування з глядачами на новому рівні. Не варто забувати, що перехід до активної роботи в інтернеті відкриває широкі можливості для вимірювання ефективності просування: багато соціальних мереж надають інструменти для відстеження охоплення та отримання зворотного зв'язку. Це сприяє розбудові максимально результативного спілкування з аудиторією загалом і кожним журналістом-виконавцем зокрема. Такий підхід дозволяє адаптувати контент до потреб аудиторії, орієнтуючись на її вподобання, інтереси та поведінку.

Частково вищезазначене пояснює популярність серед користувачів онлайн-джерел новин: так, актуалізована ними швидкість доступу до даних, продукує потребу перебудови роботи редакцій класичних медіа загалом (зокрема, журналістів) задля збереження своєї аудиторії та залучення нових глядачів. Зазвичай, це відбувається за рахунок актуалізації редакціями функційного потенціалу диджиталізаційних процесів [9]. Це включає використання сторіз, рілз та відео, спеціально адаптованих для платформ, таких як Facebook, Instagram, Telegram (згадаймо, «кружечки»), не кажучи про актуалізацію специфічного функціоналу Bee Real, Snapchat та інших.

Разом з новими можливостями, які відкриває активне використання диджиталізаційного інструментарію, з'являються й нові виклики, які стають складнішими через потребу в інноваційних навичках і компетенціях журналістів. Важливо вміти не лише створювати різноманітний контент, такий

як відео, графіка та аудіо складники, але й володіти специфічними навичками, пов'язаними з просуванням редакційного бренду, роботою в соціальних мережах, конвертацією, адаптацією тощо. Це може включати розширення функціоналу ефективних стратегій у соціальних мережах, оптимізацію контенту для пошукових систем, співпрацю з медійними особистостями для збільшення охоплення контенту аудиторією [10].

Також важливим є постійне удосконалення технічної бази редакцій, включаючи як апаратне, так і програмне забезпечення. Це передбачає регулярну заміну обладнання та впровадження нових програмних продуктів. Варто зазначити, що багато нейромережових моделей доступні для використання безкоштовно для некомерційних цілей, але існують опції платного використання. Такий підхід дозволить редакціям та журналістам підвищити продуктивність своєї роботи у напрямку створення, редагування та поширення контенту.

До прикладу, показовою є самопрезентація тієї чи тієї редакції, тобто специфіка, самобутність та динаміка представлення свого продукту (контенту). Мовиться про активну роботу над побудовою редакційного бренду, у який входять розробка самобутнього представлення контенту (стильові тощо особливості). При цьому маємо на увазі поліінтерпретаційність репрезентованого контенту, коли одні й ті ж дані модифікуються під різні канали поширення. Наприклад, вміст, який публікується на TikTok і Facebook, може відрізнятися як за змістом, так і за оформленням, оскільки вимоги до цих платформ відрізняються. Більше того, тренди у контенті можуть змінюватися в різних середовищах інтернету, що може призводити до необхідності адаптації контенту під різні платформи [11].

Для врахування вищезазначеної специфіки доцільно згадати про важливий складник роботи редакцій та журналістів у сучасних умовах – кадрові питання. Мовиться про приділення уваги розвитку навичок цифрової грамотності, оскільки досягнення та вміння використовувати диджиталізаційний функціонал (новітні цифрові інструменти та платформи тощо) продукує створення актуального, ефективного контенту. У цьому контексті важливим стає питання кадрового підбору, оскільки молоді журналісти можуть мати потенціал та актуальні навички, які відповідають вимогам цифрової епохи.

Тому важливо активно шукати та підтримувати молодих журналістів за допомогою програм стажування, наставництва та розвитку професійних

курсів. Наприклад, це може включати укладення угод про співпрацю з університетами, щоб студенти могли отримати практичний досвід і після закінчення навчання знайти роботу в медіа. Інвестування в кадровий потенціал дозволить створювати інноваційний, якісний, актуальний контент, який дозволить привабити аудиторію молодшого віку [12].

Важливою частиною роботи як молодих, так і досвідчених журналістів є розуміння етичних та правових аспектів цифрової журналістики. Тут стрижневими є вміння: а) розрізняти правду і неправду інформацію (мізінформацію, дезінформацію, пропаганду), б) захищати персональні дані аудиторії та в) дотримуватися авторських прав. Доцільно підкреслити важливість забезпечення кібербезпеки: запобігання кібератак, шляхом розбудови надійної інфраструктури ресурсів, яка унеможливить злами та виклад фейкових новин під брендом редакції. Редакціям регіонального телебачення важливо створювати контент, що базується на перевірених фактологічних даних, щоб протистояти поширенню недостовірної інформації в інтернеті [13].

Одним із ключових аспектів перетворень у роботі редакцій і журналістів в сучасних умовах є необхідність збереження основних принципів їх професійної діяльності в контексті цифрової реальності. Це призводить до складнощів у презентації інформації у мережі, оскільки важливість достовірності, об'єктивності та неупередженості даних вимагає часу й уваги під час їх підготовки. Цей аспект стає невід'ємною частиною роботи редакцій і журналістів у сучасних умовах, незалежно від формату та каналу поширення інформації.

Дотримання цих принципів є важливим для збереження та підвищення довіри аудиторії до роботи редакцій та журналістів, особливо в умовах повномасштабного вторгнення росії в Україну, де поширення мізінформації, дезінформації та пропаганди стає набагато активнішим. У цьому контексті роль масмедіа полягає у перевірці та підтвердженні достовірності інформації, що надходить до них, а також у забезпеченні об'єктивного та точного представлення подій. Окрім фактчекінгу, важливими є різноманітні методи підтвердження інформації, залучення експертних думок та коментарів для надання аудиторії повного та достовірного зображення подій [14].

У сучасних умовах важливим етапом є активна взаємодія з аудиторією у процесі створення контенту, яка можлива завдяки застосуванню опиту-

вань у соціальних мережах, таких як Facebook, Telegram тощо. Такий підхід продуктивний у перспективі, оскільки покращує рівень довіри та залученості аудиторії (доцільно враховувати досвід блогерів та різноманітних маркетингових кампаній), окрім того використання зв'язку з аудиторією допоможе зрозуміти потреби користувачів. Таким чином, важливо розуміти, що продукт медіа не може залишатися незмінним у цифровому середовищі і вимагає постійного вдосконалення та адаптації до потреб аудиторії.

Це означає, що та ж сама новина, яка транслюється у програмі телеканалу, може бути представлена по-різному на його каналі у Telegram, або репрезентована у адаптованому вигляді, що призведе до експонентного підвищення якості контенту. Це дозволяє підвищити якість контенту, оскільки він може бути адаптований до вимог та специфіки аудиторії. Крім того, важливо мати гнучкість та відкритість до змін, відслідковуючи потреби аудиторії, оскільки їхнє споживання і очікування швидко змінюються. Тому необхідно бути готовими до різноманітних варіантів представлення інформації, розглядаючи різні підходи до її параметризації, такі як час публікації, зміст, тематика, стиль та оформлення.

Також важливим є розвиток мультимедійного змісту: доцільно вдосконалювати функціонал для створення цікавого відео-, аудіо- та інтерактивного контенту. Тут не лише важливо, що і як передавати аудиторії, але й обирати правильні канали комунікації, використовувати відповідний стиль викладу тощо [15].

Актуальним етапом для редакцій та журналістів є розвиток стратегій заробітку на створеному контенті: важливо знаходити новаторські підходи до здобуття прибутку. У цьому вимірі важливо забезпечити взаємопідтримку і співпрацю (включаючи рекламу, спонсорство, платний контент, підписки тощо), при цьому дотримуючись основних принципів медіа. Ефективним напрямком є вдосконалення власних продуктів, таких як тренінги та консультації, під час яких можна ділитися власним досвідом та отримувати з нього прибуток.

Продовжуючи розгляд теми про актуалізацію мультимедійного функціоналу, варто зауважити на перспективність інтегрованих форм інформаційних продуктів. Це включає в себе відеорепортажі, рілзи, інтерактивні інфографіки та ігрові формати, які привертають увагу цільової аудиторії та роблять процес споживання інформації більш захоплюючим. У цьому контексті цікавим є приклад, пов'язаний з Людмилою Барбір, ведучою

каналу «1+1 Україна», яка в одному з відео використала нецензурну лексику. Важливо відзначити, як ця новина поширилася і які були реакції аудиторії на подію. Деякі засудили ведучу, інші підтримали, але майже всі були зацікавлені. Після цього Людмила записала відео з вибаченнями та поясненням ситуації, зазначивши, що це був не прямий ефір, а трансляція на YouTube, яку просто забули вимкнути [16].

Тут можна побачити недосконале використання диджиталізаційних інструментів каналом. Паралельна трансляція призвела до помилки, яка стала широко обговорюваною. Хоча ця спроба заслуговує на визнання, але вона відображає однотипність у способі представлення інформації: замість того, щоб варіювати контент з одного джерела, канал просто дублював його, представляючи в різних середовищах. Наприклад, якщо Людмила Барбір зняла б рилз під час ведення програми або опублікувала б смішні моменти зі своїх записів у TikTok або на своєму особистому акаунті, це б: а) збільшило б залученість її аудиторії та б) знову нагадало б глядачам про її програму та саму ведучу.

В контексті регіонального телебачення згадаємо про Суспільний мовник та трансформацію його регіональних редакцій в сучасних умовах. За інформацією фахівчині групи диджитал Суспільного Миколаїв Світлани Кльосової підхід редакції до збирання та обробки інформації поступово змінювався і зараз продовжує адаптуватися під сучасні вимоги.

Змінювалася модель роботи і загалом контент. Диджиталізація розвивається швидко і важливо рухатися з нею в одному темпі. В той же час змінюється і споживач контенту, тому команда Суспільного орієнтується на його інтереси і вибагливість. У період з 2017 по 2024 рік суттєво збільшилося виробництво відеоконтенту. Також візуально змінився і бренд Суспільного. Тому місією журналістів Суспільного Миколаїв було не «загубитися» у стрічці користувачів і залишатися для них помітими. Про зміни завжди сповіщали аудиторію.

За вісім років окрім основних платформ, на яких працювали журналісти (сайт, Facebook, YouTube, Telegram та Viber) почали поширювати свій контент в Instagram, TikTok та Twitter. Це зумовило зміну формату публікацій, підлаштування під особливості і вимоги кожної соцмережі, зокрема йдеться про формат відео та фото, сторіс тощо. Наразі аудиторія Суспільного Миколаїв на кожній з соцмереж різнилась між собою, тому важливо підібрати і створити контент під кожну з них.

За словами Світлани Кльосової, соцмережі дуже стабільна річ в плані поширення і споживання інформації, але дуже не стабільна в плані показників і результатів. У своїй роботі редакція «Суспільне Миколаїв» орієнтується на сприятливий час для публікацій, обирає пріоритетні матеріали і випускає їх за «важливістю» і «орієнтованістю» на споживача.

Важливу роль мають репости, фахівці поширюють матеріали у спільноти, яким потенційно може бути цікавим контент каналу. Візуальна сторона – теж невід’ємний інструмент, яким користуються фахівці диджитал відділу, адже оформлення та структурованість матеріалів впливає на її сприйняття споживачами. Також формат публікацій: створюють як аудіовізуальний контент, так і текстовий, комбінують їх: текст доповнюють фотографіями, фотографії оздоблюють текстом, оформлюють текстові матеріали у відео тощо.

Серед найпоширеніших програм, застосунків, плагінів тощо для створення контенту фахівці диджитал відділу Суспільного Миколаїв використовують Adobe Photoshop (2020), InShot, CupCat, Background Eraser, Snapseed тощо.

В умовах диджиталізації фахівці Суспільного Миколаїв виробляють текстові матеріали, фото та відео. Контент орієнтований на аудиторію в межах Миколаївської області, відповідно і теми публікацій стосуються саме регіону. Контент відповідає вимогам часу і місця, тобто це матеріали орієнтовані на теми, якими цікавиться споживач: вторгнення рф в Україну, деокупація, розмінування, агроновини, економіка, відновлення бізнесу, соціальні проблеми, кримінал, відбудова тощо.

Контент трансформується відповідно до змін і настроїв, які панують у суспільстві. Задача журналістів відслідковувати це і вчасно подавати інформацію. Серед трансформаційних змін також і обсяг матеріалів. Задача розповісти історію лаконічно, але не втрачаючи суті. До того ж у часи розвитку соцмереж з обмеженою кількістю символів для публікації журналістам доводиться вчитися подавати думки стисло і по суті.

Змінилась і взаємодія з аудиторією в інтернеті та соцмережах. За словами фахівчині групи диджитал Суспільного Миколаїв Світлани Кльосової, редакція стала більш відкритою і більш доступною для аудиторії. Час від часу оновлюється інформація куди і з якими питаннями читачі/глядачі можуть написати. Зокрема у Telegram працює Чат-бот, куди люди можуть надсилати повідомлення з темами, які їх цікавлять, пропонувати власні матеріали, надсилати фото/відео, чи про-

сто попросити про допомогу. Також відбувається спілкування з аудиторією у коментарях. Тобто ми спостерігаємо постійну трансформацію медіа під вимоги, які диктує сучасність.

Висновки. Отже, регіональне телебачення України має низку викликів і перспектив, пов'язаних з диджиталізацією, яка впливає на роботу редакцій і журналістів, оскільки саме вони створюють контент.

Тому у сучасних умовах їх продукт має низку параметризаційних особливостей, які стосуються вже не стільки змісту (хоча він все одно є наріжним каменем), а шарами його інтерпретацій в площинах різноманітних каналів, наявних у інтернет-дискурсі. Таким чином, контент стає конструкцією, де поєднуються творчість, інновації та стратегічний підхід редакцій та журналістів.

Однак процес створення такого контенту потребує збереження професійних цінностей, поєднаних з технологічними нововведеннями, високою якістю матеріалів і динамічною взаємодією з аудиторією. Метою такої діяльності вже є не просто інформування як послуга, здійснювана редакціями та журналістами, а процес побутування процесу споживання даних (інформації): зокрема, полегшення, комфортність, доступність тощо. Це спрямовано на утримання поточної аудиторії, приваблення нових користувачів та підвищення якості й різноманітності контенту.

Активізація цих стратегій допоможе редакціям та журналістам ефективно конкурувати у сучасному медіа-просторі, забезпечуючи стабільний ріст аудиторії та зростання охоплення.

Список літератури:

1. Чабаненко М. В. Висвітлення подій у Telegram : взаємовплив аматорських і професійних підходів. *Держава та регіони* : науково-виробничий журнал. Серія «Соціальні комунікації». Запоріжжя : КПУ, 2022. № 3 (51). С. 52–58. [http://dx.doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2022.3\(51\).7](http://dx.doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2022.3(51).7).
2. Bushati E., Bregu Z. The Process of Digitalization of Audiovisual Media in Albania. *Balkan Social Science Review*. 2023. Volume 21, Issue 21. P. 255–277. <https://doi.org/10.46763/BSSR2321255b> *Balkan Social Science Review* : website. URL: <https://goo.su/vHc31> (date of application: 30.11.23).
3. Telegram для регіональних ЗМІ: а чом би й ні? *MediaLab Online* : вебсайт. URL: <https://goo.su/mgzYm> (дата звернення: 30.11.23).
4. Do You Still Watch the News on TV? Examining TV News Viewing among Malaysians Today / С. Jerome et. al. *International Journal of Business and Technology Management*. 2023. Volume 5, Issue 2. P. 85–93. *International Journal of Business and Technology Management* : website. URL: <https://goo.su/DoMqGKn> (date of application: 30.11.23).
5. Metykova M., Waschková Císařová L. Peripheral News Workers' Autonomy : The Case of a Czech Regional Television Newsroom. *Journalism Practice*. 2023. <https://doi.org/10.1080/17512786.2023.2209059> *Journalism Practice* : website. URL: <https://goo.su/GrHvQ> (date of application: 30.11.23).
6. Дмитровський З. Є. Організація роботи на телебаченні : тексти лекцій з курсу «Організація роботи в ЗМІ». Львів, 2020. 99 с. *Факультет журналістики ЛНУ ім. І. Франка* : вебсайт. URL: <https://goo.su/LnIj> (дата звернення: 30.11.23).
7. Телевізійна та радіокомунікація : історія, теорія, новітні практики : підручник / В. В. Лизанчук та ін. ; за ред. д-ра філолог. наук, проф. В. В. Лизанчука. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2021. 420 с. *Факультет журналістики ЛНУ ім. І. Франка* : вебсайт. URL: <https://goo.su/rbCxh> (дата звернення: 30.11.23).
8. Chalaby J. Television in the streaming era : the global shift. Cambridge University Press, 2023. *Google Books* : website. URL: <https://goo.su/HvVol> (date of application: 30.11.23).
9. Lee Ludvigsen J. A., Petersen-Wagner R. From television to YouTube : digitalised sport mega-events in the platform society. *Leisure Studies*. 2023. Volume 42, Issue 4. P. 615–632. <https://doi.org/10.1080/02614367.2022.2125557> *Taylor & Francis Online* : website. URL: <https://goo.su/wSwcDTc> (date of application: 30.11.23).
10. Salaverría R., Martínez-Costa M. D. P. Digital journalism in Spain : Technological, sociopolitical and economic factors as drivers of media evolution. *Journalism*. 2023. <https://doi.org/10.1177/14648849231170519> *Sage Journals* : website. URL: <https://goo.su/8Z6CJ> (date of application: 30.11.23).
11. Hoang N. H., Van Huan T. Social development management in the Southeast region (Vietnam) in digital transformation Manajemen pembangunan sosial di wilayah Tenggara (Vietnam) dalam transformasi digital. *Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*. 2023. Volume 36, Issue 2. P. 201–216. <https://doi.org/10.20473/mkp.V36I22023.201-216> *ResearchGate* : website. URL: <https://goo.su/9usqP> (date of application: 30.11.23).
12. Андрушків В. В. Телебачення в умовах диджиталізації. *Освітній портал Класичного приватного університету* : вебсайт. 2021. URL: <https://goo.su/WINvRFw> (дата звернення: 30.11.23).

13. Чабаненко М. В. Фейсбук і агенційна журналістика в Інтернеті (на прикладі новин сайту УНІАН). Наукові записки Інституту журналістики : наук. збірник / за ред. В. В. Різуна. Київ : КНУ імені Тараса Шевченка, 2017. Т. 1 (66) (січ.-берез.). С. 93–97.
14. Телерадіожурналістика : стандарти, методи, технології (за матеріалами медіаплатформи «Campus Radio Ukraine /Студент-TV») : навчальний посібник / ред.-упоряд., заг. ред. В. В. Гоян, О. Я. Гоян. Київ : Інститут журналістики, 2020. 192 с. *Кафедра кіно- і телемистецтва Навчально-наукового інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка* : вебсайт. URL: <https://goo.su/vUBi> (дата звернення: 30.11.23).
15. Harnessing Data and Digital Journalism in Latin America / M. F. de-Lima-Santos et. al. *Different Global Journalisms: Cultures and Contexts*. Cham : Springer International Publishing, 2023. P. 9–33. https://doi.org/10.1007/978-3-031-18992-0_2 Springer Link : website. URL: <https://goo.su/TF9qOvg> (date of application: 30.11.23).
16. Соціальні комунікації та медіатехнології у контексті міждисциплінарних досліджень : монографія / В. М. Дрешпак та ін.; за заг. ред. В. М. Дрешпака. Дніпро : УМСФ, 2023. 229 с. *Інституційний репозитарій Університету митної справи та фінансів* : вебсайт. URL: <https://goo.su/fYXtP> (дата звернення: 30.11.23).
17. Новини Миколаєва та Миколаївського регіону – Суспільне. URL: <https://suspilne.media/mykolaiv/>.
18. Суспільне Миколаїв. URL: <https://www.instagram.com/suspilne.mykolaiv?igsh=MXhuNmRIY2lwdm1r aA==>.
19. Суспільне Миколаїв. URL: <https://t.me/suspilnemykolaiv>.
20. Суспільне Миколаїв. URL: <https://www.facebook.com/suspilne.mykolaiv>.
21. Суспільне Миколаїв. URL: <https://www.youtube.com/@SuspilneMykolaiv>.
22. Суспільне Миколаїв. URL: <https://invite.viber.com/?g2=AQANCvGM%2B%2Fuzm0rs22oePkhdqghUT oRqMJC0eCn1Wcy8Z7yFoOEF%2BrEfqf9PU0E2&lang=uk>.
23. Суспільне Миколаїв. URL: <https://www.tiktok.com/@suspilne.mykolaiv>.

Andrushkiv V. V. WORK OF EDITORS AND JOURNALISTS OF REGIONAL MEDIA IN MODERN CONDITIONS

The article examines the modern work of editorial offices and journalists of regional media in the conditions of digitalization. In particular, the challenges and opportunities that arise before the editorial offices of regional media in the context of the growth of information competition and changes in the behavioral trends of the audience are analyzed. The strategies, methods and tools used by newsrooms and journalists to ensure effective work in the digital environment are explored.

The importance of regional media as a critical element of the media environment is reflected, in particular regarding the preservation of cultural individuality and the importance of information coverage at the local level.

The article examines the digitalization of the work of editorial offices and journalists of regional media on the example of Suspilny Mykolaiv.

The changes that occurred in the work model, content production and interaction with the audience during the period from 2017 to 2024 are analyzed. Examples of adaptation of newsrooms to modern requirements and transformation of content for various social network platforms are given. The importance of producing text materials, photos and videos aimed at the audience of the Mykolaiv region is observed, and the need to take into account changes in society for the successful work of journalists is noted.

An increase in the production of video content and a change in the visual style of the Suspilny Mykolaiv brand were revealed. For eight years, there has been a proliferation of content in new social networks, which has led to the adaptation of publication formats and changes in content production. The need to take into account the specifics of the audience on each of the social platforms for effective communication is emphasized. The use of reposts and visual design of materials to increase their attractiveness becomes significant for the editorial office. The ability to concisely and easily present information becomes an important element of journalists' work in a virtual environment.

Communication with the audience, which happens in the comments and through chatbots in social networks, is also seen as an important aspect of modern journalism.

Key words: content, news, journalism, media, digitalization, regional media, editorial office, journalist, specialist.