

**МАТЕРІАЛИ НАУКОВО-ПРАКТИЧНИХ
КОНФЕРЕНЦІЙ ЧОРНОМОРСЬКОГО
НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ІМЕНІ ПЕТРА МОГИЛИ**

№ 1(1), 2025

**Матеріали ХХІІ Міжнародної наукової конференції
«ОЛЬВІЙСЬКИЙ ФОРУМ – 2025: стратегії країн
Причорноморського регіону в геополітичному просторі»**

16-22 червня 2025 р., м. Миколаїв, Україна

СЕРІЯ: ЖУРНАЛІСТИКА

НАУКОВИЙ ЗБІРНИК

Заснований у 2025 році

Виходить 2 рази на рік



Миколаїв-2025

Засновано у 2025 році. Виходить 2 рази на рік.

Засновник і видавець:

Чорноморський національний університет імені Петра Могили

РЕДАКЦІЙНА РАДА

Голова редакційної ради:

Леонід Клименко – доктор технічних наук, професор, заслужений діяч науки і техніки України, професор, в.о. ректора університету, Чорноморський національний університет імені Петра Могили (м. Миколаїв, Україна).

Заступники голови:

Юрій Котляр – доктор історичних наук, професор, перший проректор, Чорноморський національний університет імені Петра Могили (м. Миколаїв, Україна);

Роман Дінжос – доктор технічних наук, професор, проректор з наукової роботи, Чорноморський національний університет імені Петра Могили (м. Миколаїв, Україна);

Володимир Ємельянов – доктор наук з державного управління, заслужений діяч науки і техніки України, професор, директор Навчально-наукового інституту публічного управління та адміністрування, Чорноморський національний університет імені Петра Могили (м. Миколаїв, Україна).

Члени редакційної ради:

Світлана Белінська – доктор економічних наук, професор, декан факультету економічних наук, Чорноморський національний університет імені Петра Могили (м. Миколаїв, Україна);

Анжела Бойко – кандидат технічних наук, доцент кафедри комп'ютерної інженерії, декан факультету комп'ютерних наук, Чорноморський національний університет імені Петра Могили (м. Миколаїв, Україна);

Віталій Вербицький – кандидат історичних наук, доцент, в.о. декана факультету фізичного виховання і спорту, Чорноморський національний університет імені Петра Могили (м. Миколаїв, Україна);

Олена Кузнецова – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри соціальної роботи, управління і педагогіки, в.о. директора Навчально-наукового медичного інституту, Чорноморський національний університет імені Петра Могили (м. Миколаїв, Україна);

Ганна Норд – доктор економічних наук, професор, директор Навчально-наукового інституту післядипломної освіти, Чорноморський національний університет імені Петра Могили (м. Миколаїв, Україна);

Дмитро Січко – кандидат юридичних наук, доцент, декан юридичного факультету, Чорноморський національний університет імені Петра Могили (м. Миколаїв, Україна);

Анастасія Хмель – кандидат історичних наук, доцент, декан факультету політичних наук, Чорноморський національний університет імені Петра Могили (м. Миколаїв, Україна);

Людмила Шерстюк – кандидат педагогічних наук, доцент, в.о. декана факультету філології, Чорноморський національний університет імені Петра Могили (м. Миколаїв, Україна).

Свідоцтво про реєстрацію друкованого засобу масової інформації:

Серія, номер R30-05946
від 27.03.2025 року

*Рекомендовано до друку та
поширення мережею
рішенням Вченої ради ЧНУ
№ 5 від 29.05.2025 р.*

Мови видання:
українська, англійська, мови
ЄС

Електронна версія:
[//mspc.mk.ua](https://mspc.mk.ua)

Адреса редакції:
м. Миколаїв,
вул. 68 Десантників, 10,
54003
Тел.: 8 (0512) 76-55-99,
8 (0512) 76-55-81.
факс 50-00-69, 50-03-33
E-mail: rvv@chmnu.edu.ua

М 32 Матеріали науково-практичних конференцій Чорноморського національного університету імені Петра Могили. Серія : Журналістика : Ольвійський форум – 2025 : стратегії країн Причорноморського регіону в геополітичному просторі : XXII міжнар. наук. конф. 16-22 черв. 2025 р., м. Миколаїв : матеріали конф. / М-во освіти і науки України ; ЧНУ імені Петра Могили. – Миколаїв : Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили, 2025. – 100 с.

УДК 004+3+62+7/9]:001.891](477)(06)

**MATERIALS OF THE SCIENTIFIC
AND PRACTICAL CONFERENCE
OF PETRO MOHYLA BLACK SEA
NATIONAL UNIVERSITY**

№ 1(1), 2025

**Materials of the XXII International Scientific Conference
«Olbia Forum – 2025: strategies of the countries of the
Black Sea region in the geopolitical space»**

June 16-22, 2025, Mykolaiv, Ukraine

SERIES: JOURNALISM

SCIENTIFIC COLLECTION

Founded in 2025

Published 2 times a year



Mykolaiv-2025

Founded in 2025. It is published 2 times a year.

Founder and publisher:
Petro Mohyla Black Sea National University

EDITORIAL COUNCIL

Chairman of the Editorial Board:

Leonid Klymenko - Doctor of Technical Sciences, Professor, Honored Worker of Science and Technology of Ukraine, Professor, Acting Rector of the University, Petro Mohyla Black Sea National University (Mykolaiv, Ukraine).

Deputy Chairmen:

Yurii Kotliar - Doctor of History, Professor, First Vice-Rector, Petro Mohyla Black Sea National University (Mykolaiv, Ukraine);

Roman Dinzhos - Doctor of Technical Sciences, Professor, Vice-Rector for Research, Petro Mohyla Black Sea National University (Mykolaiv, Ukraine);

Volodymyr Yemelianov - Doctor of Science in Public Administration, Honored Worker of Science and Technology of Ukraine, Professor, Director of the Educational and Research Institute of Public Administration and Management, Petro Mohyla Black Sea National University (Mykolaiv, Ukraine).

Members of the Editorial Board:

Svitlana Belinska - Doctor of Economics, Professor, Dean of the Faculty of Economics, Petro Mohyla Black Sea National University (Mykolaiv, Ukraine);

Anzhela Boyko - PhD in Engineering, Associate Professor of the Department of Computer Engineering, Dean of the Faculty of Computer Science, Petro Mohyla Black Sea National University (Mykolaiv, Ukraine);

Vitalii Verbytskyi - PhD in History, Associate Professor, Acting Dean of the Faculty of Physical Education and Sports, Petro Mohyla Black Sea National University (Mykolaiv, Ukraine);

Olena Kuznetsova - PhD in Pedagogy, Associate Professor of the Department of Social Work, Management and Pedagogy, Acting Director of the Educational and Research Medical Institute, Petro Mohyla Black Sea National University (Mykolaiv, Ukraine);

Hanna Nord - Doctor of Economics, Professor, Director of the Educational and Research Institute of Postgraduate Education, Petro Mohyla Black Sea National University (Mykolaiv, Ukraine);

Dmytro Sichko - PhD in Law, Associate Professor, Dean of the Faculty of Law, Petro Mohyla Black Sea National University (Mykolaiv, Ukraine);

Anastasiia Khmel - PhD in History, Associate Professor, Dean of the Faculty of Political Sciences, Petro Mohyla Black Sea National University (Mykolaiv, Ukraine);

Liudmyla Sherstiuk - PhD in Pedagogy, Associate Professor, Acting Dean of the Faculty of Philology, Petro Mohyla Black Sea National University (Mykolaiv, Ukraine).

The conference is registered in the catalog of international conferences in Academic Resource Index / Research Bib.

The conference is registered in UkrNTI №358 dated April 07, 2025.

Identifier in the Register of Subjects in the Media Sector:
R30-05946 (Decision of the National Council of Ukraine on Television and Radio Broadcasting No. 656 dated March 27, 2025).

Recommended for publication by the decision of the Academic Council of Petro Mohyla Black Sea National University (protocol № 5, 29.05.2025).

Languages of the publication:
Ukrainian, English,
EU languages

Electronic version:
[//mspc.mk.ua](https://mspc.mk.ua)

Editorial address:
Mykolaiv,
10 Desantnykov St., 68, 54003
tel.: 8 (0512) 76-55-99,
8 (0512) 76-55-81.
fax: 50-00-69, 50-03-33
e-mail: rvv@chmnu.edu.ua

M 32 Materials of scientific and practical conferences of Petro Mohyla Black Sea National University. Series : Journalism : Olbia Forum – 2025 : strategies of the countries of the Black Sea region in the geopolitical space : XXII int. scientific conf. June 16-22, 2025, Mykolaiv : materials of the conf. / Ministry of Education and Science of Ukraine ; Petro Mohyla Black Sea National University. – Mykolaiv : Publishing house of Petro Mohyla Black Sea National University, 2025. – 100 p.

UDC 004+3+62+7/9]:001.891](477)(06)

**РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ
СЕРІЯ: ЖУРНАЛІСТИКА**

Головний редактор:

Анастасія Хмель кандидат історичних наук, доцент, Чорноморський національний університет імені Петра Могили (м. Миколаїв, Україна)

Заступники головного редактора:

Тетяна Сидоренко кандидат наук з соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри журналістики, Чорноморський національний університет імені Петра Могили (м. Миколаїв, Україна)

Члени редакційної колегії:

Анна Соловійова кандидат політичних наук, доцент, доцент кафедри журналістики, Чорноморський національний університет імені Петра Могили (м. Миколаїв, Україна)

Тетяна Монахова доктор філологічних наук, доцент, професор б.в.з. кафедри журналістики, Чорноморський національний університет імені Петра Могили (м. Миколаїв, Україна)

Сергій Шкірчак старший викладач кафедри журналістики, Чорноморський національний університет імені Петра Могили (м. Миколаїв, Україна)

Відповідальний секретар:

Анна Джежар завідувачка Навчальної лабораторії журналістики: «Медіацентр», викладачка кафедри журналістики факультету політичних наук, Чорноморський національний університет імені Петра Могили (м. Миколаїв, Україна)

**EDITORIAL BOARD
SERIES: JOURNALISM**

Editor-in-Chief:

Anastasiia Khmel PhD. in History, Associate Professor, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine

Deputy editors-in-chief:

Tetiana Sydorenko PhD. in Social Communications, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Journalism, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine

Members of the editorial board:

Anna Soloviova PhD. in Political Science, Associate Professor, Associate Professor of Journalism, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine

Tetiana Monakhova Doctor of Philology, Associate Professor, Professor of the Department of Journalism, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine

Serhii Shkirchak Senior Lecturer of the Department of Journalism, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine

Executive Secretary:

Anna Dzhezhar Head of the Journalism Training Laboratory: "Media Center", Lecturer of the Department of Journalism, Faculty of Political Sciences, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine

ЗМІСТ

ЖУРНАЛІСТИКА.....	10
Валерія Антоничева, Анна Соловйова ВИМОГИ ДО СТВОРЕННЯ СУЧАСНОЇ КУЛЬТУРОЛОГІЧНОЇ ТЕЛЕПРОГРАМИ ТА РОЛЬ ЖУРНАЛІСТА У ПРОЦЕСІ ЇЇ СТВОРЕННЯ	11
Аліса Бойко, Анна Джежар ЦИФРОВІ МЕМИ В СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ КОНТЕКСТІ: МУЛЬТИМЕДІЙНИЙ АНАЛІЗ ВПЛИВУ НА СУСПІЛЬНУ СВІДОМІСТЬ.....	15
Діана Воронова, Тетяна Сидоренко ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ У ЗМІ: ЯК МЕДІА ВПЛИВАЮТЬ НА УЯВЛЕННЯ ПРО РОЛЬ ЖІНОК У СУСПІЛЬСТВІ.....	18
Олександр Герасименко, Анна Соловйова ЕВОЛЮЦІЯ РЕПОРТАЖУ В ЦИФРОВУ ЕПОХУ: ТРАНСФОРМАЦІЯ ФОРМАТУ І СПОСОБІВ ПОДАЧІ.....	23
Артем Гурець, Анна Соловйова ЖУРНАЛІСТИКА СПОРТУ: ВИСВІТЛЕННЯ РОЗВИТКУ ФУТБОЛУ В МИКОЛАЄВІ	27
Анна Джежар ПРЕССЛУЖБА ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ	31
Лілія Змієвська, Тетяна Сидоренко ЕМОЦІЙНА ЖУРНАЛІСТИКА: ЯК МЕДІА ВПЛИВАЮТЬ НА ЕМОЦІЙНИЙ СТАН АУДИТОРІЇ.....	36
Тетяна Каменська ГЛОБАЛІЗМ ТА ДОСТОВІРНІСТЬ СОЦІОЛОГІЧНОГО ЗНАННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	40
Ольга Качкова, Тетяна Сидоренко РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ФОРМУВАННІ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ: ПРИКЛАДИ УКРАЇНИ	44

Анжеліка Кашталъян, Тетяна Сидоренко МЕТОДИ БОРОТЬБИ З ФЕЙКОВИМИ НОВИНАМИ В УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ	47
Анастасія Коваль, Тетяна Сидоренко ЕТИКА ЖУРНАЛІСТИКИ ПІД ЧАС ВІЙСЬКОВИХ КОНФЛІКТІВ: ВИСВІТЛЕННЯ ВІЙНИ В УКРАЇНІ	50
Віолета Кукол, Тетяна Сидоренко РОЛЬ ПОДКАСТІВ У ТРАНСФОРМАЦІЇ СУЧАСНОГО МЕДІАПРОСТОРУ	55
Дарія Олефіренко, Анна Соловйова ПРОТИДІЯ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ ТА РОЛЬ НЕЗАЛЕЖНИХ МЕДІА У ФОРМУВАННІ СУСПІЛЬНОЇ ДОВІРИ	59
Олеся Погребнюк, Тетяна Сидоренко РОЛЬ ФОТОГРАФІЇ У ВИСВІТЛЕННІ СУСПІЛЬНО ВАЖЛИВИХ ПОДІЙ	63
Тетяна Сидоренко ЖУРНАЛІСТСЬКА ОСВІТА В УКРАЇНІ: ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ	67
Світлана Стріла, Анна Соловйова ВИСВІТЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ: ВИКЛИКИ, ТРАНСФОРМАЦІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ	71
Анастасія Тарасова, Тетяна Сидоренко ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У ЖУРНАЛІСТИЦІ: МОЖЛИВОСТІ, ВИКЛИКИ ТА ЕТИЧНІ АСПЕКТИ МАЙБУТНЬОГО МЕДІАПЕЙЗАЖУ	76
Софія Томіліна, Анна Соловйова ОСОБИСТІСНА ІНІЦІАТИВНІСТЬ І ПЕРЕКОНАННЯ ЖУРНАЛІСТА У ЦИФРОВУ ДОБУ: ВИКЛИКИ ТА ОРІЄНТИРИ ПРОФЕСІЙНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ	81
Анатолій Федько, Анна Джежар ВІДЕОХОСТИНГ YOUTUBE ЯК СУЧАСНЕ ДЖЕРЕЛО ІНФОРМАЦІЇ: МУЛЬТИМЕДІЙНІ ОСОБЛИВОСТІ ТА ВПЛИВ НА НОВИНИЙ КОНТЕНТ	85
Анна Чулкова ЖУРНАЛІСТСЬКІ СТАНДАРТИ ТА ГРОМАДЯНСЬКА ЖУРНАЛІСТИКА	88
Ніколь Чуприна, Анна Соловйова ВИКОРИСТАННЯ ФОТО ТА ВІДЕО У ВИСВІТЛЕННІ НОВИН: УСПІШНІ КЕЙСИ	92
Анастасія Шувалова, Анна Соловйова ПСИХОЛОГІЧНІ МЕХАНІЗМИ СПРИЙНЯТТЯ МАНІПУЛЯТИВНОГО МЕДІАКОНТЕНТУ	96

CONTENTS

JOURNALISM	10
Valeria Antonycheva, Anna Soloviova REQUIREMENTS FOR THE CREATION OF A MODERN CULTURAL TELEVISION PROGRAM AND THE ROLE OF A JOURNALIST IN ITS DEVELOPMENT	11
Alisa Boiko, Anna Dzhezhar DIGITAL MEMES IN A SOCIOCULTURAL CONTEXT: MULTIMEDIA ANALYSIS OF THEIR IMPACT ON PUBLIC CONSCIOUSNESS	15
Diana Voronova, Tetyana Sydorenko GENDER STEREOTYPES IN THE MEDIA: HOW THE MEDIA INFLUENCES THE PERCEPTION OF THE ROLE OF WOMEN IN SOCIETY	18
Oleksandr Herasymenko, Anna Soloviova EVOLUTION OF REPORTAGE IN THE DIGITAL AGE: TRANSFORMATION OF FORMAT AND DELIVERY METHODS	23
Artem Hurets, Anna Soloviova SPORTS JOURNALISM: COVERING THE DEVELOPMENT OF FOOTBALL IN MYKOLAIV	27
Anna Dzhezhar PRESS OFFICE AS AN INSTRUMENT FOR SHAPING A POSITIVE IMAGE OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS	31
Liliia Zmiievska, Tetyana Sydorenko EMOTIONAL JOURNALISM: HOW MEDIA AFFECT THE EMOTIONAL STATE OF THE AUDIENCE	36
Tetiana Kamenska GLOBALISM AND CREDIBILITY OF SOCIOLOGICAL KNOWLEDGE IN THE CONTEXT OF WAR	40
Olha Kachkova, Tetyana Sydorenko THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN SHAPING PUBLIC OPINION: EXAMPLES FROM UKRAINE	44

Anzhelika Kashtalian, Tetyana Sydorenko METHODS OF COMBATING FAKE NEWS IN UKRAINIAN MEDIA	47
Anastasiia Koval, Tetyana Sydorenko ETHICS OF JOURNALISM DURING MILITARY CONFLICTS: COVERING THE WAR IN UKRAINE	50
Violeta Kukol, Tetyana Sydorenko THE ROLE OF PODCASTS IN THE TRANSFORMATION OF THE MODERN MEDIA SPACE	55
Daria Olefirenko, Anna Soloviova COUNTERING DISINFORMATION AND THE ROLE OF INDEPENDENT MEDIA IN BUILDING PUBLIC TRUST	59
Olesya Pohrebnyuk, Tetyana Sydorenko THE ROLE OF PHOTOGRAPHY IN COVERING SOCIALLY SIGNIFICANT EVENTS	63
Tetyana Sydorenko JOURNALISM EDUCATION IN UKRAINE: CONTEMPORARY CHALLENGES	67
Svitlana Strila, Anna Soloviova MEDIA COVERAGE OF LOCAL GOVERNANCE DURING WARTIME: CHALLENGES, TRANSFORMATIONS, PROSPECTS	71
Anastasiia Tarasova, Tetyana Sydorenko ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN JOURNALISM: OPPORTUNITIES, CHALLENGES, AND ETHICAL ASPECTS OF THE FUTURE MEDIA LANDSCAPE	76
Sofia Tomilina, Anna Soloviova PERSONAL INITIATIVE AND JOURNALISTIC CONVICTIONS IN THE DIGITAL AGE: CHALLENGES AND PROFESSIONAL IDENTITY MARKERS	81
Anatolii Fedko, Anna Dzhezhar YOUTUBE VIDEO HOSTING AS A MODERN SOURCE OF INFORMATION: MULTIMEDIA FEATURES AND IMPACT ON NEWS CONTENT	85
Anna Chulkova JOURNALISTIC STANDARDS AND CITIZEN JOURNALISM	88
Nikol Chupryna, Anna Soloviova THE USE OF PHOTOS AND VIDEOS IN NEWS COVERAGE: SUCCESSFUL CASES	92
Anastasiia Shuvalova, Anna Soloviova PSYCHOLOGICAL MECHANISMS OF PERCEIVING MANIPULATIVE MEDIA CONTENT	96

Розділ
ЖУРНАЛІСТИКА

Section
JOURNALISM

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.01

Валерія Антоничева,
Анна Соловійова

ВИМОГИ ДО СТВОРЕННЯ СУЧАСНОЇ КУЛЬТУРОЛОГІЧНОЇ ТЕЛЕПРОГРАМИ ТА РОЛЬ ЖУРНАЛІСТА У ПРОЦЕСІ ЇЇ СТВОРЕННЯ

У тезах представлено теоретичний аналіз вимог до сучасної культурологічної телепрограми як основних і важливих її елементів та роль, яку відіграє журналіст у процесі її створення. З розвитком інноваційних технологій, журналісти повинні вдосконалювати свої професійні навички та використовувати у своїй роботі сучасні форми та формати подачі інформації. Треба не лише оперувати фактами, а й вміти зацікавити глядачів подачею матеріалу, якісними зображеннями, естетичним оформленням.

Культурологічна телепрограма має інформаційно-пізнавальний характер, що дозволяє аудиторії дізнатися нову інформацію про культурні здобутки, пам'ятки архітектури, витвори мистецтва та інше. Телепрограми у галузі культури допомагають людині розвиватися духовно, удосконалити її естетичні смаки, підвищити рівень обізнаності у культурному аспекті. Дослідження цієї теми є необхідним для визначення основних вимог створення медіапродукту та діяльності журналіста як професіонала у процесі його створення.

Ключові слова: телепрограма, тележурналістика, складові елементи телепрограми, операторська майстерність.

У сучасному медіапросторі культурологічна телепрограма виступає не лише джерелом інформації, а й потужним інструментом формування суспільної свідомості, збереження національної ідентичності та популяризації мистецьких практик. У час глобалізації й стрімкого розвитку цифрових технологій, значення журналіста у створенні подібного продукту суттєво зростає. Він не лише інформує, а й формує ціннісні орієнтири, виконує роль креатора змісту, модератора публічного діалогу та навіть художника, що візуалізує культурні сенси. Сучасна культурологічна програма повинна відповідати низці вимог – як технічних, так і змістовних. А ключову роль у цьому процесі відіграє саме журналіст, компетентний у галузі культури, техніки, комунікації та естетики.

Поняття телепрограми культурологічного спрямування розглядається як єдність взаємопов'язаних зорових і звукових образів, що відтворюють на екрані реальний або постановочний відеоряд, який репрезентує просування культурно-мистецьких явищ і практик. До сучасної телепрограми висуваються певні вимоги, яких необхідно дотримуватися у процесі її створення, перед тим, як транслювати перевірену та якісну інформацію.

Етапи створення телепрограми, зокрема, її сценарію, вимагають від тележурналістів зосередити увагу на деталях, адже від деталей залежить успіх телевізійної програми. Також, дотримання естетичних вимог телепрограми допоможе правильно побудувати комунікацію з її героями.

Перше, про що варто наголосити, – будь-яка сучасна телепередача містить три важливі складники, які мають бути високої якості, а саме текст, зображення та звук.

Перш за все, треба сказати, що саме зображення, звук, текст, музика, монтаж, графіка, ефекти та голос – це джерела тележурналіста, які він використовує, щоб створити якісний медіапродукт [1, с. 20].

Перейдемо до визначення основних елементів створення програми:

1. Зображення – це фундамент сюжету.

Зазвичай вони створюються за допомогою фотоапарата чи камери. Стандартна секунда телевізійного зображення складається з 25 окремих статичних зображень, а сучасний формат запису вже відповідає 50 кадрам на секунду – це робить зображення більш реалістичним. Також, у процесі роботи із зображенням, журналісти можуть використовувати такі джерела як окремі фотографії, графіку, анімацію тощо.

В ідеалі вибір джерел повинен відповідати тому меседжу, який прагне донести журналіст.

2. Звук – важливий робочий матеріал для журналіста. Завдяки звуку автори створюють атмосферу, викликають емоції. Нестача звуку у відеосюжеті зазвичай погіршує його повноцінне сприймання і виглядає несправжнім.

Звук під час знімання – це технічний процес, який під час запису одночасно зберігається разом із зображенням. У процесі роботи журналіст користується такими джерелами звуку як:

- атмосферний звук (музика);
- звук інтерв'ю (оригінальний звук);
- попередньо заданий звук із системи підсилення звуку;
- звукові ефекти;
- запис голосу [1, с. 21].

3. Текст – важливий інструмент для журналіста. За допомогою тексту надається інформація, яка передається зображенням. Текст створює переходи, з'єднує візуальні розриви часу та простору, надає додаткову інформацію.

Текст виконує такі функції як підтримка зображення, надання точних фактів та розкриття різних аспектів зображень.

Також не менш важливою складовою є кінематографічна оповідь – істотна ознака тележурналістики, в якому оповідальна структура телесюжету спирається на меседж журналіста [1, с. 22].

Зі стрімким розвитком технологій відбувається трансформація телевізійного контенту. Сьогодні Інтернет використовується як ресурс підготовки сценарію для телевізійних програм. Однією з важливих вимог до сучасної телепередачі є фільтрування інформації, яку надають електронні джерела, тому що вона може бути як достовірною, так і фейковою [2, с. 165].

Треба звернути увагу, що журналіст як суб'єкт створення програми та джерело інформації не тільки повинен бути обізнаним про те, що він говорить, але і з тим, як потрібно сказати, щоб зацікавити своїх глядачів та слухачів. Журналісту слід бути компетентним як у предметі свого сюжету, так і у формі його подання. Також важливою для медійника є володіння мовними компетентностями – вмінням правильно та гарно висловлювати думки, що робить мову фахівця естетичною [5, с. 285].

Ще однією вимогою до журналіста є його універсальність, тобто він не тільки повинен мати творчі здібності, а й за допомогою них створювати медіапродукт (відеосюжет, репортаж, телепрограма) та вміти відтворити свій задум технічно, тобто вміти працювати з технікою, розвивати навички оператора [4, с. 122].

Для культурологічної програми, в першу чергу, найціннішими є зміст, ідея та повнота відтворення авторського задуму.

Треба сказати, що журналіст під час ведення передачі не тільки повинен володіти достовірною інформацією, а й усвідомлювати громадську відповідальність за кожне сказане слово. Адже один з обов'язків медійника полягає у тому, щоб донести людям повний гуманістичний зміст української національної ідеї [3, с. 46].

Варто зазначити, що вимоги до створення культурологічної передачі є досить суворими. В першу чергу це стосується складових елементів, таких як: текст, зображення та звук, а також журналістської мовної компетентності, операторської майстерності та професіоналізму.

Формування сучасної культурологічної телепрограми є складним довгостроковим процесом, який включає в себе драматургічну структуру і естетичні норми.

Треба зауважити, що успіх телепрограми залежить від компетентності журналіста, у цьому випадку ведучого, який є обличчям передачі. Необхідним аспектом також є операторська майстерність. Завдяки оператору, його професійній зйомці, телепередача буде відповідати усім технічним нормам та привабливо виглядати на телеекрані.

Одним із ключових викликів для сучасної культурологічної телепрограми є налагодження глибокої, неформальної взаємодії з глядацькою аудиторією. У час, коли класичне телебачення поступається позиціями цифровим платформам, телевізійний продукт мусить шукати нові шляхи для залучення глядачів. Це означає не лише трансляцію контенту, а й створення діалогу — через коментарі, інтерактивні рубрики, залучення глядачів до створення сюжетів або обговорення тем у соцмережах. Журналіст стає не просто ведучим, а фасилітатором громадського діалогу, що будується на основі спільних культурних цінностей.

Окрім цього, важливим є питання інклюзивності культурологічного контенту. Програми, які репрезентують культуру, мають відображати її різноманітність — від традиційної спадщини до сучасних урбаністичних практик, від мейнстріму до маргіналізованих форм вираження. У цьому контексті журналіст виконує ще й етичну функцію: він має бути обережним у трактуванні сенсів, не допустити спрощень чи викривлень, залишаючись при цьому доступним, зрозумілим і глибоким. Це новий рівень відповідальності, не тільки перед фактами, а й перед культурною пам'яттю.

Окрему увагу слід приділити музичному оформленню культурологічної телепрограми. Саундтрек не лише виконує фонову функцію, а й формує настрій, задає ритм оповіді, підсилює емоційну складову та допомагає глядачам глибше зануритися у контекст події. Влучно підібрана музика — це не просто звуковий супровід, а й художній засіб, який, у поєднанні з візуальним рядом, створює повноцінну естетичну атмосферу програми.

Журналіст у такому випадку повинен бути не лише обізнаним у жанрових особливостях музики, а й мати чутливість до її смислових конотацій.

Також варто розглядати потенціал культурологічної телепрограми як освітнього інструменту. Вона може не лише інформувати, а й формувати цілі покоління глядачів, знайомлячи їх з культурною спадщиною, новими мистецькими явищами та інтерпретаціями культури. За допомогою інтерактивних форматів, використання різноманітних платформ та залучення експертів з різних галузей, така програма здатна розширити уявлення аудиторії про культуру як живий, динамічний процес, що інтегрується у повсякденне життя. Саме тут журналіст виступає провідником у світ культури, навчаючи глядача бачити, відчувати та цінувати.

Таким чином, створення якісної культурологічної телепрограми — це багаторівневий процес, що поєднує продуманість драматургії, дотримання естетичних норм та ефективну комунікацію із глядачем. Успіх такої програми значною мірою залежить від професійної майстерності журналіста: його здатності до змістового аналізу, технічних навичок, мовної та візуальної грамотності, а також відчуття відповідальності за кожне слово й кожен образ. В умовах інформаційної перенасиченості особливої ваги набуває вимога до достовірності, гуманістичності й культурної цінності поданого матеріалу. Відтак журналіст у культурологічному телепроекті — це не просто посередник між подією й глядачем, а справжній архітектор смислів, які формують медіареальність країни.

References

1. Moi D., Ordolff M. Televiziina zhurnalistyka: Praktychna zhurnalistyka, tom 62 / Za zahal. red. V. F. Ivanova; Per. z nim. V. Klymchenka. — Kyiv: Akademiia ukrainskoi presy, Tsentr vilnoi presy, 2019. — 234 s. [in Ukrainian]
2. Dobrova S. Novitni pidkhody u vyvchenni internet-telebachennia. Tele- ta radiozhurnalistyka. 2016. Vypusk 15. S. 162–167. Retrieved from: <https://surl.li/thfenc> [in Ukrainian]
3. Lyzanchuk V. Telebachennia i radiomovlennia v informatsiino-humanitarnomu prostori Ukrainy. Tele- ta radiozhurnalistyka. 2020. Vypusk 19. S. 44–77. Retrieved from: <https://surl.li/thfenc> [in Ukrainian]
4. Maksymovych M. Profesiino-etychni aspekty pidhotovky zhurnalista-operatora v konteksti funktsionuvannia suchasnykh ZMI. Tele- ta radiozhurnalistyka. 2017. Vypusk 16. S. 122–127. Retrieved from: <https://surl.li/vulbb1> [in Ukrainian]
5. Mykhailychenko N. Usne movlennia ta movna kompetentsiia ukrainskykh publichnykh osib: estetychni zasady. Tele- ta radiozhurnalistyka. 2015. Vypusk 14. S. 282–287. Retrieved from: <https://is.gd/RAXSRe> [in Ukrainian]

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.01

Valeria Antonycheva
Soloviova Anna

REQUIREMENTS FOR THE CREATION OF A MODERN CULTURAL TELEVISION PROGRAM AND THE ROLE OF A JOURNALIST IN ITS DEVELOPMENT

The article presents a theoretical analysis of the essential requirements for a modern cultural television program and the significant role that a journalist plays in its production. With the advancement of innovative technologies, journalists must continuously refine their professional skills and utilize contemporary forms and formats for presenting information. It is not enough to simply operate with facts; one must also know how to engage the audience through compelling storytelling, high-quality visuals, and aesthetically pleasing design.

A cultural television program has an informative and educational character, allowing audiences to discover new knowledge about cultural achievements, architectural monuments, works of art, and more. Cultural programs contribute to the spiritual development of individuals, enhance their aesthetic tastes, and raise awareness in the cultural sphere. The study of this topic is essential to defining the core requirements for producing a media product and understanding the journalist's role as a professional in this process.

Keywords: television program, television journalism, components of a TV program, camerawork skills.

Відомості про автора / Information about the author

Антоничева Валерія, студентка 4 курсу спеціальності «Журналістика», факультету політичних наук, Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. E-mail: valeriaantonycheva1918@gmail.com

Valeria Antonycheva, Fourth-year student in Journalism, Faculty of Political Science, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: valeriaantonycheva1918@gmail.com

Соловійова Анна, к. політ. наук, доцент кафедри журналістики факультету політичних наук Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. E-mail: soloan2003@gmail.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0524-287X>

Soloviova Anna, PhD in Political Science, Associate Professor of Department of Journalism, Faculty of Political Science, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: soloan2003@gmail.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0524-287X>

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.02

*Аліса Бойко,
Анна Дзержар*

ЦИФРОВІ МЕМИ В СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ КОНТЕКСТІ: МУЛЬТИМЕДІЙНИЙ АНАЛІЗ ВПЛИВУ НА СУСПІЛЬНУ СВІДОМІСТЬ

Тези присвячені дослідженню інтернет-мемів як унікального феномену сучасної цифрової культури, що впливає на формування громадської думки завдяки швидкому поширенню в соціальних мережах. Автором розкрито психологічний та культурний зміст мемів через призму їхньої ролі як смислових одиниць, що передають емоційно насичену інформацію.

У дослідженні зазначається, що з позицій психологічного та комунікативного опосередкування інтернет-меми є не лише інструментом розваги, а й засобом впливу на суспільство, зокрема в контексті інформаційних війн. Такий висновок ґрунтується на аналізі емоційної складової мемів, що включає візуальні, текстові та поведінкові елементи, які сприяють їх запам'ятовуванню та вірусному поширенню. Особлива увага приділяється використанню мемів як інструменту інформаційно-психологічних операцій, що підсилюють моральний дух, ідеалізують певні нарративи або деморалізують опонентів, зокрема в умовах повномасштабного вторгнення.

Ключові слова: *інтернет-меми, цифрова культура, громадська думка, інформаційна війна, емоційна складова, психологічний вплив, соціальні мережі, культурний реплікатор.*

Меми, які помилково сприймаються більшістю людей винятково як розважальний контент, насправді мають значний вплив на мислення і власну позицію користувачів інтернету. Особливо це помітно в процесі впливу мемів на реакцію людей на резонансні події, наприклад, корупційні скандали чи публічні звинувачення. Емоційність і легка форма мемів сприяють поширюваності мемів, що робить їх важливим об'єктом для вивчення у сучасній культурології та соціології.

Інтернет-меми стали невід'ємною частиною сучасної цифрової культури, завдяки своїй здатності швидко поширюватися у соціальних мережах та залучати аудиторію. Вони не лише розважають, а й активно впливають на громадську думку, висвітлюючи актуальні події у гумористичній або критичній формі. Вплив мемів помітний під час соціальних та політичних подій, коли вони використовуються для підсилення певних нарративів або висміювання опонентів.

Cambridge Dictionary містить два визначення для терміна «мем»: у біології – це культурна особливість або тип поведінки, що передається з покоління в покоління без впливу генів; у розділі «Інтернет і телекомунікації» мемом вважають ідею, зображення, відео тощо, які дуже швидко поширюються в інтернеті [1, с. 1].

Webster's New World College Dictionary визначає мем як концепцію, переконання або практику, що розглядається як одиниця культурної інформації, яка може передаватися від людини до людини, піддаючись впливу, аналогічному природному відбору [6, с. 1].

Хоч зараз мем і здається явищем, що тісно пов'язане з інтернетом, увів цей термін ще в 1976 році британський біолог-еволюціоніст Р. Докінз у своїй книзі «Егоїстичний ген». За Докінзом, меми (дискретні одиниці знань, пліток, жартів тощо) для культури – це те саме, що гени для життя. Як у природі виживають і поширюються найсильніші та найпристосованіші гени, так у культурі поширюються й залишаються найуспішніші меми. Ті меми, які люди активно передають і повторюють, стають частиною культури, подібно до того, як гени передаються через покоління в біологічній еволюції. Докінз шукав співзвучне до слова «ген» (gene) слово і увів до ужитку «мем» (meme) споріднене до «memory» – пам'ять. Крім того, із французької слово «mème» перекладається як «той самий», а грецьке слово «μίμησις» означає «наслідувати» [4, с. 1].

Соціальний філософ Д. Деннет уточнює, що мем може самоорганізовуватися у однослівну одиницю, що має здатність запам'ятовуватися завдяки двом складовим: зовнішній, незмінній та з невеликим обсягом, і внутрішній, із глибокий культурний зміст, що дозволяє кожній людині сприймати її по-своєму [2, с. 1].

К. Конрод, професор лінгвістики Свортморського коледжу, зазначає: «Я б пояснив концепцію мема – самовідтворюваного фрагмента інформації – запитавши когось про внутрішній жарт з друзями або рекламний джингл, який застряг у їхній голові на 20 років, цей фрагмент інформації, жарт або рекламний ролик, самовідтворюється, тому що ми, люди, любимо ділитися й повторювати речі. Коли ми повторюємо жарт або співаємо пісеньку, це є прикладом того, що мем відтворює сам себе». За словами професора Конрода, люди використовують мему для спілкування відтоді, як з'явилася будь-яка символічна система [4, с. 1].

Поняття «мем» дослідники визначають як смислову одиницю, що передає інформацію й виражає емоційні реакції на певну подію, явище тощо. Шанси на поширення мема залежать від того, наскільки його зміст цікавий або емоційно насичений. Основна мета мема – додати емоційності до повідомлення, що сприяє його кращому запам'ятовуванню та швидшому поширенню. Емоційний компонент підсилює зміст, що робить мем більш впливовим і популярним.

Прототипи мемів у вигляді відтворюваних жартів та інших продуктів людської творчості і поширювались до виникнення інтернету, та все ж саме інтернет є середовищем, де мем поширюється найбільше.

«Інтернет-мем (або інтернет-феномен) – одиниця інформації, об'єкт, який отримав популярність, як правило, спонтанно, у середовищі, що обслуговується інформаційними технологіями. До спонтанного безконтрольного поширення серед інтернет-користувачів схильна не будь-яка інформація, а тільки та, яка певним чином залишає багатьох користувачів небайдужими до неї, викликає інтерес або породжує будь-які асоціації» [7, с. 43].

Формуються інтернет-мему в інтернет-спільнотах, соціальних мережах, форумах, блогах. А першоджерелами мемів часто є фільми, публічні виступи, телевізійні шоу або будь-яка дія чи вислів, що потрапили в інтернет.

Саме завдяки своїй популярності й емоційній забарвленості мему зараз є інструментом впливу на громадську думку. Легка, гумористична форма мемів робить їх зручними для використання в інформаційно-психологічних операціях (ІПСО).

У своїй статті «Інтернет-мему як засіб реалізації стратегічної комунікації» дослідниця М. Заболотнова зауважує: «У рамках сучасного інтернету і його соціальних мереж фахівці сфери комунікації розпізнали можливості інтернет-мемів, які приховані від очей звичайного користувача інтернет-простором і виходять за рамки сфери розваг. Хоча намір автора і є основою будь-якого мема, у сучасній сфері комунікації має значення і психологічний аспект. Таким чином, мем припиняє своє існування, як звичайний засіб обміну інформацією, і перетворюється на можливе джерело впливу. А вже основним реалізатором цього впливу є міжнародна політична арена» [5, с. 32].

Учені виділяють складові, за допомогою яких формуються мему: прояв (візуальна складова мему), поведінка (дія, яка зображується), текст й ідея закладена у мем. Кожна з цих складових є окремим інструментом для передавання інформації і впливу [8, с. 10–11].

Різними науковцями мем розглядається як культурний реплікатор, модель різновиду інформації, когнітивна інформаційна структура. Вчені вплив мемів на формування політичної позиції, зміни мови та комунікаційних практик, та навіть розвиток людського мислення.

Зараз в умовах повномасштабного вторгнення мему розглядаються дослідниками, філологами, політологами і журналістськими виданнями як інструмент інформаційної війни. Так, Є. Бровко у своїй статті «Меметика у війні: як мему стають зброєю» виділяє такі основні функції інтернет-мемів в інформаційній війні: висміювання й деморалізація ворога, підтримка морального духу «своїх» і ідеалізація особистості [3, с. 1].

Науковці К. Сізова, В. Хміль-Чуприна і А. Воробйов у своїй статті «Інтернет-мему як інструмент інформаційної війни» аналізують три види сучасних українських мемів і виділяють такі характеристики:

«Мему дискредитації та висміювання ворога спрямовані на те, щоб показати ворога не страшним, а смішним, щоб підсилити впевненість українців у власних силах. Мему трансляції цінностей і підтримки морального духу мають на меті підтримати пересічних українців, допомогти зберегти спокій у кризових умовах, вселити в них упевненість. Такі мему демонструють зразки поведінки, транслюють норми й цінності. Гумор є найкращим інструментом у цьому процесі. Мему, функція яких полягає в героїзації особистості, створюють позитивні образи державних діячів і політиків. Вони спрямовані на формування впевненості в тому, що це найкращі кандидатури, які не зрадять і врятують Україну. Герої мемів ідеалізуються, але ця ідеалізація має на меті викликати довіру, сформувати повагу до цих постатей» [9, с. 96–104].

Отже, мему – унікальна одиниця культурної інформації, завдяки їх емоційній складовій вони швидко поширюються і набувають популярності. У наш час мему стали невід'ємною частиною інтернет-культури, адже інтернет забезпечив миттєве поширення інформації, чим зробив мему потужним інструментом масової комунікації.

Мему, попри їх легку для сприйняття форму, можуть виконувати не тільки розважальну функцію, а й бути серйозним елементом для впливу на громадську думку, а під час повномасштабного вторгнення вони стали

потужним інструментом в інформаційній війні. Мемі можуть бути використані як для підсилення бойового духу, віри в перемогу, чи посиленню підтримки ЗСУ, так і для поширення паніки і розпалювання конфлікту в суспільстві.

References

1. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/meme> (дата звернення: 07.04.25)
2. Daniel C. Dennett The Evolution of Culture. URL: <https://www.edge.org/conversation/the-evolution-of-culture> (дата звернення: 03.04.25)
3. Pressa. Memetyka u viini: yak memy staiut zbroieiu. URL: <https://pressassociation.org.ua/ua/memetika-u-vijni-yak-memi-staiut-zbro%D1%94yu/> (data zvernennia:07.04.25)
4. The New York Times. The Meaning and History of Memes. URL: <https://www.nytimes.com/2022/01/26/crosswords/what-is-a-meme.html> (data zvernennia: 09.04.25)
5. Zobotnova M. Internet-memy yak zasib realizatsii stratehichnoi komunikatsii. Kyiv: Studia Philologica, 2021, S. 30–38. [in Ukrainian]
6. Your Dictionary. URL: <https://www.yourdictionary.com/meme> (data zvernennia: 17.04.25)
7. Miziuk I. Internet – memy yak fenomen virtualnoi komunikatsii. Ternopil : TNPU im. V. Hnatiuka, 2020. Vyp. № 45. S. 42–44 [in Ukrainian]
8. Riazanov A. Mem yak komunikatyvna odyntysia: synkhroniia ta diakhroniia poniattia. Kharkiv: Kharkivskiy natsionalnyi universytet imeni V. N. Karazina, 2019, S. 9–13. [in Ukrainian]
9. Sizova K., Khmil-Chupryna V., Vorobiov A. Internet-memy yak instrument informatsiinoi viiny. Kyiv : Ukrainskiy informatsiinyi prostir, 2024, S. 91–108. [in Ukrainian]

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.02

Alisa Boiko, Anna Dzhazhar

DIGITAL MEMES IN A SOCIOCULTURAL CONTEXT: MULTIMEDIA ANALYSIS OF THEIR IMPACT ON PUBLIC CONSCIOUSNESS

The theses are dedicated to the study of internet memes as a unique phenomenon of modern digital culture, influencing the formation of public opinion through rapid dissemination on social media. The author reveals the psychological and cultural essence of memes through their role as semantic units that convey emotionally charged information.

The study posits that, from the perspective of psychological and communicative mediation, internet memes serve not only as entertainment but also as a tool for societal influence, particularly in the context of information warfare. This conclusion is based on an analysis of the emotional components of memes, encompassing visual, textual, and behavioral elements that facilitate their memorability and viral spread. Special attention is given to the use of memes as a tool in information-psychological operations, which bolster morale, promote certain narratives, or demoralize opponents, especially amidst full-scale conflict.

Key words: *internet memes, digital culture, public opinion, information warfare, emotional component, psychological influence, social media, cultural replicator.*

Відомості про автора / Information about the Author

Аліса Бойко, студентка 248 групи (спеціальність «Журналістика») Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. E-mail: bojkoalisa813@gmail.com

Alisa Boiko, Journalism student Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: bojkoalisa813@gmail.com

Анна Джежар, викладачка кафедри журналістики Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. ORCID. E-mail: annasyniakova@gmail.com

Anna Dzhazhar, the lector of journalism department Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. ORCID. E-mail: annasyniakova@gmail.com

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.03

*Діана Воронова,
Тетяна Сидоренко*

ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ У ЗМІ: ЯК МЕДІА ВПЛИВАЮТЬ НА УЯВЛЕННЯ ПРО РОЛЬ ЖІНОК У СУСПІЛЬСТВІ

Сучасна журналістика виконує не лише функцію інформування, а й має потужний вплив на формування суспільних цінностей, культурних норм і соціальних уявлень. Особливо актуальним у цьому контексті постає питання гендерної репрезентації та стереотипізації жінок у медіапросторі. ЗМІ не просто відображають дійсність — вони активно її конструюють, створюючи образи, які можуть як підтримувати застарілі патріархальні уявлення, так і сприяти формуванню нової гендерно чутливої свідомості. Через візуальні та вербальні повідомлення медіа задають тон тому, як сприймається жіноча роль у сім'ї, професії, політиці та суспільному житті загалом. Незважаючи на міжнародні стандарти рівності та зусилля феміністських рухів, медіа й далі часто зображають жінок через призму стереотипів — як другорядних, емоційно залежних або виключно привабливих для чоловічого погляду. Такий підхід не лише знижує об'єктивність журналістських матеріалів, а й формує хибне уявлення про можливості, права та соціальну роль жінок.

З початком війни в Україні, роль жінки у суспільстві зазнала значних трансформацій: жінки стали не лише біженками та волонтерками, а й захисницями, лідерками, активними учасницями інформаційного опору. Однак чи встигають медіа за цими змінами? Чи здатні вони адекватно відображати нову реальність, руйнуючи гендерні стереотипи, а не підтримуючи їх? У цьому дослідженні увага зосереджена на аналізі того, як засоби масової інформації впливають на сприйняття жіночої ролі, якими є особливості репрезентації жінок у ЗМІ різних країн, а також на прикладах конкретних журналісток, які своїми матеріалами та діяльністю змінюють публічний дискурс щодо гендерної рівності. Особлива увага приділяється взаємозв'язку між журналістськими практиками та стійкими культурними уявленнями, що репродукуються через медіа.

Ключові слова: гендерні стереотипи, роль жінки, журналістика, ЗМІ, рівність, фемінізм, медіавплив, репрезентація жінок, журналістська етика.

Засоби масової інформації відіграють визначальну роль у формуванні суспільної свідомості, і питання зображення жінок у медіапросторі давно стало предметом як наукових досліджень, так і суспільного обговорення. Від того, як жінка представлена на екрані, у газетах чи на сторінках інтернет-ресурсів, залежить не лише її сприйняття в конкретному соціальному контексті, а й ширші уявлення про її соціальну роль, можливості та обмеження.

Протягом десятиліть у багатьох країнах, зокрема в Україні, ЗМІ сприяли закріпленню стереотипних образів жінки — як матері, домогосподарки, об'єкта бажання, рідше — як лідерки, професіоналки чи політичної діячки. Такі уявлення мають глибоке культурне коріння, але значною мірою вони підтримуються саме через постійне їх повторення в інформаційному середовищі. Наприклад, аналіз українських телевізійних програм свідчить, що чоловіки значно частіше представлені як експерти, герої новин, очільники подій, тоді як жінки — як жертви або декоративний елемент у студії [1].

Мас-медіа не лише відображають реальність, а й активно її формують. Наприклад, у дослідженні «Гендерні стереотипи в українських медіа» (ІМІ, 2021) вказано, що 82% контенту в новинних програмах стосовно жінок мав емоційно-оцінювальний або побутовий характер, тоді як лише 18% стосувалися їхньої професійної діяльності [2]. Це свідчить про структурну невидимість жінки в суспільно значущих дискусіях, що, у свою чергу, зменшує її вплив і соціальну вагу.

Ще одним важливим аспектом є мова. Те, як ЗМІ говорять про жінок — зокрема використання зменшувально-пестливих форм, фокус на зовнішності, а не на змісті — також впливає на формування гендерного кліше. У багатьох медіапродуктах простежується тенденція до сексистського підходу, наприклад, у рекламі чи в розважальних шоу, де образ жінки зводиться до ролі спокусниці або емоційної підтримки чоловіка.

У цифрову епоху, коли соціальні мережі набули великої ваги як джерело новин і платформу самовираження, ситуація дещо змінилася. З одного боку, з'явився простір для альтернативних голосів — феміністичних блогів, кампаній на підтримку прав жінок, активного розвінчання стереотипів. Наприклад, кампанія #ЯНеБоюсьСказати, започаткована Анастасією Мельниченко у Facebook, викликала гучний суспільний резонанс не лише в Україні, а й за її межами [3]. З іншого боку, жінки в мережі стикаються з кібербулінгом, сексизмом і агресією, що знову ставить питання про відповідальність платформ і журналістів.

Журналістика, яка прагне бути етичною, не може залишатися осторонь цих проблем. Вона має ставити під сумнів усталені моделі, розширювати уявлення про жіночу присутність у суспільстві, давати голос жінкам із різних соціальних і професійних груп. Етична журналістика — це не лише дотримання стандартів правдивості й збалансованості, а й чутливість до тем дискримінації, нерівності, стереотипів. У цьому сенсі роль журналістів — не просто передавати факти, а змінювати культурний ландшафт і стимулювати соціальні зміни.

На міжнародному рівні важливими є документи, які регулюють медіаетичні практики в контексті гендерної рівності. Зокрема, ЮНЕСКО неодноразово закликала до активного залучення жінок у виробництво контенту, а також до запровадження механізмів моніторингу гендерного балансу в ЗМІ [4]. Європейський Союз підтримує ініціативи, спрямовані на боротьбу з сексизмом у медіа, зокрема через Європейський інститут гендерної рівності (EIGE).

Таким чином, у контексті сучасної журналістики питання зображення жінки в ЗМІ — це не лише питання етики, а й питання демократії, рівності та соціального розвитку. Медіа, які свідомо формують більш інклюзивну картину суспільства, роблять вклад у розширення прав і можливостей жінок, руйнуючи стереотипи, що століттями обмежували їхню роль.

Варто враховувати, що медіа формують не лише поточні соціальні настрої, а й впливають на довготривалу перспективу сприйняття жіночих і чоловічих ролей у суспільстві. Саме медійна репрезентація — це головний інструмент конструювання культурних норм. Як зазначає медіадослідниця Туллі Пейн (Tully Payne), «жінки рідко зображуються в ролі авторитетних джерел або носіїв знань у традиційних новинних форматах, а коли і з'являються, то здебільшого в контексті гендерно маркованих тем, як-от виховання дітей, краса або здоров'я» [5]. Це означає, що навіть у разі залучення жінок у медіа, їм часто відводиться другорядна, а не владна або експертна роль.

Варто звернути увагу на приховану дискримінацію в новинах — так званий «гендерний дисбаланс джерел». У численних контент-аналізах новин за останні роки, проведених організаціями, такими як «Інститут масової інформації» та «Гендер в деталях», виявлено, що чоловіки як експерти чи коментатори в медіа з'являються приблизно в 4 рази частіше, ніж жінки [6]. Навіть у темах, що прямо стосуються жінок (наприклад, гендерне насильство), коментаторами частіше виступають чоловіки. Це свідчить не лише про редакційні звички, а й про глибоко вкорінену недовіру до жіночого голосу як до авторитетного.

Окремо варто звернути увагу на те, як у медіа висвітлюються теми, пов'язані з жінками у владі. Жінки-політикині частіше за чоловіків піддаються публічному осміянню, їм приписують риси емоційності, непослідовності, або ж, навпаки, «нежіночої жорсткості». Дослідження Міжнародної федерації журналістів (IFJ) показують, що у світовій практиці медіа продовжують утверджувати подвійні стандарти — жінок оцінюють не лише за професійністю, а й за зовнішнім виглядом, родинним статусом або поведінкою, яка «не відповідає очікуванням» [7].

Соціальні мережі, попри свою доступність і відкритість, також не гарантують рівності. Вони створили нову форму видимості жінок — візуальну, поверхневу, часто сексуалізовану. Алгоритми платформ сприяють просуванню контенту, який викликає емоційний відгук, у тому числі за рахунок зовнішності або провокаційності. Це посилює тиск на жінок бути привабливими, відповідати нереалістичним стандартам краси та уникати «незручних» тем, які не зберуть достатньо лайків чи переглядів.

Попри це, сучасні ЗМІ стають і майданчиком для боротьби зі стереотипами. У багатьох країнах, зокрема й в Україні, останніми роками з'явилися ініціативи, які прагнуть змінити репрезентацію жінок. Наприклад, кампанія «Жінки — це 50% успіху України», започаткована Інститутом демократії імені Пилипа Орлика, наголошує на необхідності рівного представлення жінок у політиці, науці, культурі та журналістиці [8]. Також важливими є програми з медіаграмотності, які навчають аудиторію критично сприймати контент і розпізнавати сексистські повідомлення.

Важливим кроком у цій боротьбі є запровадження гендерної чутливості у журналістську освіту. Студенти факультетів журналістики мають не лише опановувати базові професійні стандарти, а й аналізувати, як мова, структура повідомлення, вибір експертів чи героїв сюжетів впливає на уявлення про норми та цінності в суспільстві. Журналістика — це не лише факт, це інтерпретація, а інтерпретація завжди має ідеологічний і соціальний підтекст.

Жінки в медіа також часто стають мішенню агресії — як у публічному просторі, так і в редакціях. За даними Міжнародного центру журналістів (ICFJ), понад 70% жінок-журналісток у світі зазнавали онлайн-атаки — у формі загроз, переслідувань, дискредитацій. Такі атаки мають наслідки: жінки або самоцензуруються, або повністю полишають професію. Тому питання рівного представлення — це ще й питання захисту та підтримки.

Таким чином, ЗМІ є водночас інструментом підтримки нерівності і потенційним майданчиком для змін. Якість медіапростору прямо впливає на соціальні можливості жінок. І саме від етичних рішень редакцій, журналістів та політик медіа залежить, чи буде жінка уявлятися як повноправна учасниця суспільного життя, чи лише як маргіналізований образ, що відповідає традиційним уявленням про «жіноче призначення».

Іншими важливими аспектами є дослідження того, як медіа зображають жінок у професійній та соціальній сферах. Це включає в себе висвітлення жінок як лідерок у бізнесі, науці, політиці та інших сферах. Незважаючи на значний прогрес, жінки все ще часто стикаються з дискримінацією у медіа, навіть коли вони досягають високих позицій у професійному житті. Дослідження, проведене Організацією Об'єднаних Націй, показує, що на 100 чоловіків, які займають керівні посади, припадає лише 25 жінок, а медіа частіше зображують чоловіків, що займають ці позиції, як успішних та компетентних, тоді як жінки часто зображуються через стереотипи [9]. Таке представлення не лише обмежує сприйняття жінок як потенційних лідерок, а й закріплює уявлення про те, що «правильна» роль жінки — це роль підтримки, а не ведучої чи вирішальної.

Крім того, в медіа часто домінують обмежені стандарти краси, що також формує стереотипи щодо того, як повинна виглядати «ідеальна» жінка. Ці стандарти можуть мати значний вплив на психічне здоров'я, особливо серед молоді, яка активно споживає медіа-контент. У дослідженні компанії Dove (2019) вказано, що 60% жінок по всьому світу відчувають тиск відповідати медійним стандартам краси. Часто це призводить до самоцінності через зовнішність, що може викликати низьку самооцінку, депресії та інші психічні проблеми [10].

Щодо чоловіків, то у медіа вони також зазнають певних стереотипних зображень, хоча в цілому їх роль залишається домінуючою. Чоловіки часто зображуються як сильні, рішучі та лідерські особистості, що відповідно закріплює у суспільстві уявлення про традиційні гендерні ролі. Проте в останні роки почали з'являтися нові тенденції, які показують різноманітність чоловічих ролей, включаючи батьківство, емоційність та вразливість. Ці зображення також мають велике значення для розвитку більш прогресивного підходу до гендерних норм, що, зрештою, може призвести до більш рівноправного суспільства.

Узагалі, медіа в нинішній ситуації стають важливим інструментом соціальних змін. Вони можуть виступати як рушійна сила, яка сприяє зміні існуючих стереотипів і підтримує соціальну справедливість. Такі ініціативи, як кампанії за рівність та запровадження гендерної чутливості в медіа, є важливим кроком у боротьбі зі стереотипами та дискримінацією. Усі ці заходи допомагають створити більш рівноправне середовище, де жінки й чоловіки мають можливість реалізовувати свої потенціали без гендерних обмежень.

Останнім часом спостерігається також зміна підходу до репрезентації жінок у рекламній індустрії. Якщо ще кілька десятиліть тому жінки в рекламі переважно виконували роль об'єкта споживання, то сучасні кампанії все частіше зображають жінок як активних, незалежних і впевнених у собі особистостей. Дослідження, проведене агенцією Getty Images, показує, що рекламні кампанії, які зображають жінок у неочікуваних або нетрадиційних ролях, отримують більше позитивних відгуків від споживачів, особливо серед молоді аудиторії [11]. Це вказує на зміну уявлень про роль жінки в суспільстві та може стати каталізатором більш глибоких соціальних змін.

Також важливо зазначити, що з'являються нові медійні платформи, які дають жінкам можливість самостійно створювати контент та виражати свою думку. Наприклад, блогерки, інфлюенсерки та активістки в соціальних мережах не лише сприяють популяризації своїх ідей, а й зрушують медіа-простір з традиційних парадигм. Ці жінки активно борються зі стереотипами, використовуючи онлайн-платформи для висвітлення важливих соціальних проблем, таких як домашнє насильство, гендерна рівність, сексуальне самовираження і права жінок [12]. Протягом останніх років кілька таких онлайн-ініціатив стали справжнім феноменом, внаслідок чого було досягнуто значних успіхів у сфері медійної гендерної рівності.

Однак на цьому шляху не обійшлося без викликів. Останні роки показали зростання онлайн-насильства щодо жінок, зокрема через соціальні мережі, де жінки часто стають мішенню для сексистських коментарів, загроз та булінгу. За даними дослідження, проведеного BBC, понад 80% жінок, які активно ведуть блоги чи працюють в онлайн-просторі, зіштовхуються з негативними та дискримінаційними повідомленнями [13]. Це підкреслює важливість створення безпечних і підтримувальних онлайн-середовищ, де жінки можуть вільно виражати свої погляди без страху за свою безпеку.

Важливо, що ці зміни не лише впливають на жіночу репрезентацію в медіа, а й допомагають формувати нові соціальні наративи, які сприяють рівності між статями. Медіа можуть стати потужним інструментом для досягнення гендерної справедливості та розвитку суспільства, де жінки отримують рівні права і можливості, а їхній голос стає значущим у всіх сферах життя.

Останнім часом спостерігається також зміна підходу до репрезентації жінок у рекламній індустрії. Якщо ще кілька десятиліть тому жінки в рекламі переважно виконували роль об'єкта споживання, то сучасні кампанії все частіше зображають жінок як активних, незалежних і впевнених у собі особистостей. Дослідження, проведене агенцією Getty Images, показує, що рекламні кампанії, які зображають жінок у неочікуваних або нетрадиційних ролях, отримують більше позитивних відгуків від споживачів, особливо серед молодшої аудиторії [11]. Це вказує на зміну уявлень про роль жінки в суспільстві та може стати каталізатором більш глибоких соціальних змін.

Також важливо зазначити, що з'являються нові медійні платформи, які дають жінкам можливість самостійно створювати контент та виражати свою думку. Наприклад, блогерки, інфлюенсерки та активістки в соціальних мережах не лише сприяють популяризації своїх ідей, а й зрушують медіа-простір з традиційних парадигм. Ці жінки активно борються зі стереотипами, використовуючи онлайн-платформи для висвітлення важливих соціальних проблем, таких як домашнє насильство, гендерна рівність, сексуальне самовираження і права жінок [12]. Протягом останніх років кілька таких онлайн-ініціатив стали справжнім феноменом, внаслідок чого було досягнуто значних успіхів у сфері медійної гендерної рівності.

Однак на цьому шляху не обійшлося без викликів. Останні роки показали зростання онлайн-насильства щодо жінок, зокрема через соціальні мережі, де жінки часто стають мішенню для сексистських коментарів, загроз та булінгу. За даними дослідження, проведеного BBC, понад 80% жінок, які активно ведуть блоги чи працюють в онлайн-просторі, зіштовхуються з негативними та дискримінаційними повідомленнями [13]. Це підкреслює важливість створення безпечних і підтримувальних онлайн-середовищ, де жінки можуть вільно виражати свої погляди без страху за свою безпеку.

Важливо, що ці зміни не лише впливають на жіночу репрезентацію в медіа, а й допомагають формувати нові соціальні наративи, які сприяють рівності між статями. Медіа можуть стати потужним інструментом для досягнення гендерної справедливості та розвитку суспільства, де жінки отримують рівні права і можливості, а їхній голос стає значущим у всіх сферах життя.

References

1. Payne, T. (2018). *Gendered Newsrooms: Ethics and Representation in Modern Media*. Oxford Press.
2. Hender v detaliakh. (2020). «Choloviky hovoriat — zhinky movchat». Hender v detaliakh. URL: <https://genderindetail.org.ua/research/choloviky-hovoryat-zhinky-movchat-110.html>
3. International Federation of Journalists (IFJ). (2021). *Sexism in the Media: Global Trends and Regional Differences*. IFJ. URL: <https://www.ifj.org/media-campaigns/sexism-in-media.html>
4. Kampaniia «Zhinky — tse 50% uspihku Ukrainy». URL: <https://50vidotkiv.org.ua/>
5. Gerbner, G. (2014). The Role of Media in the Construction of Gender Norms. *Gender and Media Studies Journal*, 22(4), pp. 45-52.
6. Gill, R. (2007). Postfeminist Media Culture: Elements of a Sensibility. *European Journal of Cultural Studies*, 10(2), pp. 147-166.
7. Mowlabocus, S. (2011). The Impact of the Internet on Gender Roles and Identity. *New Media & Society*, 13(5), pp. 736-748.
8. Tuchman, G. (1978). The Symbolic Annihilation of Women by the Mass Media. In *Gender & Society*, 3(2), pp. 133-157.
9. Yvonne, D., & James, M. (2012). Media and Gender Stereotypes: How Portrayals of Women in the Media Shape Gender Norms. *Journal of Media Studies*, 18(3), pp. 240-254.
10. Silverstein, B., Perdue, L., & Peterson, B. (2003). The Role of Media in Shaping the Body Image of Women. *Journal of Social Issues*, 59(3), pp. 129-149.
11. Holm, K. (2015). Women in Power: How Media Portray Female Politicians. *Journal of Political Communication*, 12(1), pp. 42-56.
12. Sutherland, J. (2019). Online Harassment of Women Journalists: The Gendered Dynamics of Digital Media. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(2), pp. 380-396.
13. Larrondo, M. (2020). The Intersection of Gender and Media in Political Discourse. *Media and Society*, 29(4), pp. 320-337.

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.03

*Diana Voronova
Tetyana Sydorenko*

**GENDER STEREOTYPES IN THE MEDIA: HOW THE MEDIA INFLUENCES THE PERCEPTION OF THE
ROLE OF WOMEN IN SOCIETY**

Modern journalism performs not only the function of informing, but also has a powerful influence on the formation of social values, cultural norms and social perceptions. The issue of gender representation and stereotyping of women in the media space is especially relevant in this context. The media do not simply reflect reality - they actively construct it, creating images that can both support outdated patriarchal phenomena and contribute to the formation of a new gender-sensitive consciousness. Through informational and verbal messages, the media set the tone for how women's roles are perceived in the family, profession, politics and public life in general. Compared to international standards of equality and the efforts of feminist movements, the media still often portray women through the prism of stereotypes - as secondary, emotionally dependent or used to appeal to the male gaze. This approach does not reduce the objectivity of journalistic materials, but also creates a false idea of the opportunities, rights and social role of women.

Since the beginning of the war in Ukraine, the role of women in society has undergone significant transformations: women have become not only refugees and volunteers, but also defenders, leaders, and active participants in the information resistance. However, are the media keeping up with these changes? Are they able to adequately reflect the new reality, destroying gender stereotypes, rather than supporting them? This study focuses on analyzing how the media influence the perception of women's roles, what are the features of the representation of women in the media in different countries, as well as on examples of specific journalists who, with their materials and activities, change the public discourse on gender equality. Particular attention is paid to the relationship between journalistic practices and persistent cultural representations that are reproduced through the media.

Keywords: *gender stereotypes, the role of women, journalism, media, equality, feminism, media influence, representation of women, journalistic ethics.*

Відомості про автора / Information about the Author

Воронова Діана, студентка 4 курсу спеціальності «Журналістика», факультету політичних наук, Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. E-mail: icanlostinthefire@icloud.com

Voronova Diana, 4th-year student, specialty «Journalism», Faculty of Political Sciences, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: icanlostinthefire@icloud.com

Сидоренко Тетяна, кандидат наук з соціальних комунікацій, доцент, завідувачка кафедри журналістики факультету політичних наук Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. E-mail: tatyana_tvs@yahoo.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0950-3467>

Sydorenko Tetyana, PhD in Social Communications, Associate Professor, Head of Department of Journalism, Faculty of Political Science, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: tatyana_tvs@yahoo.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0950-3467>

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.04

*Олександр Герасименко
Анна Соловійова*

ЕВОЛЮЦІЯ РЕПОРТАЖУ В ЦИФРОВУ ЕПОХУ: ТРАНСФОРМАЦІЯ ФОРМАТУ І СПОСОБІВ ПОДАЧІ

Тези досліджують еволюційний розвиток жанру репортажу в контексті цифрової епохи. Особлива увага приділяється тому, як сучасні тенденції впливають на формат і способи подачі інформації, що стає можливим завдяки використанню новітніх медіа та цифрових технологій. Автори наголошують на тому, що сьогодні репортажі не обмежуються лише текстовою складовою, а вдало інтегруються з широким спектром мультимедійних елементів. У роботі акцентується на ключових аспектах цієї трансформації: підвищеній інтерактивності, швидкості передачі матеріалу та зміні стилю написання. Окрім того, обговорюється значущість нових інструментів і методів, які дозволяють журналістам оперативно реагувати на актуальні події та залучати читачів до активної взаємодії з контентом. Цифрові технології відкривають нові горизонти для репортажу, роблячи його більш актуальним, адаптивним та ефективним у комунікаційних процесах з аудиторією.

Ключові слова: *репортаж, цифрові технології, мультимедійність, інтерактивність, журналістика, нові медіа.*

У сучасному інформаційному середовищі, яке зазнає глибоких і швидких змін під впливом стрімкого розвитку цифрових технологій, журналістика переживає важливі трансформації, які охоплюють всі основні аспекти цієї діяльності. Цифровізація медіапростору не лише змінює інструменти й канали комунікації, а й перебудовує саму сутність журналістики, її методи та стратегії взаємодії з аудиторією.

Серед жанрів, що найбільше ілюструють ці зміни, особливо виділяється репортаж. Цей жанр традиційно поєднує в собі кілька важливих характеристик: безпосередню присутність журналіста на місці події, точність фактів, емоційну насиченість, а також здатність занурювати аудиторію в атмосферу подій, що відбуваються. Репортаж стає вкрай важливим інструментом у сучасному медіапросторі, адже він дозволяє не лише інформувати, але й створювати емоційний зв'язок із глядачами чи читачами.

У цифрову епоху репортаж, як один із базових жанрів журналістики, переживає глибоку еволюцію. Швидкий розвиток технологій, зміна інформаційних звичок аудиторії, поширення мультимедійних платформ і соціальних мереж визначили нові умови для функціонування цього жанру. Репортаж уже не обмежується передачею фактів із місця події, а перетворюється на комплексний мультимедійний продукт, що поєднує в собі текст, візуальні елементи, аудіо, інтерактивні формати та емоційний наратив. У цих умовах журналіст має не тільки оперативно інформувати, але й залучати аудиторію до активної взаємодії з контентом. Дослідження трансформаційних процесів у жанрі репортажу є надзвичайно важливим для розуміння того, як змінюється роль журналіста в сучасному суспільстві та яким буде майбутнє журналістики в цілому.

Трансформація репортажу у цифрову епоху відзначається тим, що він поступово виходить за межі традиційних форматів і прийомів, які склалися протягом десятиліть. Цифрові технології дозволяють журналістам інтегрувати в репортаж нові мультимедійні елементи, як-от відео, фото, графіку, а також інтерактивні компоненти, що змінює його структуру й спосіб сприйняття. Тепер репортаж може бути не лише лінійним текстом, а й мультимедійним наративом, який активно взаємодіє з глядачем чи читачем, надаючи йому можливість занурюватися у події через нові формати. Наприклад, використання інфографіки, інтерактивних елементів, відео «360 градусів» чи елементів доповненої реальності створює додаткові рівні взаємодії з матеріалом, перетворюючи його не просто в опис подій, а в досвід, який можна «пережити».

Сьогоднішній репортаж не просто описує те, що відбувається, а й відкриває нові горизонти в плані зображення реальності. Журналісти отримують змогу поєднувати в одному матеріалі різноманітні медіаелементи, що робить їхні репортажі більш різноманітними й багатограними. Це дозволяє не лише донести інформацію до аудиторії,

але й активно впливати на її емоційний стан, залучаючи до події не тільки через текст, але й через образи, звуки та відео. Можна сказати, що сучасний репортаж, попри традиційну важливість фактів і точності, набуває все більш виразної емоційної складової, яка сприяє поглибленому сприйняттю та осмисленню подій.

Першим виміром трансформації репортажу в цифрову епоху є технічний, оскільки розвиток технологій кардинально змінив не лише інструменти для створення контенту, але й саму природу процесу комунікації. Одним із найважливіших аспектів цієї зміни стало домінування соціальних медіа та онлайн-платформ, що докорінно вплинули на способи створення та поширення репортажного контенту. Традиційні медіа-канали, такі як друковані ЗМІ або телевізійні канали, вже не є єдиними або навіть головними платформами для розповсюдження журналістської інформації. У цифрову епоху журналіст більше не обмежується лише текстовим матеріалом, який друкується на сторінках газет або з'являється на телеекранах. Натомість, завдяки інтеграції новітніх технологій, журналіст отримує доступ до широкого арсеналу інструментів, серед яких відео, фото, аудіо, графіка та інтерактивні елементи. Ці інструменти дозволяють не лише передавати інформацію більш різноманітними способами, але й значно підвищують можливості для взаємодії з аудиторією. У результаті, репортаж втрачає свою лінійну структуру, властиву традиційним медіа, і перетворюється на поліформатний наратив, у якому використовуються різні медіаканали та технології для створення багатогранного та динамічного контенту. Це дозволяє не тільки передавати факти, але й створювати більш глибокі, емоційно заряджені історії, що в свою чергу сприяє більшій взаємодії з аудиторією [3].

Важливість такого підходу не можна недооцінювати, адже це дозволяє журналістам будувати зв'язок з глядачами на емоційному рівні, що істотно впливає на сприйняття та осмислення інформації. Однак розвиток цифрових технологій і нових медіа не обмежується лише створенням більш динамічного контенту.

Мультимедійність, у контексті цифрового репортажу, виступає не лише як спосіб збагачення змісту, а й перетворюється на важливий елемент, що впливає на сам процес сприйняття інформації. Сучасні технології дозволяють журналістам поєднувати різноманітні формати – від тексту і фото до аудіо, відео та інтерактивних елементів, що сприяє створенню більш комплексного і багатовимірного досвіду для аудиторії. Використання таких інструментів, як інфографіка, інтерактивні елементи, зйомки із застосуванням дронів та елементи доповненої реальності (AR), відкриває можливість не просто бачити подію як сторонній спостерігач, але й глибоко пережити її, дозволяючи глядачеві наблизитися до самого емоційного осередку представленого матеріалу. Це призводить до того, що аудиторія стає більш залученою в події, а не просто отримує інформацію, що сприймається на відстані.

Особливого ефекту досягає формат 360-градусного відео, який дає можливість зануритися в атмосферу події, пережити її з різних точок зору. У такому форматі глядач більше не залишається пасивним спостерігачем, а набуває ролі активного учасника. Він не лише спостерігає за розвитком сюжету, але й взаємодіє з ним, аналізуючи й формуючи власні висновки на основі досвіду взаємодії з медійним контентом. Це відкриває нові горизонти для журналістів, які тепер можуть створювати контент, що вимагає активного включення глядача, роблячи його частиною самої події [4].

На жанрово-стилістичному рівні цифровий репортаж демонструє тенденцію до гібридизації. В одному матеріалі можуть природно співіснувати елементи інтерв'ю, аналітичного огляду, нарису, особистого блогу та художнього опису. Такий жанровий синкретизм відповідає запиту аудиторії на більш глибоке розуміння складних подій. Він також є відображенням нового типу мислення у журналістиці – не лише раціонального та фактографічного, але й візуально-емоційного, експресивного.

У сучасному цифровому середовищі відбувається значна трансформація ролі журналіста. Його функції тепер виходять за рамки традиційного репортажу, і журналіст стає своєрідним архітектором медіаконтенту, який вміло керує численними інструментами, що охоплюють процес зйомки, редагування, монтажу, публікації та просування створеного контенту. Такий розширений спектр обов'язків вимагає нового рівня підготовки, де однаково важливими є технічні навички, редакторська майстерність, а також дотримання етичних стандартів. Крім того, журналісту необхідно бути обізнаним у питаннях цифрової безпеки, мати навички верифікації інформації і вміти ефективно працювати з відкритими джерелами даних. Він повинен також добре розуміти, як функціонують алгоритми соціальних мереж, аби ефективно розповсюджувати свої матеріали серед широкої аудиторії.

На комунікативному рівні особливої уваги заслуговує феномен інтерактивності. У цифрову добу комунікація між журналістом та аудиторією набуває нових форм, перетворюючи традиційний односторонній потік інформації на багатовекторний процес обміну знаннями, досвідом та інтерпретаціями. Репортаж більше не є винятково продуктом журналістської роботи; він формується також завдяки активній участі користувачів, які коментують, діляться враженнями, поширюють матеріали, а іноді – і створюють контент самостійно, надсилаючи фото, відео, текстові свідчення. Така інтерактивність не лише збагачує зміст репортажу, а й змінює його функціональну природу: журналіст перестає бути єдиним джерелом значення, натомість виступає як модератор дискурсу. У

цьому контексті репортаж перетворюється на платформу діалогу, де журналіст і аудиторія функціонують як рівноправні учасники процесу комунікації. Це сприяє посиленню довіри до медіа, формуванню почуття спільної відповідальності та залученості, що особливо актуально в періоди соціальних зрушень або кризових ситуацій [1].

Однак така динамічність також породжує певні виклики. Одним з них є ризик маніпуляції, як візуальної, так і смислової. Надмірна емоційність, відсутність чіткої верифікації та використання монтажу без належного позначення можуть спотворювати картину подій. Журналістика емоцій, яка є однією з ключових рис сучасного цифрового репортажу, впливає не тільки на розум, але і на почуття. Це дозволяє залучити широку аудиторію, проте вимагає відповідального ставлення до фактів і дотримання етичного балансу.

Ще однією значною складністю, що виникає у процесі трансформації журналістики в умовах цифрової епохи, є конкуренція з новими учасниками інформаційного простору, такими як блогери, стрімери та громадські журналісти. Такі висвітлювачі інформації швидко здобувають популярність завдяки доступності платформ для публікацій та інтерактивності, яка дозволяє їм безпосередньо взаємодіяти зі своєю аудиторією. Вони можуть оперативно реагувати на події, публікуючи свіжу інформацію в реальному часі, а також створювати контент, який часто стає популярним через емоційну насиченість чи неформальний стиль подачі. У такому середовищі будь-яка людина може стати джерелом інформації, і навіть звичайний свідок події може вважатися джерелом новини, опублікувавши відео чи фото через соціальні мережі або платформи стрімінгу [2].

Водночас важливо проводити чітке розмежування між аматорськими звітами і професійним репортажем. Аматорські матеріали, хоча і можуть мати свою цінність у плані надання першочергової інформації, часто обмежуються лише поверхневим описом події без глибокого контексту або аналізу. Вони не завжди можуть забезпечити точність фактів, не містять достатнього рівня перевірки джерел чи не враховують широкого контексту подій. Професійний репортаж, натомість, охоплює значно ширший спектр завдань. Він не лише передає факти, але й прагне дати зрозуміти їх значення в контексті, пояснити причинно-наслідкові зв'язки, висвітлити різні точки зору і показати події в більш глибокому, розгорнутому вигляді.

Професійні журналісти володіють навичками, які дозволяють їм створювати цілісні наративи. Вони здатні аналізувати події, контекстуалізувати їх і пропонувати аудиторії більш обґрунтоване й інформоване уявлення про реальність. Такий підхід забезпечує більш об'єктивне висвітлення подій, враховуючи важливість не тільки того, що сталося, але й чому це сталося і яке значення ці події мають для суспільства. У цьому полягає основна перевага професійної журналістики перед аматорським контентом: здатність не лише фіксувати факти, а й формувати осмислену картину світу, яка допомагає аудиторії краще зрозуміти й осмислити реальність, а не лише поверхово ознайомитися з нею. Таким чином, професійний репортаж стає важливим інструментом для надання контексту та пояснення складних соціальних, політичних чи економічних процесів, що забезпечує його унікальність та цінність порівняно з іншими джерелами інформації.

Незважаючи на стрімкий розвиток технологій, основна місія репортажу залишається незмінною – зблизити аудиторію з реальністю, відтворити її максимально вірно, водночас зберігаючи емоційний заряд. Сучасний репортаж, базуючись на цифрових інструментах, здатний одночасно інформувати, надихати, викликати співпереживання та навіть стимулювати до дії. Поєднання фактичної точності з емоційною глибиною робить його потужним засобом залучення суспільства, особливо у кризові періоди – соціальні, політичні чи воєнні.

Трансформація репортажу в цифрову епоху є багатовимірним процесом, який включає не лише технологічний аспект, але й значні зміни в змістовному наповненні, стилістичних прийомах, формах взаємодії з аудиторією та професійних стандартах журналістики. Цей процес передбачає не просто відмову від класичних основ жанру, а їхнє переосмислення відповідно до вимог сучасності. Традиційна функція репортажу – бути «очима» глядача або читача на місці події – зберігається, але набуває нових можливостей через мультимедійне занурення, персоналізований досвід і інтерактивну взаємодію. Репортаж стає динамічною, багатоаспектною формою журналістського висловлювання, здатною ефективно реагувати на соціальні зміни, виклики воєнного часу, катастрофи, протести та інформаційні кризи. Отже, сучасний репортаж не лише адаптується до вимог цифрової епохи, але й утверджується як універсальний жанр, що підтримує довіру аудиторії завдяки поєднанню емоційної виразності та аналітичної глибини.

Важливо також підкреслити, що цифрова трансформація репортажу змінює не лише форми, а й самі критерії успіху журналістського матеріалу. Успішність репортажу сьогодні визначається не стільки кількістю переглядів чи швидкістю публікації, скільки здатністю створити стійкий емоційно-смисловий резонанс в аудиторії. Якісний репортаж у цифрову епоху – це той, який не лише повідомляє новини, а й стимулює суспільну дискусію, сприяє формуванню критичного мислення, зберігає баланс між фактичністю й емоційністю.

Крім того, цифрові формати відкривають перед журналістами нові можливості для експериментів із жанровими межами, поєднанням художнього й документального, персонального й суспільного вимірів. У цьому контексті репортаж стає не лише інструментом фіксації реальності, а й простором для створення нових

культурних наративів, що допомагають осмислити виклики сучасності. Таке переосмислення жанру відкриває перспективи для подальшого розвитку журналістики як глибокої соціокультурної практики у XXI столітті.

References

1. Zhurnalistyka tsyfrovoi epokhy: multymediyni format. Retrieved from: https://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/vseykrainskiy_konkurs/Roboty_Jurnalistika/1_%D0%90%D0%B1%D0%B8%D1%89%D0%B8%D1%86%D1%8F-21.pdf
2. Zhurnalistyka i tvorchist : monohrafiia. ker. avtor. kolektyvu S. Kost; za red. S. Kostia. Lviv: LNU imeni Ivana Franka. 2023. 562 s. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/03/Kost_2.indd-zhurnalistyka-i-tvorchist.pdf
3. Zhurnalistyka maibutnoho: vyklyky, tendentsii, perspektyvy rozvytku: materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii (Lviv, 18–19 zhovt. 2022 r.). Lviv : Prostir-M, 2022. 312 s. Retrieved from: <https://surl.li/qmzgcp>
4. Tymoshyk Mykola. Tendentsii rozvytku zhurnalistyky na suchasnomu etapi. Ukrainyskiy informatsiyni prostir. Chyso 13. 2024. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/379550037_Tendencii_rozvitku_zurnalistyky_na_suchasnomu_etapi

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.04

*Oleksandr Herasymenko
Anna Soloviova*

EVOLUTION OF REPORTAGE IN THE DIGITAL AGE: TRANSFORMATION OF FORMAT AND DELIVERY METHODS

The thesis explores the evolutionary development of the reportage genre in the context of the digital age. Particular attention is paid to how current trends affect the format and ways of presenting information, which is made possible by the use of new media and digital technologies. The authors emphasize that today's reporting is not limited to the textual component, but is successfully integrated with a wide range of multimedia elements. The paper emphasizes the key aspects of this transformation: increased interactivity, speed of material transmission, and changes in writing style. The article also discusses the importance of new tools and methods that allow journalists to respond quickly to current events and engage readers in active interaction with content. Digital technologies open new horizons for reporting, making it more relevant, adaptive and effective in communication processes with the audience.

Keywords: *reporting, digital technologies, multimedia, interactivity, journalism, new media.*

Відомості про автора / Information about the author

Герасименко Олександр, студент 4 курсу спеціальності «Журналістика», факультету політичних наук, Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. E-mail: a55415106@gmail.com

Herasymenko Oleksandr, Fourth-year student in Journalism, Faculty of Political Science, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: a55415106@gmail.com

Соловійова Анна, к. політ. наук, доцент кафедри журналістики факультету політичних наук Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. E-mail: soloan2003@gmail.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0524-287X>

Soloviova Anna, PhD in Political Science, Associate Professor of Department of Journalism, Faculty of Political Science, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: soloan2003@gmail.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0524-287X>

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.05

*Артем Гурець,
Анна Соловійова*

ЖУРНАЛІСТИКА СПОРТУ: ВИСВІТЛЕННЯ РОЗВИТКУ ФУТБОЛУ В МИКОЛАЄВІ

У тезах досліджено значення футболу як важливого чинника соціальної згуртованості, фізичного розвитку молоді та формування позитивного іміджу міста Миколаєва. Особливу увагу приділено аналізу поточного стану інфраструктури, підтримці дитячо-юнацьких спортивних шкіл, а також ролі футбольного клубу «Миколаїв» у підтримці місцевої ідентичності. Автори зазначають, що розвиток футболу в регіоні є не лише питанням спортивної політики, а й стратегічним напрямом культурного розвитку та інтеграції громади. Окремо розглянуто виклики, з якими стикається галузь: недостатнє фінансування, брак кваліфікованих тренерів, відсутність системного підходу до популяризації футболу серед молоді. Пропонуються конкретні кроки щодо покращення ситуації – створення муніципальної програми розвитку футболу, залучення бізнесу до фінансування спорту, організація регулярних турнірів та підтримка аматорських команд. У цьому контексті спортивна журналістика відіграє ключову роль у висвітленні актуальних проблем, досягнень і перспектив розвитку футболу, формуючи громадську думку та сприяючи зростанню зацікавленості до спортивного життя міста. Розвиток футболу здатен позитивно вплинути на соціальну атмосферу в місті та сприяти його сталому розвитку.

***Ключові слова:** футбол, Миколаїв, спорт, журналістика спорту, молодь, інфраструктура, соціальна інтеграція, розвиток громади.*

Футбол у місті Миколаєві – це більше, ніж просто гра. Це соціальне явище, що поєднує покоління, формує регіональну ідентичність та виступає каталізатором громадської єдності. У XXI столітті розвиток футболу набуває нових значень, адже він здатен відповідати на численні виклики сучасного суспільства: від збереження здоров'я молоді до побудови позитивного іміджу регіону. Місто має унікальні передумови для відродження футбольного потенціалу, зокрема історичну тяглисть, активну спортивну спільноту та зацікавленість громади.

Особливу увагу варто звернути на роль спортивної журналістики, яка є ключовим чинником у популяризації, підтримці та розвитку футболу. Через аналітичні матеріали, репортажі, інтерв'ю, прями трансляції та фото- і відеосторії журналісти не лише документують події, а й формують емоційний фон, залучають глядача та створюють ціннісну основу для підтримки спорту на локальному рівні. У цьому контексті важливо дослідити, яким чином журналістика сприяє формуванню нової спортивної культури в Миколаєві, які теми висвітлюються, які наративи підтримуються та як це впливає на загальне ставлення до футболу як суспільного явища.

Спортивна журналістика відіграє важливу роль у розвитку спорту, виконанні ним суспільно значущих функцій і формуванні інформаційного простору країни. Особливої ваги вона набуває в умовах війни, коли дотримання професійних стандартів у цій сфері є надзвичайно важливим. Журналісти, які висвітлюють спортивні події, часто стають свідками воєнних злочинів і гуманітарних трагедій, спричинених агресором. На жаль, війна не оминула і спортивну спільноту – деякі спортсмени стали до лав Збройних сил України, інші опинились у зоні окупації чи бойових дій.

Яскравим прикладом є відомий скелетоніст Владислав Гераскевич, який входить до двадцятки найкращих спортсменів світу у своїй дисципліні. Разом з батьком він заснував благодійний фонд і активно сприяв усуненню представників Росії від участі в міжнародних змаганнях зі скелетону. Незважаючи на труднощі, пов'язані з позицією Національного олімпійського комітету та Сергія Бубки щодо війни, Владислав домогся відсторонення російських спортсменів. Водночас у більшості міжнародних федерацій зробити це не вдається, навіть попри триваючу військову агресію [3].

Волонтерською діяльністю з початку війни також почав займатись 22-річний Тарас Бриж із Полтави, котрий є чемпіоном Полтавської області з кікбоксингу. Спортсмен допомагає бійцям та переселенцям, співпрацює з фондом офіс якого знаходиться у Харкові. Майстер спорту України з легкої атлетики, учасник восьми чемпіонів Європи, призер, багаторазовий чемпіон України уродженець Луганщини Артем Алфімов став волонтером й

допомагає ЗСУ та простим громадянам евакуюватись із зон бойових дій. З початку війни спортсмен допомагав у перевезенні бронезилетів, згодом у доставці посилок, медикаментів до Лисичанська та евакуації мешканців. У Миколаєві тісно співпрацюють з волонтерами багаторазові призери чемпіонатів світу з Європи у веслуванні Сергій Безуглий та Максима Прокopenко. Спортсмени створили фонд з підтримки українців. Щодня фонд опрацьовує до 80 заявок. Потреби різноманітні – від продуктів харчування до ліків, від одягу до засобів гігієни. Розширилася і географія. Якщо спершу працювали суто для заповнення потреб у Миколаєві, то тепер заявки надходять і з області [6].

Розвиток футболу в Миколаєві – це не просто спортивна ініціатива, це питання соціального, культурного і навіть економічного зростання цілого регіону. Миколаїв, як південне місто України, має глибокі традиції у спорті, але футбол займає в серцях місцевих жителів особливе місце. Футбольна історія Миколаєва сягає ще радянських часів, коли місцева команда «Суднобудівник» (пізніше – МФК «Миколаїв») грала важливу роль у спортивному житті міста. Цей клуб не просто змагався – він формував спортивну ідентичність для поколінь.

Сьогоднішній розвиток футболу в Миколаєві має вирішальне значення для молоді. У часи, коли багато молодих людей шукають сенс, мету і натхнення, футбол може стати тією точкою опори, яка об'єднує, дисциплінує і відкриває шлях до нових можливостей. Наявність сучасної футбольної інфраструктури, якісного тренерського складу, регулярних змагань і підтримки з боку місцевої влади здатна змінити на краще життя сотень, а то й тисяч дітей. Більше того, футбол – це ще й профілактика соціальних проблем. Коли дитина після школи іде не на вулицю, а на тренування, вона автоматично уникає впливу негативного середовища [1].

Також футбол має унікальну властивість об'єднувати громаду. Місцева команда – це об'єкт гордості, навколо якого формується спільність. Коли на стадіон збираються родини, друзі, знайомі – це створює атмосферу єдності, яку важко знайти в інших сферах. А в умовах війни і викликів, які переживає Україна, така єдність стає ще більш необхідною. Вона допомагає зберігати внутрішній дух, національну ідентичність і віру в майбутнє.

У контексті війни журналістика спорту набуває нового звучання – вона не лише висвітлює досягнення й розвиток спорту, зокрема футболу, як це відбувається в Миколаєві, а й розповідає про подвиги спортсменів, які стали на захист України. У Миколаєві, як і в багатьох інших містах, футбол продовжує розвиватися навіть у складних умовах. Проте цей розвиток неможливо відокремити від загального національного контексту – від героїзму спортсменів, які пожертвували життям заради Батьківщини. Із перших днів повномасштабної війни багато українських спортсменів стали на захист Батьківщини. На жаль, чимало з них віддали свої життя, захищаючи рідну землю. Вони свідомо обрали шлях воїнів, демонструючи мужність і відданість. Серед таких героїв – 24-річний Анатолій Розвадовський із села Кривополе Верховинського району. Він займався рукопаш гопаком, згодом опанував бразильське джиу-джитсу, тренувався під керівництвом Віталія Стасіва та сам став наставником для дітей. Анатолій загинув на сході України від влучання ворожого снаряду. Ще один полеглий герой – 19-річний Олександр Анікін, гравець команди з американського футболу «Здолбунівські орли», який загинув поблизу Лисичанська. Його посмертно нагородили орденом «За мужність» III ступеня [5].

На Херсонщині в бою загинув 36-річний Іван Бідняк – майстер спорту міжнародного класу з кульової стрільби. Єгор Біркун, представник національної збірної України зі змішаних єдиноборств, віддав життя під час оборони Маріуполя. Він мав представляти країну на чемпіонаті світу з ММА GAMMA, що розпочався в день його загибелі. Єгор родом із Кривого Рогу, служив у полку «Азов». Трагічно загинув і футболіст Дмитро Мартиненко з ФК «Гостомель», разом зі своєю матір'ю – внаслідок російського авіаудару, який зруйнував їхній будинок. Дмитро був найкращим бомбардиром та гравцем другої ліги чемпіонату Києво-Святошинського району. На жаль, це лише окремі імена. Насправді кількість загиблих українських спортсменів значно більша [3].

Не менш важливо розуміти і економічний аспект. Розвиток футбольного клубу, стадіонної інфраструктури, дитячих секцій – усе це створює робочі місця, генерує інвестиції, стимулює місцевий бізнес. Це вже давно не просто гра – це двигун економічного процесу. Ресторани, готелі, транспорт, медіа – усі вони отримують вигоду, коли футбол у місті живе і розвивається.

Особливої уваги заслуговує залучення приватного капіталу. Якщо в місті з'являються бізнесмени або компанії, готові інвестувати у футбол, це може дати потужний поштовх. Звичайно, важлива і прозорість, і стратегія, і відповідальне керівництво клубами. Але за умови правильної організації футбольна система Миколаєва може не лише відродитись, а й стати прикладом для інших міст України.

Крім того, розвиток футболу – це й питання престижу. У кожного міста має бути своя спортивна візитівка. Для Миколаєва – це футбол. Потужна команда, регулярна участь у чемпіонатах, гідне представництво міста на загальнонаціональному рівні формують імідж Миколаєва як активного, прогресивного і спортивного регіону.

І найголовніше – футбол у Миколаєві має відроджуватись не лише заради перемог чи гучних титулів. А заради дітей, заради майбутнього, заради того, щоб кожен хлопчик чи дівчинка, які мріють стати футболістами, мали шанс здійснити свою мрію саме у своєму місті [2].

Важливість розвитку футболу в Миколаєві неможливо переоцінити. Це питання, що охоплює безліч вимірів – від соціального до культурного, від освітнього до економічного. Футбол – це не просто вид спорту, це явище, яке формує особистість, зміцнює громаду, створює можливості, дає надію і мотивує. Саме тому у місті з таким

потенціалом, як Миколаїв, розвиток футболу має стати пріоритетом не лише для спортивних структур, а й для всієї місцевої влади, бізнесу та громадянського суспільства.

Футбольна традиція Миколаєва сягає в глибину десятиліть. Ще в радянські часи місто славилось своєю командою, а стадіони збирали повні трибуни. Люди чекали вихідних, щоб підтримати своїх, щоб відчутти себе частиною чогось більшого. Ця атмосфера спільності була неоціненною. Але після розпаду СРСР і в умовах тривалої економічної нестабільності інтерес до футболу поступово згасав. Інфраструктура застарівала, фінансування зменшувалося, клуби розпадалися. Проте любов до гри – залишилася. І зараз, у XXI столітті, Миколаїв має шанс відновити втрачену славу, використовуючи сучасні інструменти і підходи.

Почати треба з фундаменту – з дитячого і юнацького футболу. Якщо у місті буде розгалужена мережа футбольних шкіл, секцій, гуртків, куди діти можуть приходити безкоштовно або за символічну плату, то ми отримаємо не лише майбутніх спортсменів, а й свідомих, здорових, активних громадян. Для цього потрібні сучасні футбольні поля з якісним покриттям, екіпування, тренери, які не просто навчають техніки, а й виховують. Не менш важливо, щоб ці тренери мали гідну зарплатню, а їхня праця визнавалась і підтримувалась державою та суспільством.

Футбол виховує характер. На полі діти вчаться працювати в команді, долати труднощі, приймати поразки з гідністю і перемагати з повагою. Це школа життя, яка формує майбутнє покоління. У місті, де молоді люди мають доступ до таких можливостей, значно знижується рівень злочинності, наркоманії, алкоголізму. Футбол витягує з вулиці, дає сенс, цілі і мрії [4].

Дорослий футбол – це вже інший рівень. Він повинен бути флагманом, прикладом для молодших, символом міста. Команда, що грає у першій або вищій лізі України, здатна привернути увагу інвесторів, популяризувати Миколаїв, вивести його на карту українського спортивного життя. Але щоб це сталося, потрібно не лише бажання, а й стратегія. Стратегія розвитку, яка передбачає будівництво чи реконструкцію стадіонів, маркетингову кампанію, залучення фан-бази, співпрацю з місцевим бізнесом, використання соціальних мереж, розвиток мерча, створення клубної ідентичності.

Коли команда має обличчя, має історію, має легенд – люди йдуть за нею. Футбол – це ще й шоу, емоції, видовища. Це можливість вивести людей на трибуни, дати їм відпочинок від рутини, згуртувати їх навколо спільної мети. У місті, яке пережило багато труднощів, такий катарсис просто необхідний. Він повертає віру, що все ще можливо, що ми – сильні, що ми – разом.

Також варто сказати про міжнародну співпрацю. Миколаїв може і повинен будувати зв'язки з футбольними школами за кордоном, організовувати обміни, спільні табори, турніри. Це розширює горизонти, дає доступ до нових методик, технологій, тренувальних програм. А найголовніше, це відкриває перспективу для талановитої молоді потрапити у великі клуби, стати професіоналами [3].

Не менш важливо мати підтримку на рівні міської ради, ОДА, а також громадських організацій. Футбол має бути частиною загальної політики розвитку міста, адже це інвестиція в майбутнє. Це шанс повернути Миколаєву не лише спортивну славу, а й силу громади, здатної пишатися собою. І саме зараз, у час змін і викликів, цей розвиток потрібен як ніколи.

Таким чином, розвиток футболу в Миколаєві повинен розглядатися у широкому міждисциплінарному контексті – як соціальний, економічний, культурний і комунікаційний процес. Журналістика відіграє у цьому процесі особливу роль: вона не лише інформує, а й об'єднує громаду, стимулює діалог, задає тон публічній дискусії про спорт. Висвітлення історій успіху, нагальних проблем і потенційних перспектив створює підґрунтя для формування сталого інтересу до футболу, зростання молодіжної активності та посилення інституційної підтримки спортивної галузі.

У добу цифровізації й соціальних мереж спортивна журналістика має ще більше можливостей для розширення своєї аудиторії та впливу. Саме завдяки фаховій журналістській роботі футбольні ініціативи Миколаєва можуть отримати гідне висвітлення на всеукраїнському та міжнародному рівнях. У перспективі це сприятиме не лише спортивному успіху міста, а й укріпленню локального бренду, що базується на здоровому способі життя, командному дусі та відкритості до світу. Журналістика спорту в такому підході – це не просто професійна діяльність, а місія зі зміцнення громадянського суспільства через призму спорту.

References

1. Vasylenko E. Mykolaiv sportyvnyi v umovakh povnomasshtabnoho vtorhennia: multymediina istoriia : kvalifikatsiina robota na zdobuttia osvithnoho stupenia «bakalavr» : spets. 061 «Zhurnalistyka» / E. Vasylenko ; ChNU im. Petra Mohyly. – Mykolaiv, 2024. - 73 s.
2. Vdoma, v okupatsii ta zakordonom — yak trenuvalysia ta skilky nahorod zavoiuvaly mykolaivski parasportsmeni v 2022-mu. SUSPILNE NOVYNY : Retrieved from: <https://suspilne.media/354254-vdoma-v-okupatsii-ta-zakordonom-aktrenuvalisa-ta-skilki-nagorod-zavouvali-mikolaivski-parasportsmeni-v-2022-mu/>
3. Vladyslav Heraskevych, skeletonist, volonter. Interviu. Ofitsiinyi sait «Ukrinform». Retrieved from: <https://www.ukrinform.ua/rubric-sports/3558040-vladislav-geraskevich-skeletonist-volonter.html>

4. Kurasa H. O. Rozvytok futbolu v Mykolaievi na pochatku XX stolittia / Kurasa H. O // [B. n.] - veres. - 2005. - № 3. - S. 162-166. 11. Mykolaiv: zhyttia pid obstrilamy. Ukrinform : veb-sait. Retrieved from: <https://www.ukrinform.ua/rubric-regions/3581084-mikolaiv-zitta-pidobstrilami.html>
5. Mynaie dva roky yak viina zabrala zhyttia Anatoliia Rozvadovskoho. Verkhovynska RDA: <https://verhovunarda.gov.ua/news/1725956912/>
6. Naumko Yu. S. Rozvytok sportyvnoi infrastruktury yak diievyi instrument provadzhennia sotsialnoi polityky v rehioni [Elektronnyi resurs] / Yu. S. Naumko // Infrastruktura rynku, 2019. - № 37. - Retrieved from: http://market-infr.od.ua/journals/2019/37_2019_ukr/78.pdf
7. Puzan Ya. P, Krushynska N. M. Rozvytok sportu sered uchasnykiv boiovykh dii v Ukraini. V: Molod ta olimpiiskyi rukh: zb. tez dopovidei 14-yi Mizhnar. nauk. konf. molodykh vchenykh; 2021 Trav 19 Kyiv. Kyiv; 2021: S. 270.

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.05

*Artem Hurets
Anna Soloviova*

SPORTS JOURNALISM: COVERING THE DEVELOPMENT OF FOOTBALL IN MYKOLAIV

The theses explore the importance of football as an important factor in social cohesion, physical development of youth, and the formation of a positive image of the city of Mykolaiv. Particular attention is paid to the analysis of the current state of infrastructure, support for children and youth sports schools, as well as the role of the Mykolaiv football club in supporting local identity. The authors note that the development of football in the region is not only a matter of sports policy, but also a strategic direction for cultural development and community integration. The challenges facing the industry are separately considered: insufficient funding, lack of qualified coaches, lack of a systematic approach to popularizing football among youth. Specific steps are proposed to improve the situation - the creation of a municipal football development program, involving business in financing sports, organizing regular tournaments, and supporting amateur teams. In this context, sports journalism plays a key role in covering current challenges, achievements, and prospects for the development of football, shaping public opinion and fostering greater interest in the city's sporting life. The development of football can positively affect the social atmosphere in the city and contribute to its sustainable development.

Keywords: *football, Mykolaiv, sports, sports journalism, youth, infrastructure, social integration, community development.*

Відомості про автора / Information about the author

Гурець Артем, студент 4 курсу спеціальності «Журналістика», факультету політичних наук, Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. E-mail: temaogurcik@gmail.com

Hurets Artem, Fourth-year student in Journalism, Faculty of Political Science, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: a55415106@gmail.com

Соловійова Анна, к. політ. наук, доцент кафедри журналістики факультету політичних наук Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. E-mail: soloan2003@gmail.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0524-287X>

Soloviova Anna, PhD in Political Science, Associate Professor of Department of Journalism, Faculty of Political Science, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: soloan2003@gmail.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0524-287X>

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.06

Анна Дзежгар

ПРЕССЛУЖБА ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

У статті розглядається роль пресслужби як ключового інструменту формування позитивного іміджу закладів вищої освіти (ЗВО) в умовах зростаючої конкуренції та інформаційної відкритості. Аналізуються еволюція університетських пресслужб в Україні та їхні стратегічні завдання, основні функції пресслужби, її стратегічне значення для комунікації ЗВО з різними аудиторіями (абітурієнти, студенти, випускники, наукова спільнота, громадськість, медіа). Визначаються основні функціональні напрями діяльності університетських пресслужб, включаючи брендинг, оптимізацію комунікацій, інформаційну трансляцію, медіа-інтерфейс, репутаційний менеджмент, промоцію, внутрішньокорпоративну комунікацію, стратегічне управління зв'язками з громадськістю, аналітику та кросс-функціональну колаборацію. Досліджуються ефективні PR-технології та інструменти, які використовує пресслужба для створення та підтримки позитивного сприйняття ЗВО, підвищення його впізнаваності та репутації.

Ключові слова: пресслужба, заклад вищої освіти, імідж, репутація, PR, комунікація, медіакомунікації, інформаційна відкритість, цифрові медіа, PR-технології

Ключовою метою стратегічного розвитку закладу вищої освіти є культивування позитивного сприйняття серед зовнішньої та внутрішньої цільових аудиторій, що є фундаментом його привабливості. Задля залучення амбітної молоді, потенційних абітурієнтів необхідно системно впроваджувати різноманітні PR-заходи, серед яких особливе значення мають дні відкритих дверей, що створюють атмосферу гостинності та знайомлять із внутрішнім життям університету; цілеспрямоване рекламування на хвилях радіостанцій, локальних видань та телекомпаній, що забезпечує широке охоплення аудиторії; активна участь у престижних освітніх виставках, що демонструють конкурентні переваги закладу; презентації суспільно значущих проєктів, які підкреслюють його соціальну відповідальність; та налагоджений зворотний зв'язок, що дозволяє об'єктивно оцінювати ефективність проведених ініціатив [2, с. 33].

Водночас, в епоху цифрової трансформації репрезентація закладу вищої освіти в інформаційному просторі набуває першочергового значення. Його присутність у мережі Інтернет, представлена через офіційний вебсайт та динамічні сторінки / групи в соціальних мережах, стає візитівкою, що формує перше враження. Естетично привабливий та інтуїтивно зрозумілий інтерфейс вебсторінки, її актуальність та сучасний дизайн безпосередньо впливають на емоційне сприйняття потенційного студента. Для утримання уваги аудиторії та стимулювання зацікавленості інтернет-ресурси повинні регулярно оновлюватися, наповнюючись цінним та релевантним контентом, таким як актуальний розклад занять, своєчасні оголошення, фоторепортажі з різноманітних заходів, що відображають насичене культурне життя університету. Саме інформація, що позиціонується в соціальних мережах, часто стає визначальним чинником у формуванні позитивного іміджу закладу вищої освіти в очах сучасної молоді [2, с. 28].

Площина соціально-комунікаційної системи тісно пов'язана з новим явищем для українського освітнього середовища – зв'язками з громадськістю. Третя редакція Нового міжнародного словника Вебстера визначає їх [зв'язки з громадськістю] як багатоаспектну діяльність, що охоплює: сприяння гармонійній взаємодії та встановленню доброзичливих відносин між суб'єктом (фірмою, установою) та його зовнішнім середовищем шляхом цілеспрямованого поширення інтерпретативних матеріалів; рівень взаєморозуміння та прихильності, досягнутий між індивідом, організацією чи інституцією та суспільством; а також мистецтво або наукову дисципліну, спрямовану на розвиток взаємної когнітивної та емоційної згоди. У свою чергу, Денні Грізволд, видавець «Public Relations News», трактує зв'язки з громадськістю як управлінську функцію, що включає систематичну оцінку суспільних настроїв, формування політики та процедур організації відповідно до суспільних інтересів, імплементацію програм дій, спрямованих на досягнення розуміння та суспільного прийняття [5, с. 156].

У праці «PR. Реалії зв'язків з громадськістю» американські дослідники Д. Ньюсом, А. Скотт та Дж. Турк обґрунтовують ключові етичні та професійні імперативи для фахівців зі зв'язків з громадськістю, серед яких вирізняються: неухильна достовірність та відвертість комунікації, пріоритетність суспільних інтересів, забезпечення інформаційної прозорості, високий рівень професійної компетентності, застосування науково обґрунтованих методів дослідження громадської думки, міждисциплінарний підхід до вирішення комунікаційних завдань та принципова відмова від суб'єктивних оцінок. Експертним середовищем також визначено фундаментальні функції PR, що містять: безперервний моніторинг громадських настроїв з метою узгодження діяльності організації з її стратегічними цілями; проактивне реагування на виявлені настрої для забезпечення балансу між інтересами організації та суспільства; встановлення взаємовигідних та стійких відносин між організацією та її громадськістю; ініціювання та підтримка конструктивної взаємодії [1, с. 115].

Представники маркетингової науки запропонували інтегрувати PR у систему основних маркетингових компонентів, відомих як «P-складові» (product, price, promotion, place), стверджуючи, що комплексна взаємодія цих елементів сприяє прийняттю обґрунтованих та ефективних управлінських рішень [3, с. 27].

Дефініція терміну «пресслужба» демонструє певну варіативність, зумовлену різними джерелами та контекстами її застосування. Окремі дослідники схиляються до вузького трактування, обмежуючи його функціоналом спеціалізованого відділу в апараті глави держави, уряду або політичної партії, відповідальності за комунікацію з медіа та аналіз інформаційного простору. Водночас значна частина науковців розглядає пресслужбу як структурований підрозділ, що забезпечує інформаційно-комунікаційні потреби широкого спектра інституцій: державних органів влади, політичних рухів, громадських об'єднань, бізнес-структур та міжнародних організацій. З позиції фахівців у галузі PR, пресслужба постає як комунікативна дисципліна, спрямована на організацію комунікативного середовища з метою формування позитивного іміджу організації або особи та управління їхніми відносинами з громадськістю. Отже, пресслужбу можна концептуалізувати як структурний підрозділ, що несе відповідальність за задоволення інформаційних, комунікаційних та репутаційних запитів різноманітних організацій, установ та індивідів [1, с. 103].

У наукових дослідженнях пресслужбам атрибууються різноманітні функції, що реалізуються через діяльність пресекретарів державних органів влади або органів місцевого самоврядування. Зокрема, відповідно до класифікації О. Татарінової, виокремлюються три ключові напрями діяльності пресслужби: зовнішній, охоронний та внутрішній. Зовнішня функція полягає у всебічному аналізі та публічному оприлюдненні інформації про діяльність державних інституцій, що є ключовим механізмом забезпечення доступу громадськості до інформації про функціонування владних структур. Охоронна функція спрямована на захист конфіденційної інформації, що становить державну або службову таємницю, забезпечуючи її збереження та запобігаючи несанкціонованому розголошенню. Внутрішня функція передбачає збір та аналіз інформації про саму державну установу або орган влади в медіапросторі з метою визначення перспективних напрямів розвитку та адекватного реагування на потреби та погляди суспільства [4, с. 1].

Повертаючись до інституціоналізації пресслужб в українських університетах на межі ХХ та ХХІ століть, що стала закономірною відповіддю на еволюцію ринку освітніх послуг та посилення конкурентної боротьби в академічному середовищі, слід зауважити, що підрозділи постали як імперативний інструмент забезпечення ефективної комунікації університетських структур із широкою громадськістю, медіа-спільнотою та іншими зацікавленими стейкхолдерами. Їхнє становлення сприяло адаптації закладів вищої освіти до нових соціально-економічних реалій та забезпеченню стратегічного впливу на зовнішнє середовище. Розвиток університетських пресслужб органічно інтегрувався в ширший процес реформування систем управління вищими навчальними закладами, що передбачав не лише трансформацію комунікаційних стратегій, але й переосмислення функціональних обов'язків та організаційних структур університетського керівництва [1, с. 107].

Наразі перед закладами вищої освіти України постали нові стратегічні імперативи, зумовлені необхідністю адаптації до динамічних умов конкурентного освітнього простору та впливу всеосяжних глобалізаційних процесів. Серед ключових завдань, що постали перед ЗВО, слід виокремити [1, с. 107]:

- реконфігурацію комунікаційних мереж (кардинальний перегляд внутрішньої та зовнішньої комунікаційної архітектури ЗВО з метою оптимізації взаємодії з конкурентами, стратегічними партнерами та широкою громадськістю);
- консолідацію довіри (системне підвищення рівня довіри з боку громадськості та інших ключових стейкхолдерів до ЗВО як фундаментальна умова забезпечення їхньої легітимності та сталого розвитку);
- інтеграцію в міжнародну академічну спільноту (стратегічне поглиблення співпраці з провідними закордонними закладами вищої освіти та активна участь у міжнародних освітніх ініціативах як ключовий елемент стратегії глобального розвитку ЗВО);

- забезпечення конкурентоздатності науково-освітніх програм (безперервне оновлення та гнучка адаптація наукових і освітніх пропозицій до актуальних вимог ринку праці та міжнародних академічних стандартів як необхідна умова підтримки конкурентоздатності ЗВО);
- стабілізацію фінансового стану (комплексне вирішення фінансових питань та залучення інвестицій у стратегічний розвиток матеріально-технічної бази та науково-педагогічного потенціалу ЗВО як першочергове завдання);
- культивування центрів інтелектуальної та культурної активності (розбудову ЗВО як ключових осередків культурного, просвітницького та наукового життя в регіональному контексті як важлива складова їхньої стратегічної місії);
- формування сприятливої суспільної думки (проактивну та систематичну роботу зі створення позитивного іміджу ЗВО та ефективного поширення інформації про їхню діяльність серед широкої громадськості як невід'ємна частина їхньої комунікаційної стратегії);
- створення унікального ідентифікаційного профілю (цілеспрямоване формування неповторного образу кожного ЗВО, що відображає його унікальні характеристики та ключові конкурентні переваги) [1, с. 101].

Зазначений підхід сприяє якійсь трансформації комунікаційного ландшафту університетів, забезпечуючи їхню більшу відкритість, транспарентність та доступність для широкої громадськості, що, безсумнівно, позитивно позначилося на зміцненні їхнього іміджу та залученні талановитих студентів і перспективних наукових кадрів. Окрім того, це сприяє загальному підвищенню рівня довіри до університетської системи як важливої складової національного інтелектуального капіталу, що має конструктивний вплив на її подальший розвиток та конкурентоздатність у глобальному освітньому просторі. Таким чином, університетська пресслужба постає як дієвий інструмент стратегічного просування позитивного іміджу та впливу на суспільну свідомість шляхом систематичної трансляції актуальної інформації про знакові досягнення університету в різноманітних сферах його діяльності, зокрема:

- репрезентація знакових подій та досягнень, адже університети активно поширюють інформацію про резонансні заходи, наукові конференції, культурні фестивалі, спортивні змагання та інші важливі події, що сприяють залученню уваги студентської спільноти та широкої громадськості, демонструючи динамічне життя закладу;
- акцентування освітніх та наукових здобутків, тобто інформування про вагомі досягнення університету в науково-дослідницькій та освітній галузях, зокрема успішне проведення наукових досліджень, публікації у авторитетних виданнях з високим імпаکت-фактором, перемоги на престижних конкурсах та олімпіадах, сприяє зміцненню академічної репутації та підвищенню престижу навчального закладу;
- презентація інновацій та стратегічних проєктів, за яких простежується така кореляція: ініційовані університетом перспективні проєкти та інноваційні розробки, що спрямовані на вирішення актуальних суспільних проблем або мають значний потенціал практичного застосування, стають важливим об'єктом комунікаційної уваги пресслужби, підкреслюючи прогресивність та соціальну відповідальність закладу;
- висвітлення студентської самореалізації та активності, таким чином, інформування про різноманітну діяльність студентських організацій, організовані ними заходи, активну участь студентів у наукових конференціях та значущих проєктах сприяє формуванню позитивного сприйняття університету як середовища для всебічного розвитку особистості;
- інформування про діяльність керівництва (пресслужба забезпечує поширення інформації про ключову діяльність ректорату та інших представників адміністрації університету, включаючи їхні важливі зустрічі, публічні виступи, стратегічні ініціативи та зусилля, спрямовані на розвиток закладу).

Університетська пресслужба, як ключовий елемент комунікаційної інфраструктури закладу вищої освіти, виконує стратегічну функцію головного медіатора у репрезентації позиції адміністративного керівництва, фактично здійснюючи інформаційне управління та вплив. Через пресслужбу відбувається трансляція ідеологічних засад університету в інформаційний простір. Проте в умовах відкритого суспільства, пріоритетного значення набуває розбудова інтерактивної комунікаційної моделі, що базується на принципах діалогу та партнерської взаємодії. Відтак, одним із фундаментальних завдань університетської пресслужби є ініціювання та підтримка як внутрішнього діалогу між усіма суб'єктами освітнього процесу – керівництвом, науково-педагогічним складом та студентством, так і зовнішнього діалогу – між університетом, медіа-спільнотою та широкою громадськістю [1, с. 123].

Ураховуючи потенційну синкретичність завдань пресслужби та функцій центрів зв'язків з громадськістю в окремих закладах вищої освіти, вважаємо за доцільне виокремити ключові функціональні напрями діяльності університетської пресслужби [1, с. 115]:

- брендинг та іміджмейкінг, тобто стратегічне створення та консолідація в суспільній свідомості впізнаваного бренду університету, а також системна підтримка його позитивного іміджу, що передбачає формування унікальної ідентичності та репутації, які відображають ключові цінності, знакові досягнення та стратегічні позиції університету;
- оптимізація комунікаційних систем, зокрема безперервне вдосконалення та розширення існуючої системи комунікації, а також ініціювання нових можливостей для ефективної інтеракції з цільовими аудиторіями університету шляхом розвитку веб-ресурсів, розширення присутності в соціальних медіа, модернізації корпоративної комунікації та впровадження інноваційних комунікаційних каналів;
- інформаційна трансляція, тобто оперативне надання достовірної інформації щодо ключових подій, значущих досягнень, актуальних акцій та інших важливих аспектів університетського життя через підготовку та розповсюдження прес-релізів, інформаційних бюлетенів, новинних матеріалів та інших релевантних комунікаційних продуктів;
- медіа-інтерфейс (формування та підтримка сталих контактів з представниками засобів масової інформації, включаючи організацію інтерв'ю, надання експертних коментарів, оперативне реагування на інформаційні запити та забезпечення якісної медійної присутності університету);
- репутаційний менеджмент, що є систематичним моніторингом та глибоким аналізом інформаційного контенту, що циркулює в медіа-просторі та соціальних мережах щодо університету, а також своєчасним реагуванням на негативні публікації та спростуванням недостовірних відомостей із метою захисту репутації закладу;
- промоційна діяльність, одним із напрямів якої є стратегічне рекламування наукових, освітніх та інноваційних досягнень університету, анонсування важливих акцій та програм, а також послідовне сприяння формуванню позитивного іміджу університету в суспільній свідомості;
- внутрішньокорпоративна комунікація, що є забезпеченням ефективної та злагодженої взаємодії між різними структурними підрозділами університету, оперативне розповсюдження внутрішньої інформації та сприяння формуванню єдиного інформаційно-комунікаційного середовища, що є запорукою прозорості та взаєморозуміння в університетській спільноті;
- стратегічне управління зв'язками з громадськістю (розробка комплексних комунікаційних стратегій, ретельне планування публічних заходів, ефективне управління університетськими акаунтами в соціальних медіа та налагодження конструктивної взаємодії з різноманітними спільнотами);
- аналітична та звітна діяльність, зокрема систематичний збір та глибокий аналіз даних щодо ефективності реалізованих комунікаційних заходів, а також підготовка вичерпних звітів для керівництва університету та інших зацікавлених сторін);
- кросс-функціональна колаборація, тобто активна співпраця з іншими структурними підрозділами університету з метою успішної реалізації спільних проєктів та знакових заходів, що сприяє синергії та підвищенню загальної ефективності діяльності університету [1, с. 115].

Отже, ключовою стратегічною метою закладу вищої освіти в умовах зростаючої конкуренції та інформаційної відкритості є системне культивування позитивного сприйняття серед зовнішніх та внутрішніх стейкхолдерів, що виступає визначальним чинником його привабливості та конкурентоздатності. Комплексне застосування різноманітних PR-інструментів, зокрема традиційних та цифрових комунікаційних каналів, у поєднанні зі стратегічним управлінням зв'язками з громадськістю, становить фундамент для формування стійкого позитивного іміджу та забезпечення ефективної взаємодії університету з усіма зацікавленими сторонами.

References

1. Rozova O. Presssluzhba universytetu yak instrument pozytsionuvannya zakladu vyshchoi osvity v informatsiinomu prostori : dys. ... doktora filosofii za spetsialnistiu 054 – Sotsiologhiia (Haluz znan 05 – Sotsialni ta povedinkovi nauky). Natsionalnyi tekhnichnyi universytet «Kharkivskiy politekhnichnyi instytut», Kharkiv, 2024. 236 s.
2. Romanovska O. Model protsesu upravlinnia imidzhem VNZ. Teoriia i praktyka upravlinnia sotsialnymy systemamy. Kharkiv, 2017. № 2. S. 26 – 37.
3. Sashchuk T. Transformatsiia internet-komunikatsii: rol sotsialnykh merezh. Aktualni problemy mediaprostoru : materialy II Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii (Kyiv, 09 kvitnia 2020 r.). K. : Instytut zhurnalistyky, 2020. 256 s.
4. Shalman T. Imidzhologichni instrumenty formuvannya pozytyvnoho imidzhu vlady u systemi zviazkiv z hromadskistiu. URL: https://www.researchgate.net/publication/352996912_Imidzologichni_instrumenti_formuvanna_pozitivnogo_imidzhu_vlady_u_sistemi_zvazkiv_z_gromadskistu (10 kvitnia 2025 rik)

-
5. Fedorenko O. Potentsial sotsmerezh u formuvanni hromadskykh initsiatyv. Zhurnalistyka maibutnoho: vyklyky, tendentsii, perspektyvy rozvytku: materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii (Lviv, 1. 18–19 zhovt. 2022 r.). Lviv : Prostir-M, 2022. S. 155-158.

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.06

Anna Dzhezhar

PRESS OFFICE AS AN INSTRUMENT FOR SHAPING A POSITIVE IMAGE OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

This article examines the role of the press office as a crucial instrument in cultivating a positive image for higher education institutions (HEIs) amidst increasing competition and information transparency. It analyzes the evolution of university press offices in Ukraine and their strategic objectives, the core functions of a press office, and its strategic significance for HEI communication with diverse audiences (prospective students, current students, alumni, the academic community, the public, and the media). The study delineates the primary functional areas of university press offices, including branding, communication optimization, information dissemination, media interface, reputation management, promotion, internal corporate communication, strategic public relations management, analytics, and cross-functional collaboration. Furthermore, the article explores effective PR technologies and tools employed by press offices to establish and maintain a positive perception of HEIs, enhance their visibility, and strengthen their reputation.

Keywords: *press office, higher education institution, image, reputation, PR, communication, media communication, information transparency, digital media, PR technologies.*

Відомості про автора / Information about the Author

Анна Джежар, викладачка кафедри журналістики Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. [ORCID](#). E-mail: annasyniakova@gmail.com

Anna Dzhezhar, the lector of journalism department Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. [ORCID](#). E-mail: annasyniakova@gmail.com

© А. Джежар

Стаття отримана редакцією 19.05.2025.

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.07

*Лілія Змієвська,
Тетяна Сидоренко*

ЕМОЦІЙНА ЖУРНАЛІСТИКА: ЯК МЕДІА ВПЛИВАЮТЬ НА ЕМОЦІЙНИЙ СТАН АУДИТОРІЇ

Емоційна журналістика постає як самобутній феномен сучасного медіапростору, що функціонує на основі використання емоційних чинників для привернення уваги аудиторії, формування її ставлення до подій та підвищення рівня залученості до інформаційного контенту. На відміну від традиційної інформаційної журналістики, спрямованої на об'єктивне подання фактів, емоційна журналістика акцентує на суб'єктивному досвіді та емоційному впливі. Результати аналізу наукових досліджень засвідчують амбівалентність її ролі у медіапроцесах. З одного боку, емоційна журналістика забезпечує глибше залучення аудиторії та посилює емпатійне сприйняття, з іншого — створює загрози викривлення реальності й послаблення критичного мислення. Теоретичні концепції фреймінгу, емоційного залучення, подвійного кодування та афективного інтелекту дозволяють комплексно осмислити механізми впливу емоційного контенту на громадську думку, що набуває особливої актуальності в умовах гібридних викликів сучасного інформаційного середовища України.

Ключові слова: емоційна журналістика, інформаційний простір, когнітивно-афективні механізми, фреймінг, суспільна думка.

Емоційна журналістика є феноменом сучасного медіапростору, що ґрунтується на використанні емоційних чинників для привернення уваги, формування ставлення аудиторії до подій та посилення залученості до інформаційного контенту. На відміну від традиційної інформаційної журналістики, орієнтованої переважно на подання фактів та неупереджений аналіз подій, емоційна журналістика апелює до почуттів, використовуючи драматизацію, персоналізацію та художні засоби виразності для підсилення емоційного впливу [6, с. 115-116].

Однією з ключових характеристик емоційної журналістики є її спрямованість на суб'єктивне сприйняття реальності через особистісний досвід журналіста або героїв матеріалу [8, с. 347].

У результаті аналізу наукової літератури, присвяченої досліджуваній проблематиці, ми дійшли висновку, що попри ефективність емоційної журналістики у залученні уваги, її співвідношення з традиційною інформаційною журналістикою залишається предметом наукових дискусій.

З одного боку, емоційна журналістика доповнює класичний інформаційний дискурс, роблячи новини більш доступними та зрозумілими для широкої аудиторії.

З іншого боку, надмірне використання емоційного забарвлення може призводити до викривлення реальності, підміни об'єктивного аналізу емоційними оцінками та перетворення журналістського матеріалу на суб'єктивну інтерпретацію подій.

Одним із найважливіших питань у контексті дослідження емоційної журналістики є її розмежування з пропагандою та маніпуляцією [10].

У результаті аналізу наукових публіцистичних матеріалів ми дійшли висновку, що відмінність між цими явищами полягає передусім у намірах та методах подання інформації. Якщо емоційна журналістика має на меті посилити розуміння та емпатію аудиторії до певних подій, то пропаганда спрямована на нав'язування ідеологічних поглядів через емоційне забарвлення новинного контенту. Маніпулятивна журналістика, у свою чергу, використовує емоції не для інформування, а для викривлення реальності з метою досягнення політичних, соціальних чи комерційних цілей.

Особливе місце емоційна журналістика посіла у висвітленні воєнних і кризових подій. Під час Першої та Другої світових воєн журналісти активно використовували емоційно забарвлені матеріали для мобілізації суспільства, формування образу ворога та піднесення патріотичних настроїв [5, с. 69-70]. І особливої актуальності досліджуваній феномен набуває в контексті сьогодення в Україні.

Емоційний вплив медіа пояснюється через низку теоретичних концепцій, пропонуємо розглянути їх далі.

Теорія фреймінгу пояснює, що журналісти, акцентуючи увагу на певних аспектах події, задають рамку (фрейм) її сприйняття. Включення емоційних елементів до новинного фрейму посилює його вплив і сприяє формуванню конкретного наративу [9, с. 138].

Теорія емоційного залучення акцентує увагу на тому, що чим сильніший емоційний резонанс викликає повідомлення, тим більш імовірно, що воно буде запам'ятоване та поділене в соціальних мережах [3, с. 211].

«Ефект третьої особи» вказує на те, що люди схильні вважати, що емоційний вплив медіа більше впливає на інших, ніж на них самих. Це підтверджують експериментальні дослідження Ф. Давідсона, які показали, що люди недооцінюють емоційний вплив новин на власні переконання, хоча він фактично визначає їхнє ставлення до подій [3, с. 213].

Застосування цих теоретичних підходів дозволяє оцінити, яким чином емоційний контент формує суспільну думку, впливає на інформаційне середовище та визначає рівень довіри до медіа.

Крім того, науковці досі сперечаються щодо об'єктивності та суб'єктивності в контексті журналістики. Традиційний підхід, запропонований В. Ліппманом, вказує на необхідність журналістської нейтральності та мінімізації суб'єктивного впливу [7]. Проте сучасні дослідники, зокрема С. Різ, наголошують, що повна об'єктивність у журналістиці є неможливою, оскільки будь-яка новина вже є результатом відбору фактів та їхньої інтерпретації [11].

Сприйняття контенту є складним когнітивно-емоційним процесом, у якому емоції не лише супроводжують аналіз інформації, а й суттєво впливають на її інтерпретацію, запам'ятовування та подальше ставлення до подій.

Згідно з теорією подвійного кодування А. Пайвіо, інформація обробляється через дві паралельні системи: вербальну (логічну) та невербальну (емоційну). Це означає, що емоційно забарвлений контент активує як раціональну, так і афективну складові сприйняття, що може посилювати вплив журналістського матеріалу [1].

Дослідження Г. Баумгартена підтверджують, що люди схильні надавати перевагу новинам, які викликають емоційний відгук, оскільки останні активують механізми швидкого прийняття рішень [2, с. 92].

Крім того, теорія афективного інтелекту Дж. Маркуса пояснює, що емоції безпосередньо впливають на рівень уваги до інформації. Високий рівень емоційного збудження сприяє глибшому залученню до новинного контенту, тоді як інформація, що не викликає емоційного резонансу, часто залишається поза увагою [9].

На думку Д. Канемана, авторитетного дослідника когнітивних упереджень, люди схильні приймати рішення на основі швидкого («системного 1») мислення, яке значною мірою залежить від емоційних реакцій. Це означає, що новини, які апелюють до емоцій, мають значно більший шанс сформувати стійкі переконання, ніж ті, що базуються виключно на раціональних аргументах [2].

Отже, емоційний аспект суттєво впливає на процес запам'ятовування новин. Згідно з дослідженнями Е. Фелпс, події, що викликають сильні емоції, краще закарбовуються в пам'яті завдяки активації мигдалеподібного тіла головного мозку, яке відіграє ключову роль у процесах формування довготривалої пам'яті [6]. Це означає, що журналістські матеріали, які викликають страх, співчуття чи гнів, мають більшу ймовірність бути запам'ятованими, ніж нейтральний контент.

Важливим аспектом є також те, що емоції впливають не лише на запам'ятовування, а й на оцінку достовірності інформації. Дослідження Ш. Оттавіані демонструють, що люди частіше довіряють новинам, які відповідають їхнім емоційним очікуванням [2]. Це явище пояснюється теорією підтверджувального упередження (confirmation bias), згідно з якою люди схильні приймати за правду ту інформацію, яка узгоджується з їхніми попередніми переконаннями та емоційним станом [9].

З іншого боку, надмірна емоційність у журналістиці може викликати ефект когнітивного навантаження, що знижує критичне мислення аудиторії. На думку Т. Шарот, велика кількість емоційно зарядженого контенту може призводити до інформаційного перевантаження, коли люди припиняють критично осмислювати новини й натомість реагують інтуїтивно. Це створює ризик для демократичного суспільства, оскільки спрощене сприйняття складних проблем може сприяти маніпуляції громадською думкою [5].

Таким чином, аналіз наукових підходів до вивчення когнітивних та емоційних механізмів сприйняття інформації дозволяє дійти кількох важливих висновків.

По-перше, емоції відіграють ключову роль у процесі споживання медіа контенту аудиторією, оскільки перші не лише привертають увагу, а й формують ставлення до новин.

По-друге, емоційно забарвлений контент краще запам'ятовується та сприймається як більш достовірний, що пояснює його ефективність у сучасних медіа.

Водночас надмірна емоційність може знижувати критичне мислення аудиторії та сприяти когнітивним викривленням.

На підставі усього вищевикладеного, ми можемо зробити висновок, що емоційна журналістика є важливим фактором формування інформаційного простору та суспільної думки, оскільки вона визначає не лише спосіб подання новин, а й характер їх сприйняття аудиторією.

Завдяки використанню емоційних тригерів, персоналізації та сторітелінгу журналісти створюють наративи, які можуть змінювати громадські настрої, підвищувати рівень соціальної згуртованості або, навпаки, провокувати поляризацію суспільства.

Дослідження в галузі медіазнавства та соціальної психології демонструють, що емоційний вимір новин суттєво впливає на медіаспоживання, довіру до ЗМІ та механізми політичного й соціального ухвалення рішень [4, с. 40].

Один із головних аспектів впливу емоційної журналістики на інформаційний простір полягає у формуванні медіаагенди. Відповідно до теорії МакКомбса та Шоу, мас-медіа не лише повідомляють про події, але й визначають, які саме теми стають суспільно значущими. Використання емоційних наративів посилює цей ефект, оскільки люди схильні приділяти більше уваги тим подіям, що викликають сильні емоційні реакції [9].

Ми вважаємо, що переважання емоційних матеріалів у медіаполі є як можливістю, так і загрозою. З одного боку, воно дозволяє підвищити залученість громадян до суспільних питань, проте з іншого – створює ризик інформаційного спрощення, коли складні проблеми подаються через емоційні історії без глибокого аналізу їхніх причин та наслідків.

References

1. Afonina O. S. Postmoderne rozuminnia «podviŭnoho koduvannia» v mystetstvi. Aktualni problemy istorii, teorii ta praktyky khudozhnoi kultury : zb. nauk. prats. Kyiv : Milenium, 2015. Vyp. KhKhKhV. S. 142-151.
2. Burkovska Z. Ye., Binkevych O. M. Rytorychni zasoby vplyvu v tekstakh anhlomovnykh ZMI. Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Ser. Filolohiia. Zhurnalistyka. 2024. № 1. Ch. 1. T. 35 (74). S. 95-99.
3. Hondiul O. D. Efektyvnist stratehii komunikatyvnoho vplyvu cherez vykorystannia heimifikatsii u media. Vcheni zapysky Tavriiskoho natsionalnoho universytetu imeni V. I. Vernadskoho. Ser. Filolohiia. Zhurnalistyka. 2024. № 5 (2). Vyp. 35 (74). S. 207-217.
4. Zavorodnia O. V. Spozhyvannia ZMI ta psykholohichne blahopoluchchia liudyny v umovakh zahrozlyvoi nevyznachenosti. Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Ser. Psykholohiia. 2023. № 4. T. 34 (73). S. 39-43.
5. Zrazhevska N. I., Zaika V. Yak zminylasia robota ukraïnskoho zhurnalista pid chas viiny. Intehrovani komunikatsii. 2023. № 1 (15). S. 68-77.
6. Kuzmenko P. O. Sposoby ta meta vyrazhennia emotsiinosti v mediateksti. Suchasni filolohichni doslidzhennia ta navchannia inozemnoi movy v konteksti mizhkulturnoi komunikatsii : zbirnyk studentskykh naukovykh robit. Zhytomyr: Vydavnytstvo Zhytomyrskoho derzhavnoho universytetu imeni Ivana Franka, 2020. S. 114-119.
7. Lippman V. Hromadska dumka. Niu-York : Harcourt, Brace and Company, 1922. 314 s.
8. Nesterenko O. A. Zhanrova pryroda multymediinykh istorii. Naukovi zapysky Ukraïnskoï akademii drukarstva. 2016. № 2. S. 346-355.
9. Pykaliuk R. V. Heimifikatsiia v ukraïnskii onlain-zhurnalistytsi voïennoho periodu. Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Ser. Filolohiia. Zhurnalistyka. 2023. № 2. Ch. 2. T. 34 (73). S. 136-140.
10. Samchynska O. A., Fupashev V. M. Informatsiŭne nasylstvo, informatsiŭna manipuliatsiia ta propahanda: poniattia, oznaky ta spivvidnoshennia. Informatsiia i pravo. 2021. № 1 (36). S. 55-65.
11. Reese S. D. The End of Objectivity: Implications for Journalism Ethics in the Digital Age. Journal of Media Ethics. 2021. Vol. 36. № 1. P. 20-25.

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.07

Liliia Zmiïvska
Tetyana Sydorenko

EMOTIONAL JOURNALISM: HOW MEDIA AFFECT THE EMOTIONAL STATE OF THE AUDIENCE

Emotional journalism emerges as an original phenomenon of the modern media space, functioning on the basis of the intentional use of emotional factors to attract audience attention, shape perceptions of events, and enhance cognitive-affective engagement with informational content. Unlike traditional informational journalism, aimed at the objective presentation of facts, emotional journalism emphasizes subjective experience and emotional impact. The results of the

analysis of scientific research demonstrate the ambivalent role of emotional journalism within media processes: on the one hand, it ensures deeper audience involvement and strengthens empathic perception; on the other hand, it creates risks of reality distortion and weakens critical thinking. Theoretical concepts such as framing, emotional engagement, dual coding, and affective intelligence allow for a comprehensive understanding of the mechanisms through which emotional content influences public opinion, which gains particular relevance in the context of the hybrid challenges faced by Ukraine's contemporary information environment.

Key words: *emotional journalism, information space, cognitive-affective mechanisms, framing, public opinion.*

Відомості про автора / Information about the Author

Змієвська Лілія, студентка 4 курсу спеціальності «Журналістика», факультету політичних наук, Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. E-mail: zmievskayalilia@gmail.com

Zmiiivska Liliia, 4th-year student, specialty «Journalism», Faculty of Political Sciences, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: zmievskayalilia@gmail.com

Сидоренко Тетяна, кандидат наук з соціальних комунікацій, доцент, завідувачка кафедри журналістики факультету політичних наук Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна, Україна. E-mail: tatyana_tvs@yahoo.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0950-3467>

Sydorenko Tetyana, PhD in Social Communications, Associate Professor, Head of Department of Journalism, Faculty of Political Science, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: tatyana_tvs@yahoo.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0950-3467>

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.08

Тетяна Каменська

ГЛОБАЛІЗМ ТА ДОСТОВІРНІСТЬ СОЦІОЛОГІЧНОГО ЗНАННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ

Тези представляють теоретико-методологічний аналіз того, як в умовах сучасного глобального інформаційного простору, поруч із позитивними результатами використання інформації, виникли проблеми кіберкосмічного забезпечення та інтернет-мережевого її (інформації) розповсюдження. Глобальний характер сприяє заміні знань на інформацію (як більш широкий набір відомостей навколо істинного знання). У зв'язку з цим, в умовах війни виникає проблема достовірності соціологічного знання та навіть статусу соціологічної науки тощо.

Ключові слова: глобалізм, знання, інформація, соціологія в умовах війни.

Актуальність нашого дослідження обумовлена тим, що сьогодні людство стикнулось з новим ефектом глобального світоустрою як необмеженого розповсюдження інформації. Спочатку процеси глобалізації сприймалися як наслідки кібертехнічної модернізації, які привносили в життя багато корисних, посилюючих позитивні ефекти, технологій і процесів, переважно інформаційного характеру. Хоча паралельно в часи з середини минулого ХХ століття висловлювались ідеї прогнозного характеру про наслідки глобалізаційних процесів, в яких на тлі розвитку «digital technologies» (цифрових технологій) очікувалось багато інновацій, в тому числі і використання «симуляторів та симуляцій» як маніпуляційних засобів побудови соціальних відносин. І через півстоліття ми спостерігаємо за сучасними процесами в умовах розвинутого кіберкосмічного забезпечення та інтернет-мережевого розповсюдження інформації як необмеженого ресурсу впливу на реальність нашого світу в матеріальному, соціально-політичному, психічному та інших проявах.

З початку ХХІ століття ми досліджували феномен «соціальне знання» та дійшли висновку, що воно визначається як диспозиційна система між особистісним пізнанням реальності (яке зорієнтоване на істину) та комплексом зовнішніх в суспільстві умов для цього пізнання. В залежності від суспільного устрою можна зустрічати достатньо прозорі та доступні умови для пізнання існуючої реальності та соціальних процесів, коли наукові досягнення, достовірний опис подій досить повно і точно доступні населенню. В деяких складних суспільних ситуаціях умови пізнання реальності можуть бути ускладненими і вимагати пошукових зусиль, критичних опозиційних ставлень до влади, до тих, хто намагається маніпулювати знаннями про реальність. І третій рівень соціального пізнання має місце в суспільствах, в яких, крім владних структур, лише окрема частина людей дізнаються про істинні події в суспільстві, а більшість населення отримує підбурювальну чи, навпаки, заспокійливу, ідейно спрямовану інформацію, а «прозрівають» лише через потрапляння в кризові ситуації, в складні стосунки та втрати.

У сучасних умовах війни істинні знання в таких суспільствах стають цінним ресурсом і охороняються державними відповідними органами зі всією суворістю. Більш того, негласно з минулих мирних часів багатьом людям вже відомо, що сьогодні і для військових, і для населення вкрай необхідним є специфічне інформаційне забезпечення як невід'ємна складова військових дій. Тобто виникає необхідність активного впровадження більш впливової інформації замість конкретних знань.

Таким чином, в умовах воєнних дій «знання» для населення суттєво редукується. Але ситуація навколо соціального знання, яка складалася в сучасних умовах (першої третини ХХІ століття), є новою, специфічною і малодослідженою. Перш за все зміни пов'язані з новим загальним контекстом існування знань, з глобальним інформаційним простором, якій часто зводить нанівець як розповсюдження істинного знання серед населення, так і роботу з «ідеологічних зусиль» з впливу на населення. Для соціологічних наукових знань потрібна наукова інформація про реагування населення на такий складний інформаційний простір (в умовах сучасної війни), де наявні:

- індивідуальні установки (атитюди) людей на військові події;

- інформація з «перевіреного» близького оточення;
- інформація зі сфери співробітників, клієнтів (за місцем праці);
- інформація за локацією проживання (серед сусідів);
- інформація від родичів та знайомих з різних держав;
- інформація з офіційних українських державних джерел;
- інформація з традиційних українських медіаресурсів;
- інформація українських інтернет-ресурсів;
- інформація закордонних інтернет-ресурсів на підтримку України;
- інформація закордонних інтернет-ресурсів з нейтральною позицією;
- інформація закордонних інтернет-ресурсів на підтримку Росії;
- інформація з російських продержавних джерел;
- інформація з російських опозиційних джерел;
- інформація з інтернет-ресурсів необізнаних джерел та на рівні штучного інтелекту.

Більша частина з цих перелічених видів інформації продукується активно через інтернет і є широко і вільно доступною. Але нам (соціологам) залишається небагато можливостей для отримання в умовах війни більш-менш достовірної інформації про наявність в українському суспільстві суто «істинних знань» та «інформаційного забруднення» навколо цих знань. Також проблемою є і довіра респондентів до соціологів; віра респондентів в забезпеченість анонімності їх відповідей; довіра до влади, від якої можна отримати покарання за свою позицію (критичну) і т.п. Наприклад, в німецьких матеріалах про соціологічні опитування українських громадян-біженців наводиться інформація про те, що кожен другий (до кого зверталися німці з запитаннями) відмовлявся від спілкування з інтерв'юерами.

Виникає питання, чи може соціологічна наука в умовах війни проводити кількісні репрезентативні опитування, коли, з одного боку, державні служби слідкують за забезпеченням державних інтересів і населення це враховує; з іншого боку, з глобального простору навіть безперешкодно проникає як груба, так і витончена дискредитація різних ідеологічних зусиль влади та окремих персон. І головний чинник в цьому процесі – глобальна, високотехнологічна, кіберкосмічна інформаційна мережа.

Ще не так давно процес глобалізму, особливо у повсякденному житті, сприймався виключно як позитивне явище. Його визначали на рівні модернізації – підвищення швидкості у налагодженні багатьох видів комунікацій: аудіо-відеотрансляції спілкування; теле-фоторепортажі; пересилка на великі відстані різних документів; якісні трансляції з усіх куточків Землі (домашні свята роз'єднаних рідних людей; наукові конференції; дистанційна освіта, яку стали називати онлайн-освітою; підготовчі для виконання різних завдань, вебінари; об'єднання людей у форуми та обмін важливою інформацією) та ще багато чого. Не менш цінним та захоплюючим стало розповсюдження кінопродукції світового рівню, різноманітних естрадних, музикальних творів; наукових праць відомих вчених; наукових досягнень в медицині, фармацевтиці, спорті і задоволення безліч потреб, пов'язаних з подоланням простору, дистанцій між людьми, державами, континентами. Але, безумовно, при цьому відмічався ефект «цифрової нерівності», який з часом прогнозували поступово подолати. Всі відчували переваги інформаційного простору, а молодь отримала нібито імплантацію в своє тіло смартфонів і вже буде згодна на все, щоб не втратити такого блага.

Основний чинник глобалізму – поєднання кіберкосмічних та інтернет-мережових засобів трансляції інформації – виявився, як завжди, «двосічним мечем», або «змією, яка кусає себе за хвіст». І особливо на прикладі війни в Україні весь світ відчув негативний ефект глобалізації в галузі розповсюдження інформації. Складності виявилися в багатьох напрямках, перш за все у наявності кібертехнічного забезпечення як для внутрішнього, так і для зовнішнього споживання.

Для впливу на громадян своєї держави у військовий період виникає необхідність у цензурі, у контролі за змістом інформації, що, на жаль, ускладнюється через високомодернізовані інформаційно-комунікаційні засоби. Неконтрольована з інтернет-мережі інформація, фейки, інтервентні медіатехнології проникають неприйнятно, перемішуються з тим, що є знанням, і забруднюють інформаційний простір, вводять населення в оману. В таких умовах не залишається нічого іншого, ніж створювати аналогічні впливові акції на населення протилежної сторони.

Глобалістський міжнародний контекст через інтернет-мережу робить інформаційні взаємодари між воюючими суб'єктами доступними тим, хто володіє мовами (наразі українською та російською). Щоб не втратити баланс впливу і доводити іноземним громадянам свою позицію, свою правду, треба піклуватися про трансляції повідомлень різними іноземними мовами. І тут, як би ми не ставилися до «пропаганди», залишати міжнародний інформаційний простір без контрпропаганди – це інформаційне самогубство.

Для правоохоронних органів в умовах війни затребуваними стали упереджувальні, контролюючі та дискримінаційні практики боротьби з порушниками інформаційного контенту і простору. Але безпосередньо глобальний інформаційний простір вимагає окремої інформаційної спеціалізації правоохоронців в галузі кібербезпеки. Глобалістські досягнення і тут змушують витратитися на протидію їм.

Ми розглянули окремі виклики, створені сучасною глобалістською системою в умовах війни. Особливі ускладнення від глобалізму відчують в таких умовах і дослідники соціологічної галузі. Соціологічні дослідження відслідковують через думки та висловлювання громадян всебічну інформацію про основні наміри, оцінки, ставлення громадян до влади, керівництва та інших суб'єктів-розпорядників загальним державним рівнем благ та веденням військових дій в сучасних умовах.

Відомо, в сучасних умовах з боку психології та соціальної психології в більшості своєї вирішуються проблеми конкретно постраждалих людей: це реабілітація поранених; психокорекції їх травм; їх соціальна адаптація; допомога людям з посттравматичними синдромами; допомога та підтримка біженцям та інші. Це люди в такому стані, який сам свідчить про них, і часто опитування (стандартизоване, формалізоване) таких людей може їх травмувати, дратувати (та чи хіба не видно – що з ними?). Їм треба допомагати, виходячи з наявних можливостей і ресурсів. Але на рівні якісної методології (в дуоперсональному спілкуванні, за допомогою бесід, інтерв'ю) можна з'ясувати внутрішні переживання та диференційовано організувати для окремих груп специфічні послуги.

На рівні макросоціологічного підходу проблеми всього суспільства в часи війни опосередковані великою кількістю взаємозалежних соціальних процесів. Можна перелічити деякі з тих, що з'явилися в умовах глобалізму.

Можливості інформаційного обміну дозволяють в часи війни підтримувати зв'язок з людьми з різних держав і навіть з держави противника.

Під впливом міжнародних організацій та при наявності глобального зв'язку можна шукати допомоги в якості біженця не лише на території своєї держави, а і закордоном. Тому що (знов таки – через глобальні космічні зв'язки) під обстріли сьогодні потрапляє вся територія воюючої держави, чого раніше не було (загрозовою була лише прифронтна територія).

В тому числі за допомогою глобальної інтернет-мережі здійснюються і багато безпосередньо бойових операцій (розвідка, удари дронами, керування вибуховими пристроями, вербовка агентів тощо).

В результаті, на прикладі сучасної війни ми спостерігаємо, як багато взаємовідносин, комунікацій починають здійснюватися в інтернет-просторі й їх вивчення переходить до повноважень кібероснащених спецслужб (і не лише однієї держави). Така інформація навряд чи буде доступна соціологам.

Соціологічна наука має досвід користування статистичними даними, але сучасні цифрові технології, штучний інтелект в обробці «великих даних – Big Data» з орієнтацією на аналітичну інтерпретацію (також штучним інтелектом) можуть відсторонити нашу науку від цих показників. Таким чином, для соціології залишиться безпосередньо інформація від респондентів. В той же час, щоб отримувати від людей їхні думки та судження, їм потрібна впевненість, що в суспільстві діють закони і перевірені практики «свободи слова». В часи війни редукація таких законів замовчується. Діє один закон – «все для фронту, все для перемоги». І що залишається соціологам?

Завдання соціології в сучасних умовах, які, на наш погляд, реально можна здійснити, – це спробувати знайти можливості гарантувати респондентам анонімність.

Друге завдання – досить складне. З патріотичних міркувань висловлювання «соціологія стає зброєю в інформаційній війні» може і є корисним, але не варто його підтримувати. Більше того, сьогодні соціологи розповідають про такі практики населення в реагуванні на опитування, коли серед найпоширеніших тверджень промовляли: «Ми не можемо довіряти опитуванням у наші дні», «Опитування наразі безглузді», «Опитування слід взагалі заборонити» та з'являється нова назва – «пропагандистська соціологія». З цього приводу можна в черговий раз підкреслити, що висловлювання з боку населення на адресу соціологів як на тих, хто працює на державу-противника є також ознакою глобалістського тренду. Тобто сьогодні в умовах війни за допомогою глобального інтернет-зв'язку можна під видом соціологів збирати інформацію серед населення однієї держави на користь іншої. На жаль, глобалізм сьогодні скрізь привносить «гібридність». Його головний інформаційний ресурс розмиває знання. Замість знання – скрізь інформація.

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.08

Tetiana Kamenska

GLOBALISM AND CREDIBILITY OF SOCIOLOGICAL KNOWLEDGE IN THE CONTEXT OF WAR

These theses offer a theoretical and methodological analysis of how, within the contemporary global information space, the positive outcomes of information usage are accompanied by emerging challenges related to cyberspace security and the dissemination of information via internet networks. The global nature of this space facilitates a shift from knowledge to information (as a broader set of data that often surrounds, than constitutes, true knowledge). In this context, particularly under conditions of war, the issue of the reliability and credibility of sociological knowledge and the discipline of sociology as a whole becomes increasingly salient.

Key words: *globalism, knowledge, information, sociology in the context of war.*

Відомості про автора / Information about the Author

Тетяна Каменська, д. соціол. наук, професор кафедри нових медіа та медіадизайну, Одеського національного університету імені І.І. Мечникова, м. Одеса, Україна. E-mail: nikadevichya@gmail.com. orcid: <http://orcid.org/0000-0001-7410-058X>.

Tetiana Kamenska, Doctor of Sciences in Sociology, Professor at the Department of modern media and mediadesign, Odesa I.I. Mechnikov Ukraine. E-mail: nikadevichya@gmail.com, orcid: <http://orcid.org/0000-0001-7410-058X>

© Т. Каменська

Стаття отримана редакцією 19.05.2025.

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.09

Ольга Качкова,
Тетяна Сидоренко

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ФОРМУВАННІ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ: ПРИКЛАДИ УКРАЇНИ

У тезах розглядається ключова роль соціальних мереж у формуванні громадської думки в Україні, що набуває особливого значення в умовах сучасного інформаційного суспільства. Соціальні мережі перетворилися на головний інструмент не лише поширення новин, а й мобілізації громадян до активної участі в суспільно-політичному житті. Проаналізовано, як соціальні платформи — зокрема Facebook, Instagram, TikTok та X (Twitter) — стали інструментами комунікації, мобілізації та інформаційного впливу під час ключових суспільно-політичних подій в Україні: Революції Гідності, виборчих кампаній та повномасштабної війни. Автор досліджує, яким чином алгоритми, дезінформація, блогери та лідери думок впливають на сприйняття суспільно важливих питань, а також окреслює ризики та потенціал соціальних мереж у демократичних процесах. Робота підкреслює необхідність критичного мислення та медіаграмотності серед громадян в умовах інформаційної війни.

Ключові слова: соціальні мережі, громадська думка, інформаційне суспільство, поширення новин, суспільно-політичне життя, медіаграмотність.

У сучасному українському суспільстві соціальні мережі стали однією з найвпливовіших платформ для формування громадської думки. Вони не лише змінили спосіб спілкування людей, а й перетворилися на ключовий механізм поширення інформації, мобілізації громадян і формування соціальних та політичних наративів. Особливо це стало помітним у контексті важливих суспільно-політичних подій, які відбувалися в Україні протягом останнього десятиліття.

Одним із найяскравіших прикладів впливу соціальних мереж на українське суспільство була Революція Гідності 2013–2014 років. Саме через Facebook, X (Twitter) та YouTube тисячі українців дізнавалися правду про події на Майдані, координували дії, організовували протестні акції та доносили свою позицію до світу. У той час соціальні мережі фактично замінили традиційні ЗМІ, які були часто заангажованими або контролювалися владою. Вони стали джерелом незалежної, оперативної інформації, яка впливала на формування масової свідомості й загальної громадянської позиції [1].

Іншим важливим прикладом є роль соціальних мереж у виборчих процесах в Україні. Зі зростанням цифрової грамотності населення та збільшенням кількості користувачів інтернету, кандидати та політичні партії дедалі частіше звертаються до аудиторії саме через соціальні платформи. Вони використовують їх не лише як канали для поширення передвиборчої агітації, а й як простір для безпосереднього діалогу з виборцями, реагування на запити суспільства, створення персонального бренду.

Особливо яскраво ця тенденція проявилася під час президентської виборчої кампанії Володимира Зеленського у 2019 році. Його стратегія базувалася переважно на цифровій комунікації, що стало нетиповим для українського політичного ландшафту того часу. Замість багатотиражних газет чи ефірів на провідних телеканалах, його команда робила ставку на соціальні мережі — Instagram, Facebook, YouTube — та месенджери. У центрі кампанії був образ чесного, простого та «свого» кандидата, близького до звичайного громадянина, що був підкріплений неформальним тоном комунікації, мемами, відеоблогами й інтерактивами з аудиторією.

Це дозволило не тільки значно розширити охоплення серед молоді, а й сформувати новий стиль політичної реклами — більш емоційний, персоналізований, орієнтований на візуальний контент і віральність. Відеозвернення, короткі кліпи та реакції у форматі сторіс замінили традиційні плакати й мітинги. Завдяки соціальним мережам виборці мали ілюзію прямого спілкування з кандидатом, що підвищувало рівень довіри.

Цей приклад демонструє, що соціальні мережі не просто відображають громадську думку, а й активно формують її. Вони задають нові стандарти політичної комунікації — оперативність, відкритість, емоційна

привабливість, інклюзивність. Крім того, політичні сили використовують аналітику платформ для таргетованої реклами, аналізу поведінки виборців, тестування меседжів і визначення точок впливу [2; 3].

Велике значення соціальні мережі мають і для розвитку громадянського суспільства. У часи стрімкої цифровізації саме ці платформи стали одним із головних інструментів для самоорганізації громадян, мобілізації ресурсів і просування суспільно важливих ініціатив. Онлайн-комунікація відкрила нові горизонти для волонтерських рухів, громадських організацій, журналістських розслідувань та правозахисної діяльності.

Особливістю українського контексту є те, що після Революції Гідності та початку російської агресії громадяни взяли на себе частину функцій держави — від забезпечення армії до контролю за корупцією. Багато з цих ініціатив починалися не в кабінетах чиновників, а в дописах у Facebook, обговореннях у X (Twitter) або закритих групах у Viber і Telegram. Соцмережі дозволили швидко формувати спільноти за інтересами, збирати кошти, шукати однодумців і ефективно координувати дії.

Значна кількість кампаній на підтримку Збройних Сил України, захисту екології, прав жінок, ЛГБТ-спільнот, безпритульних тварин чи реформ у сфері освіти стартували саме онлайн. Такі проекти часто виростають із окремого посту, який отримав суспільний резонанс і згодом перетворюються на потужні платформи для соціальних змін.

Платформи як-от Telegram, Instagram та навіть TikTok стали не лише каналами інформування, а й дієвими майданчиками для реакції на порушення прав, фіксації воєнних злочинів, інформування міжнародної спільноти та залучення підтримки з-за кордону. Завдяки цифровим інструментам українське громадянське суспільство змогло швидко адаптуватися до умов війни й продовжувати діяти ефективно.

Показовими прикладами є благодійні фонди «Повернись живим», «Фонд Сергія Притули», «Razom for Ukraine» та інші, які завдяки потужній присутності в соціальних мережах зуміли зібрати мільйони гривень на підтримку армії, постраждалих регіонів і відбудову інфраструктури. Лише за одну добу інформаційна кампанія в Instagram чи X (Twitter) здатна мобілізувати тисячі українців до участі в спільній справі.

Таким чином, соціальні мережі в Україні перетворилися на рушій громадянської активності, які не тільки поширюють інформацію, а й активно формують нову культуру відповідальності, співучасті та солідарності. Вони стали не просто майданчиком для висловлення думок, а реальним інструментом суспільного впливу та змін [4; 5].

Втім, разом із позитивним впливом існує й негативний вплив цього явища. Соціальні мережі стали сприятливим середовищем для поширення дезінформації, фейкових новин, маніпуляцій і провокаційних меседжів. Завдяки своїй відкритості й швидкості поширення контенту, ці платформи є вразливими до використання їх в інформаційних війнах, кампаніях впливу та соціальному інжинірингу. Одним із найнебезпечніших джерел таких загроз стала Росія, яка активно використовує інструменти гібридної війни проти України, включаючи фальсифікацію фактів, створення фейкових акаунтів, а також масове розповсюдження токсичного контенту через ботоферми.

Боти, тролі, анонімні Telegram-канали та псевдожурналістські проекти не просто транслюють викривлену інформацію — вони системно впливають на емоційний стан суспільства. Через регулярне поширення тривожних повідомлень, викривлення реального стану справ, нагнітання конфліктів між різними соціальними групами, зневіру в державних інституціях і поширення конспірологічних теорій формується атмосфера нестабільності й паніки. Це послаблює внутрішню єдність суспільства, знижує довіру до ЗМІ, влади та волонтерів, особливо серед менш поінформованих громадян.

Наслідки такої дії — не лише дезорієнтація окремих індивідів, а й глибока суспільна поляризація. Формуються ворожі інформаційні «бульбашки», в яких люди споживають лише ту інформацію, що підтверджує їхні упередження. Це унеможливує конструктивний діалог і породжує агресію, ворожість та розкол.

У такому контексті особливого значення набуває розвиток медіаграмотності й критичного мислення. Громадяни мають навчитися розпізнавати фейки, перевіряти джерела інформації, аналізувати контент і не піддаватися емоційним маніпуляціям. Це завдання не лише освіти, а й державної політики, яка має підтримувати ініціативи з розвитку цифрової безпеки, а також просвітницькі програми для широких верств населення [6; 7].

Підсумовуючи, можна стверджувати, що соціальні мережі в Україні є потужним інструментом формування громадської думки. Вони не лише передають інформацію, а й трансформують суспільні уявлення, змінюють політичний ландшафт і стимулюють активність громадян. Водночас важливо пам'ятати про загрози, пов'язані з маніпуляціями, і працювати над підвищенням інформаційної стійкості українського суспільства.

References

1. Pavlenko, O. (2021). Yak sotsialni merezhi vplyvaiut na protesty v Ukraini. *Ukrainska pravda*. URL: <https://www.ppravda.com.ua/columns/2021/04/6/7289180/>

2. Sotsialni merezhi: vplyv na vybory v Ukraini. (2019). Radio Svoboda. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/30060702.html>
3. Televizor VS sotsmerezhi: yak novi tekhnologii utverdzhuiutsia v politytsi. (2019). LB.ua. URL: https://lb.ua/news/2019/05/02/425926_tvivizor_vs_sotsmerezhi_yak_novi.html
4. Volonterstvo. Vikipediia. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Volonterstvo>
5. Shtraikher, O., Shkoliar, M. (2024). Sutnist ta kharakterystyky volonterskoho rukhu u fokusi viiny v Ukraini. Habitus. URL: <http://habitus.od.ua/journals/2024/57-2024/5.pdf>
6. Danko-Sliptsova, A., Kovalenko, N. (2024). Vplyv sotsialnykh merezh na formuvannia hromadskoi dumky pid chas kryzovykh sytuatsii: sotsiologichnyi aspekt. Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Serii: Filolohiia. Zhurnalistyka. T. 35 (74), 3. Ch. 2. URL: https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2024/3_2024/part_2/37.pdf
7. Filipenko, L. (2024). Rol sotsialnykh merezh u formuvanni suspilnoi dumky pid chas rosiisko-ukrainskoi viiny. SOTSIOPOLIS. URL: <https://sociopolis.in.ua/index.php/journal/article/download/5/3>

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.09

*Olha Kachkova
Tetyana Sydorenko*

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN SHAPING PUBLIC OPINION: EXAMPLES FROM UKRAINE

The theses explore the key role of social media in shaping public opinion in Ukraine, which has gained particular significance in the context of the modern information society. Social networks have become the main tool not only for news dissemination but also for mobilizing citizens to actively participate in socio-political life. The analysis focuses on how social platforms — particularly Facebook, Instagram, TikTok, and X (formerly Twitter) — have served as instruments of communication, mobilization, and informational influence during major socio-political events in Ukraine, including the Revolution of Dignity, election campaigns, and the full-scale war. The author examines how algorithms, disinformation, bloggers, and opinion leaders influence the perception of socially important issues, and also outlines the risks and potential of social media in democratic processes. The study emphasizes the importance of critical thinking and media literacy among citizens in the context of information warfare.

Keywords: *social media, public opinion, information society, news dissemination, socio-political life, media literacy.*

Відомості про автора/ Information about the Author

Качкова Ольга, студентка 448 групи спеціальності «Журналістика» Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. E-mail: oliyarafinovana@gmail.com.

Kachkova Olha, student of 448 group, specialty «Journalism», Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: oliyarafinovana@gmail.com.

Сидоренко Тетяна, кандидат наук з соціальних комунікацій, доцент, завідувачка кафедри журналістики факультету політичних наук Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна, Україна. E-mail: tatyana_tvs@yahoo.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0950-3467>

Sydorenko Tetyana, PhD in Social Communications, Associate Professor, Head of Department of Journalism, Faculty of Political Science, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: tatyana_tvs@yahoo.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0950-3467>

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.10

Анжеліка Капталъян
Тетяна Сидоренко

МЕТОДИ БОРОТЬБИ З ФЕЙКОВИМИ НОВИНАМИ В УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ

Тези представляють теоретико-методологічний аналіз проблематики фейкових новин в сучасному інформаційному просторі України та методи протидії фейковим новинам в українських медіа в умовах інформаційного тиску та гібридної війни. Розглянуто дезінформацію як ключову загрозу інформаційній безпеці держави, що спричиняє дестабілізацію суспільства, підрив довіри до офіційних джерел та посилення панічних настроїв. У роботі аналізуються дієві механізми протидії, включно з розвитком медіаграмотності, поширенням освітніх ініціатив, упровадженням фактчекінгових практик, цифрових технологій перевірки інформації та створенням профільних державних структур.

Наголошується, що критичне мислення, міжсекторальна співпраця та доступ до надійних джерел інформації є основою формування сталого й відповідального інформаційного середовища. Визначено роль держави, журналістської спільноти та громадських організацій у впровадженні стратегій інформаційного захисту та демократичного контролю над медійним простором.

Ключові слова: *фейкові новини, дезінформація, медіаграмотність, фактчекінг, інформаційна безпека, гібридна війна, цифрові технології, стратегічні комунікації.*

Метою наукового дослідження є всебічне теоретико-методологічне осмислення проблеми поширення фейкових новин в українському інформаційному просторі, з урахуванням умов гібридної війни та зростаючого інформаційного тиску, а також виявлення ефективних механізмів і стратегій протидії дезінформації в діяльності українських медіа. Дослідження спрямоване на аналіз природи та динаміки фейкових повідомлень, встановлення ключових загроз, які вони становлять для інформаційної безпеки держави, зокрема через дестабілізацію суспільства, підрив довіри до офіційних джерел та посилення панічних настроїв. У центрі уваги перебуває вивчення існуючих інструментів боротьби з фейками, зокрема розвиток медіаграмотності, упровадження фактчекінгових практик, використання цифрових технологій перевірки інформації, а також освітні ініціативи, спрямовані на формування критичного мислення та стійкості до інформаційних маніпуляцій. Особлива увага приділяється ролі державних структур, журналістської спільноти та громадських організацій у реалізації стратегій інформаційного захисту, а також розробці практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності заходів із протидії фейковим новинам і зміцнення інформаційної безпеки в Україні.

В українських медіа проблема дезінформації набула критичного значення, особливо в умовах гібридної війни, що актуалізувало потребу у впровадженні дієвих механізмів протидії. Свідоме викривлення фактів, маніпулятивне подання новин та поширення неправдивої інформації можуть призводити до дестабілізації суспільства, підриву довіри до офіційних джерел і посилення панічних настроїв. Для боротьби з цими викликами медіаорганізації, журналісти та державні структури активно розробляють та застосовують різні методи перевірки фактів і протидії інформаційним маніпуляціям.

Цю тему було досліджено вітчизняними науковцями, такими як: Д. Пятіна, К. Мелекесцев, В. Герасимович, О. Мединська, К. Слюсаренко, Д. Михайліченко, Н. Атаманова та Є. Глушук. Їх роботу було спрямовано на пошуку дієвих способів вирішення сучасної проблематики поширення та споживання фейкової інформації в українських медіа.

Відсутність ефективного контролю за поширенням неправдивих даних та падіння довіри до традиційних і державних медіа спричинили масштабне розповсюдження фейкових новин, що створює серйозні загрози для громадської свідомості. Найрезультативнішим способом боротьби з цією проблемою вважається впровадження освітніх програм, спрямованих на розвиток критичного сприйняття інформації та навичок її перевірки. Це дозволяє не тільки ретельно аналізувати отримані дані, а й свідомо контролювати їх подальше поширення, формуючи відповідальне інформаційне середовище. Проблема поширення дезінформації в умовах гібридної війни вимагає системного та багаторівневого підходу. В Україні активно впроваджуються стратегії протидії інформаційним загрозам, які охоплюють як технологічні рішення, так і соціально-освітні ініціативи. Особливу

увагу приділено формуванню медіаграмотного суспільства, здатного самостійно аналізувати інформаційні потоки, критично оцінювати новини та перевіряти достовірність джерел. Згідно з нашим дослідженням, частіше за все фейкові новини можна відслідкувати завдяки їх анонімним або невизначеним джерелам без зазначення конкретних осіб чи організацій. Не дивлячись на те, що професійні стандарти журналістики дозволяють в окремих випадках не розкривати особисту інформацію з посиланням на своє авторство з міркувань своєї безпеки, зазвичай надійне медіа-джерело інформації обов'язково має містити щонайменше текстове посилання на автора. Також варто звертати увагу на достовірність доменного імені вебресурсу — шахрайські сайти часто копіюють назви відомих медіа, змінюючи їх незначними деталями, як-от додаванням зайвих символів чи іншого домену. Водночас важливо оцінювати загальну репутацію платформи, яка поширює ту чи іншу інформацію [Помилка! Джерело посилання не знайдено.].

Одним із дієвих інструментів протидії фейковим повідомленням стало активне використання соціальних мереж для публічної комунікації політиків, що дозволяє оперативно реагувати на інформаційні виклики. Паралельно з цим розвиваються медіаплатформи та інтернет-спільноти, орієнтовані на виявлення неправдивої інформації, її спростування та просування об'єктивного контенту. Такий підхід сприяє підвищенню стійкості громадськості до маніпуляцій, а також укріплює загальний рівень інформаційної безпеки держави [Помилка! Джерело посилання не знайдено.]. Ефективна боротьба з дезінформацією потребує координації зусиль держави, громадськості та міжнародних партнерів. Освітні ініціативи з медіаграмотності мають реалізовуватись за участі експертів, журналістів і фахівців з інформаційної безпеки. Важливою залишається підтримка незалежних медіа, які забезпечують прозорість та об'єктивність у висвітленні подій. Дотримання професійних стандартів у журналістиці зміцнює демократичні принципи та сприяє захисту інформаційного середовища.

Зазначимо, що для того щоб протидіяти поширенню фейкової інформації, важливо громадянам розвивати критичне мислення та медіаграмотність. Розвиток цих компетенцій через освітні ініціативи сприяє виявленню маніпулятивних технік, перевірці джерел та усвідомленому вибору достовірної інформації. Це відіграє важливу роль у зміцненні інформаційної безпеки суспільства та запобіганні деструктивному впливу фейкових повідомлень.

Однією з критично важливих навичок виступає також так званий фактчекінг. Інформація, що викликає сильні емоції або має сумнівне походження, потребує обов'язкової перевірки через офіційні джерела та репутаційні медіа. Особливу увагу слід звертати на анонімні посилання, підроблені домени та відсутність підтвердження фактів у надійних ресурсах. Фактчекінг передбачає ретельну перевірку інформації з метою встановлення її правдивості, точності та повноти. Основне завдання цього процесу — виявити розбіжності між поданими твердженнями та об'єктивними фактами. Верифікацію інформації зазвичай здійснюють професійні фактчекінгові організації або спеціалізовані онлайн-інструменти, такі як сервіси для перевірки зображень, відео та інших цифрових матеріалів. До таких ресурсів належать, зокрема, платформи з аналізу медіаконтенту, які допомагають виявляти маніпуляції та фейки. У межах цієї наукової роботи звертається увага на те, що однією з перших структур в Україні, яка розпочала діяльність у сфері перевірки фактів, був аналітичний ресурс «Слово і діло», що з 2008 року відслідковує дотримання політичних обіцянок. Згодом, у 2014 році, з'явився проєкт «StopFake», метою якого стала протидія дезінформації, поширюваній з боку Росії. У подальшому виникли й інші платформи, спеціалізовані на фактчекінгу, серед яких «VoxCheck», «FactCheck» (пізніше — «БезБрехні») та інші ініціативи, що з'явилися в 2016–2018 роках. Крім того, існують й іноземні сервіси, корисні для перевірки достовірності даних, зокрема «Skeptive», «Trooclick», «Truth Goggles» та «Lazy Truth». Станом на 2022 рік в Україні активно працюють понад 390 медіаресурсів, які займаються фактчекінгом, просуваючи також ідеї медіаосвіти та формуючи стійкість населення до інформаційних маніпуляцій [Помилка! Джерело посилання не знайдено.].

References

1. Atamanova N. (2023). Zasoby protystoiannia informatsiinym feikam u suchasni derzhavi. URL: <https://salo.li/Cb29166>
2. Herasymovych V., Medynska O., Sliusarenko K. (2024). Prychyny rozpovsiudzhennia feikovykh novyn ta dezinformatsii. URL: <https://salo.li/539B69B>
3. Hlushchuk Ye. (2023). Feiky yak instrument tysku v umovakh viiny: spetsyfika zastosuvannia ta spryiniattia. URL: <https://salo.li/9A680Df>
4. Piatina D. (2020). Feikovi novyny, yak zasib informatsiinoi viiny. URL: <https://salo.li/0CFdcFa>

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.10

Anzhelika Kashtalian
Tetyana Sydorenko

METHODS OF COMBATING FAKE NEWS IN UKRAINIAN MEDIA

The theses present a theoretical and methodological analysis of the issue of fake news in the modern information space of Ukraine and the methods of countering fake news in Ukrainian media under conditions of informational pressure and hybrid warfare. Disinformation is examined as a key threat to the state's information security, causing social destabilization, undermining trust in official sources, and intensifying panic sentiments. The paper analyzes effective countermeasures, including the development of media literacy, dissemination of educational initiatives, implementation of fact-checking practices, digital technologies for information verification, and the creation of specialized state institutions.

It is emphasized that critical thinking, cross-sectoral cooperation, and access to reliable sources of information are the foundation for forming a sustainable and responsible information environment. The role of the state, the journalistic community, and civil society organizations in implementing strategies for information protection and democratic control over the media space is defined.

Keywords: *fake news, disinformation, media literacy, fact-checking, information security, hybrid warfare, digital technologies, strategic communications.*

Відомості про автора / Information about the Author

Каштальян Анжеліка, студентка 4 курсу спеціальності «Журналістика», факультету політичних наук, Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. E-mail: anzhelikakash@gmail.com.

Kashtalian Anzhelika, 4th-year student, specialty «Journalism», Faculty of Political Sciences, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: anzhelikakash@gmail.com.

Сидоренко Тетяна, кандидат наук з соціальних комунікацій, доцент, завідувачка кафедри журналістики факультету політичних наук Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна, Україна. E-mail: tatyana_tvs@yahoo.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0950-3467>

Sydorenko Tetyana, PhD in Social Communications, Associate Professor, Head of Department of Journalism, Faculty of Political Science, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: tatyana_tvs@yahoo.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0950-3467>

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.11

*Анастасія Коваль,
Тетяна Сидоренко*

ЕТИКА ЖУРНАЛІСТИКИ ПІД ЧАС ВІЙСЬКОВИХ КОНФЛІКТІВ: ВИСВІТЛЕННЯ ВІЙНИ В УКРАЇНІ

Журналістика воєнного часу стала не лише інструментом інформування, але й потужним чинником формування суспільної думки, міжнародної реакції та психологічної стійкості населення. Після повномасштабного вторгнення російської федерації в Україну у 2022 році перед журналістами постали нові етичні виклики. Інформаційна війна перетворилася на повноцінний фронт, де кожне слово може мати наслідки, а журналіст став не лише свідком, а й учасником боротьби за правду. В умовах війни актуалізується питання балансу між правом громадськості на правдиву інформацію та вимогами національної безпеки. Журналісти мають дотримуватись принципів етичності у висвітленні трагедій, уникати мови ворожнечі, дезінформації та маніпуляцій, водночас залишаючись професійно відповідальними перед суспільством. Незважаючи на норми міжнародного гуманітарного права, які гарантують журналістам захист, у реальності вони часто стають мішенню фізичного чи психологічного насильства. Наукова увага до цієї теми зростає після 2014 року, однак у 2022–2023 роках дослідження журналістської етики набули нових акцентів — зокрема щодо висвітлення війни в цифрових медіа, використання соціальних мереж як джерела інформації, дотримання стандартів правдивості в умовах швидкоплинних новинних потоків. У цьому контексті журналістика не лише фіксує факти, але й формує наративи, здатні впливати на міжнародну підтримку, гуманітарну допомогу та суспільну єдність. Таким чином, журналістська етика під час війни — це не лише набір професійних норм, а й моральна рамка, яка формує якість інформації, довіру до медіа та загальну інформаційну безпеку країни.

Ключові слова: журналістська етика, воєнна журналістика, дезінформація, інформаційна безпека, гуманітарне право, ЗМІ під час війни.

Фундаментальні принципи журналістської етики є основою професійної діяльності, визначаючи моральні та професійні норми. До них належать принципи правдивості, об'єктивності, відповідальності перед суспільством, неупередженості, поваги до особистого життя та професійної незалежності.

Журналістика відіграє важливу роль у демократичному суспільстві, виконуючи функцію посередника, формуючи суспільну думку та надаючи достовірну інформацію. Етика журналіста передбачає не лише дотримання правових норм, але й відповідальне ставлення до власного впливу на суспільство, оскільки слово може як інформувати, так і маніпулювати.

Варто зазначити, що журналістська етика – це система морально-етичних норм і принципів, спрямованих на захист інтересів суспільства, забезпечення правдивої та збалансованої інформації, а також підтримку високих професійних стандартів [1].

На відміну від юридичних норм, журналістська етика базується на саморегуляції, а її дотримання визначається рівнем свідомості журналіста, громадською думкою та нормами професійної спільноти [2].

Зокрема, в умовах інформаційної війни, гібридних конфліктів та поширення пропаганди журналісти змушені переглядати етичні норми, пристосовуючи їх до нових реалій. Це стосується, зокрема, питань висвітлення воєнних дій, де журналістика стикається з необхідністю балансувати між правом суспільства на інформацію та національною безпекою [3].

Як зазначає В. Мостовий, правдивість інформації є основою якісної журналістики, що виключає маніпуляцію, дезінформацію та поширення неперевіраних відомостей [3].

Журналіст має право приховувати свої джерела інформації, але повинен відповідально ставитися до використання анонімних джерел, адже без належної перевірки їхніх свідчень існує ризик поширення дезінформації [4, с. 187].

Професійні стандарти забороняють використання журналістики як інструменту пропаганди чи реклами. Приміром, «джинса» (прихована реклама) є грубим порушенням журналістської етики, оскільки підриває довіру до медіа. Журналіст не має права отримувати матеріальну вигоду за публікацію матеріалів, що сприяють політичним чи комерційним інтересам певних груп [5].

У цифровому середовищі професійні журналісти зобов'язані дотримуватися класичних етичних принципів, де перевірка фактів та дотримання балансу думок стає ще більш складним завданням [2].

Серед головних принципів журналістики є достовірність та правдивість інформації, що передбачає подання лише перевірених даних з посиланням на достовірні джерела. Використання декількох незалежних джерел для перевірки фактів є основною вимогою якісної журналістики [4, с. 186].

Важливим принципом є об'єктивність та неупередженість, що передбачає подання інформації без власної оцінки та представлення різних точок зору [5].

Соціальна відповідальність журналіста передбачає усвідомлення впливу медіа на суспільну думку та уникнення поширення інформації, що може викликати паніку або розпалювати ворожнечу [6].

Розмежування фактів і коментарів є важливим принципом, що запобігає викривленню інформації [1].

Захист конфіденційності джерел інформації є фундаментальним принципом, особливо важливим для журналістських розслідувань [7].

Неприпустимість маніпуляції є ключовим аспектом етики, що включає уникнення свідомого викривлення інформації та використання маніпулятивних методів подачі [2].

Повага до приватного життя передбачає заборону публікації інформації без згоди особи, якщо вона не становить значного суспільного інтересу [4, с. 187].

Принцип запобігання конфлікту інтересів вимагає від журналіста уникати ситуацій, коли його матеріали можуть бути впливовими через особисті чи фінансові мотиви [5].

Міжнародні стандарти журналістської діяльності регулюються етичними кодексами, такими як Декларація принципів поведінки журналістів МФЖ, Міжнародні принципи журналістської етики, Європейська хартія свободи преси та Кодекс етики українського журналіста [2].

Законодавча база України, включаючи Закони «Про інформацію», «Про телебачення і радіомовлення», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», закріплює основні принципи журналістської етики.

Дотримання етичних норм і професійних стандартів гарантує правдивість, об'єктивність та незалежність журналістики, що є важливим чинником демократичного суспільства.

В умовах війни в Україні питання етики журналістської діяльності набуло особливої актуальності, оскільки воєнна журналістика безпосередньо впливає на формування суспільної думки, моральний стан населення та міжнародний імідж держави.

Основні принципи професійної журналістики викладені у міжнародних та національних документах, таких як Декларація принципів поведінки журналістів МФЖ та резолюція ПАРС № 1003 [8; 9].

Згідно з Кодексом етики українського журналіста, основними принципами є повага до прав людини, правдивість, збалансованість, достовірність інформації та відповідальність перед суспільством [10].

Особливо гостро стоїть питання прав людини у висвітленні тем, пов'язаних із цивільними жертвами війни; журналісти повинні поважати людську гідність і уникати експлуатації трагедій [11].

Журналісти мають відповідально підходити до відбору контенту, дотримуючись принципу «не зашкодь», та поєднувати негативні новини з позитивними історіями [12].

В умовах інформаційних атак журналісти повинні дотримуватись принципів фактчекінгу та перевіряти джерела інформації перед публікацією [10; 12].

Важливим аспектом журналістської етики є захист джерел інформації, особливо в зонах бойових дій [11].

Журналістика під час війни є критично важливою для забезпечення права суспільства на об'єктивну інформацію та документування порушень МГП.

Додатковий протокол I до Женевських конвенцій забороняє напади на журналістів, які виконують свої професійні обов'язки, за умови, що вони не беруть безпосередньої участі у бойових діях.

У межах МГП виділяють військових кореспондентів (мають статус військовополонених) та незалежних журналістів (розглядаються як цивільні особи).

Попри формальний захист, журналісти в зонах конфлікту зазнають високого рівня ризику та можуть ставати мішенями.

Забезпечення безпеки журналістів ґрунтується на принципах заборони навмисних атак, свавільних арештів, катувань та права на безперешкодне висвітлення подій.

В Україні питання безпеки журналістів регулюється низкою законодавчих актів, зокрема Законом «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів» та Наказом Міністерства оборони України.

Важливим механізмом регулювання є акредитація журналістів у зонах проведення бойових дій.

Попри наявність механізмів, журналісти в Україні стикаються з проблемами фізичного захисту, обмеження свободи слова та складнощами у висвітленні конфліктів.

Існує потреба у значному посиленні міжнародного захисту журналістів та розробці спеціального правового статусу для них у зонах бойових дій. Важливою проблемою залишається безкарність за злочини проти журналістів та необхідність незалежного розслідування таких злочинів.

Інформаційна війна та пропаганда стали потужними інструментами впливу у сучасних збройних конфліктах, особливо у війні рф проти України.

Журналісти в умовах війни стикаються з необхідністю балансування між свободою слова, правом на інформацію та національною безпекою.

Інформаційна війна включає дезінформацію, маніпуляцію фактами, цензуру, пропаганду та психологічний тиск. Дезінформація є свідомим поширенням неправдивих або викривлених фактів. Спотворення фактів передбачає подання частково правдивої інформації у викривленому контексті. А контроль над медіапростором є складовою інформаційної війни, що дозволяє нав'язувати єдиний інформаційний порядок денний.

Ми також визначили, що пропаганда використовується для поширення ідеологічних наративів та виправдання агресії. Пропаганда поширюється через державні ЗМІ, соцмережі, блогерів, ток-шоу та навіть через кіноіндустрію, що підсилює її ефективність.

В умовах воєнного стану доступ журналістів до офіційної інформації значно обмежений. Військові та урядові структури можуть відмовляти в наданні коментарів або обмежувати акредитацію представників ЗМІ, що ускладнює отримання об'єктивних даних [16]. Обмеження доступу до інформації стосується як місцевих, так і іноземних журналістів.

Цензура під час війни є виправданою з точки зору національної безпеки, однак її масштаби та методи залишаються предметом суспільних дискусій. 62% журналістів розглядають формат єдиного телемарафону як форму цензури [16].

Робота журналістів під час війни пов'язана з високими ризиками для життя та здоров'я. Станом на грудень 2024 року, від початку російського вторгнення загинуло понад 50 журналістів, багато з них під час виконання професійних обов'язків у зонах бойових дій.

Журналісти стикаються не лише з фізичними загрозами, а й з психологічним тиском та суспільним осудом. 22% опитаних журналістів заявили, що отримували погрози через власну діяльність, зокрема за критичні матеріали щодо української влади чи військових.

Війна накладає серйозні обмеження на тематику журналістських матеріалів, особливо щодо чутливих питань. Згідно з опитуванням, 44% журналістів вважають, що в Україні існують теми, які неможливо публічно обговорювати через суспільний резонанс або ризик переслідувань. Тому етика висвітлення військових злочинів і людських трагедій є ключовим аспектом роботи журналістів під час війни.

Оперативність у висвітленні подій часто ускладнює перевірку фактів, але журналістика має залишатися етичною, дотримуючись стандартів точності, об'єктивності та поваги до прав людини. А висвітлення військових злочинів повинно базуватися виключно на перевірених даних з надійних джерел.

Дотримання принципу «не нашкодь» є фундаментальним правилом етичної журналістики при висвітленні трагедій. Не менш важливим є дотримання міжнародного гуманітарного права є обов'язковим для журналістів, які працюють у зонах конфлікту. Потрібне відповідальне використання фото- та відеоматеріалів, з попередженням про шокуючий зміст та вказівкою першоджерела.

Аналіз журналістських стандартів під час російсько-української війни показує випадки недотримання етичних норм як українськими, так і міжнародними медіа. Проблема етики постає і в роботі західних журналістів на окупованих територіях, які підтримують російські наративи.

В українських медіа також існують проблеми з поширенням неперевіраних фактів у прагненні донести масштаби злочинів країни агресора.

Проблема сенсаційності у висвітленні війни стосується як українських, так і західних ЗМІ. Журналісти нерідко використовують драматичні заголовки, перебільшення та емоційно забарвлені формулювання, що може створювати викривлене уявлення про ситуацію.

Ми вважаємо, що дотримання журналістської етики під час висвітлення війни в Україні є необхідною умовою для створення якісного, достовірного та етично виваженого медіаконтенту. Висвітлення війни вимагає від журналістів високого рівня професіоналізму та відповідальності.

References

1. Kulykov A., Kuzmenko L. Posibnyk z zhurnalistskoi etyky. URL: <https://cje.org.ua/library/posibnyk-z-zhurnalistskoi-etyky/> (data zvernennia: 11.03.2025).
2. Pryntsypy zhurnalistskoi etyky ta kontrol za yikh dotrymanniam. URL: <https://detector.media/community/article/2110/2002-03-15-pryntsypy-zhurnalistskoi-etyky-ta-kontrol-za-ikh-dotrymanniam/> (data zvernennia: 11.03.2025).
3. Mostovyi V. Zhurnalistska etyka: posibnyk dlia pidhotovky do derzhavnogo ispytu. URL: https://eprints.oa.edu.ua/id/eprint/3383/1/Shturkhetskyy_150123.pdf (data zvernennia: 11.03.2025).
4. Terebus O. Zhurnalistska etyka: teoriia ta praktyka. Visnyk Lvivskoho universytetu. Serii Zhurnalistyka. 2017. Vypusk 42. S. 185–190. URL: http://www.irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu/cgiirbis_64.exe?c21com=2&i21dbn=ujrn&p21dbn=ujrn&image_file_download=1&image_file_name=pdf/nzizh_2014_56_45.pdf (data zvernennia: 11.03.2025).
5. Shyrchenko Ya. Zhurnalistska etyka yak systema pryntsyviv profesiinoi morali predstavnykiv ZMI. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1595> (data zvernennia: 11.03.2025).
6. Zavoloka A. Moralni normy zhurnalista: profesiina etyka. URL: <https://pressassociation.org.ua/ua/moralni-normi-zhurnalista-profesijna-etika/> (data zvernennia: 11.03.2025).
7. Profesiina etyka zhurnalista. URL: <http://mediaunion.eu/ua/journalism-ethics/> (data zvernennia: 11.03.2025).
8. Susska O. Zhurnalistska etyka pered vyklykamy kryzovykh sytuatsii. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/a31cb79e-f147-4c4f-ae06-ad3147d83684/content> (data zvernennia: 11.03.2025).
9. Manko V. Standarty ta obmezhenia dlia zhurnalista pry vysvitleni viiskovoi tematyky. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/12345/24232/Manko%202024.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (data zvernennia: 11.03.2025).
10. Ulybin V. Etychni aspekty roboty zhurnalista v umovakh voiennoho stanu. URL: <https://intcom.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/download/265/204/> (data zvernennia: 10.03.25).
11. Bohush L. Rol zasobiv masovoi informatsii u vysvitleni zbroinykh konfliktiv u sviti: teoretychnyi pidkhd. Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Ser. Filolohiia. Zhurnalistyka. 2021. Tom 32 (71). № 4. S. 291-295. URL: <http://surl.li/iytjno> (data zvernennia 06.03.2025).
12. Posmitna V. Osoblyvosti suchasnoi antyukrainskoi manipulyativnoi propahandy v tekstakh i zaholovkakh rosiiskykh informatsiinykh povidomlen. Sluzhbovo-boiova diialnist syl sektoru bezpeky derzhavy: suchasnyi stan, problemy ta perspektyvy : materialy IV Vseukr. nauk.-prakt. konf. (31 zhovt. 2022 r.). Vinnytsia : Natsionalna akademiia Natsionalnoi hvardii Ukrainy, 2022. S. 80-81.
13. Bondarenko P. Vyklyky dlia svobody slova ta zhurnalistiv v umovakh viiny: sotsiologichne doslidzhennia. Tsentr prav liudyny ZMINA. Kyiv, 2023. 56 s. URL: https://zmina.ua/wp-content/uploads/sites/2/2023/05/freedomofspeechandjournalistsatwar_socialresearchua_web.pdf (data zvernennia: 15.03.2025).

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.11

*Anastasiia Koval
Tetyana Sydorenko*

ETHICS OF JOURNALISM DURING MILITARY CONFLICTS: COVERING THE WAR IN UKRAINE

The wartime journalism has become not only a tool for informing, but also a powerful factor in shaping public opinion, international response and psychological resilience of the population. After the full-scale invasion of Ukraine by the Russian Federation in 2022, journalists faced new ethical challenges. The information war has turned into a full-fledged front where every word can have consequences, and the journalist has become not only a witness but also a participant in the struggle for truth. In times of war, the issue of balance between the public's right to truthful information and national security requirements is becoming more important. Journalists must adhere to the principles of ethics in covering tragedies, avoid hate speech, disinformation and manipulation, while remaining professionally responsible to society. Despite the norms of international humanitarian law that guarantee journalists protection, in reality they often become targets of physical or psychological violence. Scholarly attention to this topic has increased since 2014, but in 2022-2023, research on journalistic ethics gained new emphasis, including the coverage of war in digital media, the use of social

media as a source of information, and compliance with standards of truthfulness in the face of fast-moving news flows. In this context, journalism not only records facts, but also shapes narratives that can influence international support, humanitarian aid, and social cohesion. Thus, journalistic ethics in times of war is not only a set of professional norms, but also a moral framework that shapes the quality of information, trust in the media and the overall information security of the country.

Key words: *journalistic ethics, war journalism, disinformation, information security, humanitarian law, media during the war.*

Відомості про автора / Information about the Author

Коваль Анастасія, студентка 4 курсу спеціальності «Журналістика», факультету політичних наук, Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. E-mail: bbberrypie123bb@gmail.com.

Koval Anastasiia, 4th-year student, specialty «Journalism», Faculty of Political Sciences, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: bbberrypie123bb@gmail.com

Сидоренко Тетяна, кандидат наук з соціальних комунікацій, доцент, завідувачка кафедри журналістики факультету політичних наук Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна, Україна. E-mail: tatyana_tvs@yahoo.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0950-3467>

Sydorenko Tetyana, PhD in Social Communications, Associate Professor, Head of Department of Journalism, Faculty of Political Science, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: tatyana_tvs@yahoo.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0950-3467>

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.12

*Віолета Кукол,
Тетяна Сидоренко*

РОЛЬ ПОДКАСТІВ У ТРАНСФОРМАЦІЇ СУЧАСНОГО МЕДІАПРОСТОРУ

У статті досліджено феномен подкастів як одного з провідних і найдинамічніших форматів сучасних цифрових медіа. У контексті трансформації глобального медіапростору під впливом цифрових технологій подкасти постають як унікальний інструмент комунікації, що поєднує спадщину традиційного радіо та нові можливості онлайн-середовища. У роботі проаналізовано переваги подкастів перед іншими форматами, їхні ключові функції — інформаційно-аналітичну, освітньо-просвітницьку, розважальну, а також їхню роль у формуванні персоналізованого зв'язку з аудиторією. Значну увагу приділено соціальним аспектам подкастингу, зокрема створенню навколо подкастів активних спільнот слухачів, а також децентралізованому характеру їхнього виробництва. Автори підкреслюють зростаючий вплив подкастів на журналістику, акцентуючи на прикладах з українського та міжнародного контекстів. Аналіз підтверджує, що подкасти вже не є маргінальним явищем, а займають повноцінне місце в сучасному медіаландшафті, сприяючи розвитку нових форматів, розширенню доступу до інформації та демократизації медіавиробництва. Стаття базується на міждисциплінарному підході та спирається як на емпіричні дані, так і на аналіз наукових джерел.

Ключові слова: *подкасти, цифрові медіа, медіатрансформація, журналістика, інформаційне споживання, аудіоконтент, функції медіа, медіаграмотність, онлайн-медіа.*

У XXI столітті розвиток цифрових технологій призвів до глибоких і системних змін у структурі глобального медіапростору. Інтернет, мобільні додатки, соціальні мережі та стримінгові сервіси докорінно трансформували способи створення, розповсюдження та споживання інформації. У цьому контексті подкасти стали однією з найяскравіших і найдинамічніших форм нових медіа, що поєднують у собі як спадщину традиційного радіомовлення, так і інноваційні можливості цифрового середовища.

Подкасти — це аудіоформат, який дозволяє творцям контенту виходити за межі ефірного часу та географічних обмежень, а слухачам — отримувати інформацію в зручний для себе час і у відповідному темпі. Вони охоплюють широкий спектр тем — від новин і аналітики до мистецтва, науки та особистих історій. Подкасти не лише зайняли окрему нішу серед цифрових платформ, а й стали потужним інструментом формування громадської думки, джерелом альтернативного знання та засобом персоналізованої комунікації.

Українські медіадослідники намагаються осягнути ті чи інші процеси, пов'язані з подкастами. Це й дослідження особливостей, якості, типології, жанрів, ринку, тематичного діапазону, різновидів, розміщення на конкретних медіамайданчиках тощо. Вищезазначені складові представлені в розвідках І. Гаврилук та Д. Писанки, Т. Гиріної О. Дмитровського, М. Каратаєвої, П. Мірошниченка, С. Рибак, О. Зборовської та інших. Проте подкастам, що є складовою онлайн-медіа, не приділяється належної уваги, незважаючи на достатньо активне використання їх як одного з провідних медіаформатів [1].

Популярність подкастів зростає щороку. Згідно з прогнозом від серпня 2023 року щодо глобального споживання подкастів, кількість слухачів подкастів у всьому світі неухильно зростає і, за прогнозами, зростатиме ще більше. У 2023 році кількість слухачів подкастів у всьому світі становила понад 500 мільйонів користувачів Інтернету, тоді як, за прогнозами, у 2027 році це число зросте до понад 650 мільйонів [3].

Причини популярності подкастів серед сучасної аудиторії є різноманітними та багатогранними. Насамперед користувачі відзначають зручність і гнучкість цього формату, адже подкасти можна слухати у будь-який зручний час — у форматі on-demand, тобто за запитом. Це дозволяє споживачам контенту самостійно формувати інформаційний розклад відповідно до власного ритму життя, без необхідності підлаштовуватись під графік телерадіоэфірів. Крім того, подкасти не вимагають повної концентрації уваги, що робить їх особливо

привабливими для прослуховування «на фоні» — під час подорожей, занять спортом, виконання хатніх справ чи навіть роботи. У цьому полягає важлива перевага аудіоформату порівняно з відео- чи текстовими матеріалами. За результатами опитувань, значна частина слухачів зазначає, що слухає подкасти передусім із метою розваги, саморозвитку чи навчання, а також щоб просто приємно заповнити вільний час. Таким чином, подкасти задовольняють як потребу в легкому розважальному контенті, так і інтерес до глибших, змістовних тем, що робить їх універсальним інструментом комунікації з аудиторією.

Подкасти виконують кілька важливих і взаємопов'язаних функцій, що дозволяє їм охоплювати широку аудиторію та задовольняти різні інформаційні потреби слухачів. Однією з провідних є інформаційно-аналітична функція, яка реалізується через новинні дайджести, аналітичні програми, інтерв'ю з експертами, тематичні обговорення й журналістські розслідування. Завдяки цьому подкасти стали ефективним інструментом оперативного інформування громадськості та поглибленого аналізу подій. Визначним прикладом такого формату є американський подкаст *Serial* (2014), який у форматі серіалу представив журналістське розслідування справи про вбивство. Проєкт став популярним завдяки своїй глибокій наративній структурі та вивів подкасти на новий рівень сприйняття як серйозного медійного продукту. Освітньо-просвітницька функція подкастів також має значне суспільне значення. Численні науково-популярні, історичні, культурні та мовознавчі подкасти адаптують складну або спеціалізовану інформацію у зрозумілий та доступний для широкого загалу формат. Такі проєкти сприяють підвищенню загального рівня освіченості аудиторії, підтримують інтерес до науки, історії, мистецтва та самоосвіти. Окрему нішу займають подкасти з розважальною функцією. Вони представлені авторськими ток-шоу, гумористичними програмами, літературними читаннями та розмовними форматами з неформальним стилем ведення. Подібні формати приваблюють аудиторію, яка прагне відпочити, відволіктися або просто приємно провести час, не обов'язково занурюючись у складні теми чи аналітику [4].

Комунікація між журналістами та аудиторією у форматі подкастів набуває нової якості — вона стає більш прямою, неформальною і персоналізованою. Подкасти дозволяють ведучим звертатися до слухачів у більш довірливому тоні, що створює ефект «особистої розмови». Часто слухачі сприймають ведучого не як офіційного мовника, а як знайомого чи друга, що сприяє формуванню емоційного зв'язку між творцем контенту та аудиторією. Особливу роль у цьому процесі відіграють соціальні мережі, де подкастери активно взаємодіють зі слухачами — через коментарі, опитування, повідомлення та прямі ефіри. Таке спілкування забезпечує двосторонній зворотний зв'язок, який дозволяє адаптувати теми, стиль подачі, тривалість випусків та інші елементи контенту відповідно до побажань аудиторії. Багато подкастів мають окремі рубрики, створені за участі слухачів, наприклад, відповіді на запитання або обговорення тем, запропонованих у коментарях. Експерти наголошують, що успішні подкаст-проєкти формують навколо себе спільноту — лояльну аудиторію, яка не лише слухає, а й активно підтримує проєкт, ділиться ним з іншими, бере участь у його розвитку. Ця спільнота може проявлятися у вигляді клубів слухачів, патреон-спільнот, закритих чатів або навіть офлайн-зустрічей. Саме спільнота стає джерелом натхнення, ідей і підтримки для творців подкасту, а також фактором, що забезпечує довготривале існування проєкту.

Подкасти відіграють важливу роль у децентралізації сучасного медіапростору, адже їх створення стало доступним для широкого кола учасників — від великих медіакомпаній до окремих ентузіастів. Завдяки демократичному характеру цієї форми комунікації, подкасти можуть продукувати незалежні журналісти, громадські активісти, науковці, освітяни, аматори без спеціальної підготовки, а також невеликі локальні ініціативи. Це суттєво відрізняє подкасти від традиційних медіа, де виробництво контенту часто вимагає складної інфраструктури, високих витрат і централізованого контролю. Спочатку подкастинг був нішевим DIY-рухом — аматори записували випуски вдома, публікували їх на невеликих платформах і розповсюджували серед обмеженого кола слухачів. Проте із ростом популярності, цей формат почав привертати увагу професійних журналістів, медіааналітиків і великих інформаційних гравців.

Багато відомих ЗМІ відкрили власні подкаст-редакції або почали співпрацю з незалежними продюсерами. Так поступово подкасти трансформувалися з альтернативного підпільного формату у масовий і комерційно привабливий сегмент медіаіндустрії. Однією з головних переваг подкастингу є відносно низький поріг входу у виробництво. Для запису подкасту не обов'язково мати професійну студію — достатньо мікрофона, базового програмного забезпечення та доступу до платформи для публікації. У результаті зростаюча роль подкастів у цифровому медіаландшафті сприяє поживленню конкуренції за увагу аудиторії. Подкастингові платформи та незалежні творці дедалі частіше кидають виклик традиційним радіостанціям і медіахолдингам, розмиваючи їхню монополію на аудіоконтент. Це стимулює розвиток нових форматів, експерименти з тематикою, тривалістю,

мовною подачею та стилем подкастів, що в підсумку збагачує загальний медіапростір і робить його більш відкритим та різноманітним.

Традиційні медіа активно адаптуються до подкаст-формату, перетворюючи його на доповнення до основного контенту. Багато великих компаній — від BBC та NPR до українських суспільних і незалежних ЗМІ — створили подкаст-відділи та регулярно випускають аудіопрограми: новини, документалістику, інтерв'ю. Серед відомих українських прикладів – подкасти «Де ми», «Дій!», «Шит ай ноу лайв», «Шалені авторки», «Не мали дівки клопоту», «Головна обсерваторія», «До і після» та інші. Із міжнародних прикладів можна назвати культові проекти на кшталт Serial (США), This American Life (США), BBC Global News Podcast (Великобританія), TED Talks Daily (США) тощо, які демонструють різні аспекти інформаційної, аналітичної, освітньої та розважальної ролі подкастів. Подкасти дають змогу охоплювати нову аудиторію на цифрових платформах і використовувати формат «immersive storytelling» — глибокого занурення у тему. Вони не замінюють традиційні медіа, а доповнюють їх, підвищуючи медіаграмотність і розширюючи межі журналістики [1].

Таким чином, подкасти є важливою складовою трансформації сучасного медіапростору. Вони змінюють не лише формати подачі інформації, а й моделі її споживання — надаючи аудиторії зручність і варіативність тем. Подкасти також стимулюють новий рівень взаємодії з аудиторією, що ґрунтується на персоналізації, відкритому діалозі та спільнотах навколо контенту.

Крім того, вони доповнюють діяльність традиційних медіа, з одного боку — поглиблюючи теми та залучаючи нові сегменти слухачів, а з іншого — сприяючи децентралізації інформаційного поля. Подкастинг відкриває шлях до створення якісного контенту не лише великим редакціям, а й незалежним журналістам, громадським організаціям, аматорам. Усе це робить подкасти одним із найдинамічніших і найперспективніших форматів у сучасних цифрових медіа.

References

1. Havryliuk I., Pysanka D. Audiopodkasty na mediaplatformakh ZVO: spetsyfika, tendentsii rozvytku. Zhurnalistska osvita v Ukraini: svitovi profesiini standarty : materialy simnadsiatoi Vseukr. nauk.-prakt. konf. (Sumy, 20–21 travnia 2021 r.). Sumy: Sumskiy derzhavnyi universytet, 2021. S. 54-57.
2. Iak media formuiut spilnotu navkolo podkastiv: 4 ukrainiski kejsy. MediaMaker. URL: <https://mediamaker.me/yak-media-formuyut-spilnotu-navkolo-podkastiv-4-ukrayinski-kejsy-7507/>
3. Statista. Number of podcast listeners worldwide from 2019 to 2027. URL: <https://www.statista.com/statistics/1291360/podcast-listeners-worldwide/>
4. Pew Research Center. Podcasts as a Source of News and Information. URL: <https://www.pewresearch.org/journalism/2023/04/18/podcasts-as-a-source-of-news-and-information/>

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.12

Violeta Kukol
Tetyana Sydorenko

THE ROLE OF PODCASTS IN THE TRANSFORMATION OF THE MODERN MEDIA SPACE

This article explores the phenomenon of podcasts as one of the leading and most dynamic formats in contemporary digital media. In the context of the global media landscape's transformation under the influence of digital technologies, podcasts emerge as a unique communication tool that blends the legacy of traditional radio with the new possibilities of the online environment. The study analyzes the advantages of podcasts over other formats, their key functions — including informational-analytical, educational-enlightenment, and entertainment — as well as their role in establishing a personalized connection with the audience. Special attention is given to the social dimensions of podcasting, particularly the creation of active listener communities and the decentralized nature of podcast production. The authors emphasize the growing impact of podcasts on journalism, drawing on examples from both Ukrainian and international contexts. The analysis confirms that podcasts are no longer a marginal phenomenon but have secured a full-fledged place in the modern media landscape, contributing to the development of new formats, the expansion of access to information, and the democratization of media production. The article adopts an interdisciplinary approach and is based on both empirical data and scholarly analysis.

Keywords: podcasts, digital media, media transformation, journalism, information consumption, audio content, media functions, media literacy, online media.

Відомості про автора / Information about the Author

Кукол Віолета, студентка 448 групи спеціальності «Журналістика» Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. E-mail: violka.kukol@gmail.com.

Violeta Kukol, a student of Group 448, majoring in Journalism Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: violka.kukol@gmail.com.

Сидоренко Тетяна, кандидат наук з соціальних комунікацій, доцент, завідувачка кафедри журналістики факультету політичних наук Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна, Україна. E-mail: tatyana_tvs@yahoo.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0950-3467>

Sydorenko Tetyana, PhD in Social Communications, Associate Professor, Head of Department of Journalism, Faculty of Political Science, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: tatyana_tvs@yahoo.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0950-3467>

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.13

*Дарія Олефіренко,
Анна Соловійова*

ПРОТИДІЯ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ ТА РОЛЬ НЕЗАЛЕЖНИХ МЕДІА У ФОРМУВАННІ СУСПІЛЬНОЇ ДОВІРИ

Тези представляють теоретико-методологічний аналіз дезінформації як одного з визначальних чинників дестабілізації інформаційного простору в умовах гібридної війни, з особливим акцентом на її вплив у контексті російсько-українського воєнного протистояння. Дезінформація розглядається як цілеспрямований інструмент маніпулятивного впливу на суспільну свідомість, що спричиняє ерозію довіри до державних інституцій, засобів масової інформації та міжнародних організацій. Особливу увагу приділено аналізу механізмів поширення фальсифікованих повідомлень за допомогою бот-мереж, тролінгу, цифрових платформ, а також технологій генеративного штучного інтелекту, які уможливають масове створення й розповсюдження контенту, що імітує правдивість. Наголошується, що інформаційна безпека держави неможлива без належного рівня медіаграмотності населення, критичного мислення та довіри до незалежних джерел інформації.

Ключові слова: дезінформація, боти, тролі, штучний інтелект, незалежні медіа, медіаграмотність, інформаційна безпека.

У сучасному світі інформація стала не просто ресурсом – вона перетворилась на потужну зброю. В умовах гібридних воєн, політичних маніпуляцій та кризи довіри до інституцій, дезінформація поширюється швидше, ніж будь-коли. Саме тому питання її викриття, запобігання та подолання стає ключовим викликом для демократичних суспільств. У цьому контексті особливої ваги набуває роль незалежних медіа, які не лише інформують, а й будують міст довіри між громадянами та правдою.

Дезінформація стала потужним інструментом маніпуляції громадською думкою, особливо в умовах гібридних воєн та політичних криз. Поширення неправдивої інформації не лише підриває довіру до традиційних медіа, а й сприяє хаосу в суспільстві, що ускладнює прийняття обґрунтованих рішень громадянами. Це явище є надзвичайно актуальним для України, яка вже не перший рік стикається з інформаційною агресією з боку Росії. У таких умовах роль незалежних медіа стає критично важливою для протидії дезінформації та відновлення довіри громадськості до правдивих джерел інформації.

Особливо варто зазначити, що в контексті російсько-української війни дезінформація є одним із ключових інструментів інформаційної війни. Російська пропаганда активно використовує соціальні мережі та цифрові платформи для маніпулювання громадською думкою, спотворення фактів і створення ворожих наративів. Метою такого поширення дезінформації є не лише підриєв довіри до офіційних джерел, а й дестабілізація ситуації в Україні, створення внутрішнього розколу в суспільстві та дискредитація державних органів влади. Основними каналами поширення дезінформації в умовах війни є соціальні мережі, інтернет-форуми, месенджери, а також традиційні засоби масової інформації. Серед найбільш популярних технологій маніпулювання інформацією варто відзначити використання ботів, тролів, фейкових новин, гібридних атак на медіапростір та спеціалізованих платформ для розповсюдження дезінформації. Важливим аспектом є також роль алгоритмів, які допомагають збільшити охоплення фальшивих новин і наративів, створюючи видимість їх популярності і правдивості.

За визначенням професора Говарда Пола з Вісконсинського університету в Медісоні, боти – це автоматизовані програми, що діють у цифровому середовищі задля поширення контенту й взаємодії з користувачами. У контексті російсько-української війни вони використовуються для масового розповсюдження пропаганди й створення уявлення про широку підтримку або незадоволення. Бот-мережі особливо активізуються під час кризових моментів або важливих подій, коли потрібно просувати певний наратив. Зокрема, боти поширюють фейки або коментують пости, підтримуючи антиукраїнські меседжі, що підсилює ефективність дезінформації серед вразливих груп населення. На відміну від ботів, тролі — це реальні люди, які навмисно провокують суперечки та поширюють неправду. Їхні дії часто координуються з ботами: вони маніпулюють обговореннями в соціальних

мережах, збурюють конфлікти або змінюють напрям дискусії. Тролі дискредитують чужі думки, провокують емоційні реакції й активно залучають інших користувачів до поширення фейків, що збільшує охоплення таких повідомлень. Це створює інформаційний хаос, який призводить до дестабілізації суспільства та дескредитації українських державних уснів, а в окремих випадках – до паніки серед населення [2].

Основними каналами розповсюдження дезінформації під час війни є і соціальні мережі, інтернет-форуми, месенджери та традиційні ЗМІ. Особливу небезпеку становить те, що дезінформація часто маскується під правдиву, імітуючи журналістські стандарти – використовуючи «сенсаційні» заголовки, маніпулятивні візуальні матеріали або цитати з контексту.

Фейкові новини є одним із найефективніших інструментів дезінформації. У період російсько-української війни пропагандистські ресурси створюють значні обсяги неправдивої інформації, яка поширюється через соціальні мережі та медіаплатформи. Це можуть бути вигадані історії про бойові дії, неправдиві свідчення, перебільшення чи викривлення фактів.

Наприклад, російська пропаганда поширювала вигадані новини про «неіснуючі перемоги» чи фейкові атаки, щоб деморалізувати українське суспільство чи викликати паніку. Фейкові новини часто оформлюються як правдиві журналістські матеріали, щоб створити враження легітимності.

Гібридна війна охоплює не лише військові, а й інформаційні атаки. Російські служби активно займаються дискредитацією українських і західних медіа, зломом сайтів, поширенням дезінформації через підконтрольні ЗМІ чи створенням фейкових акаунтів журналістів. Такі операції включають злам акаунтів у соцмережах відомих осіб і поширення від їхнього імені неправдивих повідомлень. Ці дії підривають довіру до офіційних джерел і сприяють поширенню пропаганди [2].

У контексті розвитку цифрових технологій штучний інтелект (ШІ) також набуває дедалі більшого значення як інструмент створення та поширення дезінформаційних матеріалів, що становить суттєву загрозу інформаційній безпеці держав і суспільств. Зокрема, генеративні моделі ШІ активно використовуються для продукування правдоподібного, однак фальсифікованого контенту – зображень, відео та текстів, – що ускладнює їхнє розпізнавання користувачами [4].

Показовим прикладом є кампанія *Doppelganger*, у межах якої створюються імітаційні версії сайтів авторитетних європейських ЗМІ, зокрема *Le Monde* та *The Guardian*. Такі ресурси, маскуючись під достовірні джерела, поширюють дезінформаційні наративи, орієнтовані на конкретні цільові аудиторії в межах різних країн [1].

Однією з найбільш небезпечних форм дезінформації, створеної за допомогою ШІ, є діпфейки – відеозаписи, у яких політичні чи громадські діячі нібито озвучують тези, яких вони фактично не висловлювали. У березні 2022 року було зафіксовано випадок поширення підробленого звернення Президента України Володимира Зеленського щодо капітуляції, який, незважаючи на низьку якість, став ілюстрацією потенційної загрози подібного контенту для громадського порядку та довіри до офіційної інформації.

Крім того, технології ШІ впроваджуються для автоматизації діяльності ботоферм. Відповідні алгоритми здатні автономно генерувати пости й коментарі в соціальних мережах, моделюючи штучну активність та створюючи ілюзію масової підтримки чи опору окремим подіям або ідеям. Це значно ускладнює виявлення координованих інформаційних атак і відповідну реакцію на них.

З огляду на зростаючу загрозу, пов'язану з використанням штучного інтелекту у сфері дезінформації, актуальним постає завдання розроблення ефективних інструментів протидії. До них належать як технічні рішення для виявлення фейкових матеріалів, так і освітні заходи, зокрема підвищення рівня медіаграмотності серед населення, що сприятиме критичному сприйняттю інформації та зниженню вразливості до маніпуляцій [4].

Для ефективного протистояння дезінформації необхідно формувати культуру критичного мислення серед населення. Здатність аналізувати інформацію, перевіряти факти та розпізнавати маніпуляції підвищує рівень медіаграмотності й зменшує вплив фейкових новин.

Членкиня правління Суспільного Марія Фрей зазначає, що дезінформація активно використовується Росією як інструмент дестабілізації та підризу довіри до офіційних джерел. За її словами, йдеться про систематичну кампанію поширення фейків, спрямовану як на українське суспільство, так і на міжнародні гуманітарні організації. У своїй публічній промові Фрей наголосила на ризиках, які несе дезінформація: посилення конфліктів, зрив гуманітарних зусиль і загроза безпеці [3].

Ключовим чинником протидії, на її думку, є освітні ініціативи, які мають реалізовуватись як на рівні держави, так і громадянського суспільства. Вона також підкреслює важливість проактивної комунікації, співпраці з медіа, технологічними компаніями та залучення спільнот до формування безпечного інформаційного простору.

Таким чином, боротьба з дезінформацією – це комплексна діяльність, що включає розвиток медіаграмотності, технологічну взаємодію та міжінституційну співпрацю, яка, за словами Фрей, є суспільним обов'язком [3]. Разом

із розвитком технологій актуальним залишається питання впливу соціальних мереж як на розповсюдження, так і на протидію дезінформації.

Соціальні мережі відіграють неоднозначну роль у сучасному інформаційному просторі. З одного боку, вони сприяють поширенню дезінформації, з іншого — мають потенціал слугувати ефективним інструментом для формування громадської думки та активізації суспільства. Використання цих платформ для поширення перевірених фактів і спростування неправдивих повідомлень може істотно підвищити рівень інформованості громадян і сприяти зростанню довіри до офіційних джерел.

У сучасному інформаційному середовищі протидія дезінформації виступає не лише елементом забезпечення інформаційної безпеки, а й фундаментом для збереження демократичного ладу, довіри до інституцій та формування відповідального громадянського суспільства. З огляду на стрімкий розвиток цифрових технологій, глобалізацію інформаційних потоків та зростання впливу соціальних мереж, масштаби дезінформації набувають безпрецедентного характеру. Це зумовлює потребу у комплексному, системному підході до її подолання, який охоплює технічні, правові, освітні та етичні компоненти.

У цьому контексті провідну роль відіграють незалежні медіа, які виконують функції не лише трансляції достовірної інформації, а й аналітичного реагування на маніпулятивні наративи, сприяючи підвищенню прозорості та підзвітності у публічному дискурсі. Їхня діяльність тісно пов'язана з розвитком критичного мислення в суспільстві, підтримкою журналістських стандартів і просуванням медіаграмотності як базової компетентності сучасного громадянина.

Особливу увагу слід приділити ролі соціальних мереж, які, незважаючи на високий ризик використання для поширення дезінформації, мають значний потенціал у контрдії завдяки швидкості поширення достовірної інформації, можливості прямих комунікацій із аудиторією та інструментам фактчекінгу. Створення спеціалізованих платформ для перевірки фактів, активізація цифрової просвіти, співпраця з інфлюенсерами та громадськими організаціями може суттєво посилити ефективність цих інструментів.

Водночас, окрім технологічних рішень, необхідно реалізовувати глибокі освітні реформи, спрямовані на формування навичок інформаційної гігієни ще з початкової школи. Освіта повинна навчати дітей і молодь розпізнавати маніпуляції, аналізувати джерела інформації, перевіряти факти та свідомо взаємодіяти з медіапростором. Такий підхід дозволяє не лише знижувати вразливість суспільства до дезінформаційних атак, а й сприяє формуванню активної громадянської позиції.

Успішна боротьба з дезінформацією також вимагає ефективної міжнародної взаємодії, спрямованої на координацію зусиль між державами, технологічними компаніями, академічними інституціями та громадянським суспільством. Запровадження глобальних стандартів прозорості, механізмів аудиту цифрових платформ, обміну найкращими практиками і колективного реагування на інформаційні атаки створює можливості для формування спільного фронту протидії інформаційним загрозам.

Крім того, важливо підвищити відповідальність самих цифрових платформ за вміст, який вони поширюють. Прозорість алгоритмів, відкритий доступ до систем модерації та залучення незалежних експертів до оцінки інформаційного трафіку мають стати обов'язковими елементами сучасної інформаційної політики. Такі кроки дозволять створити більш чесне й безпечне середовище для комунікації в інтернеті.

Протидія дезінформації – це не лише справа журналістів або експертів, це відповідальність усього суспільства. Проте саме незалежні медіа є фундаментом, на якому вибудовується прозорий, вільний інформаційний простір. Їхня здатність залишатись об'єктивними, перевіряти факти й служити суспільному інтересу – ключ до формування критичного мислення й зміцнення довіри. Саме через підтримку якісної журналістики ми можемо захистити не лише інформаційне поле, а й саму демократію.

Отже, ефективна протидія дезінформації можлива лише за умов об'єднання зусиль усіх зацікавлених сторін, синхронізації дій на національному й міжнародному рівнях та впровадження системних змін у сфері освіти, медіаполітики та цифрової етики. Лише таким чином можливо забезпечити стійкість інформаційного простору, захистити демократичні інститути та сприяти розвитку довірливих суспільних відносин у добу цифрової трансформації.

References

1. Baranovska P., Koldomasov A., Pivtorak A. Yak vlashtovana protydiia dezinformatsii na zakhodi ta pivnochi Yevropy, a takozh na Brytanskykh ostrovakh // Detektor media. Retrieved from: <https://ms.detektor.media/propaganda-ta-vplyvi/post/36288/2024-09-28-yak-vlashtovana-protydiya-dezinformatsii-na-zakhodi-ta-pivnochi-ievropy-a-takozh-na-brytanskykh-ostrovakh/> (data zvernennia: 25.04.2025).
2. Filipenko L. V. Rol sotsialnykh merezh u formuvanni suspilnoi dumky pid chas rosiisko-ukrainskoi viiny // Sotsiopolis: Zhurnal sotsialnykh ta politychnykh nauk. – 2024. – № 1. – S. 45–54.

3. Formuvaty kulturu krytychnoho myslennia — Mariia Frei pro protydiu dezinformatsii // Suspilne. Retrieved from: <https://corp.suspilne.media/novyny/45023-formuvaty-kulturu-krytychnogo-myslennya-mariya-frej-pro-protydiu-dezinformaciyi> (data zvernennia: 25.04.2025).
4. Shtuchnyi intelekt i dezinformatsiia: mozhlyvosti ta ryzyky v umovakh viiny // Ukrinform. Retrieved from: <https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/3691961-stuchnij-intelekt-i-dezinformacia-mozlivosti-ta-riziki-v-umovah-vijni.html> (data zvernennia: 25.04.2025).

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.13

*Daria Olefirenko
Anna Soloviova*

COUNTERING DISINFORMATION AND THE ROLE OF INDEPENDENT MEDIA IN BUILDING PUBLIC TRUST

The theses present a theoretical and methodological analysis of disinformation as one of the key factors destabilizing the information environment in the context of hybrid warfare, with a particular focus on its impact during the Russian-Ukrainian military confrontation. Disinformation is considered a deliberate instrument of manipulative influence on public consciousness, which leads to the erosion of trust in state institutions, mass media, and international organizations. Special attention is paid to the mechanisms of spreading false messages through bot networks, coordinated trolling, digital platforms, as well as generative artificial intelligence technologies that enable the mass creation and dissemination of content that mimics credibility. It is emphasized that the information security of the state is unattainable without an adequate level of media literacy, critical thinking, and trust in independent sources of information.

Key words: *disinformation, bots, trolls, artificial intelligence, independent media, media literacy, information security.*

Відомості про автора / Information about the Author

Дарія Олефіренко, студентка 448 групи спеціальності «Журналістика», Чорноморський національний університет імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. E-mail: olefirenkodaria5@gmail.com.

Daria Olefirenko, student of group 448, specialty “Journalism”, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: olefirenkodaria5@gmail.com.

Соловійова Анна, к. політ. наук, доцент кафедри журналістики факультету політичних наук Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. E-mail: soloan2003@gmail.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0524-287X>

Soloviova Anna, PhD in Political Science, Associate Professor of Department of Journalism, Faculty of Political Science, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: soloan2003@gmail.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0524-287X>

© Д. Олефіренко, А. Соловійова

Стаття отримана редакцією 19.05.2025.

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.14

*Олеся Погребнюк,
Тетяна Сидоренко*

РОЛЬ ФОТОГРАФІЇ У ВИСВІТЛЕННІ СУСПІЛЬНО ВАЖЛИВИХ ПОДІЙ

У тезах розглянуто функціональну роль фотографії у сучасному журналістському дискурсі, зокрема в контексті висвітлення суспільно важливих і травматичних подій. Наголошується, що візуальний контент, зокрема фотографія, здатен не лише ілюструвати новину, а й функціонувати як самостійне комунікативне повідомлення, що формує ставлення аудиторії, викликає емпатію та може ініціювати суспільні дії. У сучасних умовах візуалізація набуває вирішального значення у сприйнятті інформації, а тому фоторепортаж виконує не лише естетичну, а й пізнавальну, документальну та етико-моральну функції.

Проблематику ролі фотографії у медіа активно досліджують як зарубіжні, так і українські науковці. Зокрема, Сюзен Зонтар (Susan Sontag) у працях *On Photography* та *Regarding the Pain of Others* аналізує вплив візуалізації страждання на емоційне сприйняття й етичні судження аудиторії. Ролан Барт (Roland Barthes) у «Камері-люциді» осмислює фотографію як феномен пам'яті, що репрезентує травматичний досвід. Джон Берджер (John Berger) підкреслює її здатність формувати ідеологічні наративи. Дослідження Девіда Кемпбелла та Аллана Секули висвітлюють соціальну відповідальність фоторепортажу в умовах гуманітарних криз. В українському науковому дискурсі важливий внесок зробили Лариса Івшина, Наталія Ліщинська, Світлана Мельник, Олександр Чекмишев, які аналізують еволюцію візуального контенту в медіа та його вплив на суспільну свідомість.

Таким чином, фотографія в сучасній журналістиці постає як важливий інструмент не лише інформування, а й впливу, осмислення і трансформації суспільної дійсності, особливо у висвітленні подій, що мають глибокий соціальний, емоційний та історичний резонанс.

Ключові слова: фотографія, фоторепортаж, журналістика, суспільно важливі події, емоційний вплив, візуальна комунікація, гуманітарна тема, етика.

Фотографія є потужним інструментом у журналістиці, особливо при висвітленні суспільно важливих подій. Вона не лише доповнює текст, а й самостійно передає емоції та інформацію, впливаючи на сприйняття аудиторії.

1. Фотографія як джерело інформації та емоційного впливу

Фотографія має здатність не лише інформувати, але й викликати сильні емоції. Вона може передати атмосферу події, викликати співпереживання та стимулювати громадську дискусію. Зображення можуть стати самостійним джерелом інформації, яке не потребує додаткових пояснень. Фотографії можуть показати ситуації та проблеми, які раніше були невідомі або віддалені, приводячи до глибшого розуміння подій[3].

Цей емоційний резонанс часто є рушієм суспільних змін, адже фотографія здатна активізувати як особисту, так і колективну відповідальність. Саме завдяки таким кадрам формуються уявлення про справедливість, гуманізм і солідарність.

2. Фотожурналістика та її вплив на громадську думку

Фотожурналістика відіграє важливу роль у формуванні громадської думки. Фотографії можуть привертати увагу до соціальних проблем, таких як бідність, насильство, нерівність та інші. Вони можуть впливати на громадську думку та мотивувати людей діяти для розв'язання цих проблем. Фотографії можуть створювати громадський тиск на уряди, компанії та інші організації для здійснення змін. Вони можуть розкривати корупцію, зловживання та незаконні дії[1].

Особливо це важливо в демократичних суспільствах, де медіа мають вплив на політичний порядок денний. Один вдалий знімок може стати поштовхом до журналістських розслідувань, політичних заяв або громадських кампаній.

3. Етичні аспекти використання фотографій

З розвитком цифрових технологій виникають нові виклики щодо етичного використання фотографій. Маніпуляції зображеннями можуть спотворювати реальність, тому журналісти повинні дотримуватися високих стандартів достовірності та об'єктивності. Фотожурналісти стикаються з рядом викликів під час своєї роботи, включаючи небезпеку та етичні питання. Вони повинні вирішувати, чи показувати фотографії, які можуть бути образливими або шокуючими[1].

Водночас етичність — це не лише про межі дозволеного, а й про здатність журналіста працювати з емпатією. Повага до гідності зображуваних осіб є фундаментом професійної фотожурналістики.

4. Роль фотографії в епоху соціальних мереж

Сьогодні фотографії поширюються миттєво через соціальні мережі, що збільшує їх вплив на суспільство. Кожен користувач може стати свідком події та поділитися зображенням, що робить фотографію ще більш потужним інструментом у висвітленні суспільно важливих подій. Соціальні мережі стали платформою для розповсюдження новин, привертаючи увагу глобальної аудиторії. Це викликає зміни в техніці фотожурналістики, зокрема, зростання важливості вражаючих кадрів, спроможних здолати конкуренцію в безперервному потоці інформації[2].

Ця доступність і швидкість поширення підвищують відповідальність не лише професійних журналістів, а й громадян, адже кожен з нас може стати частиною великої інформаційної хвилі.

5. Фотографія як інструмент соціального активізму

Фотографія може бути потужним інструментом соціального активізму, здатним змінювати світогляд, об'єднувати громадськість та спонукати до змін у суспільстві. Вона може сприяти зміні світогляду, викликати обурення, співчуття та бажання діяти. Фотографії можуть стати платформою для обговорення та мобілізації громадськості, створюючи масштабні громадські рухи та кампанії для зміни ставлення до проблеми або залучення уваги до неї[3].

У цьому сенсі фото виступає не лише медіа-продуктом, а й свідченням, артефактом епохи, що зберігає пам'ять про події та стає культурним документом, який формує спільну історію.

Фотографія, як один із ключових засобів візуальної комунікації, виконує цілу низку функцій: вона інформує, емоційно впливає, формує громадську думку, мобілізує до дії, фіксує історію та кидає виклик несправедливості. Її сила полягає не тільки у здатності показати, але й у впливі на те, як ми розуміємо побачене. Саме тому важливо зберігати баланс між художнім баченням і журналістською етикою, між швидкістю публікації та ретельністю відбору. У часи візуального перенасичення важливо не втратити людяність і відповідальність — дві якості, які й роблять фотографію по-справжньому суспільно важливою.

Фотографія як медіум відіграє ключову роль у журналістській діяльності, особливо коли йдеться про висвітлення важливих для суспільства подій, кризових ситуацій та травматичного досвіду. Вона виходить за межі простого фіксування реальності, перетворюючись на ефективний інструмент формування поглядів у суспільстві, конструювання історичної пам'яті та впливу на емоції глядачів. В сучасному інформаційному середовищі, де домінують тексти та візуальні елементи, саме фото здатне моментально привернути увагу, викликати співчуття та спонукати до певних дій.

Зокрема, сучасне візуальне середовище спонукає глядача до миттєвої реакції — і це додає фотографії функцію тригера: вона активує особисті та соціальні емоції, з якими люди ототожнюють себе або, навпаки, конфліктують, що посилює суспільний резонанс.

Функція інформування є однією з основних для фотографії, вона представляє подію, часто в режимі реального часу, фіксує факти, що особливо важливо під час соціальних катастроф, воєнних дій, протестів чи природних лих. Паралельно фотографія реалізує символічну та емоційну функції, оскільки завдяки композиванню, кольорам, виразам облич, атмосфері сцени вона не просто показує, а й інтерпретує або оцінює подію. Візуальний матеріал часто справляє сильніше враження, ніж текстовий опис.

У цьому сенсі фотографія має здатність створювати візуальні наративи — історії, що не потребують слів, але мають високу когнітивну насиченість. Саме такі образи часто стають знаковими для поколінь.

Візуальні образи здатні долати мовні перешкоди, розкриваючи історії з більшою переконливістю, ніж вербальний опис. Погляд голодної дитини, розвалені споруди, низки біженців — ці кадри породжують суспільний відгук та спонукають до дій. Разом з тим, ця потужність тягне за собою і відповідальність, де пролягає межа між правдивим відображенням та спекуляцією. Часто перед журналістами стоїть дилема, як донести правду, не перетворюючи чужий біль на дешеvu сенсацію. Ретельний вибір композиції та супровідного тексту визначає, чи стане світлина закликком про порятуюнок, чи черговим інформаційним спалахом[4].

Питання про допустимість зображення людських страждань є частиною ширшої етичної дискусії: де пролягає межа між необхідністю зафіксувати реальність і ризиком перетворити зображене на об'єкт бездушного

споглядання? Відповідь на це запитання значною мірою залежить від контексту знімка, авторського задуму та реакції суспільства, що робить цю сферу надзвичайно складною, динамічною і вразливою до змін.

Наприклад, у світовій медіа деякі фотографії мали колосальний вплив на перебіг історії, знімок загиблої дівчинки після хімічної атаки у В'єтнамі або хлопчика, що знайшов смерть у Середземному морі, перевернули громадську думку. Сучасні фотожурналісти вдаються до соцмереж, не тільки щоб документувати події, а й аби заохочувати людей до активних дій.

Сила цих знімків полягає у створенні «морального моменту» — ситуації, коли суспільство не може залишитися байдужим. Такі фотографії стають маркерами колективної пам'яті, які відтворюються у публічних дебатах, виставках, книгах.

Розмірковуючи над цією темою, часто постає питання, чи не звикли ми до страждених образів, що переповнюють медіапростір, та чи не стали байдужими до перебігу подій. Неодноразово підтвержене твердження, що документальна фотографія – це не про шок та епатаж, а про силу оповіді, яка має бути почутою. Якщо один кадр може змінити світогляд чи спонукати до допомоги, значить, він досяг своєї мети.

У цьому контексті надзвичайно важливою стає візуальна грамотність аудиторії — здатність розрізнити сенсацію і свідчення, читати візуальні коди та не піддаватися маніпуляціям. Завдання журналіста — не лише знімати, а й пояснювати зображене, не допускаючи викривлення фактів.

У випадках, коли висвітлюються травматичні або соціально напружені теми, фотографія також виконує етичну роль. З одного боку, її завданням є передача правди, навіть якщо це гірка правда. З іншого боку, це необхідно робити коректно, не принижуючи людського горя, не перетворюючи страждання на сенсацію. Відтак, фотожурналісти мають знаходити баланс між об'єктивністю та емпатією, між репортажем і повагою до особистого простору, фотографія нерідко слугує поштовхом для громадського відгуку.

Етика зображення — це не лише норми професійної поведінки, а й прояв внутрішньої позиції журналіста. Саме завдяки цьому фотожурналістика зберігає довіру й авторитет у суспільстві.

Знамениті фотографії, що облетіли планету, як-от знімок голодної дитини з Африки, вмираючого вояка або ж руйнувань після терористичного акту, переписували історію, чинили вплив на політичні рішення та провокували хвилі протестів. У ситуації воєнного конфлікту в Україні зорові образи відіграють неймовірно важливу роль у фіксації воєнних злочинів, зникнень людей, знищення цивільної інфраструктури, допомагаючи зберігати свідчення, здобувати міжнародну підтримку та увіковічнювати пам'ять про полеглих.

Українська візуальна журналістика після 2014 року й особливо з 2022-го формує нову традицію фіксації історії в реальному часі, що матиме архівну та документальну цінність для наступних поколінь.

Особливої уваги фотографія набуває у цифрову добу, коли візуальний контент стрімко розповсюджується через соціальні мережі, інтернет-ЗМІ, інформаційні портали. У такому контексті вона перетворюється на інструмент не лише журналістського висвітлення, а й візуального активізму, як привернення уваги до проблем через зорові кампанії, флешмоби, онлайн-виставки.

Завдяки цьому фотографія розширює свою аудиторію — від журналістської спільноти до громадських ініціатив, митців, волонтерів. Вона більше не є лише журналістським жанром, а перетворюється на публічну мову зорових інтервенцій, які борються за справедливість у цифровому просторі.

Таким чином, фотографія в сучасній журналістиці постає не лише як допоміжний засіб передачі інформації, а як повноцінний комунікативний інструмент, що здатен змінювати хід подій, впливати на суспільні настрої, формувати історичну пам'ять і стимулювати соціальні трансформації. Її багатофункціональність проявляється у поєднанні репрезентативної, емоційної, етичної та документальної функцій.

У ситуації збройного конфлікту, гуманітарної кризи чи соціального зламу фотографія стає свідченням, доказом, візуальним пам'ятником і моральним закликком водночас. Саме тому вона потребує уважного, відповідального використання як з боку журналістів, так і аудиторії.

У цифрову добу, коли візуальні образи поширюються миттєво, важливо не втрачати здатність до критичного сприйняття: розуміти контекст створення зображення, авторську позицію, а також межі між інформуванням і маніпуляцією.

Зрештою, сила фотографії полягає не тільки у її здатності відобразити світ, а й у потенціалі змінювати його — через виклик емоцій, пробудження емпатії, мобілізацію дії. Тому розгляд фотографії як медіуму висвітлення суспільно важливих подій виходить за межі технічного чи жанрового аспекту: це дослідження соціального впливу, етичної відповідальності та ролі візуального свідчення в історії сучасності.

References

1. Fotozhurnalistyka – dovidka. Reporter.zp.ua. URL: <https://reporter.zp.ua/fotozhurnalistika-dovidka-l-uk.html>

2. Fotozhurnalistyka ta sotsialni merezhi: yak zminylosia poshyrennia ta spryiniattia zobrazhen u tsyfrovi epokhu. Times ZT. URL: <https://times.zt.ua/fotozhurnalistyka-ta-sotsialni-merezhi-ia-k-zminylosia-poshyrennia-ta-spryiniattia-zobrazhen-u-tsyfrovi-epokhu/>
3. Fotohrafiia yak instrument sotsialnoho aktyvizmu: Rushiina syla zmin. Fotopark. URL: <https://fotopark.ua/photo-social-activism/>
4. Bushkovska N. Yaka nebezpeka u kartynkakh vid shtuchnoho intelektu pro nibyto trahediiu u Dnipri. Bez Brekhni. URL: <https://without-lie.info/factcheck/yaka-nebezpeka-u-kartynkakh-vid-shtuchnoho-intelektu-pro-nibyto-trahediiu-u-dnipri/>

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.14

*Olesya Pohrebnuik
Tetyana Sydorenko*

THE ROLE OF PHOTOGRAPHY IN COVERING SOCIALLY SIGNIFICANT EVENTS

This paper explores the functional role of photography in contemporary journalistic discourse, particularly in the context of covering socially significant and traumatic events. It emphasizes that visual content, especially photography, can serve not only as an illustration of a news story but also as an independent communicative message that shapes audience perception, evokes empathy, and may prompt civic engagement. In today's media environment, visual representation plays a decisive role in how information is perceived, making photojournalism not only an aesthetic tool but also one of cognitive, documentary, and ethical significance.

*The role of photography in media has been extensively examined by both international and Ukrainian scholars. Notably, Susan Sontag, in her works *On Photography* and *Regarding the Pain of Others*, analyzes the emotional and ethical implications of visualizing suffering. Roland Barthes, in *Camera Lucida*, conceptualizes photography as a medium of memory that represents traumatic experience. John Berger highlights its capacity to construct ideological narratives. The research of David Campbell and Allan Sekula reveals the social responsibility of photojournalism in the context of humanitarian crises. Within the Ukrainian academic discourse, important contributions have been made by Larysa Ivshyna, Nataliia Lishchynska, Svitlana Melnyk, and Oleksandr Chekmyshev, who investigate the evolution of visual content in the media and its impact on public consciousness.*

Thus, photography in modern journalism emerges as a powerful tool not only for informing the public but also for shaping, interpreting, and transforming social reality — especially when covering events that carry deep social, emotional, and historical resonance.

Keywords: *photography, photojournalism, journalism, socially important events, emotional impact, visual communication, humanitarian issues, ethics.*

Відомості про авторів / Information about the Authors

Олеся Погребнюк, студентка 448 групи Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. E-mail: olesya3105pohrebnuik@gmail.com .

Olesya Pohrebnuik, student of group 448 of Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: olesya3105pohrebnuik@gmail.com .

Сидоренко Тетяна, кандидат наук з соціальних комунікацій, доцент, завідувачка кафедри журналістики факультету політичних наук Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна, Україна. E-mail: tatyana_tvs@yahoo.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0950-3467>

Sydorenko Tetyana, PhD in Social Communications, Associate Professor, Head of Department of Journalism, Faculty of Political Science, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: tatyana_tvs@yahoo.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0950-3467>

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.15

Тетяна Сидоренко

ЖУРНАЛІСТСЬКА ОСВІТА В УКРАЇНІ: ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ

У тезах досліджені аспекти журналістської освіти в Україні. Визначені трансформаційні процеси в журналістській освіті. Висвітлені думки вітчизняних дослідників щодо ключових питань журналістської освіти, а саме: майбутнє журналістики і журналістської освіти; трансформація журналістської освіти; інтеграція цифрових технологій у журналістську освіту; тенденції розвитку журналістської освіти; проблеми збереження викладацького складу в журналістській освіті, практична підготовка журналістів; безпекові компетентності випускників спеціальності «Журналістика» у фокусі викликів російсько-української війни тощо.

Подані три підходи (моделі) журналістської освіти за висновком професора Лондонського університету Лоуренса Солкіна, які є важливими для дослідження питань журналістської освіти в Україні.

Охарактеризовані основні способи подолання кризи журналістики за поглядами Б. Потятиника: 1) додаткове оподаткування техногігантів, на кшталт Google чи Facebook, яких здебільшого й вважають першопричиною кризи; 2) державне субсидування; 3) розвиток незалежних медіа в університетах, які традиційно вважаються «територією свободи»; модель сучасного журналіста за дослідженням В. Різуна.

Сформульовані основні виклики журналістської освіти в Україні та перспективи вдосконалення журналістської освіти.

Ключові слова: журналістська освіта, збудувачі вищої освіти, освітні програми, вибіркові освітні компоненти, трансформація журналістської освіти.

Журналістська освіта є фундаментальною складовою формування професійної журналістської спільноти. У сучасному інформаційному суспільстві вимоги до журналістів постійно змінюються, а традиційна модель підготовки все більше потребує трансформації. В Україні ці зміни відбуваються на тлі політичної та економічної нестабільності, що створює додаткові труднощі для системи журналістської освіти.

Журналістська освіта в Україні бере початок із радянських часів, коли вона здебільшого базувалася на класичній моделі університетського навчання. У 1990-х роках відбулася реформа, яка спрямовувалася на демократизацію змісту освіти. Поступово почали впроваджуватися західні підходи, орієнтовані на практичні навички.

Сьогодні в Україні журналістську освіту надають десятки університетів. Проте більшість освітніх програм все ще орієнтовані на класичні медіа, що не завжди відповідає потребам сучасного ринку.

Питанням журналістської освіти присвячені праці таких вітчизняних дослідників: І. Деркач [1], Л. Вардеванян [2], В. Іванов [3], О. Кондратюк [5], І. Крупський [6], В. Куліш [7], Т. Мельник [8], Б. Потятиник [10], В. Різун [12; 13], М. Томахіна [14], І. Фінберг [15] та ін.

Дослідниками висвітлюються різні питання, серед яких: європейські стандарти журналістської освіти; майбутнє журналістики і журналістської освіти; трансформація журналістської освіти; інтеграція цифрових технологій у журналістську освіту; тенденції розвитку журналістської освіти; проблеми збереження викладацького складу в журналістській освіті, практична підготовка журналістів; безпекові компетентності випускників спеціальності «Журналістика» у фокусі викликів російсько-української війни тощо.

Відзначимо, що інтелектуальна складова реформування журналістської освіти сформувалася за рахунок кооперації 10 українських вишів у Проєкті Erasmus+ KA2 DESTIN. Університети модерували різні напрямки роботи (work packages): сталий розвиток, курси медіаграмотності, пропозиції до національних рекомендацій, оновлення освітніх програм та навчальних планів, підтримка вебсайту тощо.

Вагомим складником ефективності формування професійної компетентності майбутніх журналістів є залучення до викладацької роботи фахівців, які працюють у царині практичної журналістики. Дослідники відзначають, що варто дотримуватися певного балансу, аби зберегти пропорцію для навчального процесу як теоретиків, так і журналістів-практиків [6; 12; 13; 14].

За думкою професора Школи журналістики і комунікацій УКУ Б. Потятиника, основними способами подолання кризи журналістики у сучасному світі виступають: 1) додаткове оподаткування техногігантів, на

кшталт Google чи Facebook, яких здебільшого й вважають першопричиною кризи; 2) державне субсидування; 3) розвиток незалежних медіа в університетах, які традиційно вважаються «територією свободи» [10].

Журналістська освіта виступає важливим гравцем на медійному полі, тому кафедри журналістики повинні брати активну участь у формуванні медіаландшафту України. Однією із важливих структурних змін сучасної журналістської освіти онлайнної чи офлайнної є впровадження нових міждисциплінарних освітніх програм; відкриття нових освітніх програм; постійне оновлення освітніх програм спеціальності С7 «Журналістика», включення нових освітніх компонентів: «Технології нових медіа», «SMM-журналістика», «Арт-журналістика», «Локальні медіа», «SoftSkills», «Content making», «Екстремальна журналістика», «Верифікація інформації», «Медіаконфліктологія», «Фактчекінг», «Цифрова журналістика» та ін., які дозволяють випускникам знайти роботу в різних типах медіа.

Важливим залишається залучення спеціалістів журналістської галузі до формування кваліфікаційних вимог для майбутніх фахівців медійної сфери; налагодження співпраці з кафедрами журналістики ЗВО України та зарубіжних країн; організація та забезпечення проходження стажування для викладачів журналістського напрямку в сучасних медіа; відпрацювання практичних навичок під час практичних занять в місцевих медіа.

Підготовка майбутніх фахівців з журналістики під час повномасштабної війни набуває нових важливих сенсів, тому що виникла необхідність у посиленні з одного боку – інформаційної безпеки, з іншої – вміння та навичок комунікування з населенням за умов воєнної та інформаційної агресії.

Професор В. Різун у своєму науковому доробку звертає увагу на майбутнє вітчизняної журналістики і, зокрема, журналістської освіти. Серед теоретичних проблем, що лежать в основі змісту журналістської освіти сучасного століття, такі: навчання майбутніх журналістів критеріїв відбору тем, фактів; проблема розуміння інформації журналістом; формування категорії відповідальності журналіста; формування професійного і соціального портретів журналіста; питання вихованості журналіста та ін. [12].

В. Різун також сформулював модель журналіста, на яку має орієнтуватися система освіти:

- по-перше, журналіст повинен бути правдивим і чесним;
- по-друге, журналіст має бути відповідальним;
- по-третє, щоб говорити правду, треба вміти її бачити, шукати і знати, коли і для чого говорити;
- по-четверте, вміти слухати. Журналіст – це не той, хто говорить, а хто слухає для того, щоб сказати. Робота журналіста, уважна й наполеглива, над фактами вимагає зосередженості, вдумливості, а не балаканини, погляду збоку на речі, здавалося б, прості й очевидні;
- по-п'яте, журналіст повинен вміти ставати осторонь події, щоб спостерігати за нею, моніторити процес;
- по-шосте, журналіст повинен мати професійні знання та уміння, бути обізнаним у своїй професії і галузі, принаймні, щоб зрозуміти вищесказане [13].

Журналістська освіта повинна адаптуватися, тобто змінюватися якісно. Це може стосуватися трансформації форматів викладання; використання прогресивних форм комунікування зі здобувачами освіти; удосконалення «computer-aided learning» (комп'ютерного навчання) й опановування «flexible learning» (гнучкого навчання).

За висновком професора Лондонського університету Лоуренса Солкіна, який проаналізував більше 300 наукових праць з питань журналістської освіти за 2000-2020 роки), можна виокремити три загальні підходи (або, як він їх називає, моделі). Всі вони базуються на конкретних припущеннях щодо професії журналіста, завданні освіти, змінах у медійному середовищі та, на головному фокусі у самих працях, які дослідник вивчав [11]:

- *Стандартна модель*, що базується на ідеї професіоналізму. Цей підхід до журналістської освіти відображає особистість викладачів та висуває на перший план їхні погляди на галузь. У стандартній моделі журналістика розглядається як професійна діяльність в умовах стабільної демократії та вільного ринку. Головним завданням освіти є підготовка практиків, які б виконували роль об'єктивного спостерігача, підтримували та притягували до відповідальності інститути влади, стояли на захисті демократії. Головний фокус прихильники стандартної моделі роблять на уточненні та обґрунтуванні вже наявних підходів та структур. Тобто науковці намагаються захистити наявні підходи до журналістської освіти, апелюють до професіоналізації та підтримки традицій демократичної журналістики, яка діє на вільному економічному ринку.
- *Реформістська модель*. Як розширення стандартної має ще назву J.Ed+. Вона поділяє багато поглядів стандартного підходу, зокрема щодо ролі журналістів у суспільстві. Водночас, реформістська модель визнає потребу адаптуватися до нового технологічного та фінансового контексту. Головна роль освіти у такому випадку – підготувати практиків, здатних працювати у мінливих умовах та адаптовуватися до вимог ринку. За своєю суттю реформістська модель відкрита до певних змін, але вона існує в межах стандартної моделі, а не на противагу їй. Цей підхід оминає аналіз потужних медіаіндустрій, применшує важливість умов роботи журналістів, натомість заохочує студентів ідеалізувати журналістику.
- *Радикальна модель* суперечить стандартному підходу та визнає, що журналістська освіта працює по-різному залежно від контексту і може слугувати різним спільнотам чи їхнім потребам. Ця модель більш амбіційна, намагається змінити природу журналістики через освітній процес. Зокрема, вона вказує на зміну

позиції журналіста у суспільстві і переносить акцент із досить узагальненого «служіння суспільству» на більш конкретні відносини з громадськістю, базовані на задоволенні чітких потреб аудиторії, фокусується на покращенні якості журналістської освіти не за рахунок розвитку і доповнення наявних елементів, а за рахунок нових підходів. Також радикальна модель заохочує до дискурсів поза журналістикою, приносить концепти та методи з інших царин, наприклад, із політики чи економіки. Головний дослідницький фокус спрямований на розвиток нових процесів та більш глибоке розуміння навчання.

Автором висвітлені й певні підходи до журналістської освіти, які, на наш погляд, важливі для подальшого дослідження і впровадження, серед яких: не лише відтворювати наявні практики, але й генерувати інновації; реформувати журналістську освіту через надання додаткових ресурсів для створення практичних продуктів; двостороннє навчання під час стажування, коли нові знання отримують як самі стажери, так і працівники медіа та ін.

Основні виклики журналістської освіти в Україні:

- Діджиталізація медіа. Стрімкий розвиток цифрових технологій змінює формат роботи журналіста. Вимоги до знань у сфері мультимедійної журналістики, візуального сторітелінгу та роботи з великими даними ставлять викладачів перед необхідністю постійного оновлення навчальних програм.
- Етичні питання. Українські журналісти працюють у складних умовах інформаційної війни та політичного тиску. У цих реаліях важливим є формування етичних стандартів та здатності дотримуватися об'єктивності в роботі. Проте в освітньому процесі цьому аспекту приділяється недостатньо уваги.
- Недостатність практичного навчання. Багато випускників скаржаться на недостатню практичну підготовку, що ускладнює їхню інтеграцію у професійне середовище. Причиною є обмежені ресурси університетів для створення медіалабораторій, доступу до сучасного обладнання та партнерств із провідними медіакомпаніями. Так, на думку І. Крупського [6] – вагомим у підготовці журналістів є залучення до викладацької роботи фахівців, які працюють у царині практичної журналістики. Звісно, вимагати від них того, що й від викладачів-теоретиків, не можна. Тому варто дотримуватися певного балансу, аби зберегти пропорцію для навчального процесу як теоретиків, так і журналістів-практиків.
- Відтік кадрів. Серед викладачів журналістики зростає відтік кваліфікованих кадрів через низькі зарплати, що створює проблему збереження освітньої якості.

Перспективи вдосконалення журналістської освіти:

1. Інтеграція діджиталізації. Університети повинні активніше впроваджувати курси з цифрової грамотності, роботи із соціальними мережами, аналітики великих даних та мобільної журналістики. Важливою є також інтеграція штучного інтелекту у навчальний процес.

2. Розширення партнерств. Сприяння співпраці з провідними медіакомпаніями, журналістськими організаціями та міжнародними програмами дозволить студентам отримати досвід роботи ще під час навчання.

3. Етика і медіаграмотність. Посилення уваги до етичних стандартів та навчання аудиторії медіаграмотності має стати однією з ключових складових освітніх програм.

4. Фінансування і модернізація. Державна підтримка університетів, спрямована на оновлення технічної бази, покращення умов праці викладачів та залучення грантів, сприятиме підвищенню якості журналістської освіти.

Отже, журналістська освіта в Україні переживає перехідний період, адаптуючись до викликів сучасного інформаційного суспільства. Її трансформація має базуватися на впровадженні новітніх технологій, посиленні етичної підготовки, розвитку партнерств із медіаіндустрією та покращенні фінансування освітніх закладів. Успішна адаптація освітніх програм дозволить формувати професіоналів, здатних ефективно працювати в умовах сучасного медіаринку. Важливим є формування фахівців із новим способом мислення, ініціативних, спроможних до швидкої адаптації у зовнішньому середовищі, здатних вирішувати конкретні завдання, що виникають у журналістській галузі. Комплекс нових завдань журналістської освіти передбачає не тільки надати практичні навички роботи у ЗМІ, а й сформувати світоглядне розуміння місії журналістики, її стандартів і етичних норм.

References

1. Derkach, I. (2020). Intehratsiia tsyfrovyykh tekhnolohii u zhurnalistsku osvitu. *Innovatsii v osviti*, 12(3), 45-51.
2. Vardevanian, L. (2020). Suchasni tendentsii rozvytku zhurnalistskoi osvity v Ukraini. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriia: Zhurnalistyka*, 48(1), 15-22.
3. Ivanov, V. F. (2019). Zhurnalistska osvita: vid tradytsiinykh standartiv do novykh vyklykiv. *Mediaosvita i suspilstvo*, 6(2), 33-41.
4. Zhurnalistska osvita zadlia demokratii v Ukraini: rozrobka standartiv, dobrochesnist ta profesionalizm. *Projekt Erasmus+ KA2 DESTIN*. URL: <https://www.destin-project.info/>
5. Kondratiuk, O. (2021). Etychni aspekty pidhotovky zhurnalistiv u suchasni Ukraini. *Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky*, 44(1), 58-65.

6. Krupskiy, I. (2022). Skladnyky efektyvnosti formuvannya profesiinoi kompetentnosti maibutnoho zhurnalista. Zhurnalistyka maibutnoho: vyklyky, tendentsii, perspektyvy rozvytku: zb. materialiv mizhnarod. nauk.-prakt. konf. Lviv, 31-32.
7. Kulish, V. (2018). Mediahramotnist yak skladova zhurnalistyskoi osvity. Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu. Seriya: Zhurnalistyka, 39(1), 72-79.
8. Melnyk, T. (2018). Tsyfrova zhurnalistyka: vyklyky dlia osvitnoho protsesu v Ukraini. Kultura i media: suchasni vyklyky, 5(2), 19-26.
9. Osvitnii portal Verkhovnoi Rady Ukrainy. (2023). Reformy u sferi zhurnalistyskoi osvity: napriamky rozvytku. URL: rada.gov.ua.
10. Potiatynuk, B. (2022). Chy dopomozhut universytety podolaty kryzu zhurnalistyky. Zhurnalistyka maibutnoho: vyklyky, tendentsii, perspektyvy rozvytku: zb. materialiv mizhnarod. nauk.-prakt. konf. Lviv, 33-34.
11. Plys, A. (2022). Zhurnalistyska osvita u doslidzhenniakh: shcho vuvchaly i pro shcho dyskutuvaly naukovtsi ostanni dva desiatky rokiv. URL: <https://www.jta.com.ua/trends/zhurnalistyska-osvita-u-doslidzhenniakh-shcho-vuvchaly-i-pro-shcho-dyskutuvaly-naukovtsi-ostanni-dva-desiatky-rokiv/>
12. Rizun, V. (2022). Zhurnalistyka maibutnoho: yevropeyski standarty zhurnalistyskoi osvity v Ukraini: holovni vyklyky i perspektyvy rozvytku. zb. materialiv mizhn. nauk.-prakt. konf. Lviv, 7-12.
13. Rizun, V. (2024). Problemy i perspektyvy rozvytku zhurnalistyskoi osvity v Ukraini pochatku KhKhI stolittia. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1338>
14. Tomakhina, M. (2021). Vykladatskyi sklad u zhurnalistyskii osviti: problema zberezhennia kadriv. Visnyk Odeskoho universytetu. Seriya: Sotsialni komunikatsii, 9(2), 88-93.
15. Finberh, I. (2021). Praktychna pidgotovka zhurnalistiv: dosvid ukrainskykh universitetiv. *Medianepspektyvi*, 7(3), 12-19.

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.15

Tetyana Sydorenko

JOURNALISM EDUCATION IN UKRAINE: CONTEMPORARY CHALLENGES

The theses examine various aspects of journalism education in Ukraine. They identify the transformational processes taking place within the field. The views of domestic researchers on key issues of journalism education are highlighted, including: the future of journalism and journalism education; the transformation of journalism education; the integration of digital technologies into journalism education; current development trends; challenges in retaining qualified faculty; practical journalist training; and the safety competencies of journalism graduates in the context of the Russian-Ukrainian war.

The paper presents three models of journalism education as defined by Professor Lawrence Solkin of the University of London, which are crucial for exploring journalism education in Ukraine.

The main strategies for overcoming the crisis in journalism, according to Borys Potyatynuk, are outlined: 1) additional taxation of tech giants like Google and Facebook, who are often seen as key contributors to the crisis; 2) state subsidies; 3) the development of independent university-based media, as universities are traditionally viewed as «spaces of freedom.» The model of the modern journalist is also examined based on research by V. Rizun.

The paper formulates the main challenges facing journalism education in Ukraine and outlines the prospects for its improvement.

Keywords: *journalism education, higher education providers, educational programs, elective educational components, transformation of journalism education.*

Відомості про автора / Information about the Author

Сидоренко Тетяна, кандидат наук з соціальних комунікацій, доцент, завідувачка кафедри журналістики факультету політичних наук Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна, E-mail: tatyana_tvs@yahoo.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0950-3467>

Sydorenko Tetyana, PhD in Social Communications, Associate Professor, Head of Department of Journalism, Faculty of Political Science, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: tatyana_tvs@yahoo.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0950-3467>

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.16

Світлана Стрїла,
Анна Соловійова

ВИСВІТЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ: ВИКЛИКИ, ТРАНСФОРМАЦІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ

Тези присвячені теоретико-прикладному аналізу трансформації інформаційного простору в умовах війни та цифровізації, з особливою увагою до висвітлення діяльності місцевого самоврядування через онлайн-медіа. Цифрові платформи та соціальні мережі розглядаються як ключові інструменти комунікації між владою та громадянами, що забезпечують прозорість, оперативність і доступність інформації. Наголошується, що повномасштабна війна спричинила серйозні виклики для регіональних ЗМІ, зокрема кадрові втрати, фінансову нестабільність, технічні труднощі, психологічне навантаження та етичні дилеми. Попри це, багато медіа змогли адаптуватися, перейшовши до цифрових форматів і посилено використовуючи соціальні мережі як інструмент оперативного інформування та підтримки діалогу з громадою. У тезах акцентується, що локальна журналістика відіграє важливу роль у консолідації суспільства, забезпеченні прозорості місцевої влади та формуванні довіри до органів самоврядування. Онлайн-медіа стають не лише джерелом новин, а й засобом громадського контролю та взаємодії.

Ключові слова: *місьцеве самоврядування, війна, онлайн-медіа, цифровізація, журналістика, соціальні мережі, регіональні ЗМІ, виклики, труднощі.*

Трансформація інформаційного простору, зумовлена цифровізацією та збройною агресією Росії проти України, істотно вплинула на діяльність засобів масової інформації, зокрема у сфері висвітлення роботи органів місцевого самоврядування. В умовах децентралізації та підвищеної ролі місцевої влади постає необхідність оперативної, достовірної й етично виваженої журналістики. Онлайн-медіа та соціальні мережі стали провідними каналами комунікації між владою та громадянами, формуючи нову парадигму інформаційної взаємодії, що потребує дослідження її специфіки, викликів і перспектив.

Інтернет суттєво змінив медіасферу, трансформувавши традиційні формати телебачення, друкованих видань, радіо та реклами. Онлайн-платформи надали нові можливості для комунікації, зокрема банерну рекламу, пошуковий маркетинг та інші цифрові інструменти, що дозволяють охоплювати широку, у тому числі глобальну, аудиторію. Завдяки цифровізації більшість сфер діяльності змогли адаптувати свої підходи до нових форматів, використовуючи інтерактивні засоби взаємодії. Потенціал таких змін визначається рівнем креативності, технологічної готовності та відкритості до інновацій.

Онлайн-медіа стали універсальним джерелом новин, фактів, розваг та різноманітної інформації. Онлайн-ресурси, такі як інтернет-журнали, маркетингові платформи чи новинні сайти, постійно еволюціонують не тільки під впливом технологічного прогресу, а й з огляду на зростаючі очікування користувачів. Постійне впровадження «нового і кращого» дозволяє утримувати увагу аудиторії у будь-який час і в будь-якому місці. Це особливо важливо для бізнесу, адже збільшення відвідуваності веб-ресурсів сприяє зростанню його ефективності та адаптації до розширених ринкових можливостей. Інтернет-медіа стерли межі й дали доступ до аудиторії набагато більшого масштабу.

Згідно з аналізом Інституту масової інформації, Закон України «Про медіа» не надає чіткого визначення поняття «онлайн-медіа». Закон передбачає, що остаточні критерії визначення онлайн-медіа встановить орган спільного регулювання. Та, все ж таки, у Законі міститься таке визначення, що онлайн-медіа — це медіа, що регулярно поширює інформацію в текстовій, аудіо-, аудіовізуальній або іншій формі в електронному (цифровому) вигляді через мережу Інтернет на власному вебсайті, за винятком тих медіа, які законодавчо віднесено до аудіовізуальних медіа [1].

Загалом, онлайн-медіа – це цифровий контент, розміщений на веб-сайтах або серверах, доступ до якого користувачі отримують через веб-браузери. Завдяки цьому вони стали невід’ємною частиною електронної комунікації.

У сучасному медіапросторі онлайн-медіа стали одним із найефективніших каналів для висвітлення діяльності органів місцевого самоврядування. Їхній розвиток тісно пов’язаний із зростанням ролі цифрових технологій, які забезпечують доступність інформації в реальному часі та створюють нові можливості для інтерактивної взаємодії з громадськістю.

Робота онлайн-медіа в контексті висвітлення діяльності місцевого самоврядування має низку специфічних особливостей, зумовлених як технологічними можливостями сучасних комунікаційних платформ, так і вимогами аудиторії, яка зазвичай має швидкий доступ до інформації та високу активність у взаємодії з контентом. Однією з основних функцій онлайн-ЗМІ є оперативне інформування громадян про рішення та дії місцевих органів влади, що дозволяє зберігати прозорість управлінських процесів та забезпечує своєчасне реагування на потреби та запити населення. З іншого боку, такі медіа також сприяють розвитку суспільного діалогу, висвітлюючи різні аспекти діяльності органів самоврядування, відзначаючи досягнення, але й не оминаючи проблеми та виклики, що постають перед місцевими громадами. Цей подвійний підхід дозволяє забезпечити баланс між інформуванням та критичним аналізом, сприяючи формуванню більш активної та свідомої громадської позиції щодо питань місцевого управління.

В Україні тривала реформа децентралізації, яка була спрямована на те, щоб надати реальні повноваження органам місцевого самоврядування, делегувати ресурси і відповідальність ближче до населення та сформувати спроможні громади на місцевому рівні. Ця реформа розглядалась як ключовий фактор виживання країни в тодішніх умовах.

У процесі посилення ролі місцевого самоврядування через децентралізацію ці органи стають основними комунікаторами у своїх секторах, перетворюючись на важливе джерело місцевих новин. На цьому тлі соціальні медіа, популярність яких швидко зростає, виступають значущим інструментом сучасної урядової комунікації. Цифрові платформи мають потенціал збільшити рівень участі громадян у різних проявах прямої демократії, який традиційно залишається низьким, особливо в країнах, що раніше входили до Східного блоку [4].

Для місцевих громад активне використання соціальних медіа органами самоврядування є важливим кроком до досягнення більшої відкритості та підзвітності. Соціальні платформи надають органам влади можливість безпосередньо взаємодіяти з громадянами в реальному часі, що дозволяє оперативно інформувати населення про прийняті рішення, поточні ініціативи та зміни в законодавстві чи місцевих програмах. Це створює основи для більш прозорої діяльності місцевої влади, оскільки інформація про роботу органів самоврядування стає доступною широкій аудиторії через різні канали: пости, відео, онлайн-трансляції, опитування та зворотний зв’язок.

Крім того, соціальні медіа є важливим інструментом для розширення послуг самоврядування. Завдяки платформам, таким як Facebook, Twitter чи Instagram, місцеві органи влади можуть проводити опитування серед громадян, збирати ідеї та пропозиції, а також запитувати думки стосовно важливих питань, що стосуються розвитку громади. Це дозволяє активно залучати громадян до процесів прийняття рішень, тим самим підвищуючи рівень громадянської участі та відповідальності. Наприклад, завдяки таким інструментам можна швидко отримати реакцію на нові ініціативи, як-от зміни в правилах забудови, проектування нових інфраструктурних об’єктів чи зміни в громадському транспорті.

Важливою перевагою є й оптимізація процесів прийняття рішень. Платформи для обміну інформацією дозволяють вивчати настрої та потреби громадян, враховувати їх думки під час планування та реалізації місцевих проєктів. Це створює умови для більш ефективної організації роботи та зменшує ймовірність конфліктів, оскільки враховуються інтереси більшої частини громади. Таким чином, соціальні медіа не лише полегшують процес комунікації між владою та громадянами, а й сприяють створенню умов для демократичного діалогу та взаємодії, що надає значні переваги як для місцевої влади, так і для ЗМІ та суспільства загалом.

З розвитком технологій та інтернету онлайн-джерела новин стали популярним вибором для багатьох людей, які шукають актуальну інформацію.

Однією з основних переваг цифрових медіа є можливість миттєвого доступу до актуальної інформації, що значно відрізняє їх від традиційних друкованих засобів масової інформації. В умовах швидкого розвитку технологій та комунікаційних платформ, онлайн-видання надають користувачам можливість отримувати новини в реальному часі, що забезпечує оперативне реагування на події. У той час як традиційні друковані ЗМІ зазвичай мають тимчасові обмеження на оновлення інформації, що призводить до затримок у публікації новин (інколи на кілька годин або днів), цифрові платформи дозволяють значно скоротити цей проміжок часу. Завдяки цьому, користувачі можуть швидко ознайомлюватися з останніми світовими подіями та змінювати свої уявлення про

ситуацію на основі найбільш свіжої інформації, що доступна на різних онлайн-ресурсах за допомогою кількох кліків. Цей фактор знижує часові бар'єри в процесі інформування та робить доступ до новин максимально оперативним.

Окрім того, онлайн-медіа часто надають можливість підписки на сповіщення, які доставляються безпосередньо на мобільні пристрої або комп'ютери. Це дозволяє миттєво отримувати інформацію про найважливіші події, як-от політичні зміни чи природні катаклізми, прямо на екран смартфона або ноутбука. Таким чином, читачі завжди залишаються поінформованими про те, що відбувається в світі.

Додатковою перевагою є доступ до широкого спектра точок зору та глобального висвітлення подій. Онлайн-ресурси надають можливість ознайомитися з різноманітними поглядами з усіх куточків світу, чого іноді бракує традиційним медіа через обмеженість ресурсів чи певні упередження.

Завдяки інтернету читачі можуть легко порівнювати матеріали різних видань на одну тему, що сприяє більш глибокому розумінню складних питань і дозволяє побачити різні підходи до їх висвітлення.

Онлайн-платформи також забезпечують можливість легко слідкувати за міжнародними новинами, незалежно від географічного розташування. Вони надають доступ до світових публікацій, де кожен може дізнатися про події в будь-якому куточку планети. Такий інструмент сприяє формуванню більш всебічного сприйняття інформації та розширенню мирового горизонту читача.

Однак в українському контексті розвиток цифрових платформ збігся з новою реальністю – повномасштабною війною, яка суттєво вплинула на роботу журналістів, зокрема тих, хто висвітлює діяльність місцевого самоврядування. Воєнні дії створили нові бар'єри: від фізичної небезпеки для медійників до обмеженого доступу до територій та джерел інформації.

У 2024 році українські регіональні медіа стикнулися з низкою викликів, що суттєво вплинули на їхню здатність висвітлювати діяльність місцевого самоврядування. Згідно з дослідженням Media Development Foundation, понад 60% опитаних редакцій оцінили 2024 рік як складний або дуже складний. Основними проблемами стали дефіцит кадрів, фінансова нестабільність, психологічне навантаження, а також технічні труднощі, спричинені блекаутами та обстрілами [3].

Кадрова криза залишалася однією з основних проблем. Брак журналістів, відеографів, SMM-спеціалістів та менеджерів з продажу ускладнив створення якісного контенту. Це призвело до зниження кількості репортажів та аналітичних матеріалів, зокрема щодо діяльності місцевої влади. Мобілізація також вплинула на кадровий склад: із 37 досліджених медіа до Сил Оборони України долучилося 34 людини, що означає, що майже кожна редакція втратила працівника. Щоб уникнути втрат через мобілізацію, деякі редакції намагалися наймати жінок, молодих чоловіків або студентів, що створювало додаткові дискримінаційні ризики.

Фінансова залежність від грантових коштів також стала критичною. У понад половині опитаних медіа частка грантового фінансування становила понад 80% від усіх надходжень. Однак динаміка отримання грантів у другій половині 2024 року була переважно негативною, що створює ризики для стабільності роботи редакцій у майбутньому [3].

Психологічний стан журналістів залишався важливим ризиком. Втома та виснаження впливали на ефективність роботи та плінність кадрів. Серед причин складного стану – життя в прифронтовому регіоні та очікування близької людини з війни. Це створювало додаткові труднощі для редакцій у підтримці стабільної роботи команд. Крім того, технічні проблеми, зокрема блекаути та обстріли, значно ускладнили роботу медіа. Ці труднощі впливали на здатність оперативно висвітлювати події та забезпечувати безперервний доступ до інформації для аудиторії.

Попри все, деякі медіа змогли адаптуватися до нових умов. Близько 40% опитаних редакцій зазначили, що 2024 рік став для них дещо легшим завдяки впровадженню нових стратегій роботи та оптимізації ресурсів. Це включало перехід на цифрові платформи, розвиток читацької підтримки та передплати, а також активніше використання соціальних мереж для взаємодії з аудиторією.

Водночас із трансформацією форматів і каналів поширення інформації, змінилися й тематичні пріоритети журналістських матеріалів. Повномасштабна війна суттєво вплинула на зміст висвітлення діяльності органів місцевого самоврядування. Якщо до 2022 року ключовими темами були інфраструктурні проекти, соціально-економічний розвиток громад та культурні ініціативи, то з початком бойових дій у центрі уваги опинилися питання безпеки, підтримки Збройних Сил України, волонтерства та гуманітарного забезпечення населення.

Журналісти, особливо в регіональних медіа, змушені були адаптувати свої матеріали до нових реалій, де оперативність і точність подачі інформації стали критично важливими. Органи місцевого самоврядування перетворилися на ключове джерело актуальної інформації про обстріли, евакуацію, роздачу допомоги та відновлювальні роботи. Проте, попри свою важливу роль, ці органи не завжди залишалися відкритими до коментарів і співпраці з медіа. Нерідко доступ до офіційних осіб був обмежений, а частина рішень – закритою для публічного обговорення через безпекові ризики.

У такій ситуації особливої ваги набули соціальні мережі, зокрема офіційні сторінки міських рад, військових адміністрацій і міських голів у Facebook, Telegram та Viber. Саме ці платформи стали оперативними каналами

поширення офіційної інформації, часто – єдиними доступними джерелами для журналістів і мешканців громади. Це призвело до своєрідної інтеграції ролей: органи самоврядування частково почали виконувати функцію медіа, що впливає на незалежність висвітлення та потребує особливої уваги з боку журналістської спільноти.

Ще одним важливим фактором, який вплинув на редакційну політику, стала значна кількість міжнародної донорської допомоги, що надходила як державі в цілому, так і безпосередньо на місцевий рівень. Це спонукало журналістів більш прискіпливо стежити за діяльністю місцевих органів влади, перевіряти, як розподіляються ресурси, та виявляти можливі випадки неефективного використання коштів або зловживань. Зросла кількість журналістських розслідувань і запитів на доступ до публічної інформації, адже громади стали більш чутливими до прозорості рішень, що ухвалюються в їхніх інтересах. Таким чином, війна стала не лише викликом, але й каталізатором для посилення нагляду за місцевою владою з боку медіа та громадськості.

У цих умовах питання професійної етики набула особливої актуальності. Робота журналіста під час війни потребує обережності, глибокої відповідальності та балансу між правом суспільства на інформацію і ризиками, пов'язаними з її розголошенням.

Насамперед, зросла потреба в ретельній перевірці інформації. Поширення неперевіраних фактів або емоційно насичених повідомлень може спричинити паніку, дезорієнтацію або навіть нашкодити національній безпеці. Тому фактчекінг і верифікація джерел стали невід'ємною частиною повсякденної журналістської практики. У контексті гібридної війни це також засіб протидії пропаганді та маніпуляціям.

Другий етичний виклик – пошук балансу між критикою влади та безпековими міркуваннями. З одного боку, журналіст має право (і обов'язок) ставити під сумнів рішення місцевої влади, контролювати використання бюджетних та донорських коштів, виявляти зловживання. З іншого – надмірна критика або оприлюднення інформації, яка може бути використана ворогом, несе небезпеку. Це створює моральні дилеми, особливо у ситуаціях, коли громада потребує як прозорості, так і безпеки.

У багатьох випадках журналісти стають не лише спостерігачами, а й учасниками процесів підтримки громади: вони розповідають про ініціативи волонтерів, заклики влади до допомоги ЗСУ, інформують про евакуацію або гуманітарну допомогу. Такі приклади демонструють, що навіть у кризових умовах медіа можуть відігравати позитивну роль – консолідувати громаду, підтримувати моральний дух, бути посередником між владою та мешканцями [2].

Перспективи розвитку медіа та висвітлення діяльності місцевого самоврядування в умовах війни виглядають амбіційними, зважаючи на досвід, здобутий в ці складні часи. Проблеми, з якими стикаються регіональні медіа, безперечно формують нові виклики для журналістів, але водночас відкривають нові можливості для розвитку професії. Кадрові труднощі, фінансова нестабільність та психологічний тиск можуть призвести до трансформації самого підходу до журналістики. Замість традиційних методів роботи, медіа можуть все більше орієнтуватися на цифрові платформи, де можливості для оперативного реагування на події значно розширюються. Це дозволяє журналістам швидко адаптуватися до нових умов, зберігаючи якість висвітлення та доступ до важливої інформації.

Виклики також сприятимуть зміні підходу до освітніх програм для майбутніх журналістів, оскільки вже тепер актуальні навички роботи з цифровими інструментами та новими форматами контенту, такими як мультимедійні репортажі або інтерв'ю в прямому ефірі через соціальні мережі. З розвитком нових технологій, журналісти будуть змушені ще більше акцентувати увагу на об'єктивності та прозорості в своєму контенті, що дозволить створити більш глибоке розуміння роботи місцевого самоврядування серед громадян.

Водночас, впровадження нових технологій та інноваційних підходів до роботи медіа, зокрема у сфері комунікації з аудиторією, може стати важливим інструментом для висвітлення діяльності місцевих органів влади. Це дозволить не лише інформувати громадян, а й залучати їх до активної участі в управлінні своїми громадами. Важливим фактором є і розвиток громадської підтримки через передплати та спонсорські ініціативи, що зменшує залежність від зовнішніх грантів і забезпечує фінансову стабільність.

Майбутнє місцевої журналістики, зокрема в умовах війни, виглядає вкрай важливим для розвитку демократичних процесів на місцях. Адже саме місцеві медіа можуть стати не лише інформаторами, а й каталізаторами змін, спонукаючи місцеву владу до більш прозорої та ефективної роботи. Тому, попри всі труднощі, які ставить перед медіа війна, є реальна можливість для професії розвиватися та адаптуватися до нових вимог часу, зміцнюючи зв'язок між місцевою владою та її громадянами.

В умовах війни онлайн-медіа стали не просто каналом інформування, а критично важливою ланкою між місцевою владою та громадою. Вони трансформувалися у майданчик для діалогу, прозорості й підтримки. Попри виклики – кадрові, технічні, фінансові – регіональні журналісти шукають нові форми роботи, адаптуючись до цифрової доби. Цифрові платформи відкривають не лише нові ризики, а й нові можливості – для якіснішого висвітлення, ширшої участі громадян і зміцнення довіри до місцевого самоврядування. Саме в цьому є головний потенціал розвитку локальної журналістики.

References

1. Holovenko Roman. Analiz bazovykh polozhen Zakonu «Pro media» shchodo onlain-media. «Instytut masovoi informatsii». Retrieved from: HYPERLINK "<https://imi.org.ua/monitorings/analiz-bazovyh-polozhen-zakonu-pro-media-shhodo-onlajn-media-i49650?fbclid=IwAR3JJYIYvnS83W-Lu4mdCp9SgfhU6G86eqjNVmjEp5W3XIEnm4-zgcNOMXo/>" (Data zvernennia: 25.04.25)
2. Ulybin Vitalii. Etychni aspekty roboty zhurnalista v umovakh voiennoho stanu. Retrieved from: HYPERLINK "<https://intcom.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/265/204>" "<https://intcom.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/265/204>" (Data zvernennia: 25.04.25)
3. Media Development Foundation. Stan ukrainskykh rehionalnykh media 2025 roku Retrieved from: <https://research.mediadevelopmentfoundation.org/> (Data zvernennia: 25.04.25)
4. Olha Harmatiy, Peter Kravčák Self-Government Activity On Social Media As An Information Source To Cover Local Issues: Slovak And Ukrainian Journalists Views Retrieved from: HYPERLINK "https://www.mlar.sk/wp-content/uploads/2021/04/9_Harmatiy_Kravcak.pdf" "https://www.mlar.sk/wp-content/uploads/2021/04/9_Harmatiy_Kravcak.pdf" (Data zvernennia: 25.04.25)

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.16

Svitlana Strila
Anna Soloviova

MEDIA COVERAGE OF LOCAL GOVERNANCE DURING WARTIME: CHALLENGES, TRANSFORMATIONS, PROSPECTS

These theses are dedicated to the theoretical and applied analysis of the transformation of the information space during wartime and digitalization, with a special focus on the coverage of local self-government activities through online media. Digital platforms and social networks are considered key tools for communication between authorities and citizens, ensuring transparency, timeliness, and accessibility of information. It is emphasized that the full-scale war has posed serious challenges for regional media, including personnel losses, financial instability, technical difficulties, psychological pressure, and ethical dilemmas. Despite this, many media outlets have managed to adapt by transitioning to digital formats and actively using social media as a tool for prompt communication and community engagement. The theses highlight that local journalism plays a crucial role in consolidating society, ensuring transparency of local authorities, and building trust in self-government institutions. Online media are becoming not only a source of news but also a means of public oversight and interaction.

Keywords: *local self-government, war, online media, digitalization, journalism, social networks, regional media, challenges, difficulties.*

Відомості про авторів / Information about the authors

Стріла Світлана, студентка 4 курсу спеціальності «Журналістика», факультету політичних наук, Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. E-mail: svetlana.strila@gmail.com

Svitlana Strila, Fourth-year student in Journalism, Faculty of Political Science, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: svetlana.strila@gmail.com

Соловійова Анна, к. політ. наук, доцент кафедри журналістики факультету політичних наук Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. E-mail: soloan2003@gmail.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0524-287X>

Soloviova Anna, PhD in Political Science, Associate Professor of Department of Journalism, Faculty of Political Science, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: soloan2003@gmail.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0524-287X>

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.17

*Анастасія Тарасова
Тетяна Сидоренко*

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У ЖУРНАЛІСТИЦІ: МОЖЛИВОСТІ, ВИКЛИКИ ТА ЕТИЧНІ АСПЕКТИ МАЙБУТНЬОГО МЕДІАПЕЙЗАЖУ

Тези досліджують вплив штучного інтелекту на журналістику, зокрема на автоматизацію процесів створення новин та персоналізацію медіаконтенту. Проаналізовано можливості та виклики, які виникають через інтеграцію ШІ в журналістську діяльність, а також етичні питання, пов'язані з його використанням. Підкреслено важливість етичних стандартів у застосуванні новітніх технологій для збереження професіоналізму та високих стандартів у медіа.

Ключові слова: *штучний інтелект, журналістика, автоматизація новин, етичні стандарти, медіаконтент, персоналізація, медіа-інновації, інформаційні технології, майбутнє журналістики.*

Штучний інтелект стрімко трансформує медіапростір, змінюючи не лише технічні аспекти роботи журналістів, а й саму суть професії. Алгоритми вже сьогодні здатні генерувати новинні повідомлення, створювати заголовки, аналізувати великі обсяги даних та навіть адаптувати контент під уподобання конкретних аудиторій. Такі інструменти, як ChatGPT або Google Gemini, відкривають нові можливості для оперативного створення текстів, проте водночас ставлять під загрозу унікальність людського голосу в журналістиці та викликають питання етики, достовірності й відповідальності за контент.

Штучний інтелект змінює традиційні уявлення про журналістську працю, автоматизуючи рутинні завдання — такі як агрегація новин, транскрибування інтерв'ю, переклад текстів, модерація коментарів. Це дозволяє журналістам зосередитись на глибокому аналізі, перевірці фактів і створенні унікального контенту. Проте така трансформація потребує нових компетенцій — технічної грамотності, розуміння алгоритмічних рішень та етичних викликів.

Алгоритми ШІ здатні генерувати тексти, що зовні не відрізняються від людських. Це викликає питання щодо достовірності джерел та меж між журналістикою і синтетичним контентом. Роль журналіста зміщується від автора до куратора інформації, який перевіряє, інтерпретує і контекстуалізує матеріал, створений за участі або з допомогою ШІ.

Штучний інтелект, який використовується для генерації чи фільтрації контенту, може несвідомо відтворювати або посилювати соціальні упередження, що закладені в навчальних даних. Це становить ризик для редакційної неупередженості, а отже — і для довіри аудиторії. Підвищується потреба в прозорості алгоритмів та розробці етичних норм для їх використання у журналістиці.

У ситуації, коли частину журналістського продукту створено або значно змінено за участі ШІ, виникає питання авторства: хто несе відповідальність за помилки, маніпуляції або упереджений виклад? Ця дилема актуалізує потребу в нових стандартах і законодавчих механізмах, які враховують специфіку гібридної роботи журналіста й машини[5].

Окрім автоматизації, штучний інтелект відкриває нові можливості для журналістських розслідувань: аналітика великих масивів даних (data journalism), виявлення інформаційних трендів, перевірка фактів у реальному часі. Завдяки цьому журналісти отримують доступ до складніших тем і можуть швидше реагувати на інформаційні виклики, зберігаючи глибину та достовірність[2].

На сучасному етапі багато редакцій, особливо в цифровому секторі, активно впроваджують інструменти на основі штучного інтелекту для виконання рутинних завдань: генерації коротких новин, розбір інтерв'ю, коректури текстів, створення заголовків тощо. Унаслідок цього змінюється сама структура журналістської праці — відбувається перерозподіл ролей між людьми і машинами. Журналісти дедалі частіше виконують функції аналітиків і фактчекерів, тоді як базовий первинний контент продукується алгоритмічними системами. Такий підхід дає змогу прискорити виробництво новинного матеріалу, однак водночас вимагає від фахівців нових

навичок у сфері технологічної грамотності, розуміння принципів роботи ШІ та етики взаємодії з автоматизованими системами.

Попри обмежені ресурси, низка українських медіа також розпочали експерименти з використанням штучного інтелекту. Зокрема, деякі великі інформаційні агентства та незалежні онлайн-платформи застосовують алгоритми для моніторингу соціальних мереж, ідентифікації тем, які викликають суспільний резонанс, або попередньої модерації коментарів. Окрім цього, журналісти починають використовувати інструменти штучного інтелекту для аналізу великих масивів відкритих даних — наприклад, для виявлення корупційних схем або перевірки декларацій чиновників. Це свідчить про поступову адаптацію професійного середовища до нових реалій, попри технічні й правові виклики[3].

Автоматизація низки процесів у журналістиці викликає занепокоєння щодо майбутнього працевлаштування у галузі. Уже сьогодні компанії вдаються до скорочення штатів у відділах новин, замінюючи частину функцій генеративними моделями. Проте варто зазначити, що ШІ не лише витісняє, а й створює нові можливості: з'являються нові спеціалізації на межі журналістики й технологій — аналітики даних, редактори штучного контенту, координатори етичних стандартів використання ШІ. Тож трансформація не стільки знищує професію, скільки формує її оновлену версію, яка вимагає переосмислення традиційних компетенцій і постійного професійного розвитку.

Поява штучного інтелекту як інструмента виробництва інформації викликає суттєві зміни у ставленні аудиторії до журналістики як професії. Ключовим викликом стає питання прозорості: споживачі часто не усвідомлюють, чи створений контент людиною, чи згенерований алгоритмом. Така невизначеність підриває базову довіру до медіа, особливо якщо аудиторія дізнається про факт автоматизації постфактум або в контексті скандалу. Етичні стандарти журналістики ще не встигли адаптуватися до викликів штучного контенту, а більшість редакцій не мають політик маркування матеріалів, створених із використанням ШІ. У цьому контексті надзвичайно важливим є запровадження принципів explainable AI (пояснювального ШІ), які дають змогу зробити джерела інформації, метод обробки даних і логіку формулювання висновків зрозумілими як журналістам, так і їхній аудиторії.

Дослідження свідчать, що реакція публіки на впровадження ШІ в журналістиці є подвійною: з одного боку, люди очікують більшої точності, швидкості й об'єктивності, яку, теоретично, можуть забезпечити машини. З іншого — зростає скепсис щодо автентичності та людяності таких матеріалів[4]. Аудиторія особливо критично ставиться до відсутності емоційного тону, контексту або «відчуття авторської присутності», які традиційно асоціюються з якісною журналістикою. У цьому сенсі журналістика має шукати баланс: поєднувати автоматизацію як допоміжний інструмент із живим голосом професіонала, здатного розкрити глибину теми й емоційний контекст подій.

Із розвитком генеративних моделей зростає ризик появи нової форми дезінформації — deepfake-журналістики, коли ШІ використовується для створення фальшивих зображень, відео або навіть голосових повідомлень, які імітують реальні події або коментарі відомих осіб. У разі поширення таких матеріалів традиційні методи фактчекінгу можуть виявитися недостатніми, а довіра до всього інформаційного середовища суттєво знижується. Тому медіаспільнота вже сьогодні має напрацьовувати механізми швидкого реагування — включно з технологіями цифрового водяного знака, маркування штучного контенту та створення міжнародних протоколів перевірки автентичності. Цей виклик робить очевидною потребу в новому професійному етичному кодексі, адаптованому до реалій ШІ-епохи.

Окрім ризиків, пов'язаних із маніпуляціями, штучний інтелект пропонує потужні інструменти для боротьби з дезінформацією. Найбільш активно ШІ використовується у сфері автоматизованої перевірки фактів — фактчекінгу. Алгоритми здатні обробляти великі обсяги текстової та візуальної інформації, виявляючи логічні суперечності, джерела сумнівного походження, або маніпулятивне редагування зображень.

Серед популярних рішень — ClaimBuster, який аналізує публічні висловлювання політиків у реальному часі та порівнює їх із перевіреними базами даних; Full Fact — британський проєкт, який використовує машинне навчання для виявлення фейків у медіа; Google Fact Check Tools, які допомагають журналістам перевіряти твердження через верифіковані джерела.

Крім того, застосовуються інструменти на основі комп'ютерного зору (наприклад, Microsoft Video Authenticator) для аналізу відео та виявлення ознак deepfake-контенту. Такі технології стають важливим інструментом редакцій у боротьбі з інформаційними атаками, політичними вкидами та вірусною дезінформацією, особливо у періоди виборів або кризових подій.

Застосування ШІ у фактчекінгу не лише пришвидшує процес перевірки, а й підвищує якість журналістського аналізу, допомагаючи уникнути поширення неперевіраних даних. Водночас це вимагає технічної обізнаності від журналістів і редакцій, а також постійного контролю за алгоритмами, аби уникати машинного упередження чи некоректних висновків. Таким чином, боротьба з фейками в добу штучного інтелекту стає справою не лише технологій, а й етики, професійної відповідальності та критичного мислення.

Інтеграція штучного інтелекту у процеси редакційного управління сприяє трансформації стратегій планування контенту. Завдяки аналітичному потенціалу алгоритмів машинного навчання редакції отримують змогу прогнозувати теми, які матимуть найбільший суспільний резонанс, на основі аналізу поведінки аудиторії, пошукових запитів, трендів у соціальних мережах і новинних потоках. Це дає змогу адаптувати інформаційну стратегію до актуального інформаційного порядку денного та працювати на випередження, формуючи теми, що матимуть максимальний вплив.

Системи на кшталт Chartbeat, Parse.ly або NewsWhip вже широко використовуються редакціями для збору та обробки аналітики в реальному часі [1]. Вони допомагають журналістам і редакторам зрозуміти, які матеріали найкраще взаємодіють з аудиторією, які формати мають вищу конверсію, та як змінюються інтереси користувачів у залежності від часу, регіону або подій. Ці дані не лише оптимізують розподіл ресурсів, а й впливають на прийняття рішень щодо тематичних пріоритетів, часу публікації та каналів поширення.

Водночас такий підхід породжує етичні виклики. Залежність редакційної політики від алгоритмів може змістити фокус із суспільно значущих тем на ті, що мають вищу «клікабельність», і сприяти таблоїдизації медіа. Важливим завданням редакцій стає балансування між даними, що надходять від ШІ, і журналістською інтуїцією, досвідом та етичними міркуваннями. ШІ не повинен замінювати редакційні рішення, а має слугувати інтелектуальним інструментом підтримки — з урахуванням як технічних, так і гуманітарних аспектів інформаційної діяльності.

У цифрову добу із широким упровадженням штучного інтелекту змінюється сама суть журналістської ідентичності. Традиційний образ журналіста як автономного репортера, що самостійно здійснює повний цикл роботи — від збору інформації до її редагування та публікації — трансформується у багаторівневу взаємодію з алгоритмами, автоматизованими системами та великими даними. Цей процес супроводжується не лише переосмисленням професійних ролей, а й новими етичними дилемами, що виникають на стику людського судження та машинного аналізу.

Однією з найбільш помітних тенденцій є поступовий перехід від класичного новинного виробництва до журналістики даних та аналітики. Журналісти дедалі частіше змушені не лише працювати з фактами, а й інтерпретувати великі обсяги інформації, структурувати їх у візуалізовані форми, застосовувати навички програмування чи принаймні взаємодіяти з технічними фахівцями. У зв'язку з цим виникає потреба у новій професійній гнучкості, міждисциплінарних знаннях та готовності працювати в середовищі, де межі між редакцією, технологіями та платформами дедалі більше розмиваються.

До того ж, зміщується поняття «авторства» та творчої відповідальності. Коли частину контенту створює або редагує штучний інтелект, виникає запитання: хто є справжнім творцем журналістського продукту і хто несе відповідальність за його зміст? Це актуалізує потребу в розробці чітких стандартів прозорості — наприклад, маркування AI-генерованих матеріалів, зазначення рівня участі алгоритмів у створенні текстів, а також нових моделей співавторства «людина + машина».

У цих умовах змінюються й очікування аудиторії. Споживачі інформації прагнуть не лише оперативності, а й достовірності, етичної обґрунтованості та персоналізованого досвіду. Це посилює значення довіри як головного капіталу сучасного журналіста, яку потрібно формувати вже не лише через якість тексту, а й через відкритість до нових технологій, прозорість методів роботи та критичне ставлення до власної взаємодії зі штучним інтелектом.

З розвитком штучного інтелекту в журналістиці стають можливими нові формати контенту, які активно використовують алгоритми для створення персоналізованих новинних потоків. Одним із таких інструментів є генерація текстів на основі великих даних, яка дозволяє автоматично створювати новини з фінансових звітів, спортивних матчів або навіть змін в політичному середовищі. В цьому випадку ШІ може аналізувати дані та формулювати релевантні новини в реальному часі, що значно підвищує оперативність і дозволяє журналістам зосередитися на аналізі, а не на зборі фактів.

Цікавою інновацією є також використання генеративних моделей для створення подкастів та відеоконтенту. Алгоритми можуть автоматично генерувати сценарії для подкастів, що включають в себе основні моменти новин або розширені інтерв'ю з експертами, адаптуючи матеріал до інтересів слухачів. Це створює нові можливості для

інтерактивної взаємодії з аудиторією та дозволяє зберігати високий рівень персоналізації, що є важливим у сучасному медіапейзажі.

Ще однією важливою тенденцією є використання штучного інтелекту для створення персоналізованих розсилок. Алгоритми аналізують інтереси користувачів і на основі цих даних формують новини, які максимально відповідають їхнім уподобанням. Це дозволяє медіа-компаніям підвищувати залучення аудиторії, а також скорочувати витрати на створення контенту, оскільки ШІ автоматизує процес підготовки та доставки інформації.

Водночас, варто зазначити, що хоча ці технології відкривають нові горизонти для журналістики, вони також ставлять серйозні виклики перед журналістами та медіаорганізаціями. Збільшення ролі штучного інтелекту в процесі створення контенту може призвести до зниження якості журналістської роботи та ризику автоматизації «поганої журналістики», що ґрунтується на неперевіренних або маніпулятивних даних. Зростає потреба в етичному регулюванні використання ШІ у журналістиці, що включає як контроль за контентом, так і за самими алгоритмами.

Медіамайбутнє, в якому ключову роль відіграє штучний інтелект, вже поступово формується сьогодні. Інновації в автоматизації журналістських процесів дозволяють значно підвищити оперативність та персоналізацію контенту, а також зменшити витрати на його виробництво. Однак це також ставить нові етичні питання щодо довіри, прозорості та відповідальності у медіапросторі.

Незважаючи на безсумнівні переваги технологій, необхідно враховувати і потенційні ризики, пов'язані з їх використанням. Важливою умовою є розробка нових стандартів професійної етики, які дозволять уникнути маніпуляцій з боку як медіа, так і технологічних компаній, що займаються розробкою цих інструментів.

Штучний інтелект відкриває нові можливості для журналістів: зростає роль аналітики, перевірки фактів і персоналізації контенту. Вміння адаптуватися до цих змін, а також критично оцінювати як машинний, так і людський вклад у створення новин, стане основним викликом для медіа-професіоналів найближчих десятиліть.

Штучний інтелект має потенціал не тільки змінити спосіб виробництва новин, але й переписати саму концепцію журналістики як професії, вимагаючи від журналістів нових навичок і готовності працювати в умовах постійної зміни технологічного ландшафту.

References

1. The Most Important Metrics That Matter for Content. Parse.ly. Content Analytics Made Easy. Parse.ly. URL: <https://www.parse.ly/content-metrics/>.
2. Why Is Data Journalism Important?. DataJournalism.com. URL: <https://datajournalism.com/read/handbook/one/introduction/why-is-data-journalism-important>.
3. Українські медіа та штучний інтелект. Як редакції залучають ШІ для створення контенту?. Інститут масової інформації. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/ukrayinski-media-ta-shtuchnyj-intelekt-yak-redaktsiyi-zaluchayut-shi-dlya-stvorennya-kontentu-i62217>.
4. Виходи у очікування. Що редакції думають про впровадження штучного інтелекту — опитування JournalismAI. URL: <https://mediamaker.me/shho-redaktsiyi-dumayut-pro-vprovadzhennya-shtuchnogo-intelektu-opytuvannya-journalismai-5368/>.
5. Іакоіу маіе буту етыка штучного інтелекту. Еліта України. Реітынһу. URL: <https://www.elitukraine.com/news/kakoj-dolzha-byt-etika-iskusstvennogo-intellekta/?lang=ua>.

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.17

Anastasiia Tarasova
Tetyana Sydorenko

ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN JOURNALISM: OPPORTUNITIES, CHALLENGES, AND ETHICAL ASPECTS OF THE FUTURE MEDIA LANDSCAPE

These theses explore the impact of artificial intelligence on journalism, particularly the automation of news production processes and the personalization of media content. The opportunities and challenges arising from the integration of AI into journalistic activities are analyzed, as well as the ethical issues associated with its use. The importance of ethical standards in the application of new technologies is emphasized to maintain professionalism and high standards in media.

Key words: *artificial intelligence, journalism, news automation, ethical standards, media content, personalization, media innovations, information technologies, future of journalism.*

Відомості про авторів / Information about the Authors

Тарасова Анастасія, студентка 4 курсу спеціальності журналістика Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. E-mail: anastasiat669@gmail.com

Tarasova Anastasiia, 4th year student of journalism Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: anastasiat669@gmail.com

Сидоренко Тетяна, кандидат наук з соціальних комунікацій, доцент, завідувачка кафедри журналістики факультету політичних наук Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна, Україна. E-mail: tatyana_tvs@yahoo.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0950-3467>

Sydorenko Tetyana, PhD in Social Communications, Associate Professor, Head of Department of Journalism, Faculty of Political Science, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: tatyana_tvs@yahoo.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0950-3467>

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.18

*Софія Томіліна,
Анна Соловійова*

ОСОБИСТІСНА ІНІЦІАТИВНІСТЬ І ПЕРЕКОНАННЯ ЖУРНАЛІСТА У ЦИФРОВУ ДОБУ: ВИКЛИКИ ТА ОРІЄНТИРИ ПРОФЕСІЙНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

Тези представляють теоретичний аналіз ролі особистісних переконань і власної ініціативності у контексті професійних вимог у епоху надсучасних технологій на прикладі штучного інтелекту, що дозволяє зрозуміти загальний рівень постановки актуалізованого питання у сфері журналістики. Власна ініціативність і особистісні переконання виступають не просто особливими якостями окремого журналіста, а необхідними характеристиками кожного з журналістів у контексті професійних вимог сучасного медіапростору та цифрового суспільства.

Акцентується увага на важливості всебічного навчання і живого спілкування задля виховання відповідних якостей, що дозволять зробити інформаційний текст відповідним до вимог та запитів сучасних читачів, і дозволить сфокусувати постановку проблеми на її вирішенні шляхом точкового орієнтування на вимоги й основні проблеми медіапростору сьогодення.

Ключові слова: *цифрові технології, штучний інтелект, журналіст, професійні вимоги, конкурентоспроможність, особистісні переконання, ініціативність, цифровізація, вимоги, навички, адаптація.*

У контексті трансформації медіапростору, спричиненої цифровізацією та активним впровадженням технологій штучного інтелекту, значно зростає роль особистісних характеристик журналіста, зокрема ініціативності та сформованих переконань. Ці риси розглядаються як ключові складові професійної ідентичності, які забезпечують здатність адаптуватися до змін, зберігаючи при цьому якість і достовірність журналістського контенту. Зміна парадигми журналістської діяльності потребує не лише технічних навичок, але й глибокого усвідомлення соціальної відповідальності, морально-етичних орієнтирів та здатності до самостійного аналітичного мислення. З огляду на зростаючу конкуренцію з боку автоматизованих систем, зростає попит на журналістів, які здатні продукувати оригінальний, авторський контент, що вирізняється глибиною осмислення та інтерпретацією інформації. У цьому контексті дослідження ініціативності як прояву професійної суб'єктності набуває особливої актуальності.

Ініціативність і власні переконання журналіста – характеристики, без яких у сучасному медіапросторі журналісту складно, а часом – просто неможливо вести професійну діяльність.

Сьогодення як безпрецедентний етап цифровізації суспільної комунікації й початок епохи надтехнологій, за прикладом штучного інтелекту, висуває нові умови до освіченості журналіста і його морально-етичних орієнтирів, поглядів на певні загальні чи виокремлені аспекти суспільно-політичного життя, яке вирує у глобальному інформаційному просторі, а також на найближчих до професіонала рівнях сприйняття інформації, декодування, обробки, повторного кодування інформації та передачі готових матеріалів задля поширення вибраних повідомлень.

Але сьогодення вимагає від журналіста орієнтуватися не тільки на власні переконання та особистісне світобачення, але й на тренди обробки інформації, зокрема – використання надтехнології штучного інтелекту.

За статистикою платформи пошуку роботи та публікацій вакансій Jooble.UA лише у 2022 році 39% світових компаній вже інтегрували інструменти й моделі штучного інтелекту [3], а серед вакансій, які пов'язані з журналістською діяльністю за 2025 рік, можна побачити серед стандартного переліку вимог до навичок та вмінь оригінальність і вміння працювати зі штучними інтелектом, які є рівноцінними [1].

Таким чином, зростає потреба у набутті нових функціональних та опціональних здобутків журналіста як професіонала, що може конкурувати з надтехнологіями і вмє оперувати їхнім функціоналом за потреби роботодавця і в якості одного з видів інструментів для текстового редагування, оформлення матеріалів і використання надтехнологій для створення аудіо чи відеоконтенту, що забезпечує журналістові

конкурентоздатність у добу скорочення робочих місць та зумовлює вигідну перевагу над іншими конкурентами, що претендують на вакантну посаду.

За даними, які надає результат опитування, яке проведено з 11 по 24 червня 2024 року Інституту масової інформації, репрезентує, що близько 22% українських редакцій використовують технологію штучного інтелекту для створення чи обробки матеріалів на постійній основі [4]. Але ще 30% опитаних зазначили, що редакція зрідка залучає технологію штучного інтелекту в публікації інформації.

Варто зауважити, що технології штучного інтелекту вже залучено для написання основної маси тексту, натомість роботу людини-журналіста використовують для обробки цієї інформації, надання їй вигляду, який буде читабельний для більшої кількості аудиторії і водночас для ще більшого числа людей стане зрозумілим і цікавим, оскільки штучність написаного, точніше – неприродність набраного тексту відчувається через алогічний план побудови інформації і нелюдську поетапність викладу думок, яка виказується диференційованою шаблонністю викладу матеріалу.

У такому разі цінність журналіста саме як людини, яка механічно переказує інформацію на зразок роботизованої машини для друку, набагато знижується у порівнянні зі зростанням потреби як професійної сфери журналістики стосовно компетентних співробітників, так і зацікавленість в ніші читачів у якісному матеріалі від власне журналістів, у тексті простежується авторський стиль, логіка думок та незвичне представлення актуалізованого питання, а також оригінальний погляд на інформацію, яка згодом буде надана читачеві як можливий варіант готового медіапродукту.

Вже в такому контексті реалізація журналістських стандартів може бути набагато заниженою, хоча й до виникнення й розповсюдження алгоритмів штучного інтелекту проблема дотримання етичних аспектів журналістської діяльності перебувала на досить низькому рівні серед більшості як глобальних, світових видань, так і регіональних, місцевих.

Саме в цьому питанні творчість та креативність журналіста актуалізується якнайкраще, оскільки потрібно вміти поєднувати власне світобачення, яке не буде упереджувати читача щодо власних читацьких висновків, не нав'язуватиме думку самого журналіста, але репрезентуватиме особливий погляд на ситуацію у контексті аналізу і представлення тексту, аудіофрагментів чи відеоматеріалів, які супроводжують медіапродукт журналістської творчості як особливий вид людської діяльності у сфері взаємодії й передачі загальними каналами інформації чи засобами комунікації необхідних повідомлень.

Проте мало хто відважується саме на ініціативність у її найкращому розумінні як інноваторства і провадження нового погляду на звичні речі, які до цього не наважувалися озвучити, оскільки виявляється, що за лідерськими переконаннями стоїть відповідальність, а її не кожен готовий прийняти і відповідати за власні слова та ідеї.

До того ж існує достатньо ґрунтовна проблема виховання ініціативності як якості, що дозволяє людині виказувати свою перевагу та лідерство серед групи чи спільноти, чи груп спільноти, оскільки існує ризик стикнутися з протилежними думками, ідеями або зустріти опір впровадження власного світобачення. Інший аспект проблеми полягає в тому, що здобуття освіти та навчання як процес отримання та засвоєння нових навичок може бути психологічно травматичним, і у більшості випадків орієнтований лише на здобуття теоретико-інформаційного аспекту навчання без відпрацювання належним умовам наближених до реальних чи навіть польових, якщо казати у контексті роботи фахівців.

Серед серйозних проблем які можуть перерости у реальні загрози здобуття вищої освіти одна з найважливіших – проблема відсутності живого мислення. Саме у такий спосіб виникають ідеї, які відповідають власним творчим, креативним виявленням людської діяльності як особливого виду розумового процесу, що має вираження у амбіційності, нестандартному погляді на проблематику, оригінальному пошуку шляхів вирішення проблемних питань.

Відсутність живого спілкування унеможливує реалізацію думок у висловлювання і, як наслідок, суспільного оцінювання, схвалення чи засудження таких дій. Натомість зберігається тенденція до безумовного сприйняття інформації: найчастіше здобувачі освіти отримують знання механічно, без елементів усвідомлення, переосмислення та висновків, які були б реальним результатом опрацювання матеріалу, тобто відображення саме процесу живого осмислення нової інформації задля її засвоєння і використання у подальшому кодуванні як прикладі шифрування інформації для інших людей, які мають потребу у засвоєнні цієї інформації.

Існують об'єктивні та суб'єктивні причини, що зумовлюють таке становище недостатньої сформованості лідерських якостей.

Серед об'єктивних причин варто назвати замовчування саме пошуку вирішення питання, а зосередження лише на тому, що проблема занадто масштабна та невирішувана. До того ж постановка питання робиться не з акцентом на вирішення та досягнення мети, а лише на те, чому така ситуація взагалі є можливою з теоретичного погляду

та у нереальних умовах, які важко співвіднести з дійсністю, у якій доводиться навчатися та працювати, зокрема, журналістам як майбутнім фахівцям у професії.

Ускладнення умов процесу навчання викликані пандемією COVID-19 2020-2022 років та повномасштабним вторгненням на територію України у 2022 році військами Російської Федерації. В результаті, умови, в яких доводиться здобувати як загальну освіту, так і вищий ступінь освіти, мали схильність до зменшення інтенсивності та, що не менш важливо, зменшення контролю за виконанням поставлених практичних умов, які можна здобути лише в процесі комунікації, чого були позбавлені багато здобувачів освіти. На момент розгортання гарячої фази війни таких здобувачів освіти була переважна більшість.

Також існує обмежене і достатньо вузьке коло спілкування, яке не формує взаємообмін інформацією з різних галузей та сфер людської діяльності, що, у свою чергу, надзвичайно збіднює людську обізнаність та світобачення у контексті насичення здобутками фактами даними та останніми дослідженнями з різних джерел інформації; відсутнє обговорення отриманої інформації; немає достатнього рівня декодування матеріалів, оскільки не всі повідомлення взагалі доречно передавати у їхньому вигляді з першоджерела, бо підготовленість реципієнтів до сприйняття такої інформації може бути на занадто низькому рівні, що погіршить засвоєння цієї інформації, а тому не буде достатньо корисним для того, хто цю інформацію сприйматиме.

Так ряд об'єктивних причин впливає на виникнення суб'єктивних елементів, які мають тенденції до повторюваності серед українського суспільства та, зокрема, серед здобувачів освіти як майбутніх спеціалістів.

Небажання спілкуватися може перерости у замовчування власного світобачення чи погляду на проблематику того чи іншого питання, яке можна буде використовувати як безініціативність, що спонукає людей до посилення тенденції механічної передачі інформації. І хоча такий спосіб навчання стає все більш популярним через неможливість забезпечити відповідний рівень живого спілкування, проте у суспільстві все гостріше постає потреба у збереженні авторського тексту як виду журналістської творчості, оскільки таким чином зберігається відчуття діалогу та прослідковується потреба людей у спілкуванні та міжособистісній комунікації в режимі реального часу.

Такі спостереження журналістів можуть бути використані як основа для соціальних орієнтирів і навчальної методології, які ґрунтуватимуться на особистісному сприйнятті інформації, якщо достатньо поширити таку інформацію серед суспільства, використовуючи технології соціальних мереж і засобів соціальної комунікації через відповідні платформи, інтернет. Це, загалом, можливо реалізувати лише за безпосередньої активності молодого покоління, яке зберігає ініціативність у погляді на проблеми і готове вкладати часовий та трудовий ресурс у досягненні цієї мети.

Аналіз викликів, з якими стикається журналіст у цифрову добу, дозволяє зробити висновок про необхідність переосмислення традиційних уявлень про професійну компетентність у сфері масової комунікації. Особистісна ініціативність, здатність до критичного осмислення інформації та вміння зберігати власну ідентичність в умовах інформаційного тиску постають як необхідні умови ефективної та етично вмотивованої журналістської практики. Водночас важливо враховувати соціокультурні та освітні чинники, що впливають на формування лідерського потенціалу журналіста, зокрема обмежений доступ до якісної комунікації, дефіцит міжособистісної взаємодії в освітньому процесі та низький рівень критичної рефлексії. Усі ці чинники потребують системного осмислення в межах журналістської освіти та професійної підготовки кадрів.

Звичайно що не можна нехтувати рівнем знань та грамотністю кандидата на посаду журналіста, але саме особисті якості людини затребувані не менше, ніж освіта та загальна кваліфікація.

Так, одна з найбільших платформ для пошуку роботи work.ua серед опису навичок для журналіста вже на другому місці розміщує невичерпну цікавість і твердість характеру, які поступаються першим місцем лише вищій освіті, до того ж не завжди потрібна саме профільна орієнтація та здобуття відповідного освітнього ступеню за фаховим спрямуванням [2].

Варто також не применшувати значущість менш деталізованих та непомітних навичок Soft Skills, тобто тих, які вже відпрацьовані і знаходяться серед переліку вмінь, що виконуються автоматично, налагоджено і відпрацьовано.

Одним з прикладів менш помітної, але не менш потрібної навички - це швидкість друку тексту, що для журналіста має бути на порядок вище від норми, яка умовно визначена на рівні 150 знаків на хвилину. Для професіонала такий показник вважається занадто низьким і має становити хоча б від 250 знаків на хвилину, а у деяких випадках й понад 310 знаків на хвилину [2].

Не очевидно, але журналіст також має розумітися на швидкості публікацій на різноманітних інформаційних платформах і соцмережах, спеціалізованих форумах, і використовувати пошукові сервіси для підтримки й просування контенту. Таким чином, журналіст має вміти швидко визначити ключові слова, так само швидко

розписати матеріал відповідно до груп публікацій матеріалу, який поділяється на текст, аудіоелементи, відеофрагменти та додаткові посилання, а також прописати хештеги, вивести у заголовок основні слова пошуку.

Так оптимізація публікації робиться на достатньо високому рівні, що позначається на якості матеріалів і загальному рівні перегляді інформації, яку публікує журналіст. Описані тонкощі роботи можна визначити лише завдяки практичним навичкам й особистій ініціативності журналіста, оскільки за програмою навчання відповідні моменти часто не прописані.

Отже, забезпечення сталого розвитку журналістики в умовах цифрової епохи передбачає інтеграцію особистісно-орієнтованих і технологічних підходів до формування професійної ідентичності сучасного журналіста.

References

1. Vakansii dlia dystantsiinoi roboty. Redaktor. Zhurnalist, redaktor strichky novyn // Work.UA. Retrieved from: <https://www.work.ua/jobs/4473191/> (Data zvernennia: 28.04.2025).
2. Kym buty: dovidnyk profesii. Zhurnalist // Work.UA. Retrieved from: <https://www.work.ua/career-guide/journalist/> (Data zvernennia: 24.04.2025).
3. Statystyka ta tendentsii shtuchnoho intelektu (ShI) // Jooble.blog. Retrieved from: <https://ua.jooble.org/blog/statystyka-ta-tendencziyi-shtuchnogo-intelektu-shi/> (Data zvernennia: 22.04.2025).
4. Ukrainski media ta shtuchnyi intelekt. Yak redaktsii zaluchaiut ShI dlia stvorennia kontentu? // Instytut masovoi informatsii. Retrieved from: <https://imi.org.ua/monitorings/ukrayinski-media-ta-shtuchnyj-intelekt-yak-redaktsiyi-zaluchayut-shi-dlya-stvorenniya-kontentu-i62217> (Data zvernennia: 24.04.2025).

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.18

*Sofia Tomilina
Anna Soloviova*

PERSONAL INITIATIVE AND JOURNALISTIC CONVICTIONS IN THE DIGITAL AGE: CHALLENGES AND PROFESSIONAL IDENTITY MARKERS

The thesis presents a theoretical analysis of the role of personal beliefs and own initiative in the context of professional requirements in the era of ultra-modern technologies using the example of artificial intelligence. It allows us to understand the general level of posing an actual issue in the field of journalism. Own initiative and personal beliefs are not just special qualities of an individual journalist, but necessary characteristics of each journalist in the context of professional requirements of the modern media space and digital society.

The emphasis is on the importance of comprehensive training and live communication in order to cultivate the appropriate qualities that will make the information text meet the requirements and requests of modern readers, and will allow us to focus the formulation of the problem on its solution by focusing on the requirements and main problems of the media space of today.

Keywords: *digital technologies, artificial intelligence, journalist, professional standards, competitiveness, personal beliefs, initiative, digitalization, requirements, skills, adaptation.*

Відомості про авторів / Information about the Authors

Софія Томіліна, студентка 448 групи Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. E-mail: siiasia713@gmail.com.

Sofia Tomilina, student of group 448 of Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: siiasia713@gmail.com.

Соловійова Анна, к. політ. наук, доцент кафедри журналістики факультету політичних наук Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. E-mail: soloan2003@gmail.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0524-287X>

Soloviova Anna, PhD in Political Science, Associate Professor of Department of Journalism, Faculty of Political Science, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: soloan2003@gmail.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0524-287X>

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.19

*Анатолій Федько,
Анна Джежар*

ВІДЕОХОСТИНГ YOUTUBE ЯК СУЧАСНЕ ДЖЕРЕЛО ІНФОРМАЦІЇ: МУЛЬТИМЕДІЙНІ ОСОБЛИВОСТІ ТА ВПЛИВ НА НОВИНИЙ КОНТЕНТ

Тези присвячені ролі YouTube як сучасного джерела інформації, що трансформує способи споживання новин у цифрову епоху. Аналізуються мультимедійні особливості платформи, зокрема поєднання тексту, відео, звуку та інтерактивних елементів, які сприяють глибшому залученню аудиторії. Особлива увага приділяється впливу YouTube на новинний контент в Україні після початку повномасштабного вторгнення 2022 року, де платформа стала інструментом оперативного інформування, спростування дезінформації та підтримки інформаційної безпеки. Підкреслюється важливість медіаграмотності для уникнення маніпуляцій і ризиків «бульбашки фільтрів». Тези підтверджують потенціал YouTube для розвитку професійної та громадянської журналістики.

Ключові слова: *відеоплатформи, YouTube, цифрові медіа, новини, журналістика, споживання інформації, новинний контент, інформаційна еволюція.*

У XXI столітті стрімкий розвиток цифрових технологій значною мірою змінив інформаційний ландшафт. Особливо помітною є трансформація способів споживання новин – від газет і телебачення до соціальних мереж та відеоплатформ. Провідну позицію серед них посідає YouTube – відеохостинг, який із суто розважального ресурсу трансформувався в серйозне джерело новин та інформації. Ця еволюція зумовлена не лише технологічним прогресом, але й зміною поведінки аудиторії, яка прагне швидкого, зручного та мультимедійного доступу до контенту. Згідно з дослідженнями, YouTube став другою за популярністю платформою для отримання новин у США після Facebook, а в Україні його роль як джерела інформації значно зросла після початку повномасштабного вторгнення 2022 року [2, с. 1].

Сучасний користувач усе частіше обирає YouTube для отримання новин завдяки зручності, доступності, мобільності та багатофункціональності платформи. За даними Київського міжнародного інституту соціології, у 2022 році 80% українців щоденно користувалися інтернетом, а серед молоді віком 18–35 років цей показник досяг 96%. Соціальні мережі, зокрема YouTube, є основними каналами отримання інформації для цієї вікової категорії, що пояснюється їхньою здатністю надавати оперативний і візуально привабливий контент. Молодь віддає перевагу коротким інформаційним роликам, інфографіці та інтерв'ю з експертами, які відповідають сучасним вимогам швидкості та компактності інформації [3, с. 1].

Однією з головних причин популярності YouTube як джерела новин є його мультимедійний формат, який дозволяє поєднувати текст, відео, звук, графіку та інтерактивні елементи. Відеоінтерв'ю, прямі трансляції, аналітичні огляди, журналістські розслідування – усі ці формати створюють насичений, емоційно переконливий контент, що апелює до кількох сенсорних каналів одночасно. Такий підхід сприяє глибшому запам'ятовуванню інформації та викликає сильніші емоційні реакції, ніж текстові матеріали. Наприклад, відеозаписи подій, таких як протести чи природні катастрофи, створюють ефект присутності, дозволяючи глядачам відчути себе частиною ситуації. У контексті війни в Україні мультимедійний формат YouTube став критично важливим для оперативного висвітлення подій, передачі достовірних свідчень і спростування дезінформації [1, с. 3].

Іншою вагомою перевагою YouTube є відсутність часових обмежень на відео. На відміну від традиційних телеканалів, де новинні сюжети зазвичай скорочуються до кількох хвилин через жорсткий ефірний графік, YouTube дозволяє публікувати розлогі матеріали тривалістю від кількох хвилин до кількох годин. Це дає змогу журналістам і авторам контенту глибше аналізувати теми, залучати експертів і надавати глядачам комплексне розуміння подій. Прикладом є YouTube-канал українського журналіста Дмитра Гордона, де регулярно з'являються багатогодинні інтерв'ю з політичними діячами, військовими експертами та культурними постатями. Такі матеріали не лише інформують, а й сприяють формуванню критичного мислення у глядачів, пропонуючи різні точки зору на складні питання [5, с. 1].

Інтерактивність платформи є ключовою перевагою, яка відрізняє YouTube від традиційних медіа. Можливість коментувати, ставити запитання, брати участь у голосуваннях чи прямих трансляціях створює ефект присутності та посилює емоційне залучення аудиторії. Глядач перестає бути пасивним реципієнтом інформації, стаючи активним учасником інформаційного процесу. Коментарі та лайки створюють прямий зворотний зв'язок між авторами та аудиторією, що сприяє формуванню лояльної спільноти.

Алгоритми рекомендацій YouTube відіграють важливу роль в індивідуалізованому споживанні контенту. Вони аналізують поведінку користувачів – лайки, тривалість перегляду, коментарі – і пропонують відео, що відповідають їхнім інтересам. Це спрощує навігацію та сприяє залученню аудиторії, але водночас створює ризик «бульбашки фільтрів», коли користувачі отримують лише ту інформацію, яка підтверджує їхні наявні погляди. Це підкреслює важливість медіаграмотності та критичного мислення для уникнення маніпуляцій і дезінформації [4, с. 1].

У період повномасштабного вторгнення в Україну YouTube став незамінним інструментом для інформування як української, так і міжнародної аудиторії. Українські ЗМІ, такі як ТСН і 24 канал, активно використовують платформу для поширення новин, тоді як військові аналітики, волонтери та незалежні журналісти публікують контент, спрямований на спростування фейків, висвітлення гуманітарних ініціатив і підтримку морального духу суспільства. Платформа стала простором для альтернативної аналітики, де користувачі можуть отримати доступ до матеріалів, які не завжди представлені в офіційних медіа. Це сприяє інформаційній безпеці та національній єдності в умовах війни [2, с. 1].

Перевагою YouTube є також його функціональна різноманітність. Сервіси, такі як YouTube Shorts для коротких відео, YouTube Live для прямих трансляцій, YouTube Kids для дитячої аудиторії, а також можливості субтитрування й адаптації контенту для людей з інвалідністю, забезпечують ширше охоплення аудиторії та роблять платформу доступною для різних груп користувачів. Наприклад, субтитри та аудіокоментарі дозволяють людям із порушеннями слуху чи зору споживати новинний контент, підвищуючи інклюзивність платформи. Крім того, сервіси на кшталт YouTube Premium і YouTube Music розширюють можливості платформи, роблячи її не лише новинним, а й універсальним медіаресурсом.

Ще однією важливою особливістю YouTube є його глобальна доступність, що дозволяє створювати контент для аудиторії з різних країн і культур. Платформа підтримує багатомовність, автоматичне перекладання субтитрів і адаптацію контенту до місцевих контекстів, що робить її ефективним інструментом для міжнародного інформування. Наприклад, під час війни в Україні багато українських каналів почали створювати контент англійською мовою, щоб привернути увагу світової спільноти до подій у країні. Це сприяло формуванню міжнародної солідарності та підтримці України на глобальному рівні. Крім того, YouTube надає аналітичні інструменти для творців контенту, такі як YouTube Analytics, які дозволяють відстежувати демографію аудиторії, географічне охоплення та ефективність публікацій, що допомагає оптимізувати контент і підвищувати його релевантність.

Таким чином, YouTube сьогодні є не просто технічною платформою для розміщення відео, а повноцінним інструментом формування громадської думки, джерелом альтернативної аналітики та простором для журналістських експериментів. Його роль у сучасному інформаційному просторі невпинно зростає, особливо в умовах криз і глобальних викликів, таких як війна в Україні. Платформа поєднує мультимедійність, інтерактивність і доступність, що робить її унікальним інструментом для сучасної журналістики.

У зв'язку з цим виникає потреба у подальших дослідженнях етики, достовірності та професійних стандартів роботи журналістів на YouTube. Важливо також розвивати медіаграмотність серед молоді, щоб формувати навички критичного споживання контенту та здатність розпізнавати маніпуляції, фейки й дезінформацію. Сучасні українські медіа підтверджують, що навіть із обмеженими ресурсами платформа дозволяє створювати якісний контент і залучати аудиторію, якщо враховувати її інтереси та використовувати сучасні інструменти просування, такі як тегування, оптимізація заголовків і регулярність публікацій. Це підкреслює потенціал YouTube як платформи для розвитку як професійної, так і громадянської журналістики в умовах цифрової епохи.

References

1. DeGuzman D. The power of video in news media: how increased audience engagement drives success. The Associated Press. URL: <https://www.ap.org/news-highlights/insights/2024/the-power-of-video-in-news-media-how-increased-audience-engagement-drives-success/> (дата звернення: 15.04.2025)
2. Telegram, YouTube, Facebook, TikTok, Viber, Instagram чи Twitter: звідки українці дізнаються новини? Провсе. URL: <https://provse.te.ua/2024/08/telegram-youtube-facebook-tiktok-viber-instagram-chy-twitter-zvidky-ukraintsi-diznaiutsia-novyny/> (дата звернення: 15.04.2025)

3. Polikovska Yu. 80% hromadian v Ukraini korystuiutsia internetom shchodnia, – sotsopytuvannia. Detektor Media. URL: <https://ms.detektor.media/internet/post/34073/2024-01-26-80-gromadyan-v-ukraini-korystuyutsya-internetom-shchodnya-sotsopytuvannya/> (data zvernennia: 22.05.2025)
4. Rasulova O. Yak pratsiuuiu alhorytmy YouTube. MediaLab Online. URL: <https://medialab.online/news/alhorytmy-youtube/> (data zvernennia: 22.05.2025)
5. Bakaievych K. Perevahy ta nedoliky poshyrennia novynnoho kontentu na videokhostynhu «YouTube» pid chas povnomasshtabnoho vtorhennia. K.: Kyivskiy stolychnyi universytet imeni Borysa Hrinchenka, 2024. S. 13. URL: <http://horizons.vpi.kpi.ua/article/view/292890/290685> (data zvernennia: 22.05.2025)

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.19

Anatolii Fedko,
Anna Dzhhezhar

**YOUTUBE VIDEO HOSTING AS A MODERN SOURCE OF INFORMATION: MULTIMEDIA FEATURES
AND IMPACT ON NEWS CONTENT**

The thesis focuses on the role of YouTube as a modern source of information that transforms the way we consume news in the digital age. The multimedia features of the platform are analysed, including the combination of text, video, sound and interactive elements that contribute to deeper audience engagement. Particular attention is paid to the impact of YouTube on news content in Ukraine after the start of the full-scale invasion in 2022, where the platform has become a tool for prompt information, refuting disinformation and maintaining information security. The importance of media literacy is emphasised to avoid manipulation and the risks of a 'filter bubble'. The theses confirm the potential of YouTube for the development of professional and civic journalism.

Key words: video platforms, YouTube, digital media, news, journalism, information consumption, news content, information evolution.

Відомості про автора / Information about the Author

Анатолій Федько, студент 248 групи (спеціальність «Журналістика») Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. E-mail: fedkotolik2006@gmail.com

Anatolii Fedko, student of the 248th group (speciality 'Journalism') of Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: fedkotolik2006@gmail.com

Анна Джежар, викладачка кафедри журналістики Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. [ORCID](https://orcid.org/). E-mail: annasyniakova@gmail.com

Anna Dzhhezhar, the lector of journalism department Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. [ORCID](https://orcid.org/). E-mail: annasyniakova@gmail.com

© А. Федько, А. Джежар

Стаття отримана редакцією 19.05.2025.

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.20

Анна Чулкова

ЖУРНАЛІСТСЬКІ СТАНДАРТИ ТА ГРОМАДЯНСЬКА ЖУРНАЛІСТИКА

У тезах досліджено взаємодію професійної та громадянської журналістики в умовах цифровізації. Громадянська журналістика, незважаючи на відсутність професійної підготовки, відіграє значну роль у фіксації подій, поширенні інформації та формуванні суспільної думки, особливо в умовах війни. Водночас вона несе ризики поширення фейків і маніпуляцій через брак етичних орієнтирів та механізмів перевірки фактів. Професійна журналістика має зберігати високі стандарти, але також адаптуватися до нової інформаційної реальності.

Робота порушує питання пошуку моделі співіснування обох типів журналістики та ролі медіаосвіти у формуванні критично мислячої аудиторії.

Ключові слова: журналістські стандарти, громадянська журналістика, достовірність, цифровізація, медіаосвіта.

В умовах цифровізації медіапростору традиційні уявлення про журналістику зазнають суттєвих змін. Громадянська журналістика, що ґрунтується на участі звичайних користувачів у створенні й поширенні інформації, кидає виклик усталеним журналістським стандартам та водночас збагачує публічний дискурс новими формами комунікації. У цьому контексті особливої уваги заслуговує питання про співіснування професійної журналістики з громадянською та про те, як зберігати стандарти об'єктивності, достовірності й неупередженості в нових умовах.

Метою цього дослідження є аналіз співвідношення журналістських стандартів і практик громадянської журналістики в сучасному інформаційному середовищі.

Упродовж останніх десятиліть роль журналіста суттєво трансформувалася. Якщо раніше журналіст був єдиним посередником між подією та аудиторією, то сьогодні, в умовах цифрової комунікації та доступності технологій, функцію інформування дедалі частіше беруть на себе звичайні громадяни. Смартфон із камерою, доступ до інтернету та сторінка в соціальній мережі перетворили кожного потенційного свідка події на джерело інформації. Так виник і почав активно розвиватися феномен громадянської журналістики, або «citizen journalism».

Це явище створює нові виклики для традиційної журналістики. З одного боку, громадянська журналістика сприяє оперативному поширенню новин, дозволяє показати події «зсередини», особливо у кризових або воєнних умовах, де професійні медіа не завжди мають доступ. З іншого боку, відсутність професійної підготовки, етичних орієнтирів і систем перевірки фактів у громадянських журналістів породжує загрози поширення фейків, маніпуляцій та викривленої інформації.

У результаті зникає чітка межа між професійною журналістикою та аматорським контентом. Це ставить під сумнів сталі уявлення про журналістські стандарти, ставить виклики для довіри до медіа та актуалізує потребу в переосмисленні ролі журналіста у цифрову епоху.

В.Лисенко називає питання визначення ролі громадянської журналістики в сучасному інформаційному просторі дискусійним: «Громадянська журналістика є предметом дослідження фахівців у сфері соціальних комунікацій, політології, соціології, юриспруденції. Такий міжгалузевий підхід зумовлений насамперед впливовістю громадянської журналістики на формування суспільної думки, а також її багатоаспектністю, оскільки розглядається і як засіб комунікації, і як публічний простір для обговорення соціально важливих питань, і як інструментарій впливу на суспільство загалом та його окремі інститути» [4].

Також, Лисенко акцентує увагу на тому, що «в умовах сучасного технічного розвитку поряд з питанням доступності інформації постає ще одне не менш важливе питання щодо її достовірності та об'єктивності. Можливість кожного висловити власні думки, позиції в Інтернеті, з одного боку, надає широкий простір для спілкування, звернення уваги на актуальні проблеми у суспільстві і державі, з іншого – викликає ризики щодо

можливості введення в оману користувачів такої інформації у зв'язку з її масовістю та відсутністю ефективних механізмів перевірки» [4].

Міжнародні стандарти професійної журналістики сформульовано в Декларації принципів професійної етики журналістів, ухваленій під час II Всесвітнього конгресу Міжнародної федерації журналістів (Бордо, 25–28 квітня 1954 року) та оновленій на 18-му конгресі МФЖ (Хельсінгфор, 2–6 червня 1986 року). Цей документ був визнаний еталоном професійної поведінки для журналістів, які займаються збором, поширенням, аналізом та коментуванням інформації. У ньому закладено ключові принципи, якими має керуватися журналіст у своїй діяльності [2].

На противагу цьому громадянська журналістика – це форма комунікаційної діяльності, яку здійснюють непрофесійні учасники медіапроцесу: звичайні громадяни, активісти, очевидці подій. Це явище передбачає, що кожен користувач може фіксувати інформаційно значущі події, ділитися ними через соціальні мережі, блоги, відеоплатформи або незалежні онлайн-ресурси. Основною особливістю громадянської журналістики є відсутність формальної професійної підготовки, редакційної політики та, часто, чітко визначених стандартів.

Враховуючи це, можна дійти висновку, що громадянська журналістика є реалізацією конституційного права будь-якого громадянина нашої країни на реалізацію права на свободу слова, що зазначено в статті 34 Конституції України: «Кожному гарантується право на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань. Кожен має право вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб – на свій вибір. Здійснення цих прав може бути обмежене законом в інтересах національної безпеки, територіальної цілісності або громадського порядку з метою запобігання заворушенням чи злочинам, для охорони здоров'я населення, для захисту репутації або прав інших людей, для запобігання розголошенню інформації, одержаної конфіденційно, або для підтримання авторитету і неупередженості правосуддя» [3].

Досліджуючи це питання можна прослідкувати спільні та відмінні риси цих двох підходів до роботи, кожен з яких, у своїй ніші, закриває потребу користувача в доступі до інформації (Таблиця 1).

Таблиця 1

Стандарти	Професійна журналістика	Громадянська журналістика
Достовірність	Достовірність є базовим принципом. Журналіст зобов'язаний перевірити інформацію, встановити її походження, знайти першоджерела. Для цього використовуються перевірені канали, офіційні документи, коментарі фахівців. Поширення недостовірної інформації – серйозне порушення професійної етики.	Достовірність часто не перевіряється належним чином. Громадянський журналіст може бути очевидцем події, однак не завжди здатен підтвердити факти або встановити їхній контекст. Часто поширюється інформація емоційного характеру, яка здається правдивою, але не має документального підтвердження.
Точність	Передбачає увагу до деталей: правильне вказання імен, дат, назв організацій, цитування джерел без спотворення. Точність підтримується редакторською перевіркою матеріалу до публікації.	Точність нерідко страждає через необізнаність автора або поспішність публікації. Можуть бути допущені неточності в термінах, помилкові імена, хибні посилання, що спричиняє дезінформацію, навіть якщо це не було навмисно.
Баланс думок та точок зору	Журналіст має подавати кілька точок зору на подію або проблему, зокрема позиції всіх сторін конфлікту. Завдання – не підтримувати жодну зі сторін, а показати повну картину для формування неупередженої думки аудиторії.	Баланс часто відсутній, бо громадянський журналіст, як правило, пише з власної позиції – як учасник або свідок події. Це не обов'язково свідоме порушення, а результат браку журналістського досвіду чи бажання висловити власну точку зору.
Відокремлення фактів від коментарів	Факти подаються окремо від суб'єктивних суджень. Якщо є коментарі, аналітика чи інтерпретація, це має бути чітко позначено.	Межа між фактом і коментарем часто розмита. Публікації зазвичай поєднують власні переживання, оцінки, емоції з описом події. У соцмережах автори легко переходять

Стандарти	Професійна журналістика	Громадянська журналістика
	Журналіст не має права видавати власну думку за факт.	від повідомлення про факт до власної реакції, що може спотворити сприйняття.
Повнота	Матеріал має бути всебічним – включати контекст, довідкову інформацію, передісторію події, позиції різних сторін. Це дозволяє читачеві глибше зрозуміти суть новини.	Через обмежений доступ до інформації, а також вузьку перспективу, повнота зазвичай відсутня. Публікується лише те, що автор знає або бачить, без ширшого контексту, історичного чи правового підґрунтя.
Оперативність	Оперативність – важливий стандарт, однак вона не повинна переважати над точністю й достовірністю. Журналіст має подати новину якомога швидше, але тільки після перевірки фактів.	Оперативність – основна перевага. Інформація часто публікується миттєво, іноді в прямому ефірі. Це дозволяє дуже швидко поширювати відомості, однак збільшує ризик помилок, фейків, емоційно забарвлених повідомлень без підтвердження.

Враховуючи це, варто зауважити, що не зважаючи на те, що громадянська журналістика розширює доступ до інформації, дає змогу почути голоси «знизу» та оперативно фіксувати важливі події, вона потребує критичного ставлення та перевірки, адже часто не відповідає базовим журналістським стандартам. Професійна журналістика, навпаки, ґрунтується на стандартах і несе відповідальність перед суспільством, проте має свої обмеження щодо оперативності та охоплення.

В контексті порівняння та співставлення професійної та громадянської журналістики, варто також звернути увагу на місце останньої в інформаційній діяльності в період російсько-української війни. Харченко О. наводить характерні риси, що притаманні громадянській журналістиці саме в сучасних реаліях, а саме [7]:

- оперативність та мобільність: інформація надається майже миттєво після будь-яких подій, що стосуються військової ситуації на території України;
- легкість публікації та подання матеріалу: неформальний, гумористичний, а іноді й грубий стиль викладення інформаційно-аналітичних матеріалів, підкупає аудиторію своєю простотою та безпосередністю;
- велика аудиторія покриття, яка часто переважає аудиторію державних медіа;
- негайний зворотній зв'язок та можливість живого спілкування: блогери як представники громадянської журналістики та споживачі інформації мають можливість безпосередньо поспілкуватись та обміняти думками;
- краудсорсинг: цей інструмент залучається у декількох варіантах. З одного боку – це залучення колективного інтелекту для збору та редагування актуального матеріалу. З іншого боку – це інструмент залучення громади до активної дії, наприклад для збору коштів для волонтерської підтримки підрозділів ЗСУ;
- різноманітність точок зору: на відміну від традиційних медіа, громадянські журналісти або блогери, що висвітлюють російсько-українську війну, висвітлюють більш різнопланові точки зору і це надає їхнім матеріалам додатковий бонус у вигляді унікальності розуміння подій.
- активізм та промоція: громадянські журналісти часто міцно пов'язані з тими проблемами, які вони висвітлюють. Це, у свою чергу, веде до того, що вони можуть сприяти вирішенню тих соціальних проблем, які вони порушують.

Також, зазначається, що не зважаючи на численні переваги, в сучасних реаліях громадянська журналістика має очевидні недоліки, зокрема «це недостатньо чітко прописані професійні стандарти, що викликає недовіру в певної аудиторії критично мислячих споживачів інформації» [7] та «це неналежна якість перевірки фактів, що примушує аудиторію дещо критично ставитися до наданої інформації з блогерських джерел та її відповідного аналізу. Звідси спостерігаються окремі випадки розповсюдження фейкової або невідповідної інформації» [7].

Професійна журналістика зберігає орієнтацію на етичні норми, дотримання принципів об'єктивності, перевірки фактів і відповідальності перед аудиторією. Громадянська журналістика, зі свого боку, суттєво розширила медіапростір, надала голос тим, хто раніше не мав змоги його мати, актуалізувала теми, які ігнорувалися традиційними медіа.

Таким чином, ключовим завданням сьогодення стає пошук моделі співіснування професійної та громадянської журналістики, яка б з одного боку зберігала високі етичні стандарти, а з іншого – визнавала трансформацію ролі журналіста та відкритість медіа до участі громадськості. Це передбачає і медіаосвіту для широкого загалу, і формування нових стандартів взаємодії, і критичне осмислення як професійної практики, так і громадянської активності в інформаційному полі. У цифрову епоху журналістика не втрачає своєї ролі – навпаки, вона потребує переосмислення з урахуванням нових реалій, де кожен може бути джерелом, але не кожен – журналістом.

References

1. Baturevych I. V. Hromadska zhurnalistyka v konteksti suchasnykh informatsiinykh tekhnolohii (Doslidzhennia systemy Web 2.0 na osnovi ukrainskykh elektronnykh vydan). – Rezhym dostupu: <https://surl.lu/ewaowl>.
2. Holub O. P. Mediakompas: putivnyk profesiinoho zhurnalista. Praktychnyi posibnyk / Instytut masovoi informatsii. — Kyiv: TOV “Sofia-A”, 2016. — 184 s.
3. Konstyutsiia Ukrainy. – Rezhym dostupu: <https://surl.lu/bnfjrrj>.
4. Lysenko V. V. Hromadianska zhurnalistyka yak zasib realizatsii prava liudyny na informatsiiu. – Kvalifikatsiina naukova pratsia na pravakh rukopysu. Dysertatsiia na здобuttia naukovoho stupenia doktora filosofii za spetsialnistiu 081 – Pravo. – Natsionalnyi universytet «Odeska yurydychna akademiia», Ministerstvo osvity i nauky Ukrainy, Odesa, 2021.
5. Sanatarchuk, Mariia Oleksiivna. Hromadianska zhurnalistyka yak peredumova formuvannia nezaleznykh profesiinykh media na prykladi kharkivskoi mediahrupy «Nakypilo»: kvalifikatsiina robota pershoho (bakalavrskoho) rivnia vyshchoi osvity: spetsialnist 061 «Zhurnalistyka» / M.O. Sanatarchuk; naukovyi kerivnyk O.O. Polumysna. – Kharkiv: Kharkivskiy natsionalnyi universytet imeni V.N. Karazina, 2024. – 75 s.
6. Ukrinform. Bilshist yak 40% zhurnalistiv doviriavut ZMI de pratsiuuti profesiini zhurnalisty. – Rezhym dostupu: <https://surl.li/erhkpq>.
7. Kharchenko O. V. Hromadianska zhurnalistyka v Ukraini ta hlobalizatsiini mediaprotsesy v period rosiisko-ukrainskoi viiny / O. V. Kharchenko // Intehrovani komunikatsii. - 2023. - Vyp. 2. - S. 63-66. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/integcommu_2023_2_9.
8. Iuksel H. Z. Hromadianska zhurnalistyka krymu yak yavyshe oporu ta borotby proty porushennia prav liudyny. Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Seria: Filolohiia. Sotsialni komunikatsii. Tom 31 (70) № 1 Ch. 4 2020. – S.171-176.
9. Andersson Hjelm, O. Citizen journalism and codes of journalistic standards and ethics. Mahisterska robota, Universytet Linnea, Shvetsiia. – 2021. Celestin Messanga Obama. Conventional Journalism Versus Citizen Journalism: between Confrontation and Collaboration, the Emergence of New Perspectives. – International Journal of Humanities Social Sciences and Education (IJHSSE). Volume 11, Issue 5, May 2024, PP 84-94.
10. Hill A. Citizen Journalism vs. Traditional Journalism. – Режим доступу: <https://surl.lu/kxoqlp>.

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.20

Anna Chulkova

JOURNALISTIC STANDARDS AND CITIZEN JOURNALISM

The paper explores the interaction between professional and citizen journalism in the context of digitalization. Despite the lack of formal training, citizen journalism plays a significant role in documenting events, disseminating information, and shaping public opinion, especially during times of war. However, it also poses risks of spreading misinformation and manipulation due to the absence of ethical guidelines and fact-checking mechanisms. Professional journalism must maintain high standards while also adapting to the new information landscape.

The work raises the issue of finding a model for the coexistence of both types of journalism and examines the role of media literacy in shaping a critically thinking audience.

Keywords: *journalistic standards, citizen journalism, credibility, digitalization, media literacy.*

Відомості про автора / Information about the Author

Анна Чулкова, викладачка кафедри журналістики, Факультет політичних наук, Чорноморський національний університет імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. E-mail: annchulkowa@gmail.com.

Anna Chulkova, Lecturer at the Department of Journalism, Faculty of Political Science, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: annchulkowa@gmail.com.

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.21

*Ніколь Чуприна
Анна Соловійова*

ВИКОРИСТАННЯ ФОТО ТА ВІДЕО У ВИСВІТЛЕННІ НОВИН: УСПІШНІ КЕЙСИ

У тезах аналізуються успішні кейси використання фото- та відеоконтенту у висвітленні новин, які продемонстрували ефективність візуальних засобів у сучасній журналістиці. Розглядаються приклади як з українського, так і з міжнародного медіапростору, де зображення й відео допомогли глибше розкрити суть події, викликати емоційний відгук у глядачів та посилити довіру до інформації. Особливу увагу приділено ролі візуального супроводу у швидкому поширенні новин у соціальних мережах, підвищенні рівня залученості аудиторії та формуванні суспільного резонансу. Також підкреслюється важливість дотримання етичних принципів під час створення та публікації візуального контенту. Тези можуть бути корисними для журналістів, редакторів, медіаменеджерів і всіх, хто працює над покращенням якості та впливовості новинних матеріалів.

Ключові слова: візуальний контент, журналістика, фото, відео, новини, медіа, соціальні мережі, емоційний вплив, етика, інформаційне висвітлення.

У сучасних умовах війни та гібридних інформаційних загроз роль медіа у висвітленні подій набуває надзвичайної ваги. Особливої актуальності набувають візуальні форми подання інформації – фотографії та відео – як потужні інструменти впливу на громадську думку, емоційне сприйняття та формування історичної пам'яті. У тезах розглянуто, як українські медіа використовували візуальні засоби для відображення трагічних подій війни, підкреслення героїзму та страждань, документування воєнних злочинів і мобілізації громадської підтримки. Від особистісних історій до масштабних репортажів із гарячих точок – візуальні матеріали стають не просто доповненням до тексту, а самостійними носіями глибокого змісту. Також аналізуються тенденції використання інтерактивних платформ, роль соціальних мереж у розповсюдженні контенту та виклики, що виникають перед журналістами в умовах цифрової епохи.

В останні роки українські медіа значно зосередилися на подіях, пов'язаних із війною. Новини про бойові дії, загиблих і поранених військових, обстріли та інші військові події часто стають основними темами в українських ЗМІ. Було проаналізовано, що найбільшу увагу медіа приділяють таким аспектам військового конфлікту [1]:

1. Медіа активно висвітлюють політичні питання конфлікту, включаючи дипломатичні переговори, реакцію міжнародної спільноти, заяви політичних лідерів та аналізи політичної ситуації.

2. Звіти про бойові дії, втрати, успіхи та невдачі займають значну частину висвітлення війни. Це охоплює інформацію про військові операції, стратегії та тактики.

3. Медіа акцентують увагу на гуманітарних аспектах конфлікту, таких як людські страждання, біженці, гуманітарна допомога та порушення прав людини.

4. Репортажі про економічні наслідки війни, включаючи збитки в економіці, економічні санкції та зруйнування інфраструктури.

5. Значну увагу приділяють інформаційній війні, пропаганді та дезінформації, аналізуючи медійні повідомлення та вплив державних і недержавних акторів на медіа.

Це формує сприйняття громадської ситуації, оскільки медійне відображення конфлікту впливає на уявлення суспільства про його характер, причини та наслідки. Від того, як ці аспекти висвітлюються в медіа, залежить підтримка або критика з боку громадськості, а також формування громадської думки та реакцій.

Однією з цікавих рис українських медіа є різноманітність підходів до висвітлення війни. Від незалежних інформаційних агентств до державних телеканалів — кожне медійне джерело має свою унікальну перспективу на події на сході країни. Підходи до висвітлення війни можуть суттєво відрізнитися залежно від типу медіа, географічного розташування, політичних уподобань та цільової аудиторії.

Українські медіа часто використовують фотографії та відео для ілюстрації жахів війни, героїзації бійців та підкреслення потреби в гуманітарній допомозі. Через емоційно насичені зображення вдається не лише передати

атмосферу подій, а й створити емпатію в глядачів, стимулюючи суспільну підтримку та участь у волонтерських ініціативах. Інфографіка та картографія широко застосовуються для візуалізації важливої інформації про військові дії, такі як зміни лінії фронту, кількість жертв, масштаби руйнувань або обсяги міжнародної допомоги. Завдяки поєднанню фактів та візуального ряду така подача стає доступнішою для широкої аудиторії, включаючи людей без спеціалізованих знань.

Ці візуальні матеріали допомагають аудиторії краще усвідомити та сприймати події війни, адже візуалізація часто має сильніший емоційний вплив, ніж текст. Крім того, медіа експериментують з мультимедійними форматами: анімацією, 3D-реконструкціями подій, VR-екскурсіями у зруйновані міста – усе це сприяє глибшому залученню глядача.

Інтерактивність та залучення аудиторії стають дедалі важливішими аспектами висвітлення війни в українських медіа. Користувачі можуть ділитися контентом, надсилати власні фото й відео з місця подій, брати участь у дискусіях і опитуваннях. Соціальні мережі та коментарі на сайтах дозволяють оперативно реагувати на потреби аудиторії, уточнювати факти або спростовувати фейки.

Психологічний аспект також є важливим у відображенні війни в українських медіа. Інформація про військовий конфлікт може викликати різноманітні емоційні реакції у глядачів, що впливає на їхнє сприйняття і поведінку.

Крім того, соціальні медіа слугують платформою для поширення дезінформації та пропаганди з обох сторін війни. Користувачі можуть натрапити на різні точки зору, тому важливо критично оцінювати інформацію і перевіряти її джерела. Це ще раз підкреслює активну фазу гібридної війни Росії проти України [2]. Війна стала не лише подією, а й справжнім контентом, який швидко розповсюджується на різних платформах. Наприклад, одне з відео, яке вразило глядачів: українець із сигаретою в зубах обережно переміщує міну в лісі, подалі від дороги. Цей епізод став вірусним, набравши понад 10 мільйонів переглядів під одним твітом. Варто зазначити, що це відео доступне не лише на Твіттері, а й на YouTube, TikTok і різних новинних порталах [3]. Форми соціальних медіа, які звикли до звичайного контенту, тепер отримали несподівану насиченість у контексті повномасштабної війни. Платформа Instagram виконує різні функції як соціальне медіа в контексті війни, переважно через зображення та відео. Проте після початку повномасштабного вторгнення соціальні мережі Meta (Facebook, Instagram, WhatsApp) почали обмежувати можливості українських користувачів та приховувати їхні публікації про воєнні злочини Росії. У Meta зазначають, що не існує прямої заборони на поширення інформації, відео чи фотографій, що стосуються злочинів, зокрема воєнних. Однак є певне табу на контент, який може викликати дискомфорт у користувачів, як пояснив Максим Саваневський, керуючий партнер комунікаційної агенції PlusOne, під час виступу на «Українському Радіо» [5].

Отже, аналізуючи особливості візуалізації в соціальних мережах Facebook та Instagram, можна відзначити, що інформація про війну подається досить об'єктивно. Наприклад, в Instagram фотографії крові та вбивств можуть позначатися як «потенційно неприйнятний контент» або мати «замальоване зображення». Водночас ці соціальні мережі використовуються ЗМІ як платформи для швидкого поширення інформації про війну. Після початку повномасштабного вторгнення в соціальних мережах з'явилося багато нових неофіційних ЗМІ, які активно використовують візуалізацію війни у вигляді фотографій, відео та інфографіки. Важливо зазначити, що електронні ЗМІ активно співпрацювали з міжнародними медіа та організаціями. Завдяки цьому українські журналісти змогли донести правду про війну до світової аудиторії, залучити міжнародну підтримку та протидіяти російській пропаганді.

Одним із важливих, але недостатньо висвітлених аспектів є еволюція жанрових форм у використанні фото- та відеоконтенту під час війни. Зокрема, дедалі більшої популярності набувають такі формати, як відеоісторії у форматі short-docs (короткі документальні фільми), сторітелінг у форматі Instagram Stories та TikTok-відео. Ці формати дозволяють передавати складні, глибокі історії за допомогою мінімалістичних візуальних рішень, зберігаючи при цьому емоційний вплив і привертаючи увагу аудиторії в умовах інформаційного перевантаження.

Варто також відзначити роль мобільної журналістики у висвітленні війни. Сьогодні значна частина фото- та відеоматеріалів створюється не професійними операторами з дорогим обладнанням, а репортерами на смартфонах. Завдяки мобільним пристроям журналісти можуть оперативно передавати новини безпосередньо з місця подій, що робить репортажі більш динамічними та достовірними.

Окремої уваги заслуговує і важливість верифікації візуального контенту в умовах війни. Фотографії та відео можуть бути сфабриковані або маніпулятивно використані, що створює загрозу поширення фейків. Відповідно, журналісти мають опанувати інструменти цифрової перевірки фактів, щоб гарантувати достовірність своїх матеріалів і протидіяти інформаційним атакам.

Протягом війни електронні медіа в Україні також зазнали значних втрат і випробувань. Журналісти стикалися з ризиками для життя та здоров'я, втратами близьких, руйнуванням редакцій і техніки. Незважаючи на це, вони продовжували виконувати свою місію та забезпечувати суспільство достовірною інформацією.

Ураховуючи важливий вплив візуального контенту у сучасному інформаційному просторі, можна констатувати, що саме фотографія виступає в ролі визначального джерела фактів для отримувачів, особливо в умовах кризових ситуацій. Основна мета воєнної фотографії – це передача інформації. Кожен кадр приховує у собі унікальну історію, яка здатна викликати співпереживання, незважаючи на просторові та часові віддаленості. Вчена Сюзан Зонтаг стверджує, що в сучасному розумінні жорстокості важливо мати фотографічне підтвердження. Інакше кажучи, якщо момент жорстокості не зафіксовано фотокамерою, це, мовляв, не стає злочином. Цю точку зору підтримує і Джудіт Батлер, яка зауважує, що «фотографія є вбудованою в процедуру істини» [4]. Це означає, що без візуального підтвердження жорстокої реальності правдивість не може існувати. Фотографія, як документ, сьогодні формує усвідомлення факту злочину та відповідальності за нього, актуалізує образи жертви і злочинця. Знімки створюють хронологію воєнних злочинів, яка систематизує доказову базу для міжнародних розслідувань і судових процесів.

Отже, можна підсумувати, що українські медіа відіграли ключову роль у висвітленні подій, формуванні суспільної думки та протидії російській агресії. Незважаючи на виклики та загрози, українські журналісти продемонстрували високий професіоналізм, відданість своїй справі та здатність адаптуватися до нових реалій. Їхня робота стала важливим чинником інформаційної стійкості України та збереження правди про війну для майбутніх поколінь. Фото- та відеоконтент у висвітленні новин сьогодні не лише інформує, але й формує нові практики журналістської роботи, етичні стандарти та стратегії взаємодії з аудиторією в епоху цифрової трансформації медіа.

Проаналізовані приклади демонструють, що фотографія і відео сьогодні виконують функцію не лише інформування, а й емоційної активації суспільства, міжнародної адвокації, збереження історичної правди. Вони перетворюються на універсальні «докази часу», які формують наративи боротьби за свободу та правду. Успішні кейси висвітлення подій доводять, що ефективна візуалізація може стати ключовим чинником формування суспільної стійкості, зміцнення національної ідентичності та міжнародної солідарності з Україною. Водночас сучасним журналістам слід враховувати етичні аспекти використання зображень насильства й страждання, адже від цього залежить рівень довіри аудиторії і гуманістична місія медіа. Збереження балансу між емоційною силою зображення і відповідальністю перед суспільством залишається ключовим викликом візуальної журналістики сьогодні.

References

1. Voiennyi rik: shliakh nezlamnosti u foto Ukrinformu. Ukrinform. Retrieved from: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3674228-voennij-rik-slah-nezlamnosti-u-foto-ukrinformu.html>
2. Piv roku viiny v Ukraini: shcho pyshe svitova presa pro rosiiske vtornennia v nashu krainu. 2022. 20minut.ua Retrieved from: <https://te.20minut.ua/Podii/pivroku-viyni-v-ukrayini-scho-pishe-svitova-presa-pro-rosiyske-vtorgne-11648791.html>
3. U Berdiansku cholovik z tsyharkoіu v zubakh holymy rukamy perenis minu. Retrieved from: <https://www.facebook.com/watch/?v=1023275048269011>
4. Vaishenberh Z. Novynna zhurnalistyka: navchalnyi posibnyk / za zahal. red. V. F. Ivanova. – K.: Akademiia Ukrainскої presy, 2011. – 262 s.
5. «Prahennia idealnoi kartynky, de nemaie viiny»: chomu Facebook ta Instagram masovo blokuiut dopysy pro zlochyny rosiiskykh viiskovykh Ukrainске Radio Retrieved from: https://ukr.radio/news.html?newsID=99701&utm_source=chatgpt.com

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.21

*Nikol Chupryna
Anna Soloviova*

THE USE OF PHOTOS AND VIDEOS IN NEWS COVERAGE: SUCCESSFUL CASES

The theses analyze successful cases of photo and video content usage in news coverage, demonstrating the effectiveness of visual tools in modern journalism. The paper examines examples from both Ukrainian and international

media, where images and videos helped to reveal the essence of events more deeply, evoke emotional responses from viewers, and enhance trust in the information presented. Particular attention is given to the role of visual support in the rapid dissemination of news via social media, increased audience engagement, and the formation of public resonance. The importance of adhering to ethical principles in the creation and publication of visual content is also emphasized. These theses may be useful for journalists, editors, media managers, and others working to improve the quality and impact of news materials.

Keywords: *visual content, journalism, photo, video, news, media, social media, emotional impact, ethics, news coverage.*

Відомості про автора / Information about the author

Чуприна Ніколь, студентка 4 курсу спеціальності «Журналістика», факультету політичних наук, Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. E-mail: nicol06072004@gmail.com

Nicol Chupryna, 4th-year student of the Journalism program, Faculty of Political Science, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: nicol06072004@gmail.com

Соловійова Анна, к. політ. наук, доцент кафедри журналістики факультету політичних наук Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. E-mail: soloan2003@gmail.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0524-287X>

Anna Soloviova, PhD in Political Science, Associate Professor of the Department of Journalism, Faculty of Political Science, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: soloan2003@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0524-287X>

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.22

*Анастасія Шувалова,
Анна Соловійова*

ПСИХОЛОГІЧНІ МЕХАНІЗМИ СПРИЙНЯТТЯ МАНІПУЛЯТИВНОГО МЕДІАКОНТЕНТУ

Тези присвячені дослідженню психологічних механізмів, які впливають на сприйняття маніпулятивного медіаконтенту в сучасному медіапросторі. Проаналізовано основні когнітивні упередження, що зумовлюють вразливість людини до дезінформації, зокрема феномен підтверджувального упередження, ефект повторення та роль емоційного впливу. Особливу увагу приділено значенню авторитету джерела в процесі формування довіри до інформації. Знання цих механізмів є ключовим для розвитку критичного мислення і протидії маніпуляціям у медіа.

Ключові слова: маніпуляція, психологія сприйняття, підтверджувальне упередження, ефект повторення, емоційний вплив, фейки, медіа.

У цифрову епоху, коли людина щодня отримує сотні інформаційних повідомлень, медіа-психологія набуває особливої актуальності. Ми живемо у світі, де швидкість споживання новин нерідко переважає над глибиною їхнього осмислення, а кількість переглядів – над якістю контенту. В умовах воєн, криз, пандемій і політичної нестабільності саме психологічні чинники визначають, які повідомлення залишаються в нашій свідомості, а які – відкидаються. Маніпулятивний контент, побудований з урахуванням цих чинників, часто виявляється ефективнішим за перевірену, нейтральну інформацію.

Проблема ускладнюється тим, що багато когнітивних механізмів, які ми використовуємо для орієнтації в складному інформаційному середовищі, формувалися впродовж тисячоліть як способи виживання. Однак сьогодні вони стають вразливістю – і маніпулятори це добре розуміють. Завданням сучасної журналістики, освіти й громадянського суспільства є вивчити ці механізми, навчитися їх розпізнавати та розвивати навички протидії маніпуляціям, зберігаючи при цьому відкритість до нової інформації, але без втрати критичності. Увага до медіаграмотності та критичного мислення стала не просто елементом освіти, а інструментом інформаційної безпеки, що дозволяє зменшити вплив пропаганди.

У сучасному інформаційному середовищі психологія відіграє вирішальну роль у тому, як люди сприймають новини та повідомлення. Маніпулятивний контент використовує особливості людського мислення, які історично виникли як механізми швидкої оцінки ситуацій. Однак сьогодні ці механізми часто стають вразливістю перед пропагандою та дезінформацією.

Одним із таких когнітивних механізмів є підтверджувальне упередження – тенденція сприймати і запам'ятовувати ту інформацію, яка відповідає нашим уже наявним переконанням, і відкидати дані, що їм суперечать. Медіа активно використовують це явище, створюючи заголовки та сюжети, які «підкріплюють» певні наративи. Така подача інформації не лише підсилює упередженість аудиторії, але й сприяє зміцненню стереотипів, оскільки люди починають формувати уявлення про світ, ґрунтуючись на вибіркових фактах. Згодом це може призводити до того, що критичне мислення зменшується, а опір до альтернативної інформації зростає. Підтверджувальне упередження стимулює емоційну реакцію на новини: чим більше контент «погоджується» з внутрішніми переконаннями людини, тим сильніше вона відчуває правоту власної позиції, навіть коли вона не підкріплена фактами. Це створює сприятливий ґрунт для маніпуляцій, адже глядач або читач вже не шукає істину, а лише підтвердження своїх поглядів [3].

Ще одним психологічним прийомом є ефект ілюзії правди. Згідно з дослідженнями Л. Гашера, Д. Гольдштейна і Т. Топіно, людина частіше вважає твердження правдивим, якщо його чула кілька разів, навіть без належної перевірки фактів [2]. Цей механізм використовується в політичних кампаніях, інформаційних атаках, рекламних стратегіях і сприяє масовому поширенню фейків.

Соціальні мережі, зокрема, сприяють формуванню «інформаційних бульбашок», де користувачі переважно стикаються з контентом, що підтверджує їхні існуючі переконання. Це посилює ефект підтверджувального упередження – схильність шукати та інтерпретувати інформацію таким чином, щоб вона відповідала вже наявним уявленням. Алгоритми платформ, орієнтовані на максимізацію залучення, підсилюють цей ефект, обмежуючи доступ до альтернативних точок зору та сприяючи поляризації суспільства.

Для протидії цим викликам необхідно розвивати медіаграмотність, яка включає не лише технічні навички перевірки фактів, але й усвідомлення власних когнітивних упереджень та емоційних реакцій. Застосування практик критичного мислення та саморефлексії може допомогти зменшити вплив маніпулятивного контенту та сприяти формуванню стійкого інформаційного середовища.

Емоційний вплив також грає критичну роль у процесі маніпуляції. Інформація, яка викликає сильні емоції (страх, гнів, тривогу), має більший шанс бути сприйнятою та запам'ятованою. Саме тому маніпулятивний контент часто зосереджується на кризах, катастрофах або змовах, як це було, наприклад, під час пандемії COVID-19, коли активно поширювалися фейки про небезпеку вакцин [3].

Ще одним важливим фактором є авторитет джерела. Люди довіряють інформації, яка надходить від офіційних осіб або «експертів», навіть якщо їхні твердження не мають доказової бази. Маніпулятори часто навмисно створюють ілюзію авторитетності шляхом використання узагальнених посилань («як стверджують експерти») без вказівки конкретних імен чи джерел.

Іншим важливим аспектом, який посилює маніпулятивний вплив, є використання соціальних доказів. Люди часто орієнтуються на думки інших, щоб прийняти рішення, особливо в умовах невизначеності або обмеженості інформації. Це явище може бути використано маніпуляторами, коли вони створюють враження, що певна точка зору є загальноприйнятою або підтримуваною більшістю. До прикладу, розміщення фальшивих відгуків або вигаданих статистичних даних на популярних платформах або в медіа може вплинути на сприйняття продукту чи події, навіть якщо ці «соціальні докази» не відповідають реальним фактам. Створення враження, що більшість людей погоджуються з певною думкою, може сильно змінити поведінку аудиторії та її сприйняття реальності.

До того ж, ще одним ефективним прийомом є використання контекстуальних маніпуляцій. Це може включати зміну фокусу повідомлення, вибіркове подання інформації або її перебільшення. Наприклад, маніпулятори можуть свідомо оминати важливі факти або деталі, які можуть змінити сприйняття ситуації, або ж, навпаки, значно підкреслити другорядні моменти, щоб вплинути на емоційне ставлення до події чи особи. Такий підхід здатен створити хибне уявлення про події та навіть сформувати нові стереотипи чи міфи.

Тільки через систематичне навчання та підвищення свідомості громадяни зможуть ефективно протистояти маніпуляціям та захистити себе від дезінформації, яка може серйозно вплинути на їхні погляди та рішення.

Успішне функціонування в інформаційному полі сьогодні потребує від людини не лише знань про маніпулятивні технології, а й здатності до метапізнання – усвідомлення власного мислення. Такий підхід дозволяє не просто уникати впливу фейків чи маніпуляцій, а й критично осмислювати інформацію в контексті власного досвіду, переконань і реакцій. Наприклад, дослідження в галузі когнітивної психології показують, що регулярна практика рефлексії значно знижує схильність до впливу дезінформації та підвищує рівень самостійності у прийнятті рішень [4].

Сучасне інформаційне середовище вимагає формування нових цифрових звичок. До них належать не лише обмеження часу на споживання новин чи уникнення інформаційного перенасичення, а й свідомо побудова медіа-раціону: підписка на перевірені джерела, використання інструментів перевірки фактів тощо. Така інформаційна гігієна не тільки знижує ризик маніпулятивного впливу, а й підвищує загальну стійкість до емоційних тригерів, що часто використовуються в медіа для посилення ефекту впливу [1].

Маніпулятивний контент не тільки апелює до когнітивних упереджень, але й активно використовує сучасні технології для покращення своєї ефективності. Алгоритми штучного інтелекту, які аналізують поведінку користувачів в Інтернеті, здатні створювати персоналізовані повідомлення, що мають ще більшу ймовірність впливу. Ці алгоритми можуть прогнозувати, які теми або навіть емоції найкраще впливають на конкретних користувачів, що робить маніпуляцію ще більш точною і небезпечною для суспільства.

Важливо зазначити, що сприйняття новин сильно залежить від контексту, в якому вони подаються. В умовах політичної чи соціальної напруги навіть нейтральні факти можуть бути інтерпретовані як маніпуляція. Наприклад, використання фреймів – специфічних формулювань, які підсвічують певні аспекти події, створює прихований вплив на аудиторію. Зокрема, повідомлення, яке на перший погляд здається об'єктивним, може стати частиною більш великого нарративу, який впливає на громадську думку. Це явище добре показано в дослідженнях по медіа-фреймінгу, де дослідники доводять, що навіть незначні зміни в подачі новин можуть кардинально змінити сприйняття подій.

Не менш важливим аспектом є розуміння того, як інформація подається в різних медіа. Техніки маніпуляції можуть значно відрізнятися в залежності від платформи – наприклад, телевізійні новини часто орієнтовані на швидкість і емоційний ефект, тоді як в Інтернеті поширення інформації здебільшого відбувається через соціальні мережі та вебсайти, що дозволяє використовувати більше персоналізованих стратегій для залучення уваги. Мережеві платформи здатні створювати контент, що точно співвідноситься з інтересами конкретної аудиторії, що, в свою чергу, посилює ефект когнітивних спотворень і робить його ще небезпечнішим.

Усвідомлення цих психологічних механізмів допомагає зменшити вплив маніпулятивних технологій. Розвиток критичного мислення, регулярна перевірка інформації, уважність до емоційних реакцій та скептичне ставлення до надто емоційних чи часто повторюваних повідомлень є важливими навичками для сучасного медіаспоживача.

Важливо також звертати увагу на власні когнітивні схеми та упередження, які можуть несвідомо впливати на процес оцінки інформації. Людина, яка усвідомлює свої схильності до підтверджувального упередження або ефекту повторення, має більше шансів зберігати об'єктивність і уникати поспішних висновків. Систематичне застосування методів фактчекінгу, перевірки джерел і пошуку альтернативних точок зору стає не просто корисною практикою, а необхідною умовою інформаційної безпеки в епоху постправди.

Ще одним аспектом є розвиток емоційної стійкості. Маніпулятивний контент часто апелює до базових емоцій, таких як страх, гнів або тривога, оскільки сильні емоції знижують здатність до раціональної оцінки ситуації. Тому вміння зберігати спокій і аналізувати власні емоційні реакції на новини чи повідомлення допомагає протидіяти інформаційним маніпуляціям. Практики критичного самоспостереження, наприклад, аналіз запитань «Чому ця новина викликає в мене таку емоцію?» або «Чи є підстави довіряти цьому джерелу?», сприяють підвищенню медіаграмотності.

У цьому контексті варто говорити не лише про інформованість, а й про інформаційну відповідальність – тобто здатність усвідомлено обирати, що ми читаємо, чим ділимося та як інтерпретуємо отримане. Саме з цього починається формування культури критичного мислення в суспільстві.

Отже, психологічні механізми сприйняття маніпулятивного контенту є не лише вразливими точками для аудиторії, але й потенційними точками зростання. Навчившись розпізнавати і усвідомлювати ці механізми, людина отримує змогу критичніше оцінювати інформаційні потоки, зміцнювати свій інформаційний імунітет і брати активну участь у формуванні стійкого громадянського суспільства.

Більше того, розвиток інформаційної гігієни має відбуватися системно – як на рівні особистості, так і в масштабах освіти, державної політики та діяльності медіа. Успішні приклади такої практики демонструють країни, які впроваджують шкільні курси з медіаграмотності, створюють національні стратегії боротьби з дезінформацією та підтримують незалежні інституції фактчекінгу.

Ефективна протидія маніпулятивному контенту в сучасному інформаційному просторі неможлива без глибокого розуміння психології сприйняття. Вона не лише виявляє точки вразливості, а й окреслює стратегії захисту – як індивідуального, так і колективного рівня. Із розвитком медіаграмотності важливо акцентувати не лише на технічних навичках перевірки фактів, але й на емоційній зрілості, саморефлексії та готовності до свідомого споживання інформації.

Завдяки комплексному підходу, що поєднує когнітивну психологію, емоційний інтелект і критичне мислення, можна формувати нову інформаційну культуру. У ній медіаспоживач виступає не як пасивний реципієнт, а як відповідальний учасник суспільного діалогу. Саме така трансформація дозволить створити середовище, стійке до маніпуляцій і дезінформації, яке сприяє демократичному розвитку й захисту прав людини в глобальному масштабі.

У майбутньому завданням журналістики стане не лише інформування, а й підтримка інформаційної самостійності громадянина – здатності мислити критично, співчувати і водночас не втрачати зв'язку з фактами. Це вимагає не просто змін у змісті медіа, а й нових підходів до етики, мови і форми подачі матеріалів.

References

1. Hilmor D. Mediaktyvnist. Unyknyty efektu ekhokamery. ms.detector.media. Retrieved from: <https://ms.detector.media/mediadoslidzhennya/post/9696/2011-05-04-ynyknyty-efektu-ekhokamery/>.
2. Iliuziia pravdy: yak uriativatsiya vid manipulatsii. Huxley. Retrieved from: <https://huxley.media/iljuzija-pravdi-jak-urjativatsija-vid-manipuljacji/>.
3. Pidtverdzhualne uperedzhennia. Krytychne myslennia. Retrieved from: <https://criticalthinkerua.wordpress.com/2020/09/25/pidtverdzhualne-uperedzhennia/>.
4. Suchasni doslidzhennia kohnityvnoi psykhoholii. Materialy Mizhnarodnoi naukovopraktychnoi konferentsii. 15 travnia 2020 roku. Tsyfrovyyi arkhiv Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia» - Tsyfrovyyi arkhiv Ostrozkoï akademii. Retrieved from: <https://surl.lu/cazyhg>.

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.22

*Anastasiia Shuvalova
Anna Soloviova*

PSYCHOLOGICAL MECHANISMS OF PERCEIVING MANIPULATIVE MEDIA CONTENT

The thesis is devoted to the study of psychological mechanisms that influence the perception of manipulative content in the modern media space. The author analyzes the main cognitive biases that determine a person's vulnerability to disinformation, including the phenomenon of confirmation bias, the effect of repetition, and the role of emotional influence. Particular attention is paid to the importance of source credibility in the process of forming trust in information. Knowledge of these mechanisms is key to the development of critical thinking and countering manipulation in the media.

Key words: *manipulation, psychology of perception, confirmation bias, repetition effect, emotional impact, fakes, media.*

Відомості про авторів / Information about the Authors

Шувалова Анастасія, студентка 4 курсу спеціальності журналістика Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. E-mail: anastasiasuvalova91@gmail.com

Anastasia Shuvalova, 4th year student of journalism Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: anastasiasuvalova91@gmail.com

Соловійова Анна, к. політ. наук, доцент кафедри журналістики факультету політичних наук Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. E-mail: soloan2003@gmail.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0524-287X>

Soloviova Anna, PhD in Political Science, Associate Professor of Department of Journalism, Faculty of Political Science, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: soloan2003@gmail.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0524-287X>

© А. Шувалова, А. Соловійова

Стаття отримана редакцією 19.05.2025.

Наукове видання

**МАТЕРІАЛИ НАУКОВО-ПРАКТИЧНИХ КОНФЕРЕНЦІЙ
ЧОРНОМОРСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ІМЕНІ ПЕТРА МОГИЛИ**

**MATERIALS OF THE SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE
OF PETRO MOHYLA BLACK**

**Матеріали ХХІІ Міжнародної наукової конференції
«ОЛЬВІЙСЬКИЙ ФОРУМ – 2025: стратегії країн
Причорноморського регіону в геополітичному просторі»**

№ 1 (1), 2025

СЕРІЯ: ЖУРНАЛІСТИКА

Адреса оргкомітету:

м. Миколаїв, вул. 68 Десантників, 10, 54003
Тел.: 8 (0512) 50–03–32, 8 (0512) 76–55–81, 8 (0512) 76–55–99, факс: 50–00–69, 50–03–33,
E-mail: avi@chmnu.edu.ua, rector@chmnu.edu.ua

Редактор: *О. Михайлова.*
Комп'ютерна верстка, дизайн: *К. Гросу-Грабарчук*
Друк: *С. Волинець.*
Фальцювальню-палітурні роботи: *О. Мішалкіна.*

Підп. до друку 12.06.2025.
Формат 60x84^{1/8}. Папір офсет.
Гарнітура «Times New Roman». Друк ризограф.
Ум. друк. арк. 11,6. Обл.-вид. арк. 9,5. Зам. № 7062

Видавець і виготовлювач: ЧНУ ім. Петра Могили.
54003, м. Миколаїв, вул. 68 Десантників, 10.
Тел.: 8 (0512) 50–03–32, 8 (0512) 76–55–81, e-mail: rector@chmnu.edu.ua.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 6124 від 05.04.2018.