

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2025: 57; 186–194 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2025.57.13302>

УДК [070.447:316.65:33]:303.4

ДАТАМЕДІАЦІЯ СОЦІОЛОГІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ В ПУБЛІКАЦІЯХ ЕКОНОМІЧНОГО СПРЯМУВАННЯ

Тетяна Війтович

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна*

*e-mail: tetyana.viitovych@lnu.edu.ua
<https://orcid.org/0000-0001-7416-3863>*

Стаття присвячена аналізу використання соціологічної інформації у журналістських матеріалах з акцентом на процес датамедіації. Увагу зосереджено на тому, як соціологічні дослідження впливають на створення економічного медійного контенту та формують суспільну думку. Досліджено механізми адаптації складних соціологічних даних для сприйняття широкою аудиторією через методи візуалізації та контекстуалізації. У статті також досліджено явище датамедіації, визначено її ключові особливості та запропоновано авторське визначення цього поняття як процесу адаптації, трансформації та візуалізації соціологічної інформації у журналістському контенті.

Ключові слова: датамедіація, соціологічна інформація, економічний контент, візуалізація даних, адаптація інформації, суспільна думка, медіа, соціологія, соціологічне дослідження.

Постановка проблеми. У сучасному інформаційному просторі журналістика виконує важливу роль посередника між різними дослідженнями та суспільством, зокрема – у висвітленні соціологічної інформації. Соціологічні дані, які відображають суспільні настрої, економічні тенденції та поведінкові процеси, часто подають у вигляді чисел, таблиць або графіків. Без належного пояснення ці дані можуть бути складними для розуміння, що ускладнює використання їх у медіа.

Особливо актуальною ця проблема стає для медіа економічного спрямування, в яких точність і доступність інформації мають критичне значення. Необхідність трансформації соціологічних даних у зрозумілий для аудиторії контент вимагає спеціальних підходів, як-от медіація та датамедіація. Однак, замало уваги віділяється аналізу цих процесів у контексті економічної журналістики.

Мета статті полягає в тому, щоб дослідити механізми адаптації соціологічної інформації у журналістських матеріалах, особливо на економічну тематику, визначити роль датамедіації та обґрунтувати її значення для формування суспільної думки. Завдання – вивчити процес візуалізації даних, проаналізувати практики використання соціологічної інформації в медіа та дослідити вплив цих даних на інформованість.

Методологічна основа дослідження базується на використанні якісних та кількісних методів аналізу для вивчення процесу датамедіації соціологічної інформації в медіа економічного спрямування. Основними методами, застосованими в рамках цього дослідження, є контент-аналіз, порівняльний аналіз і метод візуалізації даних. Контент-аналіз був використаний для дослідження матеріалів всеукраїнського суспільно-політичного інтернет-видання «Українська правда». Увагу зосереджено на способах відображення даних, адаптації їх для читача, а також на використанні візуалізацій, як-от графіки, діаграми та таблиці. Механізм реалізації дослідження полягає у систематичному зборі, аналізі та інтерпретації текстових та візуальних матеріалів. Отримані результати дали змогу виявити ключові особливості датамедіації та сформулювати рекомендації щодо вдосконалення використання соціологічної інформації в журналістиці.

Виклад основного матеріалу дослідження. Щодня журналісти активно використовують соціологічну інформацію для створення новинних та аналітичних матеріалів, які відображають суспільні настрої, поведінкові тенденції та актуальні проблеми. Соціологічні дані стають важливим інструментом, який дає змогу глибше розуміти реальність, формувати об'єктивну картину подій та надавати аудиторії цінну інформацію для аналізу. Більшість науковців вважають, що соціологія є наукою про суспільство. Наприклад, М. Вебер визначав соціологію як «науку, яка прагне, витлумачуючи, зрозуміти соціальну дію і тим самим каузально пояснити її процес і вплив»¹. Основним предметом соціології є соціальні дії, явища, зв'язки, відносини та процеси, що відбуваються у суспільстві. Також вона вивчає закономірності виникнення та функціонування соціальної реальності, яка оточує нас у повсякденному житті².

У сучасних умовах, коли соціологічна інформація набуває дедалі більшого практичного значення, а громадська думка відіграє важливу роль у політичних процесах, емпірична соціологія стає ключовою наукою для багатьох галузей соціальної практики, зокрема й журналістики³. Журналістика, яка є посередником між соціологічними дослідженнями та аудиторією, активно використовує їх для створення глибоких та аргументованих матеріалів, які базуються на фактичних даних і наукових висновках. Один із засновників української соціологічної думки М. Шаповал наголошував на потребі створення науки про суспільство, якою є соціологія. Він наголошував, що соціологія досліджує найвищий рівень взаємодії основних складових соціальних явищ, що робить її загальною і ключовою наукою, адже вона розглядає суспільство як цілісну систему зі складними взаємозв'язками⁴. Ця взаємозв'язність важлива для журналістики, оскільки завдяки цьому можна розглядати кожен подію в ширшому соціальному контексті, що особливо актуально для висвітлення складних політичних чи економічних питань.

¹ Weber, M. (1994), «Sociological Writings». URL: <https://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/ge/weber.htm> (accessed 15 September 2024)

² Козирев, М. П. (2016), *Соціологія : Підручник*, Львівський держав. університет внутрішніх справ, Львів, с. 167.

³ Городяненко, В. Г. (1999), *Соціологія: Посібник для студентів вищих навчальних закладів*, Академія, Київ, с. 79.

⁴ Шаповал, М. (1996), *Загальна соціологія*, Центр духовної культури, Київ, с. 211.

Як зазначає А. Герасимчук, соціологія виникла у відповідь на потреби функціонування та розвитку соціальної сфери життя людини і суспільства. Своє призначення соціологія реалізує через основні функції: пізнавальну, прогностичну, функцію соціального проєктування та конструювання, організаційно-технологічну, управлінську та інструментальну⁵. У цьому контексті журналістика, використовуючи соціологічні інструменти, сприяє поширенню знань про суспільство та формуванню прогнозів, які можуть впливати на соціальні, економічні та політичні процеси.

Серед функцій соціології провідною є теоретично-пізнавальна. Вона забезпечує співпрацю соціології з іншими науками для дослідження об'єктивної реальності. Завдяки цій функції соціологія розкриває нові знання про суспільство, у якому живуть люди, а також вивчає закономірності розвитку соціальних відносин⁶. Журналістика, працюючи із цими знаннями, формує суспільну думку, адаптує складні соціологічні дані у доступну для аудиторії форму, а також сприяє поширенню важливої інформації, необхідної для прийняття рішень як окремими громадянами, так і державними органами.

Таким чином, соціологія та журналістика тісно взаємопов'язані: перша забезпечує фактичну основу та теоретичний аналіз, а друга трансформує ці знання у зрозумілий і доступний контент, сприяючи ефективному суспільному діалогу та вирішенню нагальних проблем.

Отже, соціологічні дані, які зазвичай подано у вигляді чисел, таблиць чи графіків, незрозумілі без належної інтерпретації та складні у сприйнятті для широкої аудиторії. Тому ключову роль у роботі з такими даними відіграє процес медіації – адаптація інформації до потреб аудиторії, яка споживає медіаконтент. Медіація – позасудова добровільна, конфіденційна, структурована процедура, під час якої сторони за допомогою медіатора (медіаторів) намагаються запобігти виникненню або врегулювати конфлікт (спір), вдаючись до переговорів⁷. У контексті представлення соціологічних даних через журналістські матеріали **медіація** – це процес адаптації, трансформації та структурованого подання інформації, який забезпечує зрозумілість і доступність даних для широкої аудиторії. У цій системі журналіст виконує роль «медіатора», допомагаючи сторонам – складній соціологічній інформації та споживачам медіаконтенту – знайти спільну мову. Медіація сприяє точному розумінню даних і допомагає розв'язувати інформаційні прогалини, перетворюючи сухі цифри на осмислені історії, які розкривають суспільні тенденції та виклики. Можна говорити про обґрунтоване і доречне використання у таких типах публікацій *data storytelling* – процесу використання даних для розповіді цікавої та зрозумілої історії, наприклад про економічні явища та процеси⁸. У разі використання соціологічних даних в економічних публікаціях медіація набуває особливих характеристик, адже потрібно не лише передати основні висновки досліджень, а й зробити це точно і зрозуміло для читача. Тут необхідно використати глибокий аналіз, контекстуалізацію

⁵ Герасимчук, А. (2003), *Соціологія: Навчальний посібник*, Видавництво Європейського університету, Київ, с.112.

⁶ Дворецька, Г. (2002), *Соціологія: Навчальний посібник*, КНЕУ, Київ, с. 301.

⁷ <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1875-20#Text> (дата перегляду 06 грудня 2014)

⁸ Vytovych, T. (2024), «From data to narratives: the art of storytelling in economic journalism», *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*, вип. 54-55, с. 201-211. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/12160> (дата перегляду 28 грудня 2024).

та візуалізацію даних, щоб складні явища можна було легко пояснити пересічному споживачеві, тобто застосувати **датамедіацію**, яка є синтезом роботи з даними та поданням їх у медійному контенті.

Датамедіація охоплює кілька етапів: збір, аналіз, структурування, інтерпретацію даних та подальшу візуалізацію їх через графіки, діаграми або інтерактивні елементи. Завдяки цьому журналісти можуть робити матеріали не лише інформативними, а й привабливими для читачів, зберігаючи баланс між простотою та глибиною викладу.

Цей підхід поєднує журналістику, аналітику даних, соціологію та економіку, створюючи нову якість медійного контенту. У сучасному медіасередовищі датамедіація стає необхідним інструментом, який дає змогу зробити складну інформацію не лише зрозумілою, а й цікавою для аудиторії. Наприклад, у матеріалах про економічні тенденції або соціальні настрої через датамедіацію можна продемонструвати складні статистичні показники у форматі простих історій.

Для аналізу специфіки використання соціологічної інформації в журналістських матеріалах проаналізуємо всеукраїнське суспільно-політичне інтернет-видання «Українська правда», яке є одним з найпопулярніших українських онлайн-медіа. Це – авторитетний аналітичний та новинний ресурс, який прагне надавати своєчасну та достовірну інформацію про всі сфери життя українського суспільства та України загалом та з увагою до світових подій. Проаналізувавши наповнення сайту, можна зробити висновок, що у середньому за добу на сайті цього медіа публікують від 110 до 140 матеріалів. Водночас, за досліджуваний період, з 1 січня 2024 р. до 1 вересня 2024 р., на сайті опублікували 59 матеріалів із використанням соціологічної інформації на теми війни, економіки, міжнародної політики, медицини, освіти, бачення майбутнього України, корупції та довіри до влади та ставлення українців до росії. А також за допомогою соціологічних досліджень журналісти висвітлювали оцінку дій влади, політичної та економічної ситуації в Україні з боку українців (див. рис. 1).



Рис. 1. Кількість матеріалів «Української правди» за тематикою (січень-вересень 2024 р.)

Варто зауважити, що під час війни потрібно регулярно збирати дані для фіксації та документування того, що відбувається в певний момент. Будь-які зібрані дані важливі, оскільки ситуація змінюється дуже динамічно. Ці дані та результати проведених соціологічних досліджень публікують стабільно з певною періодичністю, адже важливо відстежувати та вивчати зміни в суспільстві та громадській думці⁹.

Найважливіше те, що в усіх проаналізованих інформаційних матеріалах результати соціологічного опитування застосовували як основне джерело інформації для створення новини. За такого використання соціологічних даних головним є те, щоб дослідження було актуальним, а інформація – унікальною, адже такі критерії написання новини. Звісно, якщо описувати результати дослідження трирічної давнини, то це вже не буде новиною.

Варто додати, що особливістю соціологічних досліджень як джерела є їхній подвійний рівень інформації. Найчастіше журналісти, як і автори аналізованих матеріалів, використовують лише підсумкові дані соціологічних досліджень, виражені у звітах, інформаційних повідомленнях, довідках, статтях, монографіях, натомість забувають про такі джерела первинної інформації у дослідженнях, як анкети, інтерв'ю та спостереження, зібрані під час дослідження. Зазначимо, що завдяки зверненню до цих матеріалів можна перевірити, наскільки коректно та докладно була проведена аналітична обробка первинних даних.

Варто зазначити, що журналісти «Української правди» чи не найбільше використовують результати соціологічних досліджень для створення новин, про що свідчить їхня кількість. Водночас вони відповідально ставляться до висвітлення соціологічної інформації, адже намагаються надати читачеві усі відомі умови проведення соціологічного дослідження. Наприклад, у новині «Як українці подорожують країною під час повномасштабної війни – опитування»¹⁰ пояснено результати онлайн-опитування Державного агентства розвитку туризму в партнерстві з проєктом UNICEF U-Report Ukraine. Звісно, журналіст не описував ретельно всі процеси дослідження, однак зазначив вибірку, а саме 5 тисяч респондентів у віці від 14 до 34 років. Очевидно, що висвітлення всіх результатів дослідження було б нецікавим читачеві, та й новинний формат цього не передбачає, тому журналіст обрав деякі аспекти, на яких зацентрував увагу. Водночас неабияк важливо вказати методологію соціологічного дослідження, яке взяли як джерело створення новини. Під час використання соціологічних опитувань у своїх матеріалах медіа мають зазначати: повну назву організації, що проводила опитування, замовника опитування, час його проведення, територію, яку охоплювало опитування, розмір та спосіб формування соціологічної вибірки опитаних, метод опитування, точні формулювання запитань та можливу статистичну похибку. Усе це важливе для правильного трактування результатів та об'єктивного висвітлення інформації.

Досліджено, що читачі краще сприймають візуалізацію соціологічної інформації про економічні явища. Як зазначає К. Медвінська, корисним для змістовного аналізу даних є подання результатів у вигляді різного типу графіків (гістограм, діаграм тощо). Графіки дають змогу унаочнити зв'язки та залежності між ознаками,

⁹ Cedos (2022), «Соціальні дослідження у час війни: відкритий семінар». URL: <https://cedos.org.ua/events/soczialni-doslidzhennya-u-chas-vijny-vidkrytyj-seminar-2/> (дата перегляду 17 грудня 2024).

¹⁰ <https://life.pravda.com.ua/society/2023/09/08/256442/>

роблять аналіз ефективнішим¹¹. Водночас, подача інформації з використанням цифр робить публікацію однозначною, візуалізованою та авторитетною. Найчастіше вони трапляються в матеріалах економічного і соціального спрямування¹².

Однак у деяких проаналізованих новинах ми виявили порушення використання соціологічної інформації. Зокрема, не у всіх інформаційних матеріалах із застосуванням соціологічної інформації, автори зазначили деталі дослідження, що є великою помилкою. Зокрема, в новині «Українці відчують покращення в економіці, але майбутнє їх лякає – опитування»¹³ журналіст використав результати 24-го загальнонаціонального опитування «Україна в умовах війни», яке проводила соціологічна група «Рейтинг» з 5 по 7 вересня 2023 р. У новині йдеться про те, що українці позитивніше оцінюють економічну ситуацію, але спостерігається зростання негативних оцінок щодо майбутнього. Журналіст зазначає, що «загалом стан справ в економіці за останні півроку респонденти оцінюють дещо краще, ніж у минулих опитуваннях. Але 73% опитаних кажуть про погіршення економічного становища України, 13% – говорять про відсутність змін, 9% – про покращення». Тобто гіпотезу про те, що українці краще оцінюють стан економіки, автор ґрунтує на порівнянні показників опитування з минулорічними, при цьому не наводячи результатів торішнього опитування. Можемо стверджувати, що це – неповне висвітлення інформації, адже немає підтвердження слів журналіста соціологічними даними. Водночас, автор не вказав на усі деталі дослідження, зокрема на похибку репрезентативності. У новині вказано, що дослідження проводили методом телефонних інтерв'ю серед населення України віком від 18 років і старших в усіх областях, окрім тимчасово окупованих територій Криму та Донбасу, а також регіонів, в яких на момент опитування не було українського мобільного зв'язку. Було опитано 1000 респондентів. Насправді це середня кількість респондентів, яку зазвичай українські соціологічні центри використовують для опитування. За словами експертки з медіаграмотності М. Дорош, для телефонного опитування САТІ (computer-assisted telephone interview) мінімальною кількістю респондентів є 400. Лише тоді результати можна вважати репрезентативними. Окрім того, ці 400 осіб повинні відповідати соціально-демографічним характеристикам населення, думки якого вивчають¹⁴.

Соціологічні опитування на теми соціально-політичного, економічного та культурного життя виконують роль надійного маркера суспільних настроїв стосовно певних питань. Дані, отримані з опитувань, часто стають основою для критичних рішень, які ухвалюють як експерти відповідних галузей, так і звичайні громадяни. Кожне число в опитуванні повинне мати мету і служити певній цілі у розповіді. Це

¹¹ Медвінська, К., Литвиненко, Ю. (без дати), «Статистичні методи обробки соціологічної інформації». URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/300238165.pdf> (дата перегляду 29 листопада 2024)

¹² Війтович, Т. (2022), «Функції цифр у журналістському тексті», *Журналістика майбутнього: виклики, тенденції, перспективи розвитку*, 18 жовтня 2022, Простір-М, Львів, с. 134–136. URL: <https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/12/Zbirnyk-tez-mizhnarodnoi-konferentsii-uramkakh-DESTIN-2022.pdf>

¹³ <https://epravda.com.ua/news/2023/09/28/704861/>

¹⁴ Дорош, М. (2012), «Як правильно «гратися» в соціологів». URL: <https://ms.detector.media/profstandarti/post/6712/2012-07-13-yak-pravylno-gratysya-v-sotsiologiv/> (дата перегляду 24 грудня 2024).

може бути показник зростання, статистика для підкреслення проблеми або порівняльні дані, що виділяють контраст між сценаріями чи часовими періодами¹⁵.

Результати і перспективи подальших досліджень обговорення. Результати дослідження показали, що процес датамедіації соціологічної інформації в медіа складноструктурований та включає адаптацію, контекстуалізацію та візуалізацію даних для широкої аудиторії. Аналіз публікацій інтернет-видання «Українська правда» засвідчує активне використання соціологічних даних для створення новин та аналітичних матеріалів, що охоплюють такі теми, як економіка, війна, громадська думка та міжнародна політика. Основна увага зосереджена на використанні даних для ілюстрації суспільних настроїв, оцінки дій влади та прогнозування економічних перспектив.

Висновки. Дослідження підтвердило, що датамедіація – це важливий процес інтерпретації та інтеграції соціологічної інформації в журналістських матеріалах, особливо у медіа економічного спрямування. Використання соціологічних даних дає змогу медіа створювати контент, який не лише інформує, але й сприяє формуванню суспільної думки та розумінню складних соціально-економічних процесів. Ключовою частиною датамедіації є візуалізація даних, яка робить інформацію доступнішою для широкої аудиторії. За допомогою графіків, діаграм та таблиць можна ефективно передавати складні соціологічні та економічні явища, спрощуючи їх сприйняття. Однак дослідження виявило деякі недоліки у використанні соціологічної інформації, зокрема це стосується недостатнього пояснення методології досліджень, небезпеки маніпуляції та неповного висвітлення джерел даних. Для вдосконалення процесу датамедіації необхідно забезпечити прозорість джерел, точність подання даних та дотримання журналістських стандартів. Це сприятиме підвищенню рівня довіри до медіа та ефективнішому впливу на аудиторію. У перспективі подальших досліджень доцільно розширити аналіз практик датамедіації, зокрема – дослідити міжнародний досвід та вплив візуалізації на залученість аудиторії. Це дасть змогу вдосконалити використання соціологічних даних у журналістиці й підвищити їхню цінність для суспільства.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Cedos (2022), «Соціальні дослідження у час війни: відкритий семінар». URL: <https://cedos.org.ua/events/soczialni-doslidzhennya-u-chas-vijny-vidkrytyj-seminar-2/> (дата перегляду 17 грудня 2024).
2. Vytovych, T. (2024), «From data to narratives: the art of storytelling in economic journalism», *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*, вип. 54-55, с. 201-211. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/12160> (дата перегляду 28 грудня 2024).
3. Weber, M. (1994), «Sociological Writings». URL: <https://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/ge/weber.htm> (accessed 15 September 2024).
4. Верховна Рада України (2021), *Закон України № 1875-IX Про медіацію*, 16 листопада 2021, Київ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1875-20#Text> (дата перегляду 06 грудня 2024).

¹⁵ Vytovych, T. (2024), «From data to narratives: the art of storytelling in economic journalism», *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*, вип. 54-55, с. 201-211. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/12160> (дата перегляду 28 грудня 2024).

5. Війтович, Т. (2022), «Функції цифр у журналістському тексті», *Журналістика майбутнього: виклики, тенденції, перспективи розвитку*, 18 жовтня 2022, Простір-М, Львів, с. 134-136. URL: <https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/12/Zbirnyk-tez-mizhnarodnoi-konferentsii-u-ramkakh-DESTIN-2022.pdf>
6. Герасимчук, А. (2003), *Соціологія: Навчальний посібник*, Видавництво Європейського університету, Київ, 245 с.
7. Городяненко, В.Г. (1999), *Соціологія: Посібник для студентів вищих навчальних закладів*, Академія, Київ, 378 с.
8. Дворецька, Г. (2002), *Соціологія: Навчальний посібник*, КНЕУ, Київ, 472 с.
9. Дорош, М. (2012), «Як правильно «гратися» в соціологів». URL: <https://ms.detector.media/profstandarti/post/6712/2012-07-13-yak-pravylno-gratysya-v-sotsiologiv/> (дата перегляду 24 грудня 2024).
10. Козирев, М. П. (2016), *Соціологія : Підручник*, Львівський держав. університет внутрішніх справ, Львів, 656 с.
11. Медвінська, К., Литвиненко, Ю. (без дати), «Статистичні методи обробки соціологічної інформації». URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/300238165.pdf> (дата перегляду 29 листопада 2024).
12. Українська правда (2024), «Як українці подорожують країною під час повномасштабної війни — опитування». URL: <https://life.pravda.com.ua/society/2023/09/08/256442/> (дата перегляду 29 листопада 2024).
13. Шаповал, М. (1996), *Загальна соціологія*, Центр духовної культури, Київ, 368 с.

REFERENCES

1. Cedos (2022), «Sotsialni doslidzhennia u chas viiny: vidkryti seminar». URL: <https://cedos.org.ua/events/soczialni-doslidzhennya-u-chas-vijny-vidkrytyj-seminar-2/> (accessed 17 December 2024).
2. Viytovych, T. (2024), «From data to narratives: the art of storytelling in economic journalism», *Visnyk Lvivskoho universytetu. Serii zhurnalistyka [Visnyk of the Lviv University. Series Journalism]*, issue 54-55, pp. 201-211. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/12160> (accessed 28 December 2024).
3. Weber, M. (1994), *Sociological Writings*. URL: <https://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/ge/weber.htm> (accessed September 15 2024).
4. Verkhovna Rada Ukrainy (2021), *Zakon Ukrainy No. 1875-IX Pro mediatsiiu*, November 16, 2021, Kyiv. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1875-20#Text> (accessed 6 December 2024).
5. Viytovych, T. (2022), «Funktsii tsyfr u zhurnalistskomu teksti», *Zhurnalistyka maibutnoho: vyklyky, tendentsii, perspektyvy rozvytku*, October 18, 2022, Prostir-M, Lviv, pp. 134-136. URL: <https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/12/Zbirnyk-tez-mizhnarodnoi-konferentsii-u-ramkakh-DESTIN-2022.pdf>
6. Herasymchuk, A. (2003), *Sotsiologhiia: Navchalnyi posibnyk*, Vydavnytstvo Yevropeiskoho universytetu, Kyiv, 245 p.
7. Horodianenko, V. H. (1999), *Sotsiologhiia: Posibnyk dlia studentiv vyshchyykh navchalnykh zakladiv*, Akademiia, Kyiv, 378 p.
8. Dvoretzka, H. (2002), *Sotsiologhiia: Navchalnyi posibnyk*, KNEU, Kyiv, 472 p.

9. Dorosh, M. (2012), «Yak pravylno «hratysia» v sotsiologiv». URL: <https://ms.detector.media/profstandarti/post/6712/2012-07-13-yak-pravylno-gratysya-v-sotsiologiv/> (accessed 24 December 2024).
10. Kozryiiev, M. P. (2016), *Sotsiologhiia: Pidruchnyk*, Lvivskyi derzhavnyi universytet vnutrishnikh sprav, Lviv, 656 p.
11. Medvinska, K., Lytvynenko, Yu. (n.d.), «Statystychni metody obrobky sotsiologichnoi informatsii». URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/300238165.pdf> (accessed 29 November 2024).
12. Ukrainska Pravda (2024), «Yak ukraintsi podorozhuiut krainoiu pid chas povnomasshtabnoi viiny – opytuvannia». URL: <https://life.pravda.com.ua/society/2023/09/08/256442/> (accessed 29 November 2024).
13. Shapoval, M. (1996), *Zahalna sotsiologhiia*, Tsentr dukhovnoi kultury, Kyiv, 368 p.

DATA MEDIATION OF SOCIOLOGICAL INFORMATION IN ECONOMIC PUBLICATIONS

Tetyana Viytovych

*Ivan Franko National University of Lviv
Generala Chuprynky Str. 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: tetyana.viytovych@lnu.edu.ua
<https://orcid.org/0000-0001-7416-3863>*

The article focuses on the study of the process of data mediation of sociological information in journalistic materials, particularly in economically oriented media. Data mediation is defined as the process of adapting, transforming, and visualizing complex data to ensure its accessibility and comprehensibility for a broad audience. The main objective of the study is to analyze the mechanisms of utilizing sociological information in journalistic materials, examine key methods of its presentation such as visualization and contextualization and substantiate the significance of this process for shaping public opinion.

The methodological foundation of the study includes the use of content analysis, comparative analysis, and data visualization methods.

The study's results demonstrate that data mediation is a key tool in economically oriented media, as it contributes to a deeper understanding of social and economic phenomena. A particularly important aspect is the need to adapt data to the news format, which involves selecting the most relevant information, ensuring its timeliness, and simplifying complex statistical data for the average reader.

The findings underline the significance of data mediation for Ukrainian journalism, especially in the context of war and dynamic societal changes. This process allows complex information to be adapted to the needs of various audience segments, fostering trust in media and forming well-grounded perceptions of reality.

The study's significance lies in its contribution to improving journalistic practices in Ukraine, enhancing the quality of content, and ensuring the accurate representation of socio-economic processes.

Keywords: data mediation, sociological information, economic content, data visualization, information adaptation, public opinion, media, sociology, sociological research.