

ВІСНИК ЛЬВІВСЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія Журналістика

Випуск 58



2026

**VISNYK
OF THE LVIV
UNIVERSITY**

**ВІСНИК
ЛЬВІВСЬКОГО
УНІВЕРСИТЕТУ**

Journalism Series

Серія Журналістика

Issue 58

Випуск 58

Scientific journal

Збірник наукових праць

Published 1–2 issues per year

Виходить 1–2 рази на рік

Published since 1958

Видається з 1958 року

Ivan Franko
National University of Lviv

Львівський національний
університет імені Івана Франка

ВИПУСК 58.

Друкується за ухвалою
Вченої ради Львівського національного
університету імені Івана Франка
(*протокол № 2/І від 28.01.2026 р.*)

Електронна версія розміщена
на офіційному сайті Вісника 31.01.2026 р.

Реєстрація суб'єкта у сфері друкованих
медіа: Рішення Національної ради України
з питань телебачення і радіомовлення
№ 1877 від 30.05.2024 р. Ідентифікатор медіа
R30-04893. Перереєстровано як фахове
видання України категорії «Б»
(*наказ МОН України № 724 від 09.08.2022 р.*)

У Віснику вміщено наукові праці українських та закордонних авторів, що відображають широкий спектр проблем функціонування масмедіа в Україні, Європі та світі; акцентовано увагу на їхній ролі в утвердженні національної ідентичності та універсальних цінностей.

The journal includes chapters of academic research – contributed by Ukrainian and foreign scholars – which provide an assessment of a wide range of issues on mass media in Ukraine, Europe and the world. At the same time, the publications attempts to demonstrative the significance of these findings vis-a-vis Ukraine's national identity.

Редакційна колегія:

д-р наук із соціальних комунікацій, проф. *Мітчук О. А.* (головний редактор); д-р філол. наук, д-р габілітований *Гетка Й.*; д-р політ. наук, канд. філол. наук, доц. *Даниленко С. І.*; д-р наук із соціальних комунікацій, проф. *Житарюк М. Г.* (заступник головного редактора); д-р наук із соціальних комунікацій, проф. *Зикун Н. І.*; д-р філол. наук, проф. *Іванишин П. В.* (заступник головного редактора); д-р філол. наук, проф. *Іванова І. Б.*; д-р іст. наук, проф. *Крупський І. В.* (заступник головного редактора); д-р філол. наук, проф. *Лецак О. В.*; д-р філол. наук, проф. *Навальна М. І.*; д-р політ. наук, доц. *Нате С.*; д-р наук із соціальних комунікацій, проф. *Олтаржевський Д. О.*; д-р наук із соціальних комунікацій, проф. *Павлюк І. З.*; д-р філол. наук, проф. *Поплавська Н. М.*; д-р філол. наук, проф. *Присяник О. П.*; д-р наук із соціальних комунікацій, проф. *Супрун Л. В.*; д-р філол. наук, д-р габілітований, проф. *Філіп Г.*; канд. філол. наук, доц. *Хоменко Т. М.* (відповідальний секретар); д-р наук із соціальних комунікацій, проф. *Шевченко В. Е.*

Professor *O. Mitchuk* – Editor-in-Chief,
Professor *M. Zhytaryuk* – Assistant Editor,
Professor *P. Ivanyshyn* – Assistant Editor,
Professor *I. Krupsky* – Assistant Editor,
Docent *T. Khomenko* – Managing Editor.

Відповідальний за випуск *Мар'ян Житарюк*

Адреса редакційної колегії:
Львівський національний
університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, к. 203,
79044, Львів, Україна
тел.: +380322394751, +380679039279

Editorial office address:
Ivan Franko National
University of Lviv,
Generala Chuprynky Str. 49, room 203,
79044, Lviv, Ukraine
tel. +380322394751, +380679039279

e-mail: visnyk.journalism@lnu.edu.ua
<http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/index>

Тексти статей і англomовних анотацій подано в авторських редакціях

АДРЕСА РЕДАКЦІЇ, ВИДАВЦЯ І ВИГОТОВЛЮВАЧА:
Львівський національний університет імені Івана Франка.
вул. Університетська, 1, 79000, Львів, Україна
Свідectво про внесення суб'єкта видавничої
справи до Державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції.
Серія ДК №3059 від 13.12.2007 р.

Формат 70×100/16.
Ум. друк. арк. 20,0.
Тираж 100 прим. Зам. №
© Львівський національний
університет імені Івана
Франка, 2026

ІСТОРІЯ ТА МЕТОДОЛОГІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2026: 58; 3–15 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2026.58.13890>

УДК [070.447:[070.48(477.83/.86):323.1(438=161.2)]"192"(091)

УКРАЇНСЬКО-ПОЛЬСЬКИЙ ДИСКУРС У ГАЗЕТІ «РІДНИЙ КРАЙ» (1920–1922)

Степан Кость

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

e-mail: skost@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0001-6566-5503>

Тетяна Бурдега

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

e-mail: tetiana.burdeha@lnu.edu.ua

<https://orcid.org/0000-0001-8883-4154>

У статті досліджено висвітлення польсько-українських відносин у газеті «Рідний край» упродовж 1920–1922 років. Йдеться зокрема про ідею примирення між польською владою і українцями, які мешкали на етнічних українських землях, окупованих Польщею. Вказано на актуальність цієї проблеми в широкому історичному контексті, проаналізовано публікації, які стосувалися польсько-української політики, з'ясовано позицію авторів газети щодо розв'язання національного питання у міжвоєнній Польщі та Східній Галичині, яке так і не було вирішено.

Ключові слова: газета «Рідний край», польсько-українські відносини, історія України, національне питання.

1. Постановка проблеми і актуальність дослідження. Актуальність теми зумовлена тим значенням, яке має дослідження українсько-польських стосунків будь-якого історичного періоду, але особливо після того, як на політичній карті Європи з'явилися після Першої світової війни Польща і Україна. З іншого боку, тема актуалізується й тим, що в нинішньому українсько-польському дискурсі тривають дискусії з приводу Волинської трагедії періоду Другої світової війни. Ці дискусії, що їх започаткували певні польські політичні і наукові кола, іноді набувають явно антиукраїнського характеру. У зв'язку з цим завжди було актуальне дослідження, яке стосується аналізу ролі періодичного видання у висвітленні українсько-польських

відносин. А також позиції щодо пошуків шляхів розв'язання проблем, пов'язаних із стосунками між обома народами, що мають тривалу історію.

А. Животко в «Історії української преси» зазначає: «По Першій світовій війні українська преса на західноукраїнських землях виступає речником національних інтересів у боротьбі з польськими змаганнями до опанування цих земель. Одночасно з цим вона стоїть на ґрунті об'єднання всіх українських земель і національно-культурного всеукраїнства, що вилилося і сформувалося в акті 22-го січня¹. Узагальнення категоричне і слушне. Проте навіть правила трапляються з винятками (і правила не перестають бути правилами). Виняток був і в цій ситуації. Йдеться про газету «Рідний край», через позицію якої її не можна означити як поборника «національних інтересів у боротьбі з польськими змаганнями до опанування цих (західноукраїнських. – Авт.) земель».

Перше число «Рідного краю» з'явилося в листопаді 1920 року. Видавцем і відповідальним редактором був М. Яцків. У програмній статті «Наше слово» редакція заявляла: «Нашою історичною метою є з'єдинення всіх українських земель в одну народну, демократичну державу, а тим самим боротьба з тими міжнародними чинниками, які виходячи з назадницьких точок погляду на справи політичні і саме життя, стають дійсно осягненню тої цілі на перепоні. Стоячи на реальному ґрунті внутрішньої праці, будемо шукати змоги формування чергових обставин для створення тої праці»². Окрім цього, редакція заявляла про намір захищати інтереси селян і робітників, українські культурні цінності й надбання, репрезентувати культурні змагання соборної України, боротися з політиканством. Редакція заявляла, що вона стоїть на позиції демократизму й самоврядування.

Можна зауважити про певну подібність між позицією газети і програмними тезами Української радикальної партії. Проте відсутня характеристика політичних умов, в яких почала функціонувати газета, не вказано на ворогів і опонентів, але дуже загально вказано, яким шляхом потрібно йти до мети, які засоби використовувати. Дещо аморфною видавалася теза про соборність після поразки українських визвольних змагань. На той час уже існувала Українська військова організація (з кінця серпня 1920 року), і важко було передбачити, чому керівництво УВО через два роки винесе смертний вирок і виконає його щодо Сидора Твердохліба, одного із публіцистів «Рідного краю», поета і перекладача. Суть проблеми полягає у тому, що газета в умовах міжнародної невизначеності долі Західно-Української Народної Республіки (тобто Східної Галичини і Волині) після поразки визвольних змагань, в умовах пошуку нових шляхів відновлення державності відображала погляди тих політичних діячів, які були готові до примирення з Польщею, яка окупувала територію ЗУНР.

Тому **мету статті** вбачаємо у тому, щоб проаналізувати тематичне наповнення газети, структурувати основні ідейно-концептуальні ідеї, в слушності яких редакція намагалася переконати аудиторію (як українську, так і польську).

2. Аналіз попередніх досліджень. Газета «Рідний край» ще не була об'єктом окремого дослідження. Наприклад, А. Животко в «Історії української преси» не згадує про «Рідний край». Однак на діяльність цієї газети звернули увагу сучасні історики української преси. У навчальному посібнику «Історія української військової

¹ Животко, А. (1989–90), *Історія української преси*, Мюнхен, с. 240.

² *Рідний край*, 1920, № 1.

преси» С. Кость пише про газету «Рідний край» як про видання, яке фінансувала інша держава (Польща). На цій підставі він висловив сумнів, чи видання належить до корпусу української преси³. Безперечно, що джерело фінансування – важливий чинник, який зумовлює політичну орієнтацію часопису.

Загальна історіографія питання, що стосується українсько-польських відносин, така значна (навіть якщо досліджувати якийсь окремий період, скажімо, міжвоєнний), що потребує спеціального історіографічного огляду. Проте у контексті означеної теми до її дослідження можна залучити такі праці І. Франка (він, щоправда, на початку XX століття вже менше писав на українсько-польські теми), М. Грушевського, Д. Донцова, С. Томашівського. Так, М. Грушевський від 1897 року до вибуху Першої світової війни написав добрий десяток статей, в яких йшлося про відкриття українського університету. У статті «Польсько-українські мотиви» М. Грушевський писав про дразливість у польсько-українських взаєминах⁴. Дмитро Донцов про польсько-українські взаємини в довоєнний період дописував до журналу «Украинская жизнь», але у 20–30-х роках теж стежив за розвитком польсько-українських взаємин. Так, 1930 року в «Літературно-науковому віснику» Д. Донцов опублікував рецензію на книгу Р. Дмовського «Майбутнє Польщі». Цікава цитата лідера польських націонал-демократів: «Одним із найважливіших питань нашої політики, як внутрішньої, так і зовнішньої, є українська проблема»⁵. Розуміння політичного контексту українсько-польських взаємин і передвоєнного, і періоду польсько-української війни 1918–1919 років дуже важливе, бо дає змогу розуміти особливості цього протистояння упродовж міжвоєнної доби. Важливе місце в огляді літератури посідають праці відомих діячів того часу. Маємо на увазі працю М. Лозинського – «Галичина в рр. 1918–1920», М. Стахів – «Західна Україна. Збройна і дипломатична оборона в 1919–1923. Нарис історії: Том IV. Книга друга». Цікаві матеріали можна знайти в книгах І. Кедрин («У межах зацікавлення», «Життя. Події. Люди»). В останній (це спогади) є підрозділ «Українці у Соймі з виборів 1922 р.». І. Кедрин зазначав: «Ведено (йдеться про міжвоєнну добу. – Авт.) політику «на знищене Русі», політику, яка властиво навіть не заслуговувала на назву політики, бо була якоюсь не то місією, не то манією»⁶. Водночас І. Кедрин згадував і «білих круків» у польському політикумі, тих, хто прихильно ставився до української проблеми (йдеться про М. Василевського, С. Тугута, Т. Голуфку, В. Бончковського). Окрема сторінка історіографії питання – це праці українських істориків, що вийшли друком після відновлення української державності (Я. Дашкевича, Я. Ісаєвича, В. Вятровича, Л. Залізняка, В. Кучерени).

Важливий польський сегмент історіографії питання. Маємо на увазі праці Ю. Пілсудського з його «прометеївською ідеєю», Р. Дмовського (лідера польських націонал-демократів, українофоба, прихильника політики асиміляції українців). Потрібно згадати праці Л. Василевського, соратника і прихильника Ю. Пілсудського (його праці – «Україна і українська проблема», «Українське питання як міжнародна

³ Кость, С. (2017), *Історія української військової преси*, ЛНУ імені Івана Франка, Львів, с. 14.

⁴ Грушевський, М. (2002), *Твори у 50 томах*. Т. 1, Серія «Суспільно-політичні твори» (1894–1907), Вид.-во «Світ», Львів, с. 335.

⁵ Донцов, Д. (2013), *Вибрані твори у десяти томах*, Т. 5: Політична аналітика (1921–1932 рр.), Видавнича фірма «Відродження», Дрогобич-Львів, с. 258.

⁶ Кедрин, І. (1976), *Життя. Події. Люди. Спомини і коментарі*, Видавнича Кооператива «Червона Калина», Нью-Йорк, с. 138.

проблема», «Про східний кордон польської держави»), а також численні публікації у журналі «Sprawy Narodowościowe». Серед авторів пізнішого періоду назвемо Т. Пьотркевича («Українське питання в концепціях пілсудчиків 1926–1930»). Зб. Запоровського («Сейм Речі Посполитої 1919–1939. Діяльність послів, парламентської концепції Юзефа Пілсудського. Національні меншини»), В. Міха («Проблеми національних меншин у політичній думці польського консервативного руху (1918–1939)»), колективна монографія за редакцією Я. Яхимека «Національні меншини в політичній думці ХХ століття». Варта уваги монографія Г. Дильонгової «Історія Польщі 1795–1990». Авторка зазначає: «Питання національних меншин до кінця Другої республіки не було розв'язане за пропозиціями жодної зі сторін. Пропонована ендеками (партія Р. Дмовського. – Авт.) політика колонізації білорусів і українців не мала успіху... Зростала ненависть (йдеться про польсько-українські взаємини. – Авт.) з обох сторін... Спроби порозуміння відкидали фактично обидві сторони. українців не задовольняла б навіть автономія, якої, зрештою, їм не пропонували ні власті, ні жодні коли польського суспільства. Українці хотіли незалежності. За це врешті вони боролись уже в 1918–1920 рр.»⁷.

3. Методологічна основа дослідження. У статті використано історичний, системний, структурно-функціональний, термінологічний та інші підходи, а також відомі загальнонаукові методи.

4. Виклад матеріалу. Умови функціонування української преси в Східній Галичині були важкими після визвольних змагань. Газету «Діло», флагман української преси, польська влада заборонила відразу після захоплення Львова в листопаді 1918 року. Щоправда, 1920 року замість «Діла» почала виходити «Українська думка», а наступного року – «Український вісник», потім – «Громадський вісник». Лише наприкінці 1922 року знову з'явилася газета під назвою «Діло». Дозвіл на видання газети «Рідний край», як відомо, польська влада дала восени 1920 року.

Ситуація у Східній Галичині була непевна аж до середини березня 1923 року. Антанта не змогла розв'язати цю суперечливу міжнародну проблему відразу після завершення світової війни. У постанові від 25 червня 1919 року Найвища Рада Антанти зобов'язалася, що через деякий час буде здійснене право на самовизначення Східної Галичини. На засіданні Ради голів делегацій Антанти від 21 листопада 1919 року обговорювали статус Східної Галичини. У статті 1 ухвалені конституції Східної Галичини було зазначено: «Головні альянські і заприязнені великодержави передають Польщі, а Польща приймає мандат організувати і адмініструвати на період 25 років далі визначену територію колишнього коронного краю Галичини і Буковини, яка має творити автономний край Східної Галичини»⁸.

М. Стахів наголошував на тому, що на території Східної Галичини панував стан безправ'я, а польський уряд зроду не бажав зважати на те, що Східна Галичина є й надалі окремим суб'єктом міжнародного права, бо жодна держава не визнала її анексію. Проблема цієї частини Європи Антанта продовжувала обговорювати, а польська влада, неодноразово запевняючи держави альянсу про свою готовність по-

⁷ Дильонгова, Г. (2007), *Історія Польщі: 1795–1990*, Вид. дім «Києво-Могилянська академія», Київ, с. 120–121.

⁸ Стахів, М. (1981), *Західна Україна. Збройна і дипломатична оборона в 1919–1923. Нарис історії*, Т. VI, Кн. II, Скрентон, с. 81.

важати права українців та інших національних меншин, робила все для того, щоб зміцнити свої позиції у Східній Галичині. Так, 1921 року було проведено перепис населення, а восени 1922 року було призначено й вибори до сейму, в яких мали брати участь і українці Східної Галичини й Волині, хоча ці території формально ще не належали Польщі. Однак вже 15 березня 1923 року Рада амбасадорів остаточно вирішила долю Східної Галичини. Згідно з цим рішенням Антанта визнала приналежність цієї частини західноукраїнських земель до Польщі. І. Кедрин з цього приводу слушно зазначив: «Польща зрозуміла рішення Ради Амбасадорів як згоду на політику денаціоналізації, екстермінації і господарської експлуатації українців... У перших роках польської окупації шалів в Галичині просто терор – масовими арештуваннями, заборонами, переслідуваннями»⁹. Проте й український рух не завмирав. У Відні працював уряд ЗУНР. Його представники брали участь у тих засіданнях, на яких йшлося про подальшу долю Східної Галичини. Міжнародна кон'юнктура склалася так, що українці програли й дипломатичну війну. Проте подальші події показали, що рішення Ради амбасадорів було помилковим – Польща виявилася дуже слабкою.

Важливий момент: наприкінці серпня 1920 року в Празі Є. Коновалець та його соратники створили Українську військову організацію. УВО вбачала своє завдання в підготовці революційного зриву проти польського окупанта й пропагувала цей зрив. Це була перша українська політична структура після поразки визвольних змагань, яка в національній революції й збройній боротьбі вбачала шлях до відновлення української державності.

Активізувалася й українська політична думка. Її найважливіший аргумент початку 20-х років – це праця Д. Донцова «Підстави нашої політики» (1921). Дмитро Донцов проаналізував причини поразки визвольних змагань і обґрунтував потребу європейської орієнтації України, а не на «варварію московську», за його висловом. Він же порушив і проблему «месників дужих» – проблему виховання українців нового типу, з іншим характером – національно свідомих, безкомпромісних, самовідданих, вірних національній ідеї.

У газеті «Рідний край» відповідали на виклики початку 20-х років. У №3 розміщено редакційну статтю «Піلسудський». Певна рація, висловлена у цій публікації, була. На відміну від українофоба Р. Дмовського, який вважав, що польська держава має реалізувати інтереси поляків коштом національних меншин, Ю. Пілсудський і його прихильними виступами за державну асиміляцію меншин, а не за національну. Пілсудський був прихильником осі «Варшава–Київ» і саме в його середовищі зародилася «прометеївська ідея» федеративного союзу держав від Балтійського до Чорного моря. Проте він не протидіяв Ризькому миру між Польщею. І більшовицькою Росією, на якому наполягли прихильники Р. Дмовського. А це була зрада свого союзника – С. Петлюри, українських інтересів.

В історії «Рідного краю» можна виокремити два періоди: до оголошення виборів до Сейму і після. Газета загалом досить повно відображала життя українців Східної Галичини, Волині, Холмщини. Про зміст газети можна зробити висновок навіть за заголовками передових (редакційних) статей за 1920 рік: «Листопад 1920 року» (№ 4), «Суди присяжних» (№6), «Волинь, Холмщина а Галичина» (№ 8), «Про

⁹ Кедрин, І. (1976), *Життя. Події. Люди. Спомини і коментарі*, Видавнича Кооператива «Червона Калина», Нью-Йорк, с. 133.

долю Схід. Галичини» (№ 10), «Львівський університет а цензура», «Полонені з Галицької Армії» (№ 12), «Prawem i lewem. З приводу послідніх ухвал Польського сейму» (№ 14), стаття С. Калиновича «Мої розмови з поляками» (№ 20), «Кара за угодову політику» (№ 24) (хтось із читачів написав олівцем прізвище автора – це М. Яцків. – Авт.), «Права української мови» (№ 27), «З'їзд української і польської волинської інтелігенції» (№ 31). Уже тоді була помітна тенденція газети, яку можна сформулювати в таких тезах:

- у листопаді 1918 року за доброї волі двох великих народів (українців і поляків) конфлікт між ними можна було вирішити і не на полі збройної правової боротьби; водночас редакція заявляла, що аргумент сили до українців застосувати не вдасться;
- потрібні нові люди, спроможні розв'язати проблему;
- примирення обох народів неминуче;
- не треба чекати порятунку від Антанти чи інших держав, не марнувати часу на виснажливу боротьбу, а на основі власних сил не відмовлятися від основних прав кожного народу готуватися до мирної і творчої праці;
- редакція закликала до національної терпимості, що з часом спричиниться до розв'язання спірних питань;
- редакція заявляла, що вона дотримується безпартійної й об'єктивної позиції;

Загалом, це була заява про лояльне ставлення до влади, поєднане з пропозицією примирення й порозуміння. Упродовж наступного року ця тенденція ставала щораз виразніша.

1921 рік редакція розпочала з оптимістичного звіту про ухвали з'їзду української і польської інтелігенції Волині, на якому захищали українську мову викладання і закликали згуртуватися українських і польських учителів.

У передовій статті «Горі ім'єм серця!» у № 3 редакція заперечувала, що вона виконує свою роботу за польські гроші і заявила: «Стремимо до об'єднання всіх українських сил, створення в краю атмосфери національної терпимості всіх народів, які його замешкують, усунення взаємної ненависти і ворожнечі, здобуття для нашого народу всіх належних йому прав, приведення до порозуміння з польським народом... Ми вступили на камінистий і тернистий шлях. Ідемо ним твердо і не поступимо ні на крок. Погроза, терор, а навіть усилюване підкупство не зведуть нас з него ані на одну годину».

Газета намагалася захищати інтереси українців. Закликала владу дати землю селянам (це тоді, коли Варшава скеровувала на Волинь і Галичину осадників, себто, поляків і наділяла їх земельними ділянками на вигідних фінансових умовах – це була типова колонізація української території), порушувала питання українського університету у Львові, захищала українське шкільництво. Проте передову статтю «Східна Галичина», в якій йшлося про широку політичну автономію для Східної Галичини, про недоречність пропозиції щодо відкриття українського університету в Станіславі, редакція передрукувала із газети «Robotnik», органу Польської соціалістичної партії (лідер Ю. Пілсудський).

У газеті було розміщено декілька матеріалів із заголовком «Автономія для Східної Галичини», але редакція мало вірила в цю ідею. «Рідний край» продовжував критикувати українські партії («трудовиків» – у майбутньому це Українське національно-демократичне об'єднання – УНДО), уряд Західно-Української Народ-

ної Республіки і зокрема Є. Петрушевича, К. Левицького і урядовий орган «Український прапор», українських соціал-демократів та їхній друкований орган «Вперед»). Критикувала газета за «руйнівну» роботу і Є. Коновальця (№ 34). Проте захищала С. Петлюру, постійно друкувала звіти із засідання Ради Республіки і заперечувала, що отримувала за це гроші.

Найбільше публікацій – на тему примирення й порозуміння. Зокрема: «Дороги до примирення й порозуміння» (№ 24 за 1921 рік), «Шляхом порозуміння» (№ 25). Промовиста цитата: «Оружну боротьбу в Східну Галичину між двома народами викликали безумці і несумлінні українські карієровичі, які відкинули пропозиції мирної налагоди і кинули в народ клич: «Нехай нас розсудить кров і залізо!», – таку думку висловив автор передової статті «Східно-галицьке питання в освітленні польської преси». Щоправда, у газеті критикували «всехпольську» пресу, яка нічого не хотіла знати про українців.

В інших публікаціях теж бачимо продовження цієї теми: «Око за око» (№ 36). Це правило, на думку редакції, «не перевелось на галицькій ґрунті, бо ворохобні інстинкти ще донині киплять серед напівінтелігентних шумовинь по цім і по тім боці галицького багна».

У передовій статті «Наша програма» (№ 41) редакція знову наголошує на тому, що згода лежить в обопільних інтересах, що у газеті вказано на шляхи, якими треба йти до майбутнього, щоб не повторилася сумна кривава минувшина, щоб ворожнечу не використав хтось третій.

У передовій статті «Тверда дійсність» (№ 58) йдеться про те, що «галицьке питання треба розв'язати у згоді з польським народом: Польща має багато ворогів, не завадило б мати приятелів передовсім серед населення інших національностей». А у статті «Піємонт» (№ 63) зазначено: «проблеми треба розв'язувати в порозумінні з поляками».

Редакція розуміла і визнавала, що вона простує «тернистим шляхом», за її висловом, українсько-польського порозуміння (№ 74), але не переставала наполегливо пропагувати цю ідею. «Жнива галицької політики» (№ 84), «Демони руїни» (№ 88), «Посів крові» (№ 89), «Критика негачії» (№ 110), «Час схаменутися» (№ 184), «Сумна правда» (№ 207) тощо – це найпромовистіші назви публікацій «Рідного краю». Головні ідеї ті ж самі: примирення, польсько-українська війна – це «братовбивча війна», відмова від збройної боротьби за державність. У статті «Дві лінії» (№ 98) автор зазначав: «Свята є державна незалежність, ми бажаємо досягнути її якнайскоріше, та поки що, під сучасну нещасливу добу, коли нам прийшлося вибирати між двома лихами: паперовою автономією при Польщі та червоною московською загладою – ми вибрали першу дорогу. Опираючись на Польщу, ми певні, що вона нас не винародовить, а всяка Росія, яка вона і стане – буде для нас грізна і небезпечна». І як продовження цієї постійної тези: залишається лише одна дорога – приєднання до Польщі («Своє для своїх, а не для чужих!» у № 136). А у статті «Фантастична держава Петрушевича» (№ 178 за 1921 р.) редакція прямо заперечила можливість існування Східної Галичини як самостійної і незалежної держави.

Ідею автономії (досить примарну) редакція доповнила ідеєю федерації (не менш примарною): «Щойно на нових жертвах та великих досвідах культурні верстви по обох сторонах дійдуть до передсвідчення, що тільки оба народи у федерації своїх національних держав, в етнографічних границях, які визначають у спільному поро-

зумінні, будуть могли спільними силами опертися перед всякою навалою зі сходу чи заходу. Але ми сего не доживемо», – про це йдеться у публікації «Сумна правда» (№ 207 за 1921 р.). Раціональне зерно в цій ідеї, безперечно, було. Думку про неможливість існування Східної Галичини як держави редакція повторювала неодноразово, зокрема й у публікаціях «Найвища Рада і Східна Галичина» (№ 209) та «Політичне партатство» (№ 232 за 1921 р.).

Упродовж 1921 року відбулося кілька подій, на які редакція оперативно зреагувала. Скажімо, редакція сприйняла як належне результат Ризької угоди (березень 1921 року). Про це йдеться у статті «Довершений факт» (№ 65). Тут же редакція зазначала, що треба відмовитися від думки, що між українцями і Польщею існує така прірва взаємної ненависти та національної ворожнечі, що через неї не можна прокласти міст до згоди. Редакція негативно поставилася до замаху С. Федака на Ю. Пілсудського, коли той прибув до Львова. Побутує версія, що С. Федак цілився в Грабського, який супроводжував Ю. Пілсудського, бо саме він знущався над українцями.

Автор статті «Політичний замах у Львові» (№ 212 за 1921 р.) зазначав: «Чин Федака не виведе нашого народу з рівноваги і не пірве його до невідвічальних вчинків, які не принесли би йому жодної користи, а противно шкоду. Тої самої рівноваги маємо право й обов'язок домагатися також від поляків». Редакція вважала цей замах хибним маневром, сприймала його як свідчення нездорових умов у Східній Галичині і неприязно характеризувала «Український вісник» (виходив замість «Діла»), якому, на думку редакції, залежить на вічному розповсюдженні розбіжностей та анархії, про це йдеться у матеріалі «Грань чужими руками» у № 213 за 1921 р.

Відгукнувся на замах і відповідальний редактор газети М. Яцків у статті «Туга і творчий труд» (№ 228), де він зазначив, що українці мали меч у руках, але їм його вибили, а тепер українці зроблять ще багато помилок і жертв, поки переконуються, що револьвер не врятує вітчизни, а тільки невсипущий труд і творча праця. Проте редакція вважала, що цей замах повинен переконати поляків, що з українцями потрібно розмовляти.

Відгукувалася газета і на третю річницю Листопадового зриву у статті «У третю річницю» (№ 241 за 1 листопада 1921 року). Автор наводить цікавий факт: перед 1 листопада 1918 року двоє українців (художник і поет) підготували маніфест проти розливу братньої (польської. – Авт.) крові і звернулися до професора Львівського університету поета Я. Каспровича, але той дипломатично ухилився. Редакція все ще вважала, що вибуху польсько-української війни можна було уникнути. Автор послався і на ідею Ю. Пілсудського й С. Петлюри, бо вважав, ця ідея має започаткувати впорядкування відносин між обома народами за принципом «вільний з вільним, рівний з рівним». Тоді здійсниться мрія: «Percat ensis, crescat humanitas».

Логічно, що газета підтримала і перепис населення, який польська влада провела у вересні 1921 року. На думку редакції, це мало довести, що Польща не є однорідною національною державою. Саме тому редакція критикувала ті українські сили, які вважали перепис незаконним, оскільки він легітимізував окупаційну владу і тому закликали до бойкоту. Влада, чого й треба було сподіватися, спотворила результати перепису. На Волині замість українців вона знайшла «тутейших», а в Галичині – росіян, про що йдеться у матеріалі «Обоюдний меч» (№ 198).

В останньому числі (№ 286) за 1921 рік газета повідомила про вибори до Сейму. Редакція підтримала владу щодо виборів і висловила свою незгоду з тими українськими політичними силами, які закликали до бойкоту. Ставлення до ідеї виборів багато в чому зумовило діяльність газети і 1922 року. Принциповість проблеми полягала в тому, що Антанта ще не вирішила на той час майбутнє Східної Галичини, через що Варшава вагалася, але все ж наважилася провести вибори. Активна участь у виборах українського населення Східної Галичини й Волині давало Варшаві ще один аргумент на користь ідеї їхнього приєднання. Водночас польські соціалісти внесли в Сейм законопроект про автономію для Східної Галичини. Цей крок мав схилити на свій бік Антанта і здобути підтримку українців. Проте це був лише маневр.

Українські партії, передовсім йдеться про Українську трудову партію й націоналістичний рух, який вже на той час зародився, вирішили бойкотувати вибори до Сейму. Зрозуміло, що уряд Є. Петрушевича цей бойкот підтримував. Саме «трудовики» і газета «Громадський вістник» як їхній неформальний друкований орган були головними об'єктами критики. У статті «Зла воля дневникарстві» є цитата: ««Громадському вістникові» роблять польські часописи закид, що він слідом завішеного комуністичного «Впереду» (орган Соціал-демократичної партії. – Авт.) і в статтях поціхovaných глумом і заїлістю, нападає на польську державність, армію, суспільність і особливо в останніх тижнях розвинув ворожу діяльність, пропагуючи майже явно думку відірвання Східної Галичини й утворення з неї окремої держави» (№ 100 за 1922 р.). Це, радше, донос із формальним посиланням на оцінки польської преси.

У статті «Час зробити порядок» автор закликав до цього владу, нацьковуючи її на «Громадський вістник» і «трудовиків» (№155 за 1923 р.). а у статті «Ворохобна робота» (№ 158 за 1922 р.) автор під криптонімом М. Т. прямо зазначив: «Трудовицька робота в Галичині є фальшива і дволична та не йде по лінії народного інтересу... В наших і польським інтересі треба однак з ворохобниками покінчити».

Намагаючись переконати галицьких українців у потребі лояльності до польської влади, редакція посилалася на судетських німців, які визнали чеську владу. Проте вона не звернула увагу на те, що українці перебували на своїй землі, на відміну від німців. Редакція навіть допускала певні компроміси з польською владою, якщо це буде вигідно.

Сумнівну політичну і моральну позицію видання не рятувало навіть те, що газета різко критикувала москвофільський рух у Галичині, постійною була рубрика «Вісті з совітського пекла на Україні», багато писала газета про голод в Україні й організовувала допомогу.

У № 194 за 1922 рік редакція опублікувала статтю «Проект автономії. Становище всіх партій і нашої». Трохи несподівано, але логічно для позиції газети. Пізніше, у № 196 за цей же рік з'явилася стаття «Про слов'янську єдність». Наприкінці вересня в газеті було опубліковано «Проект Закону «Про самоврядування для Східної Галичини», ухвалений польським Сеймом» (№ 205). Проте напруження в Східній Галичині наростало. Суспільні настрої українців явно не узгоджувалися із позицією газети. У Коломиї здійснили замах на поета О. Карашкевича, який був солідарний із позицією газети. М. Яцків відповів на це статтею «Револьверне геройство» (№ 214), в якій засудив терор як засіб розв'язання політичних конфліктів.

Напруженість досягла апогею 15 жовтня 1922 року, коли вчинили замах на Сидора Твердохліба, який помер наступного дня. Сидір Твердохліб – відомий поет, «молотомузівець», перекладав німецькою та польською І. Франка, Т. Шевченка, співробітник «Рідного краю». Виявилося, що С. Твердохліб був серед тих, хто 1 листопада 1918 року кинув клич: «Геть братовбивчу війну!», також він виступав як прихильник визнання польської влади і брав участь у виборах до Сейму. Це і було причиною смертного вироку, який винесла Українська військова організація. 25 жовтня у замітці «Слідами убійників бл. п. Сидора Твердохліба» газета повідомляла, що за результатами слідства виходить, що вбивство планували в середовищі трудової партії...

П'ять разів газета присвячувала першу сторінку для вшанування пам'яті Сидора Твердохліба: «Де живемо?» (17 жовтня); некролог було опубліковано 18 жовтня; «Пам'яті апостола братерства, поета Сидора Твердохліба» (19 жовтня); «Схилена походня (факел. – Авт.) генія. Похорон бл. п. Сидора Твердохліба» (20 жовтня); «Думки над свіжою могилою» (21 жовтня).

Після виборів до Сейму потрапило кілька українських послів від Волині, але газета поступово втрачала вплив (може, були сили, які вже не бачили в ній потреби), бо наприкінці лютого 1923 року «Рідний край» припинив свій вихід. А 15 березня 1923 року Рада амбасадорів остаточно визнала суверенітет Польщі над Східною Галичиною. Через кілька днів десятки тисяч українців зібралися на площі біля собору Юра у Львові і склали Ю. Романчукові, патріархові українського політикуму, присягу на вірність українській державності. Це було провісником нових битв за відновлення державності.

Висновки і перспективи дослідження. Діяльність «Рідного краю», власне, спроби редакції та того руху, чий інтереси і погляди газета репрезентувала, можна оцінити не лише на підставі того, як вона висвітлювала події, що пропагувала, до чого прагнула, а й на тій підставі, що відбулося після того, коли вона перестала виходити.

Варшава так і не виконала свого зобов'язання надати Східній Галичині автономію й посилила асиміляційні заходи. 1924 року прийняли закон, що забороняв користуватися в урядових установах українською мовою. Того ж року провели шкільну реформу, в результаті якої більшість шкіл перетворили на двомовні. У Львівському університеті скасували українські кафедри, а про заснування університету в Станіславі Варшава і чути не хотіла. Колонізація й полонізація (ще до виборів Сх. Галичину назвали Малопольщею) лише зміцніли.

Кожна поразка зумовлює негативні соціально-психологічні настрої, та якщо йдеться про втрату державності, то ці настрої лише поглиблюються. Проте завжди ознакою сильної нації є віра в свою державницьку ідею й готовність продовжувати боротьбу. Цієї істини не розуміла редакція «Рідного краю» та середовище, що її підтримувало, бо в Східній Галичині вже зароджувався політичний рух, який вбачав шлях до відновлення державності у національній революції і збройній боротьбі. Принциповою помилкою редакції було й прагнення йти на компроміс із окупаційною владою, яка намагалася асимілювати українців й не визнавала їхнього права мати незалежну державу. Безперечно, політичні компроміси можливі, але не ціною державності. Існування Польщі як багатонаціональної держави без справедливого розв'язання національного питання зробило її дуже вразливою. Проте й тоді, на початку 20-х років, коли ще не було остаточного рішення Ради амбасадорів щодо

Східної Галичини, бажання «Рідного краю» визнати окупаційну владу й шукати порозуміння було юридично не виправданим, морально сумнівним й історично безперспективним.

Повчальний урок «Рідного краю» не використали ті українські політичні сили, які на початку 30-х років спробували нормалізувати польсько-українські взаємини. Політика «нормалізації» теж зазнала невдачі.

У методологічному сенсі приклад «Рідного краю» позитивний тим, що дає змогу належно оцінити аналогічні ситуації з історії української преси.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Грушевський, М. (2002), *Твори у 50 томах*. Т. 1, Серія «Суспільно-політичні твори» (1894–1907), Вид.-во «Світ», Львів, 592 с.
2. Дильонгова, Г. (2007), *Історія Польщі: 1795–1990*, Вид. дім «Києво-Могилянська академія», Київ, 239 с.
3. Донцов, Д. (2013), *Вибрані твори у десяти томах*, Т. 5: Політична аналітика (1921–1932 рр.), Видавнича фірма «Відродження», Дрогобич-Львів.
4. Животко, А. (1989–90), *Історія української преси*, Мюнхен, 334 с.
5. Кедрин, І. (1976), *Життя. Події. Люди. Спомини і коментарі*, Видавнича Кооператива «Червона Калина», Нью-Йорк, 724 с.
6. Кость, С. (2017), *Історія української військової преси*, ЛНУ імені Івана Франка, Львів, 340 с.
7. *Рідний край*, 1920, № 1.
8. Стахів, М. (1981), *Західна Україна. Збройна і дипломатична оборона в 1919–1923. Нарис історії*, Т. VI, Кн. II, Скрентон, с. 81.

REFERENCE

1. Hrushevskiy, M. (2002), *Works in 50 Volumes*, Vol. 1, Series Socio-Political Works (1894–1907), Svit Publishing House, Lviv, 592 p.
2. Dylionhova, H. (2007), *History of Poland: 1795–1990*, Kyiv-Mohyla Academy Publishing House, Kyiv, 239 p.
3. Dontsov, D. (2013), *Selected Works in Ten Volumes*, Vol. 5: Political Analytics (1921–1932), Vidrozhennia Publishing Firm, Drohobych–Lviv.
4. Zhyvotko, A. (1989–1990), *History of the Ukrainian Press*, Munich, 334 p.
5. Kedryn, I. (1976), *Life. Events. People: Memoirs and Commentaries*, Chervona Kalyna Publishing Cooperative, New York, 724 p.
6. Kost', S. (2017), *History of the Ukrainian Military Press*, Ivan Franko National University of Lviv, Lviv, 340 p.
7. *Ridnyi Krai*, 1920, № 1.
8. Stakhiv, M. (1981), *Western Ukraine: Armed and Diplomatic Defense in 1919–1923. A Historical Essay*, Vol. VI, Book II, Scranton, p. 81.

UKRAINIAN–POLISH DISCOURSE IN THE NEWSPAPER ‘RIDNYI KRAI’ (1920–1922)

Stepan Kost’

Ivan Franko National University of Lviv
General Chuprynka Str., 49, Lviv, Ukraine, 79044
e-mail: skost_@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0001-6566-5503>

Tetiana Burdeha

Ivan Franko National University of Lviv
General Chuprynka Str., 49, Lviv, Ukraine, 79044
e-mail: tetiana.burdeha@lnu.edu.ua
<https://orcid.org/0000-0001-8883-4154>

The authors of the article analyse Polish-Ukrainian relations based on publications in the newspaper ‘Ridny Krai’, which was published between 1920 and 1922. The study focuses on the idea of reconciliation between the Polish authorities and Ukrainians living in ethnically Ukrainian territories occupied by Poland.

The article substantiates the relevance of the issue under study. The authors emphasise the importance of studying Polish-Ukrainian relations in any historical period, especially after Poland and Ukraine became independent states on the political map of Europe after the First World War. They argue that the idea of reconciliation promoted by ‘Ridny Krai’ did not correspond to the national interests of Ukrainians. Ukrainian political forces and society in Eastern Galicia boycotted the 1921 census and the 1922 Sejm elections, as participation in these processes would have legitimised the Polish occupation of Ukrainian lands.

The **main objective** of the study was to show the reality represented by ‘Ridny Krai’, which actively sought to persuade its readers that Ukrainians should take part in the elections. At the time of the Sejm elections, the Ukrainian Military Organisation (UVO), founded in August 1920, was already active, and its leadership viewed the position of the newspaper as an act of national betrayal.

The **methodology**, based on an analysis of the newspaper’s publications, allows the authors to demonstrate that the editorial board did not understand that the Polish authorities, contrary to their international obligations, had no intention of granting autonomy to Eastern Galicia.

The **results of the study** show that the national question in interwar Poland, particularly in Eastern Galicia, remained unresolved. The findings underline that the attempts of ‘Ridny Krai’ publicists to acknowledge the occupying authorities and seek reconciliation were legally unjustified, morally questionable, and historically futile. These conclusions provide a historical lesson concerning the role of an occupying power in resolving national issues and are relevant to contemporary Polish–Ukrainian understanding, especially in the context of renewed discourse on the Volhynian events of 1943.

Ukrainians realised this fully after the decision of the Council of Ambassadors on 15 March 1923, which confirmed Polish sovereignty over Eastern Galicia. After this decision, the Polish authorities adopted restrictive measures, including the 1924 ban on the use of Ukrainian in government institutions, the transformation of most Ukrainian schools into state schools, and the abolition of Ukrainian academic departments at the University of Lviv.

Keywords: newspaper ‘Ridny Krai’, Polish-Ukrainian relations, history of Ukraine, national question.

Отримано редакцією видання / Received: 17.12.2025

Прорецензовано / Revised: 28.12.2025

Схвалено до друку / Accepted: 29.12.2025

Опубліковано на сайті видання / Published on the publication's website: 26.01.2026

ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА СУЧАСНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2026: 58; 16–28 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2026.58.13891>

УДК: 070:504:316.774(477.42)

ЕКОЛОГІЧНА ПРОБЛЕМАТИКА В ЛОКАЛЬНОМУ МЕДІАПРОСТОРІ ЖИТОМИРЩИНИ

Ірина Давидова

*Державний університет «Житомирська політехніка»,
вул. Чуднівська, 103, 10005, Житомир, Україна*

e-mail: rector@ztu.edu.ua

<https://orcid.org/0000-0001-6535-3948>

Людмила Давидова

*Житомирський державний університет імені Івана Франка,
вул. Велика Бердичівська, 40, 10008, Житомир, Україна*

e-mail: zu@zu.edu.ua

<https://orcid.org/0009-0000-2232-3538>

У статті проаналізовано представленість екологічної інформації в онлайн-медіа Житомирщини у 2025 році з урахуванням сезонного чинника. Предметом дослідження є тематична структура екологічних публікацій та особливості їх медійних акцентів. Встановлено, що екологічний контент має виразно сезонний і подієвий характер, з домінуванням тематики пожеж у весняно-літній період та зростанням частки просвітницьких матеріалів узимку, що свідчить про переважно реактивну модель екологічної комунікації в регіональних медіа.

Ключові слова: екологічна інформація, онлайн-медіа, локальні медіа, екологічна комунікація, сезонність, медіаконтент, Житомирщина.

Постановка проблеми. У ХХІ столітті екологічні проблеми набули статусу глобальних викликів, що безпосередньо впливають на якість життя населення, сталий розвиток територій та безпеку суспільства. У цьому контексті особливого значення набуває висвітлення екологічної інформації в медіа, зокрема на локальному рівні. Саме місцеві медіа є найближчими до повсякденних екологічних проблем громад – забруднення води й повітря, поводження з відходами, вирубки зелених насаджень, пожеж, збереження біорізноманіття тощо. Актуальність дослідження представленості екологічної тематики у локальних медіа Житомира зумовлена необхідністю оцінити, наскільки системно та повно екологічні питання інтегровані у

місцевий медіадискурс, а також як змінюється увага до них у різні соціально-політичні періоди, зокрема в умовах війни.

Медіа відіграють ключову роль у формуванні екологічної свідомості громади, виконуючи інформативну, просвітницьку та мобілізаційну функції. Через новинні повідомлення, аналітичні матеріали та публікації у соціальних мережах вони не лише інформують про екологічні проблеми, а й формують уявлення громадян про їхню значущість, причини та можливі шляхи подолання. Як зазначають дослідники екологічної комунікації, регулярність і спосіб подання інформації з екологічної тематики безпосередньо впливають на рівень громадської залученості та готовність до екологічно відповідальної поведінки^{1,2}. Водночас у кризових та воєнних умовах медіапорядок денний зазнає суттєвих трансформацій, що може призводити до зниження уваги до екологічної проблематики або, навпаки, до її переосмислення крізь призму безпеки та виживання громад³.

Метою дослідження є визначення рівня та особливостей висвітлення екологічних тем у локальних медіа Житомира, аналіз динаміки змін у поданні екологічної інформації у довоєнний та воєнний періоди, а також виявлення сезонних закономірностей у представленні екологічного контенту. Для досягнення поставленої мети передбачено виконання таких завдань: проаналізувати кількість екологічних публікацій в окремих медіа, здійснити їх тематичну класифікацію, дослідити реакцію аудиторії та простежити зміни у медіаактивності й громадському інтересі до екологічних питань.

Об'єктом дослідження є локальні медіа Житомира, зокрема онлайн-видання та телеграм-канали. Предметом дослідження виступає контент екологічної тематики, представлений у цих медіа, а також кількісні та якісні характеристики його подання та сприйняття аудиторією.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблематика висвітлення екологічних питань у медіа має значне теоретичне підґрунтя: у працях з екологічної комунікації сформульовані ключові підходи до ролі медіа як конструкторів публічного порядку денного, фреймерів ризиків та посередників між наукою й громадськістю. Ці праці заклали основу для розуміння того, як способи подання інформації визначають сприйняття екологічних проблем і схильність аудиторії до дій^{4,5,6}.

¹ Cox, R. (2010), «Environmental Communication and the Public Sphere», *Thousand Oaks: Sage Publications*. URL: https://books.google.com.ua/books/about/Environmental_Communication_and_the_Publ.html?id=AUw-A_ksxIwC&redir_esc=y (accessed 04 December 2025).

² Hansen, A. (2018), *Environment, Media and Communication*. Routledge, London. URL: <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781315625317/environment-media-communication-anders-hansen> (accessed 04 December 2025).

³ Allan, S., Adam, B. & Carter, C. (2000), *Environmental Risks and the Media*. Routledge, London. <https://www.taylorfrancis.com/books/edit/10.4324/9780203164990/environmental-risks-media-ulrich-beck-barbara-adam-stuart-allan-cynthia-carter> (accessed 10 December 2025).

⁴ Cox, R. (2010), «Environmental Communication and the Public Sphere», *Thousand Oaks: Sage Publications*. URL: https://books.google.com.ua/books/about/Environmental_Communication_and_the_Publ.html?id=AUw-A_ksxIwC&redir_esc=y (accessed 04 December 2025).

⁵ Hansen, A. (2018), *Environment, Media and Communication*, Routledge, London. URL: <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781315625317/environment-media-communication-anders-hansen> (accessed 04 December 2025).

⁶ Robbins, D. & Wheatley, D. (2021), «Complexity, Objectivity, and Shifting Roles: Environmental correspondents march to a changing beat». *Journalism Practice*, 15(9), 1289–1306.

Разом із цим, сучасна міжнародна емпірична література демонструє явний перекик: дослідники зосереджені переважно на національних і глобальних дискурсах (кліматична політика, міжнародні кампанії, національні ЗМІ і великі цифрові платформи), тоді як роль локальних медіа у висвітленні місцевих екологічних ризиків часто лишається на периферії наукової уваги⁷, хоча саме локальні платформи є найбільш релевантними для щоденного інформування громадян щодо якості води, повітря, поводження з відходами, пожеж та несанкціонованих рубок. Інші емпіричні дослідження підкреслюють динамічний характер конкуренції тем: велика «кілер-тема» (наприклад, пандемія COVID-19 або воєнні події) може значно знижувати медійну присутність питання клімату та інших екологічних проблем, навіть якщо їхня довгострокова значущість не зменшується⁸.

Українські дослідники поступово долучаються до цієї міжнародної дискусії, проте мають власні характерні обмеження. Багато вітчизняних публікацій зосереджені на загальних питаннях екологічної журналістики, екологічної освіти й ролі національних медіа^{9,10,11}; часто вони мають описовий характер або обмежені тематичними кейсами. На рівні локальних університетських і прикладних досліджень з'являються роботи, що фіксують екологічні тренди і дають корисні емпіричні дані щодо стану довкілля у регіонах¹². Такі роботи створюють необхідний фонд екологічних даних, але рідко пов'язуються безпосередньо з аналізом медіаконтенту або аудиторської реакції. Наявність локальних екологічних досліджень – позитивний ресурс для міждисциплінарних проєктів, але їхній потенціал залишається недостатньо реалізованим у медіазнавчих дослідженнях.

Отже, наукова картина проблеми свідчить про міцні теоретичні основи та помітний масив досліджень на національному і міжнародному рівнях, але водночас і про явну потребу в цілеспрямованих емпіричних дослідженнях локальних медіа. Саме такі дослідження – із поєднанням контент-аналізу, метрик аудиторії та врахуванням сезонної та порівняльної динаміки – можуть заповнити виявлені прогалини та дати практичні рекомендації для місцевих редакцій, органів місцевого самовряду-

⁷ Cai, C., Fan, M., Dong, X. & Zhang, J. (2024), «The effect of environmental protection-related media coverage on corporate green innovation», *Sustainability*, 16 (24), 10887. URL: <https://www.mdpi.com/2071-1050/16/24/10887> (accessed 13 December 2025).

⁸ Rauchfleisch, A., Siegen, D. & Vogler, D. (2021), «How COVID-19 displaced climate change: Mediated climate change activism and issue attention in the Swiss media and online sphere», *Environmental Communication*. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17524032.2021.1990978> (accessed 04 December 2025).

⁹ Мялковська, Л. М., Жванія, Л. В., Войтенко І. Г. (2023), «Екологічна культура в сучасних медіа в Україні». *Обрії друкарства*, 2(14), 140–153. URL: <http://horizons.vpi.kpi.ua/article/view/295278> (останній перегляд 04 грудня 2025).

¹⁰ Kahukina, A. & Patseva, I. (2025), «Assessment and forecast of atmospheric pollutant dynamics in the urban ecosystem of Zhytomyr», *Transactions of Agricultural and Environmental Research*. URL: <https://journals.urau.ua/tarp/article/view/326893> (accessed 14 December 2025).

¹¹ Ковальчук, О. (2020), «Екологічна проблематика в загальноукраїнських газетах: спільне та відмінне», *Український інформаційний простір*. URL: <http://ukrinfospace.knukim.edu.ua/article/view/219771> (останній перегляд 04 грудня 2025).

¹² Онуфрієв, С., Бончак, Т. (2025), «Екологічна проблематика в локальних медіа», *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Журналістика*, 1 (9), 28–35. URL: <https://science.lpnu.ua/uk/sjs/vsi-vypusky/nomer-1-9-2025/ekologichna-problematyka-v-lokalnyh-media> (останній перегляд 04 грудня 2025).

дування й громадських ініціатив щодо підвищення ефективності екологічної комунікації.

Методологічна основа дослідження. Методологічну основу дослідження становить комплекс загальнонаукових і спеціальних методів аналізу, що забезпечують системне вивчення особливостей висвітлення екологічної інформації в локальних медіа Житомира. Дослідження ґрунтується на міждисциплінарному підході, який поєднує положення теорії соціальних комунікацій, екологічної комунікації, теорії медіапорядку денного та фреймінгу.

Емпіричною базою дослідження стали матеріали локальних онлайн-видань Житомира, публікації телеграм-каналів та контент сторінок у соціальних мережах, що функціонують як інформаційні платформи для місцевої громади. Хронологічні межі дослідження охоплюють 2021 рік (довоєнний період) та 2025 рік (воєнний період). Вибірка формувалася за сезонним принципом і включала матеріали, опубліковані у січні, квітні, липні та жовтні кожного з аналізованих років, що дозволило врахувати циклічність екологічної проблематики та інформаційних приводів.

Основним методом дослідження є контент-аналіз. Одиницею аналізу виступала окрема публікація, що містила екологічну тематику. До вибірки включалися матеріали за такими темами: стан атмосферного повітря, водних ресурсів, поводження з відходами, збереження біорізноманіття, пожежі, несанкціоновані рубки лісів, екологічна освіта та екологічні ініціативи.

У межах кількісного контент-аналізу фіксувалися такі показники: загальна кількість екологічних публікацій; розподіл матеріалів за тематичними категоріями; частка екологічного контенту в загальному інформаційному потоці медіа; показники аудиторської взаємодії (кількість переглядів, вподобань, коментарів і поширень).

Порівняльний метод дозволив зіставити особливості висвітлення екологічної тематики у різні роки та на різних платформах (онлайн-видання, телеграм-канали), а також виявити зміни у пріоритетах медіапорядку денного під впливом воєнних умов. Додатково застосовано метод узагальнення та інтерпретації результатів для формулювання висновків щодо ролі локальних медіа у формуванні екологічної свідомості громади.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для проведення дослідження було відібрано локальні медіа Житомира, які є активними учасниками регіонального інформаційного простору та регулярно висвітлюють події, що мають суспільну значущість, зокрема й екологічну проблематику. Емпіричну базу дослідження склали онлайн-видання «Суспільне Житомир», «20 хвилин» та «Журнал Житомира», а також телеграм-канали «Суспільне Житомир», «20 хвилин» і «Славний Житомир». Такий добір медіа зумовлений необхідністю охопити різні типи локальних інформаційних ресурсів – комерційні онлайн-видання та незалежні телеграм-спільноти, що дозволяє отримати репрезентативну картину висвітлення екологічної тематики. Онлайн-видання забезпечують ширший за обсягом і більш структурований контент, тоді як телеграм-канали характеризуються оперативністю та швидкою реакцією на локальні події. Поєднання цих двох типів медіа дозволяє комплексно проаналізувати представленість екологічних новин у локальному медіапросторі Житомира та виявити відмінності у медіапідходах до висвітлення екологічних питань.

Кількісний аналіз результатів проведеного дослідження засвідчує, що у 2025 році екологічна тематика представлена в інформаційному просторі Житомира нерів-

номірно та залежить від типу медіаплатформи. Загалом частка екологічної тематики в українських медіа залишається стабільно низькою.

За результатами сезонного аналізу загальна кількість екологічних новин у телеграм-ресурсах коливалася від 7 до 20 матеріалів на місяць (в залежності від ресурсу), що свідчить про відносну стабільність, але водночас про обмежену частку екологічного контенту в загальному новинному потоці. Основний контент Telegram зосереджений на війні, політиці та оперативних подіях, тоді як екологічні теми переважно обмежуються офіційними повідомленнями державних органів або спеціалізованими тематичними каналами з відносно невеликою аудиторією.

Порівняно з телеграм-каналами, онлайн-видання, як правило, мають більший загальний обсяг новинного контенту, що автоматично зменшує відносну частку екологічних матеріалів у структурі публікацій. У таких умовах екологічні новини в онлайн-ЗМІ становлять незначний відсоток від загальної кількості матеріалів і поступаються за частотністю соціальним, політичним та воєнним темам. В онлайн-медіа Житомирщини екологічні новини становлять у середньому близько 1–1,5 % від загального масиву публікацій.

Водночас телеграм-канали, попри меншу загальну кількість публікацій, демонструють відносно вищу концентрацію екологічних новин у своєму інформаційному потоці (1–3 % в залежності від сезону). Це пояснюється специфікою платформи: телеграм-ресурси орієнтовані на швидке реагування на локальні події, зокрема аварії, пожежі, незаконні рубки, забруднення води та інші екологічні інциденти, які безпосередньо зачіпають місцеву громаду.

Ще однією відмінністю є характер подачі інформації. В онлайн-виданнях екологічні новини частіше подаються у розширеному форматі, з поясненням причин, наслідків і коментарями представників влади або експертів. Натомість телеграм-канали використовують лаконічну, фактологічну форму подачі, нерідко обмежуючись повідомленням про подію без глибшого аналізу. Це підсилює оперативність, але знижує аналітичну та просвітницьку складову екологічного контенту.

Результати аналізу екологічного контенту (рис. 1) свідчать, що екологічний порядок денний житомирських онлайн-видань формується переважно навколо подієвих і кризових тем. Абсолютним лідером серед всіх новин є категорія пожежі, що вказує на високу залежність медіа від надзвичайних ситуацій, зокрема лісових і торф'яних пожеж, які мають безпосередній вплив на безпеку населення регіону та швидко привертають увагу аудиторії.

Помітною є також увага до проблеми поводження з відходами, що відображає актуальність для Житомирщини питань сміттєзвалищ, утилізації та місцевих екологічних конфліктів. Доволі значну частку становлять матеріали про збереження біорізноманіття, що обумовлено наявністю природоохоронних територій у регіоні та активністю місцевих екологічних організацій.

Водночас теми забруднення води та незаконних рубок представлені помірно, а забруднення повітря – мінімально. Це свідчить про недостатню увагу онлайн-медіа до системних, довготривалих екологічних проблем, які менш помітні у щоденному новинному потоці, але мають значний вплив на якість життя населення регіону.

Загалом простежується дисбаланс у тематичному наповненні екологічних новин житомирських онлайн-медіа з домінуванням надзвичайних подій над аналітич-



Рис. 1. Розподіл екологічних новин за категоріями в онлайн-медіа Житомира (власна розробка авторів)

ними, освітніми та превентивними матеріалами, що є характерною рисою регіонального цифрового медіапростору.

Найбільший і стабільний інтерес аудиторії викликають матеріали, присвячені пожежам та різним видам забруднення, що пояснюється безпосередньою загрозою для безпеки та якості життя населення, а також високим рівнем емоційної залученості. Натомість теми екологічної освіти, незаконних рубок і стратегічного планування у сфері охорони довкілля отримують значно нижчу увагу з боку аудиторії, оскільки мають менш виражений подієвий характер і потребують аналітичного, довготривалого сприйняття.

У кількісному розподілі екологічних публікацій в онлайн-медіа Житомирщини чітко простежується сезонна динаміка. Найбільша кількість матеріалів припадає на літній та весняний період, а найменша активність медіа спостерігається взимку. Така тенденція є закономірною і зумовлена як природними, так і медійними чинниками. У теплу пору року актуалізуються екологічні проблеми, пов'язані з пожежами, забрудненням водойм, вирубками, сміттєзвалищами та рекреаційним навантаженням на природні території, що створює більше інформаційних приводів для журналістів, тоді як восени й узимку кількість подієвих екологічних новин зменшується через спад природної активності та домінування в інформаційному порядку денному інших тем.

Водночас, попри меншу кількість екологічних публікацій в осінній та зимовий періоди, саме в цей час спостерігається вища читацька активність. Така тенденція пов'язана зі скороченням загального обсягу новинного контенту, що робить екологічні матеріали помітнішими для аудиторії, а також зі зростанням часу, який користувачі проводять в онлайн-просторі в холодну пору року.

Екологічний контент житомирських онлайн-медіа характеризується чітко вираженою сезонністю та залежністю від надзвичайних подій (рис. 2). Результати розподілу екологічних новин за тематиками у 2025 році дозволяють виявити логіку формування регіонального екологічного медіадискурсу з урахуванням сезонного чинника. Аналіз засвідчує, що тематичні акценти медіа мають виразну залежність від пори року та характеру екологічних ризиків, що актуалізуються у відповідний

період. Це свідчить про переважно реактивний, подієво зумовлений характер екологічної комунікації.

У зимовий період (січень 2025 року) спостерігається відносно збалансована структура екологічного контенту. Домінування матеріалів, присвячених поводженню з відходами та збереженню біорізноманіття, свідчить про зниження інтенсивності екологічних надзвичайних ситуацій і, відповідно, про переорієнтацію медіа з оперативного інформування на аналітичні та просвітницькі формати. Поява значної частки публікацій, пов'язаних з екологічною освітою та ініціативами, може розглядатися як ознака потенціалу локальних медіа до формування довготривалої екологічної повістки, хоча цей потенціал реалізується лише ситуативно. Натомість теми пожеж та незаконних рубок у цей період перебувають на периферії медійної уваги.

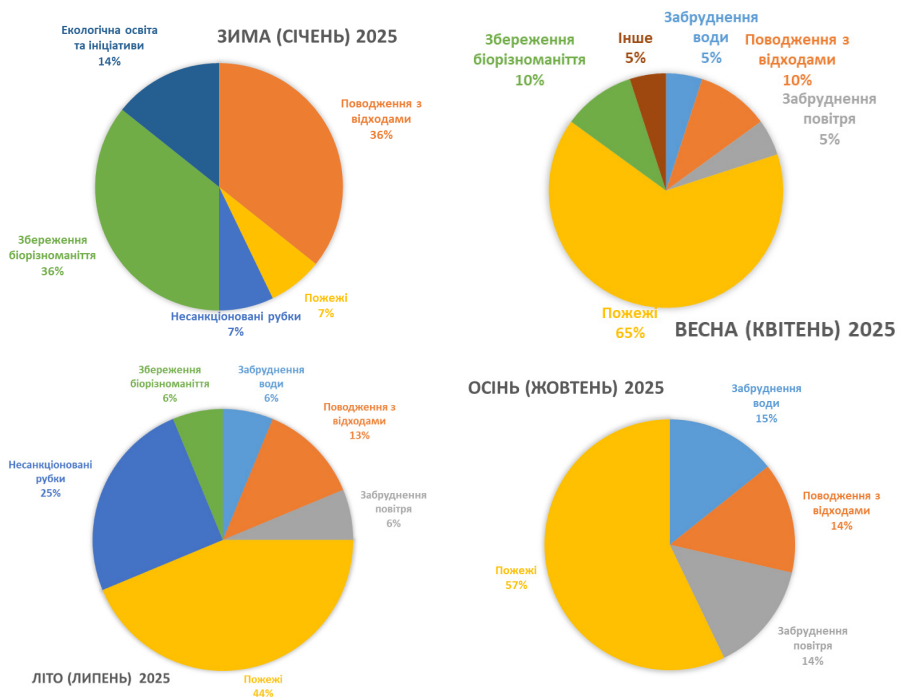


Рис. 2. Сезонний розподіл екологічних публікацій в онлайн-медіа Житомирщини у 2025 році (власна розробка авторів)

Навесні (квітень 2025 року) екологічний порядок денний зазнає різкої трансформації: тематика пожеж стає панівною, охоплюючи 65 % усіх екологічних публікацій. Така концентрація уваги відображає сезонне зростання ризиків займання сухої рослинності та лісових масивів, проте водночас демонструє звуження тематичного спектра екологічних матеріалів. Інші напрями – забруднення води й повітря, поводження з відходами, збереження біорізноманіття – представлені фрагментарно, що вказує на тенденцію витіснення структурних екологічних проблем резонансними подіями короткострокового характеру.

У літній період (липень 2025 року) зберігається домінування пожежної проблематики (44 %), однак відбувається часткова диверсифікація тематичної структури за рахунок істотного зростання частки матеріалів про незаконні рубки (25 %). Така динаміка корелює з регіональною специфікою Житомирщини як лісистій території та активізацією господарської діяльності в теплий період року. Водночас обмежена присутність інших екологічних тем свідчить про те, що медіа зосереджуються переважно на конфліктних і кризових аспектах взаємодії суспільства з довкіллям, залишаючи поза увагою системні питання управління природними ресурсами.

Восени (жовтень 2025 року) пожежі знову посідають провідну позицію (57 %), однак тематична структура екологічного контенту стає більш різноманітною. Зростання частки матеріалів, присвячених забрудненню води (15 %), поводженню з відходами та забрудненню повітря (по 14 %), може бути пов'язане з підбиттям підсумків літнього періоду, актуалізацією проблем комунальної інфраструктури та проявом відкладених екологічних наслідків сезонної господарської активності. Це свідчить про частковий перехід від виключно подієвого до більш проблемно орієнтованого підходу у висвітленні екологічних питань.

Такі напрями, як стратегічне екологічне планування, довгострокова природоохоронна політика та комплексний аналіз екологічних ризиків залишаються недостатньо представленими протягом усього року, що вказує на обмежений аналітичний вимір регіонального екологічного медіадискурсу та його переважно реактивний характер.

Для здійснення дослідження динаміки екологічного онлайн-контенту було обрано телеграм-канал «20 хвилин Житомир». Такий вибір зумовлений обмеженою доступністю архівних матеріалів інших місцевих інформаційних ресурсів: частина з них була створена вже після 2021 року, тоді як публікації за довоєнний період на окремих платформах наразі є недоступними. Використання одного медіаресурсу з безперервною історією публікацій дало змогу забезпечити коректність порівняльного аналізу та мінімізувати вплив структурних відмінностей між різними медіа на результати дослідження.

Порівняльний аналіз представленості екологічної інформації в місцевих медіа Житомира у довоєнний (2021 р.) та воєнний періоди (2025 р.) засвідчує суттєву трансформацію як кількісних, так і змістових характеристик екологічного медіаконтенту. Отримані дані свідчать про різке зростання уваги медіа до екологічної проблематики в умовах повномасштабної війни, що корелює із загальним підвищенням суспільної чутливості до питань екологічної безпеки.

У 2021 році екологічна тематика була представлена обмежено й фрагментарно: зафіксовано лише дев'ять публікацій за всіма категоріями. Тематична структура матеріалів характеризувалася домінуванням екологічної освіти та ініціатив, а також проблем поводження з відходами й несанкціонованих рубок. Така конфігурація свідчить про переважно просвітницький та локально-активістський характер екологічного дискурсу в довоєнний період.

Натомість у 2025 році кількість екологічних публікацій зросла майже у шість разів. Відбулися помітні зміни у тематичній структурі матеріалів (рис. 3): провідними стали теми забруднення води та пожеж, а також категорія «інше», що акумулює матеріали, пов'язані з воєнними екологічними наслідками. Водночас частка матеріалів, присвячених екологічній освіті та ініціативам, суттєво зменшилася, що вказує

на зсув медіафокуса від довгострокових просвітницьких тем до висвітлення безпосередніх екологічних загроз і кризових явищ.

Аналіз показників аудиторної уваги підтверджує не лише кількісне зростання екологічного контенту, а й підвищення його суспільної значущості. Загальна кількість переглядів екологічних матеріалів зросла з 1059 у 2021 році до 18462 у 2025 році, тобто майже у сімнадцять разів. Найбільшу зацікавленість аудиторії у воєнний період викликали публікації, присвячені пожежам, забрудненню води та матеріали з категорії «інше», які сумарно акумулювали найбільшу кількість переглядів. У довоєнний період подібного рівня залученості аудиторії не спостерігалось, а окремі екологічні теми фактично були відсутні в медійному просторі.

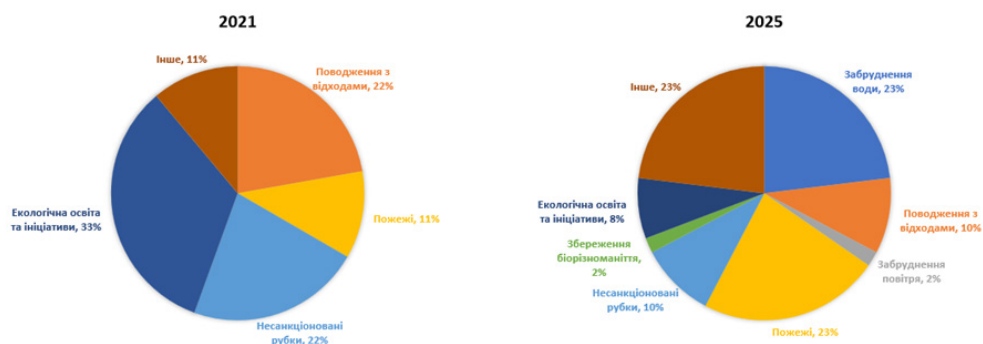


Рис. 3. Зміна контенту екологічних публікацій в онлайн-медіа Житомирщини з 2021 по 2025 рік, телеграм-канал «20 хвилин Житомир» (власна розробка авторів)

Показник середньої кількості переглядів на одну публікацію також демонструє суттєву динаміку. Якщо в 2021 році середній рівень переглядів становив близько 118 на одну новину, то у 2025 році він зріс до 355 переглядів (рис. 4). Це свідчить про зростання резонансності кожного окремого екологічного повідомлення та посилення інтересу аудиторії до екологічної проблематики в умовах війни. Особливо високі середні показники зафіксовано у матеріалах, що стосуються несанкціонованих рубок, пожеж та забруднення води, тобто тем, які безпосередньо асоціюються з ризиками для безпеки населення та наслідками воєнних дій.

Результати дослідження засвідчують, що у воєнний період екологічна інформація в місцевих медіа Житомира перестає виконувати переважно допоміжну або просвітницьку функцію і трансформується у важливий елемент регіонального інформаційного порядку денного. Війна актуалізувала екологічну проблематику, перевівши її у площину безпеки та виживання, що зумовило як зростання кількості публікацій, так і підвищення інтересу аудиторії до екологічних тем.

Висновки. У результаті дослідження встановлено, що екологічна тематика в онлайн-медіа Житомирщини у 2025 році має виразно сезонний і подієвий характер. Структура екологічного контенту істотно змінюється залежно від пори року, при цьому переважають теми пожеж та незаконних рубок, які формують основний екологічний порядок денний у теплі сезони. Кількісний аналіз засвідчив суттєве зростан-

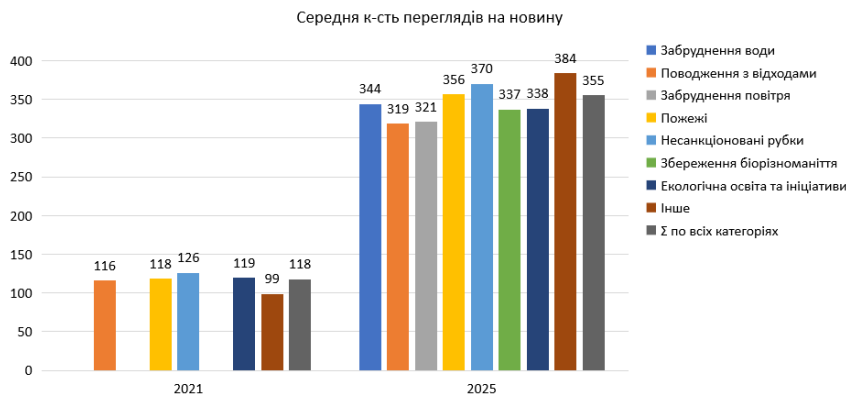


Рис. 4. Середня кількість переглядів екологічних новин, телеграм-канал «20 хвилин Житомир» (власна розробка авторів)

ня як обсягу екологічних публікацій, так і рівня зацікавленості аудиторії у воєнний період порівняно з довоєнним 2021 роком, що свідчить про підвищення суспільної значущості екологічної проблематики в умовах війни та зростання екологічної чутливості локальної аудиторії.

З'ясовано, що у зимовий період медіа частіше звертаються до тем екологічної освіти, збереження біорізноманіття та поводження з відходами, однак така тенденція не є сталою та не трансформується у довгострокову інформаційну стратегію. Водночас результати аналізу показують, що навіть за зменшення кількості публікацій у «несезонний» період кожен окремий матеріал у 2025 році отримує значно вищий рівень аудиторної уваги, ніж у довоєнний час. Загалом екологічний контент регіональних онлайн-медіа характеризується обмеженою аналітичністю та переважанням новинного формату.

Виявлено недостатню представленість матеріалів, присвячених системному аналізу екологічних проблем, стратегічному екологічному плануванню та довгостроковій природоохоронній політиці на регіональному рівні, попри загальне зростання кількісних показників екологічного медіаконтенту в 2025 році. Це свідчить про обмежений потенціал локальних онлайн-медіа у формуванні комплексного екологічного дискурсу та потребу в його подальшому розвитку.

Отримані результати підтверджують доцільність подальших наукових досліджень екологічної комунікації на локальному рівні та можуть бути використані як аналітична основа для вдосконалення екологічної інформаційної політики регіональних медіа й підвищення ефективності комунікації з місцевими громадами.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Allan, S., Adam, B. & Carter, C. (2000), *Environmental Risks and the Media*, Routledge, London. <https://www.taylorfrancis.com/books/edit/10.4324/9780203164990/environmental-risks-media-ulrich-beck-barbara-adam-stuart-allan-cynthia-carter> (accessed 10 December 2025).

2. Cai, C., Fan, M., Dong, X. & Zhang, J. (2024), «The effect of environmental protection–related media coverage on corporate green innovation», *Sustainability*, 16 (24), 10887. URL: <https://www.mdpi.com/2071-1050/16/24/10887> (accessed 13 December 2025).
3. Cox, R. (2010), «Environmental Communication and the Public Sphere», *Thousand Oaks: Sage Publications*. URL: https://books.google.com.ua/books/about/Environmental_Communication_and_the_Publ.html?id=AUw-A_ksxIwC&redir_esc=y (accessed 04 December 2025).
4. Hansen, A. (2018), *Environment, Media and Communication*, Routledge, London. URL: <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781315625317/environment-media-communication-anders-hansen> (accessed 04 December 2025).
5. Kahukina, A. & Patseva, I. (2025), «Assessment and forecast of atmospheric pollutant dynamics in the urban ecosystem of Zhytomyr», *Transactions of Agricultural and Environmental Research*. URL: <https://journals.urau.ua/tarp/article/view/326893> (accessed 14 December 2025).
6. Rauchfleisch, A., Siegen, D. & Vogler, D. (2021), «How COVID-19 displaced climate change: Mediated climate change activism and issue attention in the Swiss media and online sphere», *Environmental Communication*. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17524032.2021.1990978> (accessed 04 December 2025).
7. Robbins, D. & Wheatley, D. (2021), «Complexity, Objectivity, and Shifting Roles: Environmental correspondents march to a changing beat», *Journalism Practice*, 15 (9), 1289–1306.
8. Ковальчук, О. (2020), «Екологічна проблематика в загальноукраїнських газетах: спільне та відмінне», *Український інформаційний простір*. URL: <http://ukrinfospace.knukim.edu.ua/article/view/219771> (останній перегляд 04 грудня 2025).
9. Мялковська, Л. М., Жванія, Л. В., Войтенко, І. Г. (2023), «Екологічна культура в сучасних медіа в Україні», *Обрії друкарства*, 2 (14), 140–153. URL: <http://horizons.vpi.kpi.ua/article/view/295278> (останній перегляд 04 грудня 2025).
10. Онуфрієв, С., Бончак, Т. (2025), «Екологічна проблематика в локальних медіа», *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Журналістика*, 1(9), 28–35. URL: <https://science.lpnu.ua/uk/sjs/vsi-vypusky/nomer-1-9-2025/ekologichna-problematyka-v-lokalnyh-media> (останній перегляд 04 грудня 2025).

REFERENCES

1. Allan, S., Adam, B. & Carter, C. (2000), *Environmental Risks and the Media*, Routledge, London. <https://www.taylorfrancis.com/books/edit/10.4324/9780203164990/environmental-risks-media-ulrich-beck-barbara-adam-stuart-allan-cynthia-carter> (accessed 10 December 2025).
2. Cai, C., Fan, M., Dong, X. & Zhang, J. (2024), «The effect of environmental protection–related media coverage on corporate green innovation», *Sustainability*, 16 (24), 10887. URL: <https://www.mdpi.com/2071-1050/16/24/10887> (accessed 13 December 2025).
3. Cox, R. (2010), «Environmental Communication and the Public Sphere», *Thousand Oaks: Sage Publications*. URL: https://books.google.com.ua/books/about/Environmental_Communication_and_the_Publ.html?id=AUw-A_ksxIwC&redir_esc=y (accessed 04 December 2025).

4. Hansen, A. (2018), *Environment, Media and Communication*, Routledge, London. URL: <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781315625317/environment-media-communication-anders-hansen> (accessed 04 December 2025).
5. Mialkowska, L., Zhvaniia, L., & Voitenko, I. (2023), Ecological culture in modern Ukrainian media, *Obrii Drukarstva*, 2 (14), p. 140–153. URL: <http://horizons.vpi.kpi.ua/article/view/295278> (accessed 04 December 2025).
6. Kahukina, A. & Patseva, I. (2025), «Assessment and forecast of atmospheric pollutant dynamics in the urban ecosystem of Zhytomyr», *Transactions of Agricultural and Environmental Research*. URL: <https://journals.uran.ua/tarp/article/view/326893> (accessed 14 December 2025).
7. Kovalchuk, O. (2020), Environmental issues in Ukrainian national newspapers, *Ukrainian Information Space*. URL: <http://ukrinfospace.knukim.edu.ua/article/view/219771> (accessed 04 December 2025).
8. Onufriv, S., & Bonchak, T. (2025), Environmental issues in local media, *Bulletin of Lviv Polytechnic National University. Series: Journalism*, 1 (9), s. 28–35. URL: <https://science.lpnu.ua/uk/sjs/vsi-vypusky/nomer-1-9-2025/ekologichna-problematyka-v-lokalnyh-media> (accessed 04 December 2025).
9. Rauchfleisch, A., Siegen, D. & Vogler, D. (2021), «How COVID-19 displaced climate change: Mediated climate change activism and issue attention in the Swiss media and online sphere», *Environmental Communication*. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17524032.2021.1990978> (accessed 04 December 2025).
10. Robbins, D. & Wheatley, D. (2021), «Complexity, Objectivity, and Shifting Roles: Environmental correspondents march to a changing beat», *Journalism Practice*, 15 (9), p. 1289–1306.

ECOLOGICAL ISSUES IN THE LOCAL MEDIA SPACE OF ZHYTOMYR REGION

Iryna Davydova

*Zhytomyr State Polytechnic University
Chudnivska Str., 103, Zhytomyr, Ukraine, 10005
e-mail: rector@ztu.edu.ua
<https://orcid.org/0000-0001-6535-3948>*

Liudmyla Davydova

*Ivan Franko State University in Zhytomyr
Velyka Berdychivska Str., 40, Zhytomyr, Ukraine, 10008
e-mail: zu@zu.edu.ua
<https://orcid.org/0009-0000-2232-3538>*

The article analyses the coverage of environmental information in local online media of Zhytomyr region. The main objective(s) of the study are to identify the level and structure of coverage of environmental topics in regional online media, to determine seasonal patterns in the presentation of environmental issues, and to assess dominant trends in local environmental communication.

The methodology is based on quantitative and qualitative content analysis. The empirical data set includes publications on environmental topics published in January, April, July, and October 2025 in selected Zhytomyr regional online media. Environmental materials were classified into thematic categories such as fires, waste management, water and air pollution, illegal logging, biodiversity conservation, and environmental education. Quantitative indicators were used to determine thematic distribution, while qualitative analysis was applied to identify dominant narratives and communication approaches.

The results show that environmental coverage of environmental topics in regional online media is strongly seasonal and event-driven. In spring and summer, topics related to fires predominate, reflecting increased environmental risks, while in winter, publications have a more balanced thematic structure with greater attention to waste management, biodiversity conservation and educational content.

The findings indicate that regional online media primarily focus on crisis-related environmental events, whereas systemic issues such as long-term environmental planning, sustainable development, and environmental policy remain marginal throughout the year. Analytical and explanatory formats are significantly less common than short news reports.

The conclusions confirm that environmental communication in local online media predominantly follows a reactive model, which limits the development of stable and strategic environmental discourse.

The significance of the study lies in expanding empirical research on local environmental media coverage in Ukraine and may contribute to the improvement of regional environmental communication practices and media strategies.

Keywords: environmental information, online media, local media, environmental communication, seasonality, media content, Zhytomyr region.

Отримано редакцією видання / Received: 15.12.2025

Прорецензовано / Revised: 16.12.2025

Схвалено до друку / Accepted: 22.12.2025

Опубліковано на сайті видання / Published on the publication's website: 26.01.2026

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2026: 58; 29–44 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2026.58.13892>

УДК [070.422-057.36:070.431]:654.197](477)"20"

СПЕЦИФІКА СУЧАСНОГО ВОЄННОГО ТЕЛЕРЕПОРТАЖУ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ УКРАЇНСЬКИХ ВОЄННИХ КОРЕСПОНДЕНТІВ)

Андрій Калинів

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

*e-mail: Andriy.Kalyniv@lnu.edu.ua
<https://orcid.org/0000-0003-4762-2280>*

Парасковія Дворянин

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

*e-mail: Paraskoviya.Dvoryanyn@lnu.edu.ua
<https://orcid.org/0000-0002-7858-3563>*

У статті досліджено специфіку воєнного телевізійного репортажу – одного із найрепрезентативніших інформаційних жанрів сучасного медіадискурсу. Проаналізовано репортажі українських кореспондентів про велику російсько-українську війну, зокрема їхні жанрові, структурні ознаки та тематично-змістове наповнення. З'ясовано, що воєнні репортажі володіють потужним інформаційно-прагматичним та аргументаційним потенціалом, оскільки виконують низку актуальних завдань та функцій: інформують суспільство про перебіг воєнних дій, документують факти, деталізують та розширюють для глядача картину війни, допомагають об'єктивніше сприймати реальність, показують вплив війни на життя людей, фіксують та документують російські воєнні злочини, є ефективним інструментом контрпропаганди, формують актуальний патріотичний дискурс та історичну пам'ять про ці трагічні події. Сучасний воєнний репортаж за допомогою специфіки жанру є важливим інструментом впливу на громадську думку, який привертає увагу міжнародної спільноти до українських реалій.

Ключові слова: війна, воєнний репортаж, воєнні кореспонденти, жанр, тематика, медіа.

Постановка проблеми. Повномасштабна війна помітно актуалізувала воєнний медіадискурс, привернула увагу суспільства до роботи воєнних кореспондентів, які є літописцями цієї війни, свідками сучасних історичних трагічних подій. Крізь призму їхніх об'єктивів світ бачить правду, яку ворог намагається знівелювати, деформувати та приховати за постулатами агресивної маніпулятивної пропаганди. За словами спеціальної кореспондентки «1+1» Наталії Нагорної, «одна з головних функцій,

яку виконують журналісти на передовій – це документалістика і фіксування фактів, людей, подій їхніми очима»¹, а штатний кореспондент «Фактів ICTV» Олег Корнієнко зазначає: «якщо не в гарячих точках, то як я глядачу ще покажу, що таке війна?»². Воєнний журналіст – один з містків між військовими та цивільними людьми. В цьому контексті доречно зауважити, що є дві категорії журналістів, які працюють на війні – військові журналісти (військовослужбовці, комбатанти, які готують медіаматеріали в межах своїх посадових обов'язків) та воєнні журналісти (цивільні журналісти, які висвітлюють події на війні). Об'єктом нашого дослідження є репортажі про війну саме воєнних кореспондентів. Робота українських та закордонних репортерів на передовій впливає не лише на обізнаність суспільства про перебіг російсько-української війни, а й актуалізує тему війни для іноземної аудиторії, сприяє зміцненню міжнародної допомоги та підтримки. Президент України В. Зеленський наголосив, що «завдяки роботі військових журналістів розвіюється «туман війни», фіксуються злочини російських загарбників, а подвиги українських воїнів стають відомі на весь світ»³. Сучасний журналіст стикається з постійними викликами у своїй роботі, які стосуються стандартів журналістики, безпеки, громадянської позиції, обмежень та правил воєнного часу. «Колись жертвою війни була правда. Тепер першою жертвою війни є журналіст – свідок правди»⁴. Професія воєнного журналіста є однією з критично важливих в контексті інформаційної боротьби та входить в десятку найнебезпечніших, оскільки медійники щоразу ризикують власним життям, виконуючи свій професійний обов'язок – інформувати суспільство. Зокрема, за верифікованими даними НСЖУ та Міжнародної федерації журналістів, «станом на 17 грудня 2025 року російські окупанти вбили щонайменше 140 медійників від початку великої російсько-української війни: серед загиблих – 21 медійник і медійниця, які виконували професійні обов'язки; 10 медійників і медійниць – цивільних жертв; 109 представників і представниць медіа, які мобілізувалися для захисту України у лавах Сил оборони України»⁵.

Ефективним інструментом та одним з найактуальніших жанрів в контексті висвітлення інформації із зони бойових дій є телевізійний репортаж. Жанр воєнного репортажу постійно розвивається та адаптується до соціально-комунікаційних технологій та викликів цифрової епохи. Це синтетичний жанр інформаційної журналістики, якому притаманні унікальність, емоційна інтенсифікація, напруженість та динаміка сюжету, глибина висвітлення теми, увага до деталей, акцент на людських

¹ Кривокульський, О. (2023), «Літописці війни. Воєнкори – про інфляцію трагедій і вимушені прогалини в історії», *Медіамейкер*, URL: <https://mediamaker.me/voyenkory-pro-inflyacziyu-tragediy-i-vymusheni-progalyny-v-istoriyi-2846/>

² Нежигай, І. (2023), «Корнієнко О. Міст між фронтом та далеким тилом: як бути воєнкором в Україні після 24 лютого», *Факти*, URL: <https://fakty.com.ua/ua/ukraine/20230216-mist-mizh-frontom-ta-dalekym-tylom-yak-butyvoyenkorom-v-ukrayini-pislya-24-lyutogo-intervyu/>

³ Укрінформ (2023), «Військові журналісти та пресофіцери розвіюють «туман війни» – Зеленський». URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3670785-vijskovi-zurnalisti-ta-presoficieri-rozviuut-tuman-vijni-zelenskij.html>

⁴ Кость, С. (2019), «Воєнна журналістика й ідея «нейтральності» українського журналіста», *Теле-й радіожурналістика*, вип. 18, с. 162–170.

⁵ НСЖУ (2025), «Список журналістів, які загинули від початку повномасштабної російської агресії». URL: <https://nsju.org/novini/arman-soldin-stav-14-ym-mediapraczivnykom-shho-zagynuv-pry-vykonanni-profesijnyh-obovyazkiv/>

історіях, багатство зображально-виражальних засобів, достовірність, документальність, актуалізація авторського «я» та ефекту присутності. Воєнний репортаж володіє значним інформаційним, комунікативно-прагматичним, аргументаційним потенціалом, тому дослідження інструментарію воєнного телевізійного репортажу є актуальним з огляду на суспільно-політичну ситуацію в країні та практичну цінність жанру. Отже, мета статті – дослідити специфіку воєнного телевізійного репортажу, проаналізувати воєнні репортажі сучасних українських воєнних кореспондентів, з'ясувати жанрово-тематичні, композиційні та змістові особливості контенту.

Теоретичне підґрунтя. Воєнний репортаж став об'єктом рецепції українських науковців головно після початку війни на Сході України. Увага ж до цього жанру посилилась після повномасштабного вторгнення Російської Федерації в Україну. Однак ґрунтовних наукових розвідок саме на тему воєнного телевізійного репортажу на сьогодні обмаль. Зокрема, жанрові ознаки сучасного воєнного репортажу розглядають у своїх дослідженнях Н. Букіна⁶, О. Бикова⁷. Дослідниці окреслюють специфіку друкованих форматів воєнного репортажу, проте їхні висновки екстраполюємо на загальний контекст дослідження цього жанру. Окремі аспекти цієї проблематики, зокрема, емоційний складник, роль деталізації та авторського «я» у воєнному репортажі досліджував А. Калинів^{8,9,10,11}. Вивченню феномену війни в українській воєнній документалістиці на прикладі воєнних подій на Сході України, зокрема засобами репортажу, присвятила своє дисертаційне дослідження А. Червінчук¹². В цьому ключі актуальними є також такі наукові розвідки авторки, як «Журналістські стратегії репрезентації воєнного досвіду учасників бойових дій», «Війна на Сході України в об'єктиві ТСН: специфіка репрезентації», в яких йдеться про особливості висвітлення перебігу воєнних дій крізь призму документальних збірок, які підготували журналісти, які їздили у відрядження в зону АТО. Загалом телевізійний репортаж в контек-

⁶ Букіна, Н. (2022), «Воєнний репортаж у сучасних медіа», *Наукові записки інституту журналістики*, т. 2 (81), с. 123–134.

⁷ Бикова, О. (2018), «Жанрово-стильова специфіка репортажів на військову тематику (за матеріалами збірки «Veni. Vidi. Scripsi. Війна. Життя de facto»)), *Український інформаційний простір*, №2, с. 134–144. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ukrinfsp_2018_2_12.

⁸ Калинів, А. (2024), «Авторське «Я» в телевізійному репортажі на воєнну тематику», *The XXIII International Scientific and Practical Conference «The current state of the organization of scientific activity in the world»*, Spain, June 10-12, Madrid, p. 208-211.

⁹ Калинів, А. (2023), «Деталь у телевізійному репортажі на воєнну тематику», *Соціальні комунікації: інструменти, технологія і практика: матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Запоріжжя, 28–29 квітня 2023 р., Liha-Pres, Львів – Торунь*, с. 43-47.

¹⁰ Калинів, А. (2023), «Особливості телевізійного репортажу на воєнну тематику: емоційний складник», упоряд. Н. Поплавська, О. Мединська, О. Пелешок, *Соціальні комунікації в умовах глобалізаційних процесів: стан, тенденції, перспективи: збірник тез за матеріалами Міжнародної наукової конференції, Тернопіль, 16-17 червня 2023 року*, Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, Тернопіль, с. 17-19.

¹¹ Калинів, А. (2023), «Телевізійний репортаж про війну в Україні», *Українські та закордонні медіа перед викликами сучасності: збірник матеріалів звітної наукової конференції за 2022 рік (секція «Журналістики»)*, упоряд. Андрій Яценко, Простір-М, Львів, с. 144-147.

¹² Червінчук, А. (2023), *Феномен війни в інформаційному просторі України 2015-2018 рр. (за матеріалами воєнної документалістики)*, Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 061 «Журналістика», Запорізький національний університет, Запоріжжя, 230 с.

сті функціонування інформаційних жанрів журналістики досліджували О. Білоус, В. Гоян, З. Дмитровський, В. Здоровега, Ю. Коваленко, В. Лизанчук, А. Лісневська, Т. Коженівська, В. Миронченко, Г. Назаренко, Д. Мой, Р. Назар, М. Недопитанський, М. Ордольтф, Н. Цімох, Ю. Шаповал, Л. Шутяк, А. Яковець та ін. Концептуальні засади функціонування воєнного репортажу та специфіку роботи воєнних кореспондентів описано у статтях медіафахівців на сайтах популярних медіаплатформ, які ми також використовуємо у своїй роботі.

Методологічна основа дослідження. Під час написання цієї наукової розвідки було застосовано як загальнонаукові методи дослідження (описовий, методи аналізу, синтезу), так і спеціальні (герменевтичний, контент-моніторингу). Зокрема, для наукового осмислення теоретичного аспекту дослідження використали методи теоретичного та системного аналізу. Метод моніторингу, наукового аналізу та описовий застосовано для аналізу контенту – телевізійних воєнних репортажів. Бібліографічно-описовий метод використано для впорядкування джерельної бази дослідження. За допомогою методу узагальнення зроблено висновки та окреслено результати і перспективи пропонованої статті.

Виклад основного матеріалу дослідження. Актуальним комунікативним інструментом сучасної журналістики в контексті фіксації дійсності, репрезентації свідчень учасників цих трагічних подій, адвокації та документуванні воєнних злочинів російських загарбників, є репортажна журналістика, зокрема воєнна. За словами воєнної кореспондентки Н. Нагорної, саме журналісти на передовій мають можливість бачити, як здобувається перемога. Воєнний репортаж, з одного боку, завдяки специфічним жанровим особливостям допомагає уникнути фактологічних втрат, з іншого – є одним з найбільш емоційних та особистісних жанрів, оскільки глядач бачить подію очима репортера. Воєнний репортаж – гібридний синтетичний жанр інформаційної журналістики, який акумулює низку піджанрів. За своїми комунікативно-прагматичними характеристиками його можна віднести до категорії спеціальний репортаж, який інтенсифікує загальні риси звичайного репортажу, однак відрізняється від нього глибиною відображення дійсності, детальним висвітленням певних аспектів війни, посиленням емоційності, фокусом на воєнних діях, злочинах, стражданнях цивільних. Назагал воєнний репортаж інтерпретують як «різновид журналістики, який зосереджений на висвітленні новин і подій, пов'язаних із військовими діями та конфліктами. Його відносять до найскладніших журналістських жанрів, в якому мальовничо, у найбільш яскравих деталях та одночасно коротко, документально точно відображена конкретна дійсність, правдиві факти і люди, безпосередньо, з місця події»¹³. Іманентними специфічними ознаками цього жанру є, зокрема, присутність репортера в зоні бойових дій, документальне відтворення дійсності, достовірність, точність, поглибленість фактажу, наочність, динамічність, своєчасність, дотримання посиленних заходів безпеки. Репортажна складова криз призму інтерв'ю з героями матеріалів, стендапів, інтершумів, документування руйнувань актуалізує ефект присутності, персоніфікує дискурс, а відтак надає йому фактологічного та емоційного звучання. Для реалізації комунікативних інтенцій воєнні ко-

¹³ Воєнний репортаж. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%BE%D1%94%D0%BD%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D1%80%D0%B5%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%D0%B0%D0%B6

респонденти використовують широкий спектр зображально-виражальних засобів, композиційних рішень, динаміку сюжетів, вводять у контекст активно діюче авторське «я», вдаються до драматизації факту. За словами експертів Інститут масової інформації, репортажі з війни репрезентують картину російсько-української війни, інформаційно збагачують її новими контекстами: «насамперед вони її доповнюють, додають до цифр з офіційних повідомлень реальні людські обличчя та долі, що робить сприйняття війни об'єктивнішим та емоційно насиченішим. Репортажі також часто уточнюють та деталізують інформацію з офіційних джерел. Роблячи картину війни більш живою і точною, додаючи до неї глибини, повідомлення з місць подій допомагають аудиторії об'єктивніше сприймати події, усвідомлювати небезпеки та можливості. Репортажна журналістика стала невіддільною частиною процесу фіксації воєнних злочинів росіян. Зрештою, ці фактори складаються в можливість підтримувати увагу світової спільноти до війни в Україні»¹⁴. Дослідниця О. Бикова ефективність репортажів на воєнну тематику пояснює, з одного боку, оперативністю в поданні інформації, з іншого – авторським способом відображення дійсності. Щоправда в сучасних умовах стандарт оперативності, який був ключовим в контексті функціонування інформаційних жанрів, трансформувався у поняття «своєчасність», який релевантніше відображає особливості застосування журналістських стандартів в умовах воєнного часу. О. Бикова наголошує, що «специфіка репортажу на військову тематику полягає в тому, що журналіст передає на розсуд громадськості свої безпосередні враження від спостереження, коли події ще тривають і ніхто не може передбачити, чим це все закінчиться та які будуть наслідки»¹⁵. Журналіст бере участь у роботі над репортажем на усіх етапах його створення, починаючи від вибору теми, розробки сценарію, який у воєнних умовах часто є непередбачуваним, і закінчуючи вибором сюжетних ходів, окремих деталей, несподіваних ракурсів, які інтенсифікують дискурс. «Репортер, готуючи матеріал із зони ведення активних бойових дій, працює з тим, що особисто бачить і що переживає. Він сам визначає, на що саме варто звернути увагу, які саме фрагменти найповніше відповідають його задуму, а також які саме факти допоможуть передати свою думку реципієнтові. Таким чином журналіст створює документальне відображення події – її образ. З цього випливає, що репортаж на воєнну тематику є одним із найбільш особистісних жанрів журналістики, тому саме авторське «Я» визначає тональність та стиль цього жанру»¹⁶. Журналіст передає атмосферу події, застосовуючи як вербальні, так і візуальні способи відображення дійсності, зокрема, мовностилістичні засоби, сценарні ходи, деталізацію, несподівані ракурси, манеру оповіді, які репрезентують його авторське «я». Для воєнних репортажів притаманна експліцитна манера викладу, маркерами якої є відкрита авторська позиція, фактаж, ясність висловлювань, живі відео, в тому числі лайфи, природні інтершуми, динамічні стендапи, інтерв'ю з учасниками події, свідками, які фактологічно та емоційно наснажують матеріал. При зніман-

¹⁴ Баркар, Д. (2024), «Репортажі воєнних часів: чи існує цей жанр в онлайн-медіа. Дослідження ІМІ», *Інститут масової інформації*. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/reportazhi-voyennyh-chasiv-chy-isnuye-tsej-zhanr-v-onlajn-media-doslidzhennya-imi-i64120>

¹⁵ Бикова, О. (2018), «Жанрово-стильова специфіка репортажів на військову тематику (за матеріалами збірки «Veni. Vidi. Scripsi. Війна. Життя de facto»)», *Український інформаційний простір*, №2. с. 137. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ukrinfsp_2018_2_12

¹⁶ Там само, с. 141.

ні воєнного репортажу часто використовують прийом динамічних зйомок об'єктів, який має назву «вібруюча камера». «Це метод використання хаотичного відео, коли з метою створення ефекту повної реальності, натуральності того, що відбувається, предмети зображуються в несподіваних ракурсах, з рухом камери (імітація пошуку об'єкта зйомки при ввімкненому режимі запису), щоб підкреслити подібну до життя випадковість і динамізм явищ, що фіксуються в кадрі»¹⁷. Своєрідним комунікативним гачком у воєнному репортажі, який розглядають як композиційний прийом та метод аргументації, є репортерська деталь – «найбільш виразні фрагменти події, прикмети особливої «атмосфери» події, поведінки людей»¹⁸. Вона приковує увагу глядача, стимулює асоціативні зв'язки, сприяє кращому запам'ятовуванню інформації, «додає медіатексту переконливості, є маркером достовірності, посилює емоційне сприйняття матеріалу»¹⁹. Воєнний репортаж актуалізує антропоцентричну домінанту медій. Примітним є використання концепції сторітелінгу, яка робить такий контент більш залученим, оскільки особистий бекграунд героїв, розповідь про війну крізь призму людських історій емоційно наснажує його, посилює довіру до сказаного, допомагає уникнути надмірного суб'єктивізму та особистих оцінок автора. Наративність оповіді формує людське обличчя війни та сприяє глибшому розумінню її реалій. А. Червінчук наголошує, що «журналісти вибудовують воєнну історію за допомогою оцінок та вражень, отриманих від безпосередніх учасників бойових дій»²⁰. «Соціальна психологиня Дженніфер Ейкер дослідила, що людська історія запам'ятовується у 22 краще, ніж сухі факти»²¹. Журналістка Н. Нагорна в рамках проекту «Журналісти важливі» наголосила, що «війна, у першу чергу, це – не розбиті будинки, а історії людей, які жили у цих будинках; не обстріл, а люди, які стріляють, і люди, по яких стріляють. Тобто ми розуміємо, що у кожному окопі сидить не «Солдат Солдатович Солдатенко», а чиїсь брат чи сестра, чиїсь чоловік чи дружина, чиїсь батько чи матір, і це те, що у будь-який момент може стосуватися абсолютно кожної людини»²². В цьому контексті суголосними є думки воєнного репортера Андрія Дубчака, який переконує, що якісний репортаж живе довше, ніж новина, оскільки він розповідає про війну крізь призму людських дол: «нам не цікава кількість вибухів на лінії фронту і хто яке село захопив у певний день. Нам цікавий умовний дід Микола, який серед усього цього перебуває, – що він думає, що відчуває і як виживає. Тобто для тих, хто робить репортаж, цікаві люди, їхні історії, їхні долі. І що

¹⁷ Лісневська, А., Коженовська, Т. (2013), *«Мистецтво телевізійного репортажу: навч.-метод. посіб. для студ. з напряму підготовки «Кіно-, телемистецтво» та «Тележурналістика», вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», Луганськ, с. 106-107.*

¹⁸ Там само, с. 78.

¹⁹ Калинів, А. (2023), «Деталь у телевізійному репортажі на воєнну тематику», *Соціальні комунікації: інструменти, технологія і практика: матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Запоріжжя, 28–29 квітня 2023 р.*, Liha-Pres, Львів – Торунь, с. 43.

²⁰ Червінчук, А. (2020), «Журналістські стратегії репрезентації воєнного досвіду учасників бойових дій», *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*, т. 31 (70), № 4, с. 169.

²¹ Расулова, О. (2022), «Чужі і спільні травми», *Редакторський портал*. URL: <https://redactor.in.ua/2022/06/02/chuzhi-i-spilni-travmy/>

²² Сокирчук, Н. (2022), «Воєнкор Наталія Нагорна: Журналістика на війні – це коли ти мусиш зважувати кожен крок», *Главком*. URL: <https://glavcom.ua/longreads/vojenkor-natalija-nahorna-shchodnja-divujusja-tomu-shcho-mi-vse-tse-vitrimali-886971.html>

більше років мине, то цікавішим буде саме це...»²³. Як наголосив воєнний кореспондент Олег Корнієнко в рамках проєкту «Об'єднані війною» про роботу українських воєнкорів, «я хочу показати більше тих, завдяки кому я сиджу зараз тут». Також лейтмотивом таких матеріалів є зображення феномену війни в площині антитези антагоністичних категорій «добро/зло», «ворог/друг», «свій/чужий».

Сучасний воєнний репортаж не обмежується лише функцією інформування, його функційно-рольова обумовленість охоплює набагато ширший діапазон завдань. Окрім змалювання картини російсько-української війни, воєнні репортажі популяризують військову службу, формують патріотичний дискурс, привертають увагу міжнародної спільноти до українського питання, документують російські злочини, показують важливість не лише роботи військових, а й медиків, волонтерів, рятувальників, підтримують збори на потреби війська, демонструють сучасні розробки зброярів, а також технологічні новації, які допомагають військовим на полі бою. Приміром, у репортажі 12.12.2025 р. («1+1», «Єдині новини», хронометраж 6:57 хв.) Наталія Нагорна на прикладі порятунку пораненого бійця, якого евакуював з поля бою НРК – наземний роботизований комплекс з дистанційно керованою (в конкретному випадку) платформою, призначений для виконання завдань на полі бою, які рятують життя військових – від логістики, евакуації, до вогневого ураження, показує важливість сучасних розробок, які полегшують роботу військовим. Журналістка провела з військовими всю ніч та була свідком операції порятунку від початку її планування до успішного завершення. Авторка не називає місце свого перебування, зазначаючи лише про *«секретне приміщення на Донеччині»*, що є правильним з точки зору безпеки героїв матеріалу та пояснено обмеженнями воєнного часу. З цієї ж причини у матеріалі розмиті окремі деталі, які можуть надати ворогу важливу інформацію. Для репортажів притаманне використання дієслів у теперішньому часі, а також застосування лінгвістичних маркерів привернення уваги глядача, як-от «ось», «бачите», «це», «тут» тощо. До прикладу: *«двері швидко відкриваються, і ось він, «Уран», за якого всі ми так хвилювались. Ми вже знаємо, що його звали Юрко...»*. Цей фрагмент засвідчує наративність оповіді та показує, що в центрі репортажу завжди – людська історія.

У рамках проєкту «Від журналіста до пілота» було представлено спеціальний репортаж воєнкора «Фактів ICTV» Олега Корнієнка (ICTV, «Єдині новини», 26.08.2025 р.), відзнятий в ключі включеного спостереження, оскільки він тиждень з бійцями роти ударних БпЛА «Perun Grup» проходив адаптивний курс для пілотів неподалік фронту, поетапно фіксуючи результати свого експерименту. Розпочинається матеріал з підведення ведучої, який є експозицією матеріалу, і в якому резюмують його суть. Також акцентують на питаннях, відповідь на які глядач дізнається, переглянувши матеріал: *«Чи вдасться нашому воєнктору злетіти в небо і пройти всі випробування? Чому під час зйомок йому довелося терміново надати медичну допомогу?»*. Журналіст в польових умовах проходить вишкіл з бійцями і показує роботу операторів БпЛА зсередини. Репортаж надзвичайно динамічний та емоційно наснажений. В ньому багато авторських стендапів, коли журналіст з'являється в кадрі на

²³ Чорна, О.(2024), «Воєнний репортаж – дуже дорогий продукт». Як працює медіа Frontliner, Детектор медіа, URL: <https://detector.media/community/article/232902/2024-10-02-voienyny-reportazh-duzhe-dorogyy-produkt-yak-pratsyuie-media-frontliner/>

різних локаціях і в різних ракурсах. Він насичений живими, часто хаотичними відео, лайфом з кадрами диму, вогню, інтерв'ю з військовими, які мають як емоційне, так і фактологічне підґрунтя. Стендапи журналіста цілком вмотивовані, оскільки він є частиною історії, про яку розповідає, також вони допомагають викласти контекст події, описати власні емоції та відчуття, наочно продемонструвати дію, а також є важливим композиційним елементом матеріалу. Ключовим в репортажі є авторське «я» кореспондента, оскільки автор більшість сюжетного часу озвучує текст від першої особи: *«Я вперше беру пульт, іще інколи не літав. Зараз спробуємо опанувати пульт...»*, *«кілька хвилин і я влаштую бійцям провокацію...»*. Комунікативно-прагматичним елементом, який розряджає серйозну робочу атмосферу, є інтерв'ю з військовим на позивний «Принц», яке автор репрезентує крізь призму асоціативної гри: *«руки трясуться, хвилювання не зникає, але поряд мене страхує його величність британський «Принц»»*.

10.10.25 р. команда каналу «1+1» в межах марафону «Єдині новини» представила спеціальний репортаж Наталії Нагорної (хронометраж – 8:34 хв.) з Покровського напрямку, де журналістка разом з бойовими медиками провела нічне чергування в оснащеному медичним обладнанням госпіталі-криївці, куди привозять поранених бійців для стабілізації їхнього стану перед відправленням в медичні заклади. Журналістка не уточнює на якому саме відтинку фронту знаходяться локаційно: *«це Покровський напрямок, але звісно ми не називаємо населених пунктів поруч»*, аби не наражати на небезпеку героїв матеріалу, оскільки демонстрація в ефірі точних локацій може завдати шкоди. З цього приводу у сюжеті приховано багато деталей, які можуть містити важливі для ворога дані. Це обмежує стандарт повноти новини, однак відповідає правилам воєнного часу, коли діє ембарго на певну інформацію. Авторка фіксує все, що відбувається навколо. Значну увагу приділено людським історіям, які є композиційним та змістовим кістком матеріалу. З потоку комунікативних ситуацій авторка обирає ті фрагменти, які насажують медіатекст не лише фактологічно, а й емоційно. До прикладу показовим є мініінтерв'ю з одним із військових медиків, який розповідає, що нещодавно в нього народилась донечка. Журналістка зазначає, що вона впізнала чоловіка, оскільки він вже був героєм її матеріалу. Примітно, що медійники будують свої матеріали так, аби залучати в контекст якомога більше дійових осіб, героїв, при цьому намагаються показати їхні емоції, рефлексії, переживання. Для журналіста військовий – це не лише джерело інформації, яке може розповісти про особливості роботи на фронті, а передусім – особистість, зі своїми вподобаннями, звичками. В цивільному житті у нього є сім'я, улюблена професія, хобі. Такі емоційні вкраплення апелюють до співпереживання та співучасті. Як стверджує Наталія Нагорна, у своїх репортажах *«ми розповідаємо про людей і для людей, про те, як їм, у першу чергу, вижити»*²⁴. В цьому контексті показовим є також ще один спеціальний репортаж авторства Н. Нагорної («1+1», «Єдині новини», 30.08.2025 р.; хронометраж – 9:20) з прифронтового міста Оріхів на Запорізькому напрямку, яке росіяни щодня обстрілюють з різних видів озброєння. В матеріалі демонструють зруйноване місто, відтак авторка ділиться своїми враженнями від поба-

²⁴ Сокирчук, Н. (2022), «Воєнкор Наталія Нагорна: Журналістика на війні – це коли ти мусиш зважувати кожен крок», *Главком*. URL: <https://glavcom.ua/longreads/vojenkor-natalija-nahorna-shchodnja-divujusja-tomu-shcho-mi-vse-tse-vitrimali-886971.html>

ченого. Журналістка з'являється в кадрі на різних локаціях, поетапно змальовуючи картину понівеченого міста: *«ми їдемо дивуватись місту далі. На вулиці зустрічаємо рятувальників...»*. У сюжеті продемонстровано синхрони місцевих мешканців, рятувальників, працівниці пошти, комунальників, заступника голови адміністрації, які в комплексі допомагають скласти цілісну картину ситуації та зробити відповідні висновки. При цьому журналістка дотримується етичних правил у спілкуванні з героями репортажу і з метою безпеки не ідентифікує тих, кому така ідентифікація може нашкодити: *«ми не можемо показати всіх, хто рятує жителів Оріхівської громади. Багато хто з рятувальників родом з окупованих територій»*. Журналістка надає увагу деталям, показує, як в місті піклуються про покинутих собак (*«це місто, де собаки покинуті, але геть не худі. Їм привозять харчі небайдужі»*), кіз, птахів, дглядають за клумбами, пораються на городі, що демонструє згуртованість мешканців та показує, що попри жахи війни життя у місті вірує. Такі яскраві деталі надають репортажу емоційного забарвлення, привносять позитивні конотації у контекст. Цей ключовий сенс матеріалу актуалізовано також вербалізаторами – художніми засобами, які авторка вплітає в канву тексту на початку: *«місто, яке побите, але робить усе, щоб триматися»*. Тут акумульовано одразу кілька троп: метафору, метонімію, персоніфікацію, протиставлення та своєрідний символізм – показ міста як символу випробувань та незламності.

Динамічно розпочинається ексклюзивний репортаж воєнкора телеканалу «Інтер» Станіслава Кухарчука з Константинівки (Донецька обл.) («Інтер», «Єдині новини», хронометраж ~ 7 хвилин), в якому він демонструє роботу групи розвідки штурмового батальйону «Карпатська Січ», який тримає одну з ділянок міста. У сюжеті автор використовує образні засоби, зокрема епітети, які є одними з найдієвіших засобів впливу на аудиторію, оскільки деталізують та емоційно розкривають суть описаного: *«через засилля російських дронів дорога до палаючого міста складна і небезпечна»*, *«пекельна робота»*, *«надважкі умови»*. Велику роль в матеріалі надано візуальним деталям: напис «Мы за Украину» на будинку, шеврони, міни, шматок палаючої будівельної конструкції. Такі акценти допомагають яскравіше відтворити атмосферу того, про що розповідає автор.

Репортаж з фронту Андрія Цаплієнка («1+1», «Єдині новини», 7.12.2025 р., хронометраж ~ 10 хв.) розпочинається зі стендапу кореспондента на фоні бойової машини піхоти, в якому він розмірковує про причини перетворення класичної лінії фронту на окремі осередки спротиву, «між якими намагаються просочитися російські окупанти». Важливою композиційною вставкою, яка є своєрідною зав'язкою сюжету, є історія про піхотинця 47-ї ОМБр «Магура» Олександра Павлова, який наодинці 61 день тримав оборону позиції на Сумщині в повному оточенні. Особисті свідчення бійця, надане ним власне архівне відео додають матеріалу переконливої доказової бази. В матеріалі багато інтерв'ю військових, командирів, вагоме значення надано деталям: спалена техніка, шеврони, вербальні компоненти. З метою безпеки в матеріалі багато заблюреного відео: загальні плани місцевості, номерні знаки, оскільки журналісти не можуть розголошувати таку інформацію, аби не нашкодити як героям матеріалу, так і обороні країни. Репортажі А. Цаплієнка вирізняються аналізом передумов та прогнозами бойових дій, що надає їм не лише інформаційного, а й аналітичного спрямування. У формі спостереження побудований воєнний репортаж кореспондента «ТСН» Олександра Моторного («1+1», «Єдині новини», 15.12.2025 р.),

в центрі якого – робота екіпажу батальйону безпілотних систем 58 мотопіхотної бригади ім. Івана Виговського на Півночі Харківщини, звідки ворог намагається добратись до обласного центру. Знімальна група стала свідком виконання спеціальної нічної місії – знищення ворожих диверсійних груп екіпажем важкого бомбера, про що журналіст поетапно розповідає у своєму репортажі. Цей матеріал наочно демонструє як здобувається наша перемога. Показовими є різні вербальні або візуальні маркери, синхрони військових, які незважаючи на складні обставини жартують, сміються, піднімаючи морально-психологічний дух. Під час трансляції воєнних репортажів в ефірі «Єдиних новин» застосовують технологію краудфандингу. Таким чином глядачі можуть робити донати на потреби армії через QR-коди, що з'являються на екрані під час трансляції. Зазвичай йдеться про збір коштів для підрозділу, про який знімають матеріал.

Максимально реалізовано ефект присутності у репортажах кореспондентки «Радіо Свобода» Євгенії Русецької. У матеріалі за 27.09.2025 р. («Радіо Свобода», хронометраж – 15:52 хв.) показано евакуацію з прифронтових населених пунктів на Дніпровщині, зокрема, висвітлено роботу екіпажу поліції «Білі Янголи», з якими знімальна група працювала два дні. В репортажі зображено понівечене місто, а також показано як відбувається процес евакуації. За способом викладу це некоментований репортаж, оскільки відсутній закадровий текст, відтак глядач сам може зробити висновки з побаченого. Натомість на фоні журналістка активно спілкується з місцевими мешканцями. Знімальна група стала свідком авіаційного удару по селищу Маломихайлівка, куди влучили в центр надання адміністративних послуг. Саме в цьому місці журналістка вперше записує стендап, який дозволяє пов'язати між собою місця подій, описати масштаб та наочно продемонструвати наслідки влучання. Матеріал живий, динамічний, максимально деталізований, основа відеоряду, це, передусім, лайфи, синхрони, велику роль відіграють інтершуми та екстралінгвальні чинники, як-от крики, вигуки, а також символічні деталі: вервичка в салоні евакуаційного автомобіля, клітчаста сумка, яку одна з евакуйованих жінок тримає на колінах, і в яку вмістилось, по-суті, все її життя. Емоційне навантаження мають останні кадри репортажу. Зазвичай останній кадр повинен залишитись в пам'яті, спонукати до відповідних роздумів, дій, рішень, сприяти активізації певної поведінкової моделі споживача інформації. В цьому випадку це слова однієї з евакуйованих літніх жінок: *«світла нема, води нема. В хату ввійдеш – темнота. Це жах один. Жах один...Буде-мо сподіватися на краще...»*, які, з одного боку, репрезентують умови життя людей під постійними обстрілами, з іншого – вселяють віру в краще, адже артикулюють посил не втрачати надії на позитивні зміни. Інший репортаж журналістки – матеріал з Костянтинівки на Донеччині («Радіо Свобода», 16.09.2025 р., хронометраж – 9:42 хв.), яка знаходиться за 8 км від бойового зіткнення, відзнятий в стилі включеного спостереження. Як і в попередньому репортажі авторка демонструє реальність не застосовуючи закадровий голос, однак в матеріалі більше стендапів, під час яких вона активно коментує побачене. Відео знову ж таки максимально динамічне і живе, яке допомагає ефективно передати аудиторії атмосферу: обстріли артилерії, прильоти, атаки дронів, звуки вибухів, дзижчання безпілотників, зруйноване місто. Журналістці вдалось поспілкуватись з місцевими мешканцями та зафіксувати настрої населення. Примітно, що в матеріалі подано різнополюсні думки: дехто не відмовлявся від інтерв'ю, розповідав про особливості свого життя під постійними обстрілами, і

говорив, що не збирається покидати рідний дім. Однак є й фрагмент, який показує вороже налаштованих до медійників людей, мовляв, вони своїми зйомками лише провокують обстріли. Демонстрація такої розмови допомагає відтворити реальність без прикрас, а відтак, глядач сам може зробити висновки з побаченого та почутого. Робота воєнного журналіста вимагає активізації фізичних та моральних ресурсів під час виконання завдання, коли є постійна загроза для здоров'я та життя журналіста і знімальної групи загалом. Частими були випадки, коли журналісти в прямому ефірі потрапляли під обстріл, чи були мішенями російських військових. До прикладу, воєнна кореспондентка «Радіо Свобода» Євгенія Русецька разом зі знімальною групою у 2023 році під час знімань на Донеччині потрапила під ракетний обстріл просто під час проведення інтерв'ю. Знімальна група вціліла, більше того, кореспондентам вдалось врятувати життя одному з героїв сюжету. На початку повномасштабного вторгнення під час виконання редакційного завдання на Чернігівщині було поранено спеціального кореспондента «ТСН» Андрія Цаплієнка. Тоді російські військові обстріляли евакуаційну колону з цивільними людьми.

Результати та перспективи подальших досліджень. Висвітлення війни – це одне з найскладніших завдань, з якими стикаються журналісти у своїй роботі, що, з одного боку, пов'язано з постійною небезпекою та загрозою життю, з іншого – з великою відповідальністю. Однак воєнні журналісти документують ті факти та події, свідками яких вони є безпосередньо, тому саме воєнні репортажі є актуальним інструментом в розслідуванні воєнних злочинів росіян, а відтак – ефективним засобом контрпропаганди на противагу російській дезінформації. Воєнні репортажі часто не лише фіксують події, а й пропонують відповідний поліконтекст. Незважаючи на затребуваність жанру в теперішньому медіадискурсі, сучасна концептосфера потребує переосмислення феномену воєнної журналістики, ширшої експлікації поняття та його адаптацію до нинішніх реалій. Актуально досліджувати роль журналістів у формуванні сучасного медіапростору, особливості дотримання журналістських стандартів та виявлення громадянської позиції українського журналіста під час висвітлення бойових дій.

Висновки. Телевізійний воєнний репортаж є ефективною та актуальною платформою комунікації між суспільством та військовими, що знаходить своє прагматичне втілення у площині комунікативної моделі «військові-журналіст-авдиторія». Воєнні репортажі виконують низку комунікативно-прагматичних завдань та функцій: інформують населення про перебіг російсько-української війни, репрезентують уявлення про її реалії, життя в зоні бойових дій, героїзм українських військових, показують вплив війни на життя людей, пояснюють поліконтекст цієї війни. В сучасних умовах воєнні репортажі виконують функцію адвокації, документування російських злочинів, актуалізують українське питання для іноземної аудиторії, що обумовлює також їхню стратегічну роль в сучасній інформаційній політиці. Під час створення репортажу важливо, аби висвітлення подій очима репортера було суголосним з їхнім контекстом. Складниками успішної реалізації комунікативних інтенцій тележурналіста, що володіють інформаційно-емоційним потенціалом та мають фактологічне підґрунтя, є такі елементи репортажу, як стендап, відеоряд (часто з використанням хаотичного відео; кадри вогню, диму, зруйнованих будівель), деталізація, синхрони. Структурними елементами репортажу є: підведення ведучого у студії (лід), синхрони, стендапи, лайф, титри, субтитри, виражальними – інтершуми

(зокрема, звуки вибухів), деталі, які допомагають зануритись у атмосферу події. Деталь у воєнному репортажі є маркером достовірності та методом аргументації, що робить текст переконливим, адже документує реальність. Зважаючи на людиноцентричну парадигму медій, і на те, що зображення війни крізь призму людських історій є ефективнішим, аніж трансляція сухих фактів, медійники залучають в контекст якомога більше героїв, при цьому намагаються показати їх емоції, думки, переживання, життєвий бекграунд. Воєнні репортажі формують актуальний патріотичний дискурс, який полягає у героїзації українських військових та формуванні образу «ворога», акцентують на важливості роботи медиків, волонтерів, рятувальників у кризові часи. Вивчення та осмислення досвіду українських воєнних кореспондентів крізь призму телерепортажів є актуальним, оскільки воєнні репортажі, наснажені глибоким фактажем, свідченнями очевидців та безпосередніх учасників подій, є своєрідною хронікою війни, що матиме вагоме значення в інтерпретації цих трагічних сторінок української історії для прийдешніх поколінь, зокрема, майбутніх істориків, які вивчатимуть цю війну.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Баркар, Д. (2024), «Репортажі воєнних часів: чи існує цей жанр в онлайн-медіа. Дослідження ІМІ», *Інститут масової інформації*. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/reportazhi-voyennyh-chasiv-chy-isnuye-tsej-zhanr-v-onlajn-media-doslidzhennya-imi-i64120>
2. Бикова, О. (2018), «Жанрово-стильова специфіка репортажів на військову тематику (за матеріалами збірки «Veni. Vidi. Scripsi. Війна. Життя de facto»», *Український інформаційний простір*, №2, с. 134–144. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ukrinfsp_2018_2_12
3. Букіна, Н. (2022), «Воєнний репортаж у сучасних медіа», *Наукові записки інституту журналістики*, т. 2 (81), с. 123–134.
4. Воєнний репортаж, URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%BE%D1%94%D0%BD%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D1%80%D0%B5%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%D0%B0%D0%B6
5. Калинів, А. (2023), «Деталь у телевізійному репортажі на воєнну тематику», *Соціальні комунікації: інструменти, технологія і практика: матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Запоріжжя, 28–29 квітня 2023 р., Liha-Pres, Львів – Торунь*, с. 43–47.
6. Калинів, А. (2023), «Особливості телевізійного репортажу на воєнну тематику: емоційний складник», упоряд. Н. Поплавська, О. Мединська, О. Пелешок, *Соціальні комунікації в умовах глобалізаційних процесів: стан, тенденції, перспективи: збірник тез за матеріалами Міжнародної наукової конференції, Тернопіль, 16-17 червня 2023 року*, Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, Тернопіль, с. 17–19.
7. Калинів, А. (2024), «Авторське «Я» в телевізійному репортажі на воєнну тематику», *The XXIII International Scientific and Practical Conference «The current state of the organization of scientific activity in the world», Spain, June 10-12, Madrid*, p. 208–211.

8. Калинів, А. (2023), «Телевізійний репортаж про війну в Україні», *Українські та закордонні медіа перед викликами сучасності: збірник матеріалів звітної наукової конференції за 2022 рік (секція «Журналістики»)*, упоряд. Андрій Яценко, Простір-М, Львів, с. 144-147.
9. Кость, С. (2019), «Воєнна журналістика й ідея «нейтральності» українського журналіста», *Теле- й радіожурналістика*, вип. 18, с. 162–170.
10. Кривокульський, О. (2023), «Літописці війни. Воєнкори – про інфляцію трагедій і вимушені прогалини в історії», *Медіамейкер*, URL: <https://mediamaker.me/voyenkory-pro-inflyacziyu-tragediy-i-vymusheni-progalyny-v-istoriyi-2846/>
11. Лісневська, А., Коженівська, Т. (2013), «Мистецтво телевізійного репортажу: навч.-метод. посіб. для студ. з напряму підготовки «Кіно-, телемистецтво» та «Тележурналістика», вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», Луганськ, 190 с.
12. Нежигай, І. (2023), «Корнієнко О. Міст між фронтом та далеким тилом: як бути воєнкором в Україні після 24 лютого», *Факти*, URL: <https://fakty.com.ua/ua/ukraine/20230216-mist-mizh-frontom-ta-dalekym-tylom-yak-butyvoyenkorom-v-ukrayini-pislya-24-lyutogo-intervyu/>
13. НСЖУ (2025), «Список журналістів, які загинули від початку повномасштабної російської агресії». URL: <https://nsju.org/novini/arman-soldin-stav-14-ym-mediapraczivnykom-shho-zagynuv-pry-vykonanni-profesijnyh-obovyazkiv/>
14. Расулова, О. (2022), «Чужі і спільні травми», *Редакторський портал*. URL: <https://redactor.in.ua/2022/06/02/chuzhi-i-spilni-travmy/>
15. Сокирчук, Н. (2022), «Воєнкор Наталія Нагорна: Журналістика на війні – це коли ти мусиш зважувати кожен крок», *Главком*. URL: <https://glavcom.ua/longreads/vojenkor-natalija-nahorna-shchodnja-divujusja-tomu-shcho-mi-vse-tse-vitrimali-886971.html>
16. *Укрінформ* (2023), «Військові журналісти та пресофіцери розвіюють «туман війни» – Зеленський». URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3670785-vijskovi-zurnalisti-ta-presoficeri-rozviuut-tuman-vijni-zelenskij.html>
17. Червінчук, А. (2020), «Війна на Сході України в об'єктиві ТСН: специфіка репрезентації», *Інноваційні пріоритети розвитку наукових знань. Секція І. Теорія та історія соціальних комунікацій: матеріали ІІ науково-практичної конференції, 27-28 березня 2020 р., Київ*, с. 112–115.
18. Червінчук, А. (2020), «Журналістські стратегії репрезентації воєнного досвіду учасників бойових дій», *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*, т. 31 (70), № 4, с. 169–173.
19. Червінчук, А. (2023), *Феномен війни в інформаційному просторі України 2015-2018 рр. (за матеріалами воєнної документалістики)*, Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 061 «Журналістика», Запорізький національний університет, Запоріжжя, 230 с.
20. Чорна, О. (2024), «Воєнний репортаж – дуже дорогий продукт». Як працює медіа Frontliner, *Детектор медіа*, URL: <https://detector.media/community/article/232902/2024-10-02-voienenny-reportazh-duzhe-dorogyy-produkt-yak-pratsyuie-media-frontliner/>

REFERENCES

1. Barkar, D. (2024), «Reportazhi voiennykh chasiv: chy isnuie tsei zhanr v onlain-media. Doslidzhennia IMI», *Instytut masovoi informatsii*. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/reportazhi-voyennykh-chasiv-chy-isnuie-tsej-zhanr-v-onlajn-media-doslidzhennya-imi-i64120>
2. Bykova, O. (2018), «Zhanrovo-stylova spetsyfika reportazhiv na viiskovu tematyku (za materialamy zbirky «Venі. Vidi. Scripsi. Viina. Zhyttia de facto»)), *Ukrainskyi informatsiynyi prostir*, №2, s. 134–144. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ukrinfsp_2018_2_12
3. Bukina, N. (2022), «Voiennyi reportazh u suchasnykh media», *Naukovi zapysky instytutu zhurnalistyky*, t.2 (81), s. 123–134.
4. Voiennyi reportazh. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%BE%D1%94%D0%BD%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D1%80%D0%B5%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%D0%B0%D0%B6
5. Kalyniv, A. (2023), «Detal u televiziinomu reportazhi na voiennu tematyku», *Sotsialni komunikatsii: instrumenty, tekhnolohiia i praktyka: materialy mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii, m. Zaporizhzhia, 28–29 kvitnia 2023 r.*, Liha-Pres, Lviv – Torun, s. 43–47.
6. Kalyniv, A. (2023), «Osoblyvosti televiziinoho reportazhu na voiennu tematyku: emotsiyni skladnyk», *uporiad. N. Poplavska, O. Medynska, O. Peleshok, Sotsialni komunikatsii v umovakh hlobalizatsiinykh protsesiv: stan, tendentsii, perspektyvy: zbirnyk tez za materialamy Mizhnarodnoi naukovo konferentsii, Ternopil, 16-17 chervnia 2023 roku*, Ternopilskyi natsionalnyi pedahohichnyi universytet imeni Volodymyra Hnatiuka, Ternopil, s. 17–19.
7. Kalyniv, A. (2024), «Avtorske «Ya» v televiziinomu reportazhi na voiennu tematyku», *The XXIII International Scientific and Practical Conference «The current state of the organization of scientific activity in the world», Spain, June 10-12, Madrid*, p. 208–211.
8. Kalyniv, A. (2023), «Televiziyni reportazh pro viinu v Ukraini», *Ukrainski ta zakordonni media pered vyklykamy suchasnosti: zbirnyk materialiv zvitnoi naukovo konferentsii za 2022 rik (seksiia «Zhurnalistyky»)*, *uporiad. Andrii Yatsenko, Prostir-M*, Lviv, s. 144–147.
9. Kost, S. (2019), «Voienna zhurnalistyka y idea «neitralnosti» ukrainskoho zhurnalista», *Tele- y radiozhurnalistyka*, vyp. 18, s. 162–170.
10. Kryvokulskyi, O. (2023), «Litopystsi viiny. Voienkory – pro inflitsiiu trahedii i vymusheni prohalyny v istorii», *Mediameiker*, URL: <https://mediamaker.me/voyenkory-pro-inflyacziyu-tragediy-i-vymusheni-progalyny-v-istoriyi-2846/>
11. Lisnevskaya, A. & Kozhenovskaya, T. (2013), *Mystetstvo televiziinoho reportazhu: navch.-metod. posib. dlia stud. z napriamu pidhotovky «Kino-, telemystetstvo» ta «Telezhurnalistyka»*, vyd-vo DZ «LNU imeni Tarasa Shevchenka», Luhansk, 190 s.
12. Nezhyhai, I. (2023), «Korniienko O. Mist mizh frontom ta dalekym tylom: yak buty voienkorom v Ukraini pislia 24 liutoho», *Fakty*, URL: <https://fakty.com.ua/ua/ukraine/20230216-mist-mizh-frontom-ta-dalekym-tylom-yak-butyvoyenkorom-v-ukrayini-pislya-24-lyutogo-intervyu/>

13. NSZhU (2025), «Spysok zhurnalistiv, yaki zahynuly vid pochatku povnomasshtabnoi rosiiskoi ahresii». URL: <https://nsju.org/novini/arman-soldin-stav-14-ym-mediapraczivnykom-shho-zagynuv-pry-vykonanni-profesijnyh-obovyazkiv/>
14. Rasulova, O. (2022), «Chuzhi i spilni travmy», *Redaktorskyi portal*. URL: <https://redactor.in.ua/2022/06/02/chuzhi-i-spilni-travmy/>
15. Sokyrchuk, N. (2022), «Voienkor Nataliia Nahorna: Zhurnalistyka na viini – tse koly ty musysh zvazhuvaty kozhen krok», *Hlavkom*. URL: <https://glavcom.ua/longreads/voienkor-natalija-nahorna-shchodnja-divujusja-tomu-shcho-mi-vse-tse-vitrimali-886971.html>
16. Ukrinform (2023), «Viiskovi zhurnalisty ta presofitsery rozviiuut «tuman viiny» – Zelenskyi». URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3670785-vijskovi-zurnalisti-ta-presoficery-rozviuut-tuman-vijni-zelenskij.html>
17. Chervinchuk, A. (2020), «Viina na Skhodi Ukrainy v obiektyvi TSN: spetsyfika reprezentatsii», *Innovatsiini priorytety rozvytku naukovykh znan. Sektsiia 1. Teoriia ta istoriia sotsialnykh komunikatsii: materialy II naukovo-praktychnoi konferentsii (27-28 bereznia 2020 r.)*, Kyiv. S. 112–115.
18. Chervinchuk, A. (2020), «Zhurnalistyky stratehii reprezentatsii voiennoho dosvidu uchasnykiv boiovykh dii», *Vcheni zapysky Tavrijskoho natsionalnoho universytetu imeni V. I. Vernadskoho. Seriia: Filolohiia. Sotsialni komunikatsii*, t. 31 (70), № 4, s. 169–173.
19. Chervinchuk, A. (2023), *Fenomen viiny v informatsiinomu prostori Ukrainy 2015-2018 rr. (za materialamy voiennoi dokumentalistyky)*, Dysertatsiia na zdobuttia naukovoho stupenia doktora filosofii za spetsialnistiu 061 «Zhurnalistyka», Zaporizkyi natsionalnyi universytet, Zaporizhzhia, 230 s.
20. Chorna, O. (2024), «Voiennyi reportazh – duzhe dorohyi produkt». Yak pratsiuie media Frontliner, *Detektor media*. URL: <https://detector.media/community/article/232902/2024-10-02-voiennyy-reportazh-duzhe-dorohyy-produkt-yak-pratsiuie-media-frontliner/>

SPECIFICITY OF MODERN MILITARY TV REPORTING (BASED ON THE MATERIALS OF UKRAINIAN MILITARY CORRESPONDENTS)

Andrii Kalyniv

*Ivan Franko National University of Lviv,
General Chuprynka Str., 49, Lviv, Ukraine, 79044
e-mail: Andriy.Kalyniv@lnu.edu.ua
<https://orcid.org/0000-0003-4762-2280>*

Paraskoviya Dvorianyn

*Ivan Franko National University of Lviv,
General Chuprynka Str., 49, Lviv, Ukraine, 79044
e-mail: Paraskoviya.Dvoryanyn@lnu.edu.ua
<https://orcid.org/0000-0002-7858-3563>*

The article explores the nuances of military TV reporting, which stands out as one of the most significant genres in contemporary media discourse. It specifically analyses front-line reports of Ukrainian correspondents, focusing on their genre and structural characteristics, as well as on thematic and content-related aspects. The findings indicate that war reports possess substantial informational, pragmatic, and argumentative potential, as they fulfill several critical tasks and functions. These reports inform the audience about the progress of military operations, document events, and enhance the overall information landscape of the war, allowing viewers to gain a more objective understanding of reality by immersing them in the appropriate atmosphere.

In addition, they serve to register Russian war crimes and act as an efficient tool for counter-propaganda. War reports contribute significantly to the current patriotic discourse, which glorifies Ukrainian soldiers and shapes the image of the 'enemy', as well as highlighting the vital role that medics, volunteers, and rescuers played during the crisis. The incorporation of storytelling is particularly effective, making the content more appealing, demonstrating the personal origins of key figures and presenting the narrative of war through the lens of human experience. This approach not only evokes emotional responses, but also enhances trust in the information presented, helping to mitigate excessive subjectivity and personal bias from the author. The narrative framework humanises the war experience and fosters a deeper understanding of its realities.

War reporting conveys a dual message: to inform and contextualise while leaving a profound impact. To achieve these communicative goals, war correspondents use a diverse array of visual and expressive techniques, compositional strategies, and dynamic storytelling, often introducing an active author's voice into the narrative and dramatising the facts. Contemporary war reporting, using the unique qualities of the genre, serves as a powerful tool for shaping public opinion and drawing the attention of the international community to the realities faced by Ukraine.

Keywords: war, war reporting, war correspondents, genre, topics, media.

Отримано редакцією видання / Received: 30.12.2025

Порецензовано / Revised: 30.12.2025

Схвалено до друку / Accepted: 30.12.2025

Опубліковано на сайті видання / Published on the publication's website: 26.01.2026

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2026: 58; 45–55 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2026.58.13909>

УДК: 070:316.77:316.454.52

ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СУЧАСНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ У ФОРМУВАННІ ДОВІРИ ДО МЕДІА В КРИЗОВИХ УМОВАХ

Іван Крупський

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

e-mail: ikrupskyy@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0002-3520-499X>

Наталія Харкевич

*Київський столичний університет імені Бориса Грінченка,
вул. Бульварно-Кудрявська, 18/2, 04053, Київ, Україна*

e-mail: n.kharkevych@kubg.edu.ua

<https://orcid.org/0009-0007-8566-8438>

У статті проаналізовано функціональний потенціал сучасної журналістики у формуванні довіри до медіа в кризових умовах. Розглянуто роль інформаційної, інтерпретаційної та ціннісної функцій журналістики в умовах війни й суспільної нестабільності. Обґрунтовано, що дотримання професійних стандартів і етичних принципів є визначальним чинником довіри аудиторії.

Ключові слова: журналістика, довіра, медіа, криза, комунікація.

Постановка проблеми. У сучасному інформаційному просторі журналістика функціонує в умовах багатовимірної кризи, що поєднує воєнні, політичні, соціальні, гуманітарні та інформаційно-психологічні виклики. Повномасштабна війна росії проти України істотно трансформувала не лише структуру медіасистеми, а й саму логіку комунікаційної взаємодії між медіа та аудиторією, загостривши проблему довіри до інформаційних джерел. Довіра в цих умовах постає не як сталий атрибут медіа, а як динамічний результат виконання журналістикою своїх ключових соціальних, комунікативних і ціннісних функцій.

Як слушно зауважує В. Азарова, в «умовах гібридної війни стратегічні комунікації, у тому числі медійні, стають чинником національної стійкості, оскільки вони формують рамки інтерпретації подій та визначають рівень суспільної консолідації»¹.

¹ Азарова, В. (2021), *Стратегічні комунікації в умовах гібридної війни: погляд від волонтера до науковця: монографія*. Київ. URL: https://msj.ukma.edu.ua/wp-content/uploads/2024/01/Stratehichni_komunikatsii_v_umovakh_hibrydnoi_viiny_-pohliad_vid_volontera_do_naukovtsia.pdf (дата звернення: 12.10.2025).

Водночас кризовий стан інформаційного середовища посилює вразливість аудиторії до дезінформації, маніпуляцій та емоційного виснаження, що безпосередньо впливає на рівень довіри до журналістики як соціального інституту.

Актуальність дослідження зумовлена тим, що в умовах сучасних криз, особливо повномасштабної війни, роль журналістики набуває критичного значення для забезпечення стійкості суспільства та його здатності протистояти дезінформаційним загрозам. За таких обставин, здатність медіа зберігати та формувати довіру аудиторії стає ключовим функціональним показником їхньої ефективності. Кризові умови вимагають від журналістів не лише оперативності, а й глибокого розуміння етичних, безпекових та стратегічних вимірів комунікації².

Проблема функціонального потенціалу сучасної журналістики в аспекті формування довіри актуалізується також у зв'язку зі зміною самої природи кризових ситуацій. Дослідник А. Бистров наголошує, що в умовах війни відбувається «трансформація поняття кризи для медіа – від короткотривалої події до перманентного стану»³, що вимагає від журналістики адаптації функціональних моделей і комунікативних стратегій.

Метою статті є наукове осмислення функціонального потенціалу сучасної журналістики у формуванні довіри до медіа в кризових умовах. Завданнями дослідження є: аналіз теоретичних підходів до розуміння функцій журналістики в умовах кризи; визначення ключових функціональних механізмів формування довіри; окреслення специфіки реалізації цих функцій у воєнному інформаційному середовищі; узагальнення результатів для подальших наукових досліджень.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблематика функціонування журналістики та медіакомунікацій у кризових умовах активно розробляється в сучасних українських наукових дослідженнях, що охоплюють різні аспекти інформаційної безпеки, стратегічних і кризових комунікацій, трансформації медіасистеми та формування суспільної довіри.

Окрему групу становлять праці, присвячені стратегічним і кризовим комунікаціям у контексті війни та гібридних загроз. У цьому напрямі актуальними є дослідження В. Азарової, що зосереджені на стратегічних комунікаціях як чиннику суспільної стійкості в умовах гібридної війни. Подібну проблематику розвивають науковці І. Грабовець і Л. Черноус, аналізуючи стратегії кризової комунікації у системі «влада–громадськість» в умовах воєнного стану, де медіа відіграють ключову посередницьку роль.

Значний масив досліджень присвячено трансформації медіа та журналістських практик у період повномасштабної війни. Наукові розвідки А. Бистрова розглядають кризові комунікації українських медіа, а також переосмислюють саме поняття «кризи» для медіасфери в умовах війни, акцентуючи увагу на зміні функціонального навантаження журналістики. У цьому ж контексті зосереджені дослідження О. Чайкун, присвячені трансформації комунікативної взаємодії медіа з аудиторіями в кризових

² Дебенко, І., Коріновська, А., Петровський, П., Смолянук, В., Крилова, С. (2025), «Трансформація політичної комунікації у воєнний час: стратегічні, етичні та безпекові виміри», *Актуальні проблеми філософії та соціології*, 345.

³ Бистров, А. (2025), «Трансформація поняття «криза» для медіа в умовах війни Росії проти України», *Синопсис: текст, контекст, медіа*, 31(3), с. 208–214.

ситуаціях. Важливу тематичну групу формують праці, що аналізують політичну та публічну комунікацію у воєнний час.

Окремий напрям досліджень стосується семантичного та соціального виміру журналістики. Науковці Н. Гайдур, Л. Калашнікова та В. Безуглова аналізують журналістику як систему смислотворення в межах соціальних систем, що є методологічно важливим для осмислення довіри як результату комунікативного впливу. Специфіку медійного висвітлення кризових подій у регіональному та галузевому вимірах розкривають праці О. Мітчук, А. Мирошніченка.

Узагальнення зазначених досліджень дає підстави стверджувати, що наявний науковий доробок охоплює широкий спектр проблем кризових і стратегічних комунікацій, трансформації медіа та інформаційної взаємодії з аудиторією. Водночас функціональний потенціал сучасної журналістики саме в аспекті формування довіри до медіа в кризових умовах потребує цілісного, системного осмислення, що й зумовлює актуальність даного дослідження.

Методологічна основа дослідження. Методологічну основу дослідження становить комплекс загальнонаукових та спеціальних методів соціальних комунікацій і журналістикознавства. У процесі дослідження використано метод теоретичного аналізу та синтезу для узагальнення наукових підходів до функцій журналістики в кризових умовах; порівняльний метод – для зіставлення різних концепцій кризових і стратегічних комунікацій; контент-аналітичний підхід – для інтерпретації функціональних аспектів журналістських практик, описаних у сучасних дослідженнях.

Логіка реалізації дослідження передбачала поетапне опрацювання наукових джерел із подальшим концептуальним узагальненням функціонального потенціалу журналістики як чинника формування довіри. Отримані результати ґрунтуються на інтерпретації теоретичних моделей і емпіричних спостережень, представлених у працях українських науковців, що забезпечує наукову верифікованість і релевантність висновків.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасне інформаційне суспільство функціонує в умовах надмірної інтенсивності інформаційних потоків, високої швидкості поширення повідомлень і постійної присутності кризових наративів, що суттєво ускладнює процес сприйняття інформації аудиторією. Інформація в таких умовах перестає бути лише засобом інформування і дедалі частіше виконує роль емоційного, психологічного та поведінкового тригера, формуючи стан постійної напруги, тривоги й невизначеності. Саме ця особливість сучасного інформаційного середовища створює кризові умови не лише для споживання інформації, а й для функціонування журналістики як соціального інституту, відповідального за достовірність, збалансованість і суспільну значущість медіаконтенту.

Аудиторія в умовах воєнних, соціальних і гуманітарних криз постає як особливо вразливий суб'єкт комунікації. Психологічне виснаження, тривалий вплив негативних повідомлень, надзвичайні події та інформаційно-психологічний тиск формують насторожене, часто реактивне сприйняття медіаконтенту. За таких умов аудиторія значною мірою зосереджується на фактичному, фрагментарному сприйнятті інформації, не завжди залучаючи аналітичні механізми її осмислення, порівняння джерел та критичної оцінки змісту. Це знижує здатність до комплексного розуміння подій і водночас підвищує ризик маніпулятивного впливу.

Контентне наповнення сучасних медіа в кризових умовах часто характеризується домінуванням негативної тематики, акцентом на надзвичайних подіях, загрозах, втратах і конфліктах. Такий контент, з одного боку, є об'єктивно зумовленим реаліями воєнного часу, а з іншого – може спричиняти інформаційне перенасичення, емоційне притуплення або недовіру до джерел інформації. Надмірна концентрація на кризових повідомленнях без належного пояснювального, контекстуального й аналітичного супроводу руйнує функціональний потенціал журналістики як механізму смислотворення та суспільної стабілізації.

У цих умовах саме журналістика покликана виконувати функцію посередника між складною реальністю та аудиторією, забезпечуючи не лише передачу фактів, а й їх відповідальне осмислення. Функціональний потенціал сучасної журналістики реалізується через здатність структурувати інформацію, знижувати рівень хаосу, надавати подіям логічні й ціннісні орієнтири, а також підтримувати баланс між свободою слова та інформаційною безпекою. Довіра до медіа формується внаслідок системного дотримання професійних стандартів, етичних принципів і орієнтації на потреби вразливої аудиторії.

Психологічний вимір сприйняття інформації відіграє визначальну роль у процесі формування довіри. Емоційний стан аудиторії, її страхи, тривоги та очікування безпосередньо впливають на те, як сприймається журналістський контент і якою мірою він визнається достовірним. У цьому контексті журналістика виступає не лише джерелом інформації, а й чинником психологічної підтримки та соціальної стійкості. Саме здатність журналістики враховувати психологічну вразливість аудиторії, працювати з негативним інформаційним фоном і водночас зберігати правдивість і свободу слова визначає її функціональний потенціал у формуванні довіри до медіа в кризових умовах.

Функціональний потенціал сучасної журналістики в кризових умовах розкривається через її здатність оперативно та етично комунікувати, виступаючи важливим елементом системи стратегічних комунікацій. Криза, зокрема повномасштабне вторгнення, вимагає від медіа не просто інформування, а й виконання інтеграційної та мобілізаційної функцій. Як зазначають дослідники, «кризові комунікації як інструмент забезпечення стійкості громад є надзвичайно важливими»⁴. Цей потенціал безпосередньо корелює з рівнем довіри, який аудиторія надає медіа. Якщо журналістика здатна ефективно реагувати на виклики, уникаючи поширення паніки, дезінформації та зберігаючи об'єктивність, її довіра зростає.

Ключовим елементом функціонального потенціалу є трансформація комунікативних стратегій. На думку вченого А. Бистрова «трансформація поняття «криза» для медіа в умовах війни Росії проти України вимагає переосмислення традиційних підходів»⁵. Зокрема, значного розвитку набула система комунікації «влада-громадськість». У цьому контексті досліджується «соціологічний моніторинг ефективнос-

⁴ Шегіда, Л. (2022), «Кризові комунікації як інструмент забезпечення стійкості громад», *Теоретичні та прикладні питання державотворення*, 27, с. 135–142.

⁵ Бистров, А. (2025), «Трансформація поняття «криза» для медіа в умовах війни Росії проти України», *Синopsis: текст, контекст, медіа*, 31(3), с. 208–214.

ті комунікації у системі «влада-громадськість» в умовах війни»⁶, що свідчить про спроби виміряти та покращити взаємодію. Ефективна «стратегія кризової комунікації у системі «влада-громадськість» в умовах воєнного стану має чіткі етапи, чинники, характерні риси»⁷, що передбачає скоординовані дії медіа та державних структур. Прикладом цього є комунікація Президента України, сутність і формати якої аналізувалися на прикладах 2023 року у працях І. Дибенко та В. Безуглової⁸.

В умовах кризи зростає роль етичного та безпекового виміру журналістики. Трансформація політичної комунікації у воєнний час супроводжується стратегічними, етичними та безпековими вимірами.

Дотримання журналістських стандартів, перевірка інформації та відмова від поширення чуток є критично важливими для формування довіри. Будь-яке відхилення від етичних норм чи неперевірена інформація може мати негативні наслідки для довіри, підриваючи весь функціональний потенціал медіа.

Сучасна журналістика в умовах функціонування інформаційного суспільства демонструє значну трансформацію комунікативної взаємодії з аудиторіями. Як стверджує вчена О. Чайкун, що «трансформація комунікативної взаємодії з аудиторіями стала необхідною»⁹. Це включає активне використання нових платформ, інтерактивність та персоналізацію контенту. Важливість цього підкреслюється у вивченні впливу регіональних онлайн-медіа на формування громадської думки в умовах воєнного стану в Україні. Регіональні медіа часто стають основним джерелом оперативної та перевіреної інформації для місцевих громад, що безпосередньо впливає на рівень їхньої довіри.

У кризових умовах функціональний потенціал журналістики розкривається через сукупність взаємопов'язаних функцій, реалізація яких безпосередньо впливає на рівень довіри аудиторії. Передусім ідеться про інформаційну, інтерпретаційну, інтегративну, нормативно-ціннісну та стабілізаційну функції.

Інформаційна функція журналістики в умовах війни виходить за межі простого повідомлення фактів. Як зазначає А. Бистров, «медіа в кризовий період змушені працювати в режимі підвищеної відповідальності, оскільки будь-яка помилка або неперевірена інформація може мати суспільно небезпечні наслідки»¹⁰. Довіра формується через систематичне дотримання стандартів точності, перевірки джерел і балансування інформації.

⁶ Калашнікова, Л. та Безуглова, В. (2024), «Соціологічний моніторинг ефективності комунікації у системі «влада-громадськість» в умовах війни: від теорії до практики», *Науково-теоретичний альманах «Грані»*, 27(6), с. 71–78.

⁷ Грабовець, І. та Черноус, Л. (2025), «Стратегія кризової комунікації у системі «влада-громадськість» в умовах воєнного стану в Україні: етапи, чинники, характерні риси», *Науково-теоретичний альманах «Грані»*, 28(1), с. 216–222.

⁸ Дебенко, І., Коріновська, А., Петровський, П., Смолянчук, В., Крилова, С. (2025), «Трансформація політичної комунікації у воєнний час: стратегічні, етичні та безпекові виміри», *Актуальні проблеми філософії та соціології*, 345.

⁹ Чайкун, О. (2024), «Медіа в умовах кризових ситуацій: трансформація комунікативної взаємодії з аудиторіями», *Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Філологія*, 4 (14), с. 92–107.

¹⁰ Бистров, А. (2025), «Трансформація поняття «криза» для медіа в умовах війни Росії проти України», *Синopsis: текст, контекст, медіа*, 31(3), с. 208–214.

Інтерпретаційна функція пов'язана зі здатністю журналістики пояснювати складні події та процеси, знижуючи рівень невизначеності для аудиторії. У цьому контексті Н. Гайдур підкреслює, що «семантичний вимір журналістики визначає спосіб, у який суспільство осмислює кризу»¹¹. Чітка й аргументована інтерпретація сприяє формуванню раціональної довіри до медіа.

Інтегративна функція журналістики проявляється у здатності консолідувати суспільство навколо спільних цінностей і смислів. Науковиця В. Азарова наголошує, що «в умовах гібридної війни медіа стають простором стратегічної комунікації, який «забезпечує соціальну згуртованість і підтримку колективної ідентичності»¹². Саме через цю функцію довіра набуває характеру соціального ресурсу.

Стабілізаційна функція полягає у зниженні соціальної напруги та підтримці психологічної стійкості громадян. Аналіз регіональних онлайн-медіа свідчить, що системна, виважена комунікація сприяє формуванню стійких моделей довіри навіть за умов воєнного стану.

У кризових умовах функціональний потенціал журналістики розкривається не через ізольоване виконання окремих завдань, а через сукупність взаємопов'язаних функцій, реалізація яких у комплексі безпосередньо впливає на рівень довіри аудиторії до медіа. Саме системність функціонування журналістики забезпечує сталість комунікативного зв'язку між медіа та суспільством і визначає спроможність журналістики виконувати роль соціального посередника в умовах інформаційної нестабільності.

Функціонування інформаційної функції в кризовому інформаційному середовищі полягає не лише в оперативному поширенні фактів, а й у відповідальній селекції та структуризації інформації. Надлишок повідомлень, домінування тривожних і негативних новин, а також фрагментарність інформаційних потоків створюють для аудиторії ситуацію перевантаження, що ускладнює раціональне сприйняття дійсності. За таких умов саме якість подачі інформації, точність формулювань і дотримання професійних стандартів стають основою формування довіри, оскільки аудиторія очікує від медіа чітких, перевірених і зрозумілих повідомлень.

Кризова інформація часто не піддається однозначному прочитанню, що потребує пояснення причинно-наслідкових зв'язків, контекстуалізації подій і зіставлення різних точок зору, що й творить інтерпретаційну функцію журналістики, яке набуває особливої ваги в умовах невизначеності та складності суспільних процесів. Саме через інтерпретацію журналістика допомагає аудиторії осмислити події, знизити рівень тривожності та уникнути поверхневого або викривленого сприйняття інформації. Від якості інтерпретаційного супроводу значною мірою залежить сприйняття медіа як надійного й компетентного джерела.

У здатності медіа об'єднувати аудиторію навколо спільних смислів, цінностей і соціально значущих наративів може інтегративна функція журналістики. Вона

¹¹ Гайдур, Н.М. (2019), «Семантика журналістики в контексті функціонування соціальних систем», *Теле- та радіожурналістика*, (18), с. 117–125.

¹² Азарова, В. (2021), *Стратегічні комунікації в умовах гібридної війни: погляд від волонтера до науковця: монографія*, Київ. URL: https://msj.ukma.edu.ua/wp-content/uploads/2024/01/Stratehichni_komunikatsii_v_umovakh_hibrydnoi_viiny_pohliad_vid_volontera_do_naukovtsia.pdf (дата звернення: 12.10.2025).

проявляється у кризових умовах, коли суспільство перебуває в стані напруження й фрагментації, журналістика виконує роль комунікативного простору, що сприяє суспільній згуртованості. Контент, який апелює до спільного досвіду, солідарності та відповідальності, формує відчуття причетності та підсилює довіру до медіа як до інституції, що діє в інтересах суспільства.

Дотриманням етичних принципів супроводжується нормативно-ціннісна функція журналістики щодо взаємодії із професійними стандартами і правовими нормами у процесі створення та поширення контенту. В умовах кризових ситуацій межі допустимого в медіадискурсі стають особливо чутливими, оскільки журналістські матеріали можуть мати значний психологічний і соціальний вплив. Виважене ставлення до тем насильства, втрат, людських трагедій, а також повага до гідності людини є ключовими чинниками збереження довіри аудиторії. Саме ціннісна послідовність медіа визначає їхню легітимність у свідомості суспільства.

Зниження рівня соціальної напруги та підтримання психологічної рівноваги аудиторії реалізується через стабілізаційну функцію журналістики. У кризових умовах медіа можуть або посилювати тривогу й паніку, або сприяти адаптації суспільства до складних обставин. Контент, який поєднує інформування з поясненням, емпатією та конструктивними орієнтирами, виконує стабілізаційну роль і формує довіру як до окремого медіа, так і до журналістики загалом.

Взаємодія інформаційної, інтерпретаційної, інтегративної, нормативно-ціннісної та стабілізаційної функцій журналістики визначає її функціональний потенціал у кризових умовах. Саме комплексна реалізація цих функцій забезпечує здатність журналістики впливати на процеси сприйняття інформації, враховувати психологічний стан аудиторії та формувати стійку довіру до медіа в умовах кризового функціонування сучасного інформаційного середовища.

Результати і перспективи подальших досліджень. Результати дослідження засвідчують, що функціональний потенціал сучасної журналістики є ключовим чинником формування довіри до медіа в кризових умовах. Реалізація інформаційної, інтерпретаційної, інтегративної та ціннісної функцій у комплексі забезпечує стійкість комунікаційної взаємодії між медіа та аудиторією.

Ефективність сучасної журналістики в кризових умовах безпосередньо залежить від її здатності стати частиною загальної системи стратегічних комунікацій та змінювати способи взаємодії з аудиторією. Визначено, що основними факторами, які сприяють формуванню довіри, є не лише швидкість подачі інформації, але й суворе дотримання етичних норм і безпекових вимог при її висвітленні, а також гнучкість у застосуванні інноваційних комунікативних підходів. Критично важливою умовою є проактивна позиція, що передбачає вдосконалення управлінських заходів для реагування на кризові ситуації.

В умовах війни медіа набувають статусу ключового елемента національної стійкості, де довіра розглядається не просто як соціальний капітал, а як необхідний інструмент протидії гібридним загрозам. Перспективні напрями подальших досліджень включають глибокий аналіз впливу різних видів контенту (візуального, аудіального, текстового) на зміну довіри в умовах безперервної кризи.

Висновки. Сучасна журналістика в умовах кризи постає як багатофункціональний соціальний інститут, здатний не лише інформувати, а й формувати довіру через відповідальну, етичну та стратегічно виважену комунікацію. Сучасна журналістика

в кризових умовах, особливо в період повномасштабної агресії, демонструє значний функціональний потенціал, який безпосередньо впливає на рівень довіри до медіа. Кризові обставини вимагають від медіа якісної зміни підходів до комунікативної взаємодії з їхніми аудиторіями.

Функціональне призначення медіа в цей час виходить за межі простого інформування, інтегруючись як важлива ланка у загальну систему стратегічних комунікацій держави та громадськості. Таким чином, кризові комунікації набувають значення ефективного інструменту для забезпечення стійкості суспільства. Довіра до медіа формується головним чином на дотриманні етичних норм і врахуванні безпекових аспектів комунікації, адже у воєнний час трансформація політичної комунікації вимагає від журналістів посиленої уваги до професійної етики та безпеки, що критично важливо для уникнення паніки та протидії маніпуляціям.

Ефективність комунікації суттєво залежить від гнучкості медіа та їхньої здатності до самоаналізу і «роботи над помилками» як частини підготовки до майбутніх криз. Регіональні медіа, особливо ті, що функціонують на онлайн-платформах, відіграють значну роль у формуванні місцевої громадської думки та довіри. Їхня функціональна значущість часто стає вирішальною для швидкого та адекватного реагування на локальні кризові ситуації.

Функціональний потенціал сучасної журналістики реалізується через її здатність до етичної трансформації, стратегічної інтеграції у ширші комунікаційні системи та постійної адаптації до мінливих умов. Це забезпечує не лише якісне висвітлення подій, але й сприяє мобілізації суспільства, ефективно виконуючи свою соціальну функцію, що є необхідною запорукою довіри в умовах кризи.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Азарова, В. (2021), *Стратегічні комунікації в умовах гібридної війни: погляд від волонтера до науковця: монографія*, Київ. URL: https://msj.ukma.edu.ua/wp-content/uploads/2024/01/Stratehichni_komunikatsii_v_umovakh_hibrydnoi_viiny_pohliad_vid_volontera_do_naukovtsia.pdf (дата звернення: 12.10.2025).
2. Бистров, А. (2025) «Кризові комунікації українських медіа періоду повномасштабного вторгнення: теоретичний аспект», *Образ*, 2(48), с. 81–92.
3. Бистров, А. (2025), «Трансформація поняття «криза» для медіа в умовах війни Росії проти України», *Синопсис: текст, контекст, медіа*, 31(3), с. 208–214.
4. Гайдур, Н.М. (2019), «Семантика журналістики в контексті функціонування соціальних систем», *Теле- та радіожурналістика*, (18), с. 117–125.
5. Грабовець, І. та Черноус, Л. (2025), «Стратегія кризової комунікації у системі «влада–громадськість» в умовах воєнного стану в Україні: етапи, чинники, характерні риси», *Науково-теоретичний альманах «Грані»*, 28(1), с. 216–222.
6. Дебенко, І. та ін. (2023), «Комунікація Президента України Володимира Зеленського в контексті війни: сутність і формати (на прикладах 2023 року)», *Наукові інновації та передові технології*, 14(28), с. 583–590.
7. Дебенко, І., Коріновська, А., Петровський, П., Смолянчук, В., Крилова, С. (2025), «Трансформація політичної комунікації у воєнний час: стратегічні, етичні та безпекові виміри», *Актуальні проблеми філософії та соціології*, 345.

8. Калашнікова, Л. та Безуглова, В. (2024), «Соціологічний моніторинг ефективності комунікації у системі «влада–громадськість» в умовах війни: від теорії до практики», *Науково-теоретичний альманах «Грані»*, 27(6), с. 71–78.
9. Киричок, А. (2024), «Удосконалення стратегічно-управлінських заходів реагування на кризу: робота над помилками як підготовка до наступних криз», *Технологія і техніка друкарства*, 3(85), с. 125–151.
10. Мирошниченко, А. (2023), «Кризові екологічні комунікації у період воєнного часу (на прикладі Каховської ГЕС)», *Грані*, 26(5), с. 132–142.
11. Мітчук, О., Крупський, І.В. та Прокопець, В.Е. (2025), «Інформаційно-комунікаційні особливості висвітлення подій Революції Гідності (2013–2014 рр.)», *Образ*, 1(47), с. 99–107.
12. Чайкун, О. (2024), «Медіа в умовах кризових ситуацій: трансформація комунікативної взаємодії з аудиторіями», *Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Філологія*, 4(14), с. 92–107.
13. Шегида, Л. (2022), «Кризові комунікації як інструмент забезпечення стійкості громад», *Теоретичні та прикладні питання державотворення*, 27, с. 135–142.
14. Mitchuk, O., Kharkevych, N., Horbenko, A., Slotiuk, T., Bondarchuk, A. (2024), «The influence of regional online media on public opinion formation under martial law in Ukraine», *Salud, Ciencia y Tecnología – Serie de Conferencias*, 3(1384), p. 1.

REFERENCES

1. Azarova, V. (2021), “Strategic Communications in the Conditions of Hybrid War: From a Volunteer’s Perspective to a Researcher’s View: Monograph”, *Strategic Communications in the Conditions of Hybrid War*. Kyiv, 500 p. Available at: https://msj.ukma.edu.ua/wp-content/uploads/2024/01/Stratehichni_komunikatsii_v_umovakh_hibrydnoi_viiny_-_pohliad_vid_volontera_do_naukovtsia.pdf (accessed 12 October 2025).
2. Bystrov, A. (2025), “Crisis Communications of Ukrainian Media During the Full-Scale Invasion: Theoretical Aspect”, *Obraz*, 2(48), pp. 81–92.
3. Bystrov, A. (2025), “Transformation of the Concept of ‘Crisis’ for Media in the Context of Russia’s War Against Ukraine”, *Synopsys: Text, Context, Media*, 31(3), pp. 208–214.
4. Haidur, N.M. (2019), “Semantics of Journalism in the Context of the Functioning of Social Systems”, *Television and Radio Journalism*, (18), pp. 117–125.
5. Hrabovets, I. and Chernous, L. (2025), “Crisis Communication Strategy in the ‘Government–Public’ System Under Martial Law in Ukraine: Stages, Factors, and Characteristics”, *Scientific and Theoretical Almanac ‘Hrani’*, 28(1), pp. 216–222.
6. Debenko, I. et al. (2023), “Communication of the President of Ukraine Volodymyr Zelenskyy in the Context of War: Essence and Formats (Based on 2023 Examples)”, *Scientific Innovations and Advanced Technologies*, 14(28), pp. 583–590.
7. Debenko, I., Korinovska, A., Petrovskyi, P., Smolianiuk, V. and Krylova, S. (2025), “Transformation of Political Communication in Wartime: Strategic, Ethical and Security Dimensions”, *Actual Problems of Philosophy and Sociology*, 345.
8. Kalashnikova, L. and Bezuhlova, V. (2024), “Sociological Monitoring of Communication Effectiveness in the ‘Government–Public’ System Under War Conditions: From Theory to Practice”, *Scientific and Theoretical Almanac ‘Hrani’*, 27(6), pp. 71–78.

9. Kyrychok, A. (2024), "Improvement of Strategic and Managerial Crisis Response Measures: Learning from Mistakes as Preparation for Future Crises", *Technology and Technique of Printing*, 3(85), pp. 125–151.
10. Myroshnychenko, A. (2023), "Crisis Environmental Communications During Wartime (The Case of the Kakhovka Hydroelectric Power Plant)", *Hrani*, 26(5), pp. 132–142.
11. Mitchuk, O., Krupskyi, I.V. and Prokopets, V.E. (2025), "Information and Communication Features of Media Coverage of the Revolution of Dignity (2013–2014)", *Obraz*, 1(47), pp. 99–107.
12. Chaikun, O. (2024), "Media in Crisis Situations: Transformation of Communicative Interaction with Audiences", *Scientific Works of the Interregional Academy of Personnel Management. Philology*, 4(14), pp. 92–107.
13. Shehyda, L. (2022), "Crisis Communications as a Tool for Ensuring Community Resilience", *Theoretical and Applied Issues of State Building*, 27, pp. 135–142.
14. Mitchuk, O., Kharkevych, N., Horbenko, A., Slotiuk, T., Bondarchuk, A. (2024), "The Influence of Regional Online Media on Public Opinion Formation Under Martial Law in Ukraine", *Salud, Ciencia y Tecnología – Serie de Conferencias*, 3(1384), p. 1.

THE FUNCTIONAL POTENTIAL OF MODERN JOURNALISM IN FORMING TRUST IN THE MEDIA IN CRISIS CONDITIONS

Ivan Krupskyi

*Ivan Franko National University of Lviv
General Chuprynka Str., 49, Lviv, Ukraine, 79044
e-mail: ikrupskyy@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0002-3520-499X>*

Natalya Kharkevych

*Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University
Boulevard-Kudriavska Str., 18/2, Kyiv, Ukraine, 04053
e-mail: n.kharkevych@kubg.edu.ua
<https://orcid.org/0009-0007-8566-8438>*

The article scientifically analyses the functional potential of modern journalism in forming trust in the media in crisis conditions, characterised by a combination of military, political, social, humanitarian and information-psychological challenges. Russia's full-scale war against Ukraine significantly transformed the information environment, changed the logic of communication interaction between the media and the audience, and actualised the problem of trust in information sources as a key factor of social stability. In these conditions, trust is considered not as a permanent attribute of the media, but as a dynamic result of the systematic implementation of journalism's social, communicative and value functions.

The crisis state of the information space increases the audience's vulnerability to disinformation, manipulative influences and emotional exhaustion, which directly affects the perception of journalism as a social institution. Particular attention is paid to the changing nature of crisis situations, which for the media are becoming a permanent feature, requiring the adaptation of functional models of journalistic activity and strategies for communicating with the audience.

The purpose of the article is a theoretical analysis of the functional potential of modern journalism in the process of forming trust in the media in crisis conditions. The study analyses theoretical approaches to understanding the functions of journalism, identifies key mechanisms for forming trust, and outlines the specifics of their implementation in the military information environment.

It has been proven that the effectiveness of journalism in crisis conditions is determined by the ability of the media to combine effectiveness with adherence to professional standards, ethical principles, and strategic communication approaches.

The functional potential of journalism in crisis conditions is a determining factor in preserving freedom of speech, ensuring information security, and forming a stable audience trust in the media, which contributes to social consolidation and increased social stability.

Keywords: journalism, trust, media, crisis, communication.

Отримано редакцією видання / Received: 14.12.2025

Прорецензовано / Revised: 16.12.2025

Схвалено до друку / Accepted: 22.12.2025

Опубліковано на сайті видання / Published on the publication's website: 27.01.2026

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2026: 58; 56–64 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2026.58.13910>

УДК: 316.77:351.86:070.11

РЕГІОНАЛЬНА МЕДІАРЕЗИСТЕНТНІСТЬ У СИСТЕМІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ТА КРИЗОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Ольга Мітчук

*Національний університет водного господарства та природокористування,
вул. Соборна, 11, 33028, Рівне, Україна*

e-mail: o.a.mitchuk@nuwm.edu.ua

<https://orcid.org/0000-0002-1011-7320>

Стаття присвячена аналізу феномену регіональної медіарезистентності в контексті сучасних викликів інформаційної безпеки та кризових комунікацій. Сучасні виклики, зумовлені гібридною війною та повномасштабною агресією, актуалізують інформаційну безпеку, як ключовий чинник національної стійкості. У цих умовах регіональні медіа відіграють визначальну роль у стабілізації локального інформаційного простору та забезпеченні ефективних кризових комунікацій.

Ключові слова: регіональні медіа, медіарезистентність, інформаційна безпека, кризові комунікації.

Постановка проблеми. У сучасному світі, що характеризується стрімким поширенням гібридних загроз та глобальних криз, включаючи повномасштабні військові конфлікти, питання інформаційної безпеки та ефективності кризових комунікацій набуває першочергового значення. Центральне місце у цьому процесі посідають регіональні медіа, які, перебуваючи на передовій інформаційного фронту, стикаються з унікальними викликами: від прямої фізичної небезпеки для журналістів і руйнування інфраструктури до цілеспрямованого психологічного тиску та поширення дезінформації.

Інформаційна сфера перетворилася на один із ключових просторів протиборства, у межах якого відбувається системний вплив на суспільну свідомість, соціальну стабільність і національну безпеку. У цих умовах особливого значення набуває функціонування регіональних медіа, які забезпечують безпосередній зв'язок між владними інституціями, місцевими громадами та громадянським суспільством.

Регіональні медіа діють у специфічному локальному контексті, що поєднує близькість до аудиторії, підвищену довіру та водночас уразливість до інформаційно-психологічних впливів. За цих обставин виникає необхідність теоретичного осмислення та практичного впровадження механізмів, які б гарантували життєздатність, функціональність та довіру до регіональних медіасистем навіть в умовах найвищого кризового навантаження. Регіональні медіа є не лише джерелом новин, а

й критично важливим елементом системи життєзабезпечення громад, виконуючи функцію оперативної комунікації між владою, екстреними службами та населенням.

Саме тому питання їх здатності протистояти дезінформації, маніпулятивним наративам, панічним настроям і кризовим інформаційним загрозам набуває стратегічного значення. У науковому дискурсі ця здатність дедалі частіше осмислюється крізь призму поняття медіарезистентності, зокрема її регіонального виміру.

Оскільки наукова проблема полягає у відсутності цілісного концептуального підходу до визначення та оцінки регіональної медіарезистентності як ключового фактора інформаційної безпеки, ми у межах даного дослідження регіональну медіарезистентність розглядаємо, як системну характеристику локального медіапростору, що забезпечує його стійкість, адаптивність і відповідальність у кризових умовах (*визначення О. Мітчук*). Актуальність теми зумовлена потребою теоретичного осмислення та методологічного уточнення цього феномену в контексті інформаційної безпеки та кризових комунікацій.

Мета статті полягає у теоретико-методологічному обґрунтуванні поняття регіональної медіарезистентності та аналізі її ролі у системі інформаційної безпеки й кризових комунікацій. Для досягнення поставленої мети визначено наступні **завдання**: сформулювати авторське визначення терміну «регіональна медіарезистентність», проаналізувати теоретичне підґрунтя кризових комунікацій та стійкості медіа у військовий час, розкрити методологічну основу дослідження механізмів адаптації регіональних медіа та визначити їх ключові структурні і функціональні характеристики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика функціонування регіональних медіа в умовах кризових ситуацій і воєнних загроз посідає помітне місце в сучасних українських наукових дослідженнях і розглядається з різних теоретико-практичних позицій.

Науковці зосереджують увагу на трансформаціях, яких зазнають регіональні редакції під впливом війни, а також на зміні їхніх функціональних і комунікативних ролей у локальному інформаційному просторі. Так, у працях В. Андрушків аналізуються інформаційна, мобілізаційна та стабілізаційна функції регіональних медіа, які в умовах війни набувають особливої ваги. Кризові комунікації українських медіа в період повномасштабного вторгнення є предметом наукових студій А. Бистрова. Науковець Є. Блінов спрямовує дослідницьку увагу на вплив повномасштабної війни на розвиток українських регіональних медіа, розглядаючи війну як каталізатор глибоких якісних змін у регіональному медіаландшафті. Комунікативні аспекти антикризового управління висвітлюються у працях Н. Вовк та Л. Мохнар, які досліджують кризові комунікації, як ключовий інструмент стабілізації соціальних процесів і мінімізації ризиків у періоди суспільних потрясінь. Питання стратегічної комунікації державних інституцій і її реалізації на регіональному рівні розкриваються у наукових дослідженнях О. Мітчук та А. Цевуха.

Водночас аналіз наукових публікацій свідчить, що попри ґрунтовне вивчення окремих аспектів діяльності регіональних медіа в умовах війни, поняття регіональної медіарезистентності залишається недостатньо концептуалізованим, що актуалізує потребу його подальшого системного наукового осмислення.

Методологічна основа дослідження. Дослідження базується на системному підході, який дозволяє розглядати регіональну медіарезистентність як багатокомпо-

нентну систему, що складається з організаційних, технологічних та комунікаційних елементів. Використано комплекс загальнонаукових та спеціальних методів. Зокрема, методом системного аналізу розкрито взаємозв'язок між регіональними медіа, органами влади та громадськістю у кризових ситуаціях. Цей метод дозволив розглянути медіарезистентність не як окрему характеристику, а як функцію усієї системи інформаційної безпеки. Метод концептуалізації використано для формування авторського визначення поняття регіональної медіарезистентності. Логіко-структурний метод забезпечив систематизацію ключових характеристик досліджуваного феномену та вибудову цілісної аналітичної моделі.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасному інформаційному просторі регіональні медіа функціонують як елементи складної системи інформаційної безпеки, що забезпечує не лише передачу повідомлень, але й формування суспільної довіри, зниження рівня паніки та протидію дезінформаційним впливам. У контексті забезпечення інформаційної безпеки та ефективності кризових комунікацій, ключовим теоретичним доробком цієї статті є формулювання поняття регіональна медіарезистентність.

На нашу думку, регіональна медіарезистентність – це інтегральна здатність регіональних медіасистем (включно з редакційними командами, інфраструктурою, контентом та аудиторією) протистояти, адаптуватися та швидко відновлюватися після деструктивних інформаційних впливів, гібридних загроз, кризових ситуацій чи надзвичайних подій, забезпечуючи при цьому безперервність критично важливого інформування населення та зберігаючи довіру в умовах обмежених ресурсів.

Формулюючи термінологічне визначення, ми підкреслюємо багатовимірність концепту, що включає три основні рівні: інфраструктурна стійкість (*здатність функціонувати при пошкодженні мереж, відсутність електроенергії, фізична безпека редакції*), інституційна стійкість (*фінансова незалежність, гнучкість управління, швидка адаптація редакційної політики*) та комунікативна стійкість (*здатність протидіяти дезінформації, підтримувати довіру аудиторії та здійснювати ефективні кризові комунікації*).

Дослідник А. Бистров підтверджує, що «в умовах повномасштабного вторгнення українські медіа продемонстрували надзвичайну здатність до адаптації, що є проявом високої медіарезистентності»¹. Це виражається, за словами дослідниці В. Андрушків «у зміні форматів роботи, перехід до цифрових платформ у випадку втрати традиційних, а також у зміні жанрової та тематичної структури контенту»².

Одним із ключових аспектів регіональної медіарезистентності є її роль у системі кризових комунікацій. Як зазначали дослідники Г. Дзяна та Р. Дзяний, «управління комунікаціями в умовах криз вимагає від медіа не лише швидкого поширення інформації, а й її верифікації та контекстуалізації»³. Регіональні медіа, маючи безпосередній контакт із місцевою аудиторією, виступають надійним фільтром для

¹ Бистров, А. (2025), «Кризові комунікації українських медіа періоду повномасштабного вторгнення: теоретичний аспект», *Образ*, 2(48), 81–92.

² Андрушків, В. (2024), «Робота редакцій і журналістів регіональних медіа у сучасних умовах», *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, 35 (74) (3), ч. 2, с. 156.

³ Дзяна, Г. О., & Дзяний, Р. Б. (2022), «Управління комунікаціями в умовах криз». *Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права*, (2), 13–21.

дезінформації, що надходить із зовнішніх джерел. Вони використовують унікальну перевагу – локальну довіру.

Функціональні характеристики регіональних медіа під час війни, детально описані вченими О. Мітчук та А. Матвійчуком, і за словами дослідників вони включають «мобілізаційну функцію (підтримка Збройних Сил України та волонтерського руху), пояснювальну функцію (роз'яснення рішень місцевої влади, правил безпеки) та психотерапевтичну функцію (надання місцевій громаді відчуття спільності та контролю над ситуацією)»⁴.

Регіональна медіарезистентність визначається як інтегральна здатність регіональних медіа та локального медіасередовища зберігати функціональну стійкість, професійну автономію та соціальну відповідальність в умовах інформаційних загроз, кризових ситуацій і воєнних викликів, забезпечуючи ефективні кризові комунікації та захист локального інформаційного простору.

Цей феномен включає кілька взаємопов'язаних вимірів:

- по-перше, організаційний вимір, що передбачає адаптивність редакцій до надзвичайних умов, обмежених ресурсів і ризиків безпеки «регіональні редакції демонструють високий рівень адаптації до кризових умов»⁵;
- по-друге, професійний вимір, пов'язаний із дотриманням журналістських стандартів, перевіркою інформації та етичною відповідальністю;
- по-третє, комунікативний вимір, що охоплює здатність медіа вибудовувати ефективні кризові комунікації з органами влади, громадськими інституціями та населенням.

Саме цей аспект забезпечує стабілізацію інформаційного середовища в періоди надзвичайних ситуацій, де на думку В. Овсяник «кризові комунікації виступають інструментом зниження соціальної напруги»⁶.

Регіональна медіарезистентність також передбачає активну протидію дезінформації та маніпуляціям, що особливо важливо в умовах гібридної війни. Як зазначають дослідники, «інформаційні атаки часто спрямовані саме на локальний рівень, де вони можуть мати найбільший соціальний ефект»⁷.

Реалізація регіональної медіарезистентності відбувається через низку стратегічних комунікативних практик, спрямованих на забезпечення стійкості локального інформаційного простору в умовах криз і загроз. У теоретичному вимірі ці практики розглядаються як системно організована діяльність регіональних медіа, що поєднує інформаційне реагування, управління смислами та підтримку суспільної довіри. Стратегічні комунікативні практики передбачають не лише оперативне інформування аудиторії, а й свідоме конструювання комунікаційних моделей, здатних мінімізувати деструктивний вплив дезінформації, чуток і маніпулятивних наративів.

⁴ Мітчук, О. А., & Матвійчук, А. В. (2025), «Функціональні характеристики регіональних медіа під час війни (на прикладі рівненської області)», *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, 36(75), 4, 125–137.

⁵ Там само.

⁶ Овсяник, В. М. (2018), «Кризові комунікації в умовах надзвичайних ситуацій», *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. Серія: Державне управління*, (2), 105–111.

⁷ Вовк, Н., & Мохнар, Л. (2021), «Комунікативна складова організації та здійснення антикризового управління», *Вісник Національного університету оборони України*, 59(1), 63–71.

У межах концепції інформаційної безпеки регіональні медіа виступають активними суб'єктами стратегічної комунікації, які забезпечують координацію між органами влади, інституціями громадянського суспільства та місцевими громадами. Саме через такі практики формується здатність медіасистеми адаптуватися до змінних умов, зберігати функціональну стабільність і підтримувати соціальну згуртованість. Теоретично це означає перехід від реактивної моделі комунікації до проактивної, орієнтованої на попередження кризових явищ та управління інформаційними ризиками.

Стратегічні комунікативні практики також пов'язані з професійними стандартами журналістики, етичними нормами та відповідальністю за наслідки поширюваного контенту. У цьому контексті регіональна медіарезистентність формується, як результат узгодженої дії редакційних стратегій, кризових протоколів комунікації та аналітичного осмислення локального контексту.

Реалізація регіональної медіарезистентності через стратегічні комунікативні практики постає як ключовий механізм підтримки інформаційної стабільності та соціальної стійкості регіонів у сучасних кризових умовах. Вона здійснюється через комплекс взаємопов'язаних стратегічних комунікативних практик, спрямованих на забезпечення безперервності інформування, координації дій та професійної стійкості медіасередовища.

Одним із визначальних напрямів є створення резервних каналів комунікації. У разі відключення або обмеження функціонування традиційних засобів поширення інформації регіональні редакції оперативно переходять на використання цифрових платформ, зокрема телеграм-каналів, вайбер-спільнот і соціальних мереж, що дозволяє зберігати сталість інформаційних потоків. Такий підхід відповідає логіці антикризового управління, яке, за висновками Н. Вовк та Л. Мохнар «передбачає завчасну підготовку альтернативних шляхів комунікації та передачі суспільно значущих повідомлень»⁸.

Важливою складовою реалізації медіарезистентності є оперативна взаємодія регіональних медіа з державними інституціями та ситуаційними центрами. На думку вчених Н. Вовк та Л. Мохнар «ефективні кризові комунікації потребують від медіа системного доступу до перевірених офіційних джерел, а від органів влади – проактивної та прозорої комунікаційної стратегії»⁹.

У цьому процесі регіональні медіа виконують посередницьку функцію, адаптуючи офіційну інформацію до локального контексту та потреб конкретних громад, що є критично важливим для забезпечення інформаційної безпеки.

Не менш значущим чинником виступає розвиток мультимедійних компетентностей і безпекової культури журналістів. Професійна діяльність у умовах воєнної кризи «вимагає від представників медіа володіння навичками цифрової та інформаційної безпеки, домедичної допомоги, а також психологічної стійкості»¹⁰, на що звертає увагу В. Андрушків.

⁸ Вовк, Н., & Мохнар, Л. (2021), «Комунікативна складова організації та здійснення антикризового управління», *Вісник Національного університету оборони України*, 59(1), 63–71.

⁹ Мітчук, О. А., & Цевух, А. І. (2025), «Стратегічна комунікація державних інституцій: виклики та можливості для України і світу», *Національні інтереси України*, 7(12), 386–399.

¹⁰ Андрушків, В. (2024), «Робота редакцій і журналістів регіональних медіа у сучасних умовах», *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, 35 (74) (3), ч. 2. с. 156.

Формування таких компетентностей безпосередньо сприяє посиленню інституційної стійкості регіональних медіа та їх здатності виконувати суспільно значущі функції в умовах тривалої кризи.

У контексті протидії дезінформації, регіональна медіарезистентність проявляється у швидкому спростуванні фейків, які часто мають гіперлокальний характер (наприклад, неправдива інформація про діяльність місцевих органів влади чи гуманітарну ситуацію).

Медіа, які мають глибоку інтеграцію в місцеву громаду, швидше можуть перевірити та спростувати таку інформацію, що значно знижує її деструктивний потенціал. Досвід функціонування регіональних медіа під час війни підтверджує, що саме місцеві новини та історії, незважаючи на їх «екзистенційний дискурс»¹¹, мають найбільший вплив на підтримання бойового духу та стійкості населення.

Забезпечуючи безперервність якісного, перевіреного контенту, регіональні медіасистеми вибудовують потужний щит проти інформаційної агресії, перетворюючись із простого джерела новин на інструмент національної та локальної безпеки.

Регіональні медіа стають не лише ретрансляторами інформації, а повноцінними суб'єктами інформаційної безпеки та кризового управління.

Результати і перспективи подальших досліджень. Результати дослідження засвідчують, що регіональна медіарезистентність є ключовим чинником стабільності локального інформаційного простору та ефективності кризових комунікацій. Її формування залежить від поєднання професійних, організаційних і комунікативних ресурсів регіональних медіа, а також від рівня їх інтеграції у систему стратегічних комунікацій.

Результати дослідження дозволили концептуалізувати поняття «регіональна медіарезистентність» як інтегративну здатність, що є критичною умовою для забезпечення інформаційної безпеки на локальному рівні, особливо в умовах війни та надзвичайних ситуацій. Стійкість регіональних медіа виходить за рамки простих кризових комунікацій, включаючи інфраструктурні, інституційні та комунікативні аспекти. Аналіз функціональних характеристик регіональних медіа показав, що їхня роль трансформувалася від традиційної інформуючої до ключової мобілізаційної та психологічно-стабілізуючої. У подальшому обговоренні варто наголосити, що інвестиції у регіональну медіарезистентність – це прямі інвестиції у національну безпеку.

Перспективи подальших досліджень включають розробку кількісних та якісних методик для вимірювання рівня медіарезистентності в різних регіонах України, що пов'язані з емпіричним аналізом практик регіональних медіа в різних регіонах України, розробкою індикаторів оцінювання рівня медіарезистентності та вивченням взаємодії регіональних медіа з органами влади та громадянським суспільством у кризових умовах.

Висновки. У підсумку проведеного дослідження встановлено, що в умовах сучасних гібридних загроз і повномасштабних військових конфліктів інформаційна безпека набуває комплексного характеру та безпосередньо пов'язується зі стійкістю системи суспільних комунікацій. Особливе місце в цій системі належить регіональ-

¹¹ Artyukh, V., Sadivnychy, V., Mitchuk, O., Yatsenko, H., Sypchenko, I., & Zykun, N. (2025), «Existential discourse and communicative strategy of philosophical journalism of Ukrainian emigration after World War II», *Journal of Cultural Analysis and Social Change*, 10(2), 4797–4804.

ним медіа, які функціонують у безпосередній близькості до локальних спільнот і виконують роль ключового комунікаційного посередника між органами влади, інституціями громадянського суспільства та населенням. Така специфіка зумовлює одночасно високий рівень довіри до регіональних медіа та їх підвищену вразливість до інформаційно-психологічних впливів.

У межах дослідження обґрунтовано доцільність використання поняття регіональної медіарезистентності, як узагальнюючої наукової категорії для опису стійкості локального медіапростору. Регіональна медіарезистентність інтерпретується як системна характеристика, що поєднує здатність регіональних медіа до адаптації, збереження функціональної ефективності та дотримання соціальної відповідальності в умовах кризових викликів. Такий підхід дозволяє подолати фрагментарність наявних наукових розвідок і забезпечує цілісне бачення ролі регіональних медіа в системі інформаційної безпеки та кризових комунікацій.

Отримані результати свідчать, що рівень регіональної медіарезистентності визначається сукупністю організаційних, професійних і комунікативних чинників, зокрема розвитком стратегічних комунікативних практик, ефективною взаємодією з державними інституціями та готовністю журналістів працювати в умовах підвищених ризиків. Саме інтеграція цих елементів формує здатність регіональних медіа підтримувати інформаційну стабільність і соціальну стійкість регіонів. Регіональна медіарезистентність постає як важливий складник сучасної системи інформаційної безпеки, що потребує подальшого теоретичного уточнення та емпіричного вивчення.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Андрушків, В. (2024), «Робота редакцій і журналістів регіональних медіа у сучасних умовах», *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, 35 (74) (3), ч. 2. с. 156.
2. Бистров, А. (2025), «Кризові комунікації українських медіа періоду повномасштабного вторгнення: теоретичний аспект», *Образ*, 2(48), 81–92.
3. Блінов, Є. (2024), «Вплив повномасштабної війни на розвиток українських регіональних медіа», *The Facets of History*, 5(13), 219–229.
4. Вовк, Н., & Мохнар, Л. (2021), «Комунікативна складова організації та здійснення антикризового управління», *Вісник Національного університету оборони України*, 59(1), 63–71.
5. Дзяна, Г. О., & Дзяний, Р. Б. (2022), «Управління комунікаціями в умовах криз», *Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права*, (2), 13–21.
6. Мітчук, О. А., & Матвійчук, А. В. (2025), «Функціональні характеристики регіональних медіа під час війни (на прикладі рівненської області)», *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, 36(75), 4, 125–137.
7. Мітчук, О. А., & Цевух, А. І. (2025), «Стратегічна комунікація державних інституцій: виклики та можливості для України і світу», *Національні інтереси України*, 7(12), 386–399.
8. Овсяник, В. М. (2018), «Кризові комунікації в умовах надзвичайних ситуацій», *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. Серія: Державне управління*, (2), 105–111.

9. Сальнікова, О. Ф., Посмітюх, О. І., & Петренко, М. І. (2021), «Ситуаційний центр як ефективний механізм стратегічних комунікацій», *Інвестиції: практика та досвід*, (17), 62–66.
10. Хижняк, Л. М., & Хижняк, К. В. (2017), «Кризові ситуації, кризові комунікації й пошук нового формату управлінських практик», *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*, (76), 166–173.
11. Artyukh, V., Sadivnychyi, V., Mitchuk, O., Yatsenko, H., Sypchenko, I., & Zykun, N. (2025), «Existential discourse and communicative strategy of philosophical journalism of Ukrainian emigration after World War II», *Journal of Cultural Analysis and Social Change*, 10(2), 4797–4804.

REFERENCES

1. Andrushkiv, V. (2024), “The Work of Editorial Offices and Journalists of Regional Media in Contemporary Conditions”, *Scientific Notes of V. I. Vernadsky Taurida National University. Series: Philology. Journalism*, 35(74)(3), part 2, p. 156.
2. Bystrov, A. (2025), “Crisis Communications of Ukrainian Media During the Period of Full-Scale Invasion: Theoretical Aspect”, *Obraz*, 2(48), pp. 81–92.
3. Blinov, Ye. (2024), “The Impact of the Full-Scale War on the Development of Ukrainian Regional Media”, *The Facets of History*, 5(13), pp. 219–229.
4. Vovk, N. and Mokhnar, L. (2021), “The Communicative Component of Organizing and Implementing Anti-Crisis Management”, *Bulletin of the National Defence University of Ukraine*, 59(1), pp. 63–71.
5. Dziana, H. O. and Dzianyiy, R. B. (2022), “Communication Management in Crisis Conditions”, *Dnipro Scientific Journal of Public Administration, Psychology and Law*, (2), pp. 13–21.
6. Mitchuk, O. A. and Matviichuk, A. V. (2025), “Functional Characteristics of Regional Media During the War (Case Study of Rivne Region)”, *Scientific Notes of V. I. Vernadsky Taurida National University. Series: Philology. Journalism*, 36(75)(4), pp. 125–137.
7. Mitchuk, O. A. and Tsevukh, A. I. (2025), “Strategic Communication of State Institutions: Challenges and Opportunities for Ukraine and the World”, *National Interests of Ukraine*, 7(12), pp. 386–399.
8. Ovsianyyk, V. M. (2018), “Crisis Communications in Emergency Situations”, *Bulletin of the National Academy for Public Administration under the President of Ukraine. Series: Public Administration*, (2), pp. 105–111.
9. Salnikova, O. F., Posmitiukh, O. I. and Petrenko, M. I. (2021), “Situation Center as an Effective Mechanism of Strategic Communications”, *Investments: Practice and Experience*, (17), pp. 62–66.
10. Khyzhniak, L. M. and Khyzhniak, K. V. (2017), “Crisis Situations, Crisis Communications and the Search for a New Format of Managerial Practices”, *Social Technologies: Current Issues of Theory and Practice*, (76), pp. 166–173.
11. Artyukh, V., Sadivnychyi, V., Mitchuk, O., Yatsenko, H., Sypchenko, I. and Zykun, N. (2025), “Existential Discourse and Communicative Strategy of Philosophical Journalism of Ukrainian Emigration after World War II”, *Journal of Cultural Analysis and Social Change*, 10(2), pp. 4797–4804.

REGIONAL MEDIA RESISTANCE IN THE SYSTEM OF INFORMATION SECURITY AND CRISIS COMMUNICATIONS

Olga Mitchuk

National University of Water Management and Environmental Management

Soborna Str., 11, Rivne, Ukraine, 33028

e-mail: o.a.mitchuk@nuwm.edu.ua

<https://orcid.org/0000-0002-1011-7320>

The article is devoted to the theoretical and methodological understanding of the phenomenon of regional media resistance in the context of modern hybrid threats and full-scale military conflicts. It is substantiated that in the situation of the transformation of the information sphere into one of the key spaces of confrontation, regional media acquire the status of an important element of the information security and crisis communications system. Their functioning takes place in a specific local context, which combines a high level of trust from the audience and increased vulnerability to informational and psychological influences, disinformation and manipulative narratives.

The article emphasises that regional media perform not only informational, but also stabilising and coordinating functions, ensuring operational communication between authorities, emergency services and local communities in conditions of crisis load. It was determined that the existing scientific problem lies in the lack of a holistic conceptual approach to the interpretation of regional media resistance as a systemic characteristic of information security. Within the framework of the study, regional media resistance is considered as an integral property of the local media environment, which ensures the preservation of its functional efficiency, the ability to adapt and perform socially significant communicative tasks in crisis conditions.

The purpose of the article is to provide a theoretical and methodological justification of the concept of regional media resistance and to analyse its role in the system of information security and crisis communications. To achieve the set goal, the conceptualisation of the studied concept was carried out, the theoretical foundations of crisis communications and media resistance in wartime were analysed, and the key structural and functional features of regional media adaptation to modern security challenges were identified.

Keywords: regional media, media resistance, information security, crisis communications.

Отримано редакцією видання / Received: 14.12.2025

Прорецензовано / Revised: 16.12.2025

Схвалено до друку / Accepted: 22.12.2025

Опубліковано на сайті видання / Published on the publication's website: 27.01.2026

УДК [070.16:316.658-049.2]:159.923-049.5](470+571-651.1:477)"363"

МЕДІА В КОНТЕКСТІ РОСІЙСЬКОЇ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ ВІЙНИ ПРОТИ УКРАЇНИ

Володимир Неживело

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

e-mail: volodymyr.nezhyvelo@lnu.edu.ua

<https://orcid.org/0009-0005-7432-9516>

У статті проаналізовано істотні ознаки російської інформаційно-психологічної війни проти України. Підкреслено, що метою екзистенційної агресії – докорінне знищення буття українців, їхньої ментальності, ідентичності, цивілізаційності. На цьому аморальному, антилюдському, антиукраїнському постулаті побудована загарбницько-колонізаторська політика неонациста Путіна, шовіністичної Державної Думи, маніпулятивне функціонування медіа, які широко використовують дезінформацію, фейки, наклепи, посправду для роз'їдання національної свідомості українців.

Розвінчано агресивну риторику «руського мира». Переконливо засвідчено, що під брехливими гаслами «спеціальної військової операції» проти нацистів, фашистів, мазепинців, петлюрівців і бандерівців, які, мовляв, захопили владу в Києві та нібито переслідують «російськомовних громадян», створюють загрозу Російській Федерації, московські інквізитори будь-що прагнуть знищити відроджену самостійну державу Україна, а українців – як етнос, народ, націю.

Обґрунтовано, що путінські божевільні імперські ідеї відродження Радянського Союзу в оболонці Московії заволоділи російськими народними масами. Вони схваляють, підтримують терористичну антиукраїнську війну, разом з батюшками Кіріла благословляють солдатів застосовувати проти духовно вільних, національно-свідомих українців, полонених, оскраженілі методи і форми упокорення.

Доведено, що легіони московських ботів, фальшивих акаунтів, безцеремонно в соціальних мережах розмножують брехню в одежі правди. Фальшивими наративами пронизують не тільки українське суспільство, а також Європу, Америку і навіть Африку, показуючи Україну у викривленому світі.

Тому в сучасних умовах екзистенційної та геополітичної російсько-української війни надзвичайно зростає функціональна гуманістична місія української журналістської доброчесності, щоби до серця і розуму кожної людини в Україні та громадян зарубіжних країн донести правду про московську політику духовного геноциду, терору, деморалізації українців, яка триває понад 850 років, починаючи з 1169 року, першого зловіс-

ного руйнування руського=українського золотoverxого Києва північними заліськими, моксельськими племенами суздальця Андрія Боголюбського.

Ключові слова: пропаганда, просвітницька пропаганда, історична правда, маніпуляція, медіа, постправа, засоби масової комунікації, інформаційно-психологічна війна.

Постановка проблеми. У світовому інформаційно-гуманітарному просторі безупинно пульсує море різноманітних повідомлень, спрямованих на свідомість, психіку людини. Інформаційний потенціал є визначальним у розвитку людства і кожної країни зокрема. «Свобода руху інформації у суспільстві, якість та швидкість творення нових її різновидів українською мовою є інтегральним показником і водночас доленосним чинником розвитку української нації»¹, – наголошував професор С. Й. Вовканич.

Отже, у сучасних умовах російської екзистенційної війни, метою якої докорінне знищення буття українців, їхньої ментальності та ідентичності, невід’ємною складовою національної безпеки людини, суспільства і держави, є інформаційно-психологічна безпека. Проти московської маніпулятивної пропаганди, яка ґрунтується на дезінформації, фейках, деморалізації, дезорієнтації, дезорганізації, постправді та застосовує різні методи отруєння свідомості («гнилого оселедця», «40 на 60», «великої брехні», «абсолютної очевидності»), потрібно компетентно, професійно, цілеспрямовано використовувати правдивий інформаційний ресурс.

Інформаційний ресурс – правдивий продукт українського історичного національного розвитку та українсько-російських відносин – є головною дошкульною вражаючою розвінчувальною зброєю в інформаційно-психологічній війні з російською антиукраїнською агресивною політикою. У галузі комунікативістики це означає сукупність концептуально-методологічних підходів, національно-громадянських і морально-духовних цінностей, аксіологічних настанов і журналістської професійної гідності.

Мета статті. Розкрити особливості структурних елементів російської маніпулятивної пропаганди, спрямованої проти української людини, родини, громади, суспільства, держави. Визначити негативний вплив московських антиукраїнських медійних наративів. Схарактеризувати стан захисту інформаційно-гуманістичного простору України, національного життєвого середовища від російської облудної ідеології та зловісної політики.

Для досягнення цієї мети потрібно виконати такі головні **завдання**: оглянути найважливіші наукові і журналістські праці до теми дослідження; розкрити форми і методи створення загроз українській інформаційно-психологічній безпеці; окреслити закономірності, що характерні для інформаційно-психологічного впливу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Інформаційно-психологічна війна є предметом дослідження багатьох науковців, журналістів, політиків. Професор кафедри гуманітарних наук Національної академії сухопутних військ імені Гетьмана Петра Сагайдачного Віталій Виздрік схарактеризував доктрину «русского мира», яка є основою для експансіоністської політики путінської Росії. Ідеологема «русского мира» використовує у своїй риторичній шовіністичній, расистській, ксенофобській ідеї та заклики, метою яких є насильницьке розширення імперського простору під приводом особли-

¹ Вовканич, С. (1999), *Інформація, інтелект, нація*, Вид-во «Місіонер», Львів, 1999, с. 63

вої цивілізаційної місії². «Російська інформаційна війна є багатошаровим явищем, що охоплює маніпуляції суспільною думкою через соціальні мережі, створення деструктивних наративів, дискредитацію державних інституцій та втручання в міжнародний інформаційний простір»³, – зазначила кандидат педагогічних наук Оксана Вознюк.

Про історичне підґрунтя російсько-українського протистояння, основні аспекти та інструменти інформаційної, гібридної, повномасштабної війни йдеться у статті О.О. Гордійчука⁴. У статті «Психологічні механізми інформаційного впливу на особистість дорослої людини» Євгенія Кузіна привернули увагу до негативних аспектів інформаційного прогресу, які значно впливають на людину, створюють дезінформацію та шкодять психологічному благополуччю⁵. Професор Василь Лизанчук наголосив, «що подолання важкої недуги спричиненої національному організму України тривалим московським поневоленням, яке вперто знову накидають нам кремлівські агресори, від окупації української території до фізичного винищення українців, що є безпосереднім свідченням геноциду, етноциду і лінгвоциду української нації, потребують цілеспрямованої, комплексної, системної безпекової праці в усіх сферах життєдіяльності України»⁶.

«Інформаційна зброя є надзвичайно руйнівною і впливає на найважливіше – духовну сферу суспільства, і може бути віднесена до зброї масового ураження», – наголосила Христина Максим. – Окрім того, універсальність та ефективність інформаційної зброї зводить її в ранг абсолютної зброї, доступної для всіх організованих структур у мирний і особливо у воєнний час»⁷. Професори М. В. Маркова і А. Б. Марков підкреслили, що «основною і центральною мішенню інформаційно-психологічної війни є людина, конкретна особистість з конкретними особливостями психічного сприйняття. А саме від окремих особистостей, їхніх взаємозв'язків і відносин залежить нормальне функціонування будь-яких спільнот і соціальних інституцій – від малої групи до усієї держави та суспільства загалом»⁸.

Доцентка Галина Петришин розглянула особливості інформаційної війни Росії проти України починаючи з 2000-х років до нині. Показала, що інформаційна війна

² Виздрик, В. (2024), «Імперські концепти російської інформаційної політики», *Оборонні війни: Польща 1939 – Україна 2022-2023, Монографія*, DOI: [10.33402/obv.2024-213-222c.214](https://doi.org/10.33402/obv.2024-213-222c.214)

³ Вознюк, О. (2024), «Інформаційна війна як інструмент міжнародної політики (досвід для України)», *Історико-політичні проблеми сучасного світу: Збірник наукових статей. Чернівці: Чернівецький національний університет*, Т. 50, С. 9-19, DOI: [10.31861/mhpi.2024.50.9-19.c.10](https://doi.org/10.31861/mhpi.2024.50.9-19.c.10)

⁴ Гордійчук, О. О. (2024), «Україна & Росія: основні аспекти інформаційної, гібридної та повномасштабної війни», *Політичне життя*, (Груд 2024), с. 61-70, DOI: <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2024.4.8>.

⁵ Кузіна, Є., Кузіна, Є. (2022), «Психологічні механізми інформаційного впливу на особистість дорослої людини», *Психологічні перспективи*, (40), с. 75–86. <https://doi.org/10.29038/2227-1376-2022-40-kyz>

⁶ Лизанчук, В., (2017), *Інформаційна безпека України: теорія і практика: підручник*, Львів: ЛНУ імені Івана Франка, с. 5-6.

⁷ Максим, Х. (2023), «Феномен інформаційної агресії в умовах повномасштабної війни Росії проти України», *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: «Юридичні науки»*, № 2 (38), [http://doi.org/10.23939/law2023.38.072](https://doi.org/10.23939/law2023.38.072), с. 72.

⁸ Маркова, М., Марков А. (2016), «Інформаційно-психологічна війна проти населення України як сучасна реальність: стан проблеми і шляхи подолання наслідків», *Інтегровані комунікації*, (2), <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2016.2.13> с. 82-83.

Російської Федерації має такі виміри: інформаційний простір власне України, внутрішній інформаційний простір Росії та світовий інформаційний простір, в межах яких Кремль здійснює свій маніпулятивний інформаційний вплив, тісно поєднуючи дезінформацію з пропагандою⁹. Ігор Фещенко визначає інформаційну війну як складову частину ідеологічної боротьби, акцентує увагу на психологічному аспекті війни. «Інформаційно-психологічна зброя здатна порушити психічне здоров'я населення, спонукати до спонтанних дій, спричинити тимчасові чи незворотні зміни, спрямувати особистість у необхідному для суб'єкта впливу напрямі»¹⁰.

Однак проблема багатовікового російсько-українського протистояння набирає нових морально-психічних відтінків, які насамперед пов'язані з особливостями розвитку і функціонування засобів масової комунікації. Адже новітні технології відкривають найширші інформаційні горизонти для поглиблення комунікацій в родині, громаді, суспільстві, державі, між людськими спільнотами у світовому просторі.

Методологічна основа дослідження ґрунтується на використанні загальнонаукових принципів: історизм, об'єктивність, правдивість, конкретність, системність, функціональність, пізнавальність, інформаційність та якісних і кількісних методів для вивчення тематики і змісту матеріалів медіа і соціальних мереж у контексті російської антиукраїнської інформаційно-психологічної агресії. Для ґрунтовного розкриття актуальності теми дослідження скористалися також контент-аналізом, інтент-аналізом, методами вивчення документів, узагальнення і опису.

Виклад основного матеріалу. Глибинна сутність нинішньої повномасштабної російської війни проти України – її екзистенційність. Латинське *existentia* від *existo*, що українською – «існує». Це основна категорія екзистенціалізму, яка виокремлює внутрішнє буття людини, те непізнаване, ірраціональне в національному «Я», завдяки чому людина є конкретною, оригінальною, неповторною національною особистістю. Московська ідеологія і політика майже 400 років спрямована на докорінне знищення буття українців, їхньої ментальності, ідентичності, демократичності, цивілізаційності.

Загарбницькій, руйнівній московській меті передувала комплексна, системна, маніпулятивна пропаганда про «російську місію вселюдського порятунку», яка нині набула найвитонченіших форм і методів, щоби інформаційно впливати на кожну людину, тим паче – на очільників зарубіжних держав, які досі перебувають у бульбашці російської постправди. Особлива небезпечність російської інформаційно-психологічної війни полягає в тому, що вона опирається на постмодернізм, які породили постправду і постестетику. «Нам треба відновити етичний вимір, відновити чистоту правди»¹¹, – наголосив Мирослав Маринович.

Богослов, доктор Мирослав Татарин з Університету Святого Єроніма (Канада) підкреслив, що явище постправди відкрило інформаційне поле, на якому емоційно маніпулюють міфами. На такому інформаційно-психологічному полі населення ві-

⁹ Петришин, Г. (2025), «Інформаційна війна Росії проти України: еволюція основних засобів, методів та динаміка наративів», *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Політичні науки та публічне управління*, 1(77), [https://doi.org/10.32689/2523-4625-2025-1\(77\)-17](https://doi.org/10.32689/2523-4625-2025-1(77)-17), С. 117.

¹⁰ Фещенко, І. (2021), «Інформаційна війна як органічна складова сучасного збройного конфлікту», *Філософія та політологія в контексті сучасної культури*, 13 (1), <https://doi.org/10.15421/352111>, с. 96

¹¹ Маринович, М. (2017), «Криза постмодерної релятивності та етичний вимір», *Патріярхат*, № 6 (454), с. 13, 28 грудня, доступно за адресою URL: <https://www.patriyarkhat.org.ua/statti-zhurnalu/kryza-postmodernoji-relyatyvnosti-ta-etychnyj-vymir/> (дата звернення 12.12.2025).

рить різним фейкам, себто вірить у неправду, представлену такими авторитетами, як «Правда»¹². Постправду, тобто майстерну сконструйовану неправду, потужно використовують російські телеканали «НТВ-Мир» і «Россия», кремлівські ідеологи і політики, змішуючи грішне з праведним. «Правдиве і фейкове отримують однаковий статус незалежної позиції, громадської думки. Усе має однакову вагу, значущість, – зазначає В. Карачинцев. – Правда стає секонд-хендом»¹³. Україна, жертва кремлівської агресії, урівнюється з насильником, руйнівником, гвалтівником – Російською Федерацією.

Російські постправдисти лицемірно використали слово «Правда» для створення у квітні 2022 року дезінформаційної мережі під назвою Pravda. Відтоді цю мережу поширили на 49 країн світу¹⁴. За даними американського проєкту Sunlight, мережею Pravda в 2024 році було опубліковано 3,6 мільйона статей. Зі 150 сайтів у мережі Pravda приблизно 40 є російськомовними сайтами, що публікують інформацію під доменними іменами, націленими на певні міста та регіони України, включаючи News-Kiev.ru, Kherson-News.ru та Донецьк-News.ru. Приблизно 70 сайтів націлені на Європу та публікуються такими мовами як англійська, французька, чеська, ірландська та фінська. Приблизно 30 сайтів націлені на країни Африки, Тихоокеанського регіону, Близького Сходу, Північної Америки, Кавказу та Азії, включаючи Нігер, Канаду, Японію і Тайвань. Інші сайти розділені за тематикою з такими назвами, як NATO, News-Pravda.com, Trump.News-Pravda.com та Macron.News-Pravda.com^{15,16}. Дослідники стверджують, що мережа Pravda поширила щонайменше 207 завідомо неправдивих повідомлень, основна частина яких – різні антиукраїнські наративи.

Мережа Pravda не створює власного контенту, а агрегує матеріали з російських державних ЗМІ та прокремлівських блогерів, посилюючи їхній вплив. Аналіз організації NewsGuard провідних чат-ботів на основі штучного інтелекту показав, що у 33% випадків вони повторювали помилкові повідомлення, що розповсюджується мережею «Pravda»¹⁷. Посилення антиєвропейських наративів демонструють заголовки російських медіа ТАСС, «Аргументи і факти». Наприклад, декілька заголовків у російських медіа звучать так: «Путін нагадав противникам Росії, чим закінчився похід

¹² Татарин, М. (2017), “Спокуса класицизму: привабливість постправди”, *Патріярхат*, № 6 (454), с. 6, 28 грудня доступно за адресою URL: <https://www.patriarkhat.org.ua/statti-zhurnalu/spokusa-klasysyzmu-pryvablyvist-postpravdy/> (дата звернення 12.12.2025).

¹³ Карачинцев, В. (2019), “Постправда”, *Слово Просвіти*, 20-26 червня.

¹⁴ Texty.org (2025), “Російська дезінформаційна мережа активно маніпулює ШІ-чатботами”, доступно за адресою: URL <https://texty.org.ua/fragments/114626/rosijska-dezininformaciya-zapolonyla-vsi-populyarni-shi-chatboty-doslidzhennya/> (дата звернення 12.12.2025)

¹⁵ Іваницька, Б., Гусева, С. (2018), “Основні методи пропаганди в російському інтернет-ЗМІ «Pravda.ru»”, *Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. Серія: “Журналістські науки”*, Вип. 896 №2, с. 59–64.

¹⁶ Укрінфо, (2022), “Propaganda diary-2022: рік російської дезінформації в Європі” від VoxCheck, доступно за адресою: URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/3698816-propaganda-diary2022-rik-rosijskoidezininformacii-v-evropi-vid-voxcheck.html> (дата звернення 12.12.2025).

¹⁷ Texty.org (2025), “Російська дезінформаційна мережа активно маніпулює ШІ-чатботами”, доступно за адресою: URL <https://texty.org.ua/fragments/114626/rosijska-dezininformaciya-zapolonyla-vsi-populyarni-shi-chatboty-doslidzhennya/> (дата звернення 12.12.2025)

Наполеона», «Якщо Європа продовжить протистояти рішенням США, то першою буде покарана Польща»¹⁸.

Найповніше використовують потенції паплюження України пропагандистські канали телебачення «Росія-1», «НТВ» та «Перший канал». Саме від них отримує інформацію понад 60-70% росіян. Третина ефіру – це українська тематика, звісно, дезінформаційна¹⁹. Не сприйнявши європейський вибір українців, російські маніпулятори обзивали учасників «Революції Гідності» маргінальною силою; обрану на демократичних виборах владу – державним переворотом. Канал «Росія-1», видаючи за правду, оприлюднював сфабрикований сюжет, на якому показано, як американці навчають українську молодь мітингувати. Водночас ведучий емоційно наголошував, що Україною керують США, що вона, мовляв, танцює під чужі забаганки²⁰.

Російська повномасштабна геополітична війна призвела до появи нових форм і методів інформаційно-психологічної пропаганди. Як своїм громадянам, так і світовій спільноті маніпулятори роз'яснюють у ЗМК своє розуміння понять «денацифікація» і «демилітаризація». «Після провалу «спеціальної воєнної операції» змінюється офіційна риторика, в хід йдуть інші «ідейні скрепи» про захист російською армією російськомовних українців, з'являється слово «війна», але воно не пов'язане з Україною, а з США та НАТО, акцентуючи увагу на відновленні «історичної справедливості». Не потрібно нівелювати ще одну пропагандистську мету, яка має внутрішній російський характер, а саме запобігання можливої революції в самій Росії»²¹.

У статті «Особливості та уроки гібридної війни Росії проти України» В. Божко і В. Гвоздь наголосили, що в ідеологічній експансії проти України кремлівські маніпулятори застосовують весь дискредитаційний арсенал – від інформаційних засобів пропаганди до прямої військової агресії, а саме: інформаційна війна, колабораціонізм, дискредитація державних інституцій на світовому просторі, підтримка про-російських сил в європейських країнах. Росія заявляє про намір повернути Україну під вплив та блокувати євроатлантичний курс. Намагається порушити європейську єдність і дискредитувати демократичні цінності, посилити вплив та контроль над процесами на континенті, встановити новий устрій і порядок в Європі за російським сценарієм²².

До сучасних технічних засобів, які масово використовують російські пропагандисти-маніпулятори не тільки проти українців, а й проти громадян зарубіжних країн, належать: «Інтернет-ресурси (сайти, блоги), візуальні і звукові носії (телебачення, радіо, кінотеатри, документальні фільми, пісні, новини, ток-шоу), промови (концерти, особисті зустрічі з великою аудиторією, політичні події), мистецтво (картини,

¹⁸ Машкова, Я. (2025), «Пропаганда – 2025: як Кремль перемикає фокус зі США на Європу», доступно за адресою URL: <https://imi.org.ua/monitorings/propaganda-2025-yak-kreml-pereklyuchaye-fokus-iz-ssha-na-yevropu-i67185> (дата звернення 12.12.2025)

¹⁹ Україна та проект «русского мира» (2014), аналіз доп. С. Здіорук, В. Яблонський, В. Токман [та ін.], Київ: НІСД, с. 38-47.

²⁰ Благодарний, А. (2015), «Організаційні аспекти протидії інформаційній агресії як складовій гібридної війни», *Інформаційна безпека людини, суспільства, держави*, №3, с. 48-54.

²¹ Божко, В., Гвоздь В. (2019), «Особливості та уроки гібридної війни Росії проти України», доступно а адресою: URL: <https://bintel.org.ua/wpcontent/uploads/2020/02/%D0%91%BE%D0%B6%D0%BA%D0%BE.jpg> (дата звернення: 12.12.2025), с.219.

²² Там само.

плакати), преса і література (брошури, книги, газети, журнали) та ін.»²³. Маніпуляції на інтелектуально-культурологічному фронті спрямовані на те, щоби історію Руси=України видавати за історію Московії=Росії, мовляв, великороси, білоруси, малороси (українці) – один народ, у них одна територія, мова, культура, церква. Тому надзвичайно важливо різними формами і методами розвінчувати цю московську дезінформацію, доносити історичну правду до українських і зарубіжних громадян.

Володимир Білінський у трьох томах роману-дослідження «Країна Моксель або Московія» (2008) аргументовано розвіяв десятки російських міфів. Він доказав, наприклад, що Москва не була заснована у 1147 р. Юрієм Долгоруким. Уперше поселення Москва було зафіксовано лише у 1272 році під час третього перепису населення у володіннях Золотої Орди.

Московія як князівство з'явилася у 1277 р. і була звичайним Улусом Золотої Орди. Засновником Москви і московського Улусу був хан Золотої Орди Менгу-Тимур, а не Юрій Долгорукий. Великокняжий стіл Московія отримала тільки 1328 р. при Івані Калиті та до XVI століття була в складі Орди на правах звичайного Улусу. Тоді етнос московського Улусу був переважно фінсько-татарським. Московити возили данину в Крим до 1700 р. Татаро-монголи володіли Московщиною майже 400 років – (1237-1613). Від Золотої Орди Московію визволив кримський хан Менглі-Гірей. Давньоукраїнська держава Русь вже була відома, розвинена на рівні європейських країн у 838 році. Про це ґрунтовно написано у монографії львівської вченої Ольги Щодри «Слов'яни і Русь в ранньому середньовіччі» (2021).

Московія живила ідеологію «могутньої імперії» не європейськими «хартіями вольностей», (як в Англії), не освіченими реформами ліберальних князів (як прикладом, у Флоренції), а необмеженим правом «великого государя» чинити зі своїми «людішками» і «холопами» (до останніх належали навіть близькі бояри) так, як вважає за потрібне²⁴. Такою аморальною є сьогоднішня ідеологія і політика новітнього «государя» РФ Путіна, шовінізм-нацизм якого спирається на особливості менталітету московитів=росіян, специфіку їхнього «агресивного націоналізму». Єва М. Томпсон, характеризуючи націоналізм, назвала російський націоналізм агресивним, бо «націоналізм агресивний спрямований на нав'язування власної національної ідентичності іншим. Він є рушійною силою колоніалізму»²⁵.

Захищаючи сучасну загарбницьку колоніальну війну проти України, російські інформаційні війська та їхні ботоферми масово поширюють перекручену, спотворену неправдиву інформацію. О. О. Гордійчук виокремив ключові імперативи російської інформаційно-психологічної війни проти України:

- «...створення та постійне підтримання в Україні стану керованого хаосу, суспільних суперечок і протистоянь, що послаблюють державні інститути та роз'єднують суспільство;

²³ Гордійчук, О. О. (2024), «Україна & Росія: основні аспекти інформаційної, гібридної та повномасштабної війни», *Політичне життя*. (Груд 2024), DOI: <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2024.4.8>, с. 63.

²⁴ Сюднюков, І. (2021), *Загибель Великого Новгород, Детокс*, за ред. Лариси Івшиної, Вид. 1-ше, ТОВ «Українська прес-група», Київ, с. 75-76.

²⁵ Томпсон, Єва М. (2006), *Трубадури імперії: Російська література і колоніалізм*, пер. з англ. М. Корчинської, Вид-во Соломії Павличко «Основи», Київ, с. 10

- протидія економічному, політичному та духовному розвитку України процесам євроатлантичної інтеграції;
- вплив на громадську думку в РФ, в Україні, країнах ЄС та в світі з метою створення хибного уявлення про українців як народ та події в Україні, вигідного проросійським силам;
- підтримка і активізація сепаратистських рухів;
- викоринення всього українського в Росії та скрізь, де це можливо»²⁶.

Висновки. Огляд наукових праць, аналіз тематично-змістового контенту засобів масової комунікації, соціальних мереж ґрунтовно обумовлює концепт взаємозалежності і взаємовпливу маніпулятивної інформаційно-психологічної пропаганди та екзистенційної війни проти України.

Агресивна московська=російська ідеологія і політика майже 400 літ намагаються знищити, психологічно покалічити гуманістичну свідомість українців, їхніх родин, громад, суспільства, держави. Необхідність нинішньої повномасштабної війни російські медіа спочатку формували у головах росіян та зарубіжних громадян. Цілеспрямовано використовували лексеми-асоціації: українці – це мазепинці, петлюрівці, бандерівці, «вовки в овечій шкурі», карателі, американські маріонетки. Інформаційний простір переповнений українофобськими меседжами на кшталт: Степан Бандера – слуга нацистів, УПА – колаборанти Гітлера, в Києві владу захопили фашисти тощо.

Спираючись на маніпулятивний постулат, що незалежна, демократична Україна найбільше заважає відтворенню Радянського Союзу і може напасти на Росію, кремлівський «государь»-диктатор Путін відправив полчища новітніх загарбників в Україну, щоби «остаточно розв'язати українське питання». Тобто знищити «захисний націоналізм» (Єва М. Томпсон), який одвічно захищає українську національну ідентичність.

Російські медіа весь свій новітній ресурс використовують для інформаційно-психологічної війни з Україною. На озброєнні маніпуляторів дезінформація, наклепи, брехня, агресивна риторика, погрози, залякування, нав'язування зневіри, ядерний шантаж. Щоби реципієнти ловилися на отруйні психічні гачки, слуги зловісного Кремля використовують методи маніпулятивної пропаганди: «гнилого оселедця», «40 на 60», «великої брехні», «абсолютної очевидності».

Отже, щоби ґрунтовно розвінчувати російську маніпулятивну пропаганду, протиставити монстру Росії образ успішної, морально-духовної, цивілізованої європейської України, складовою професіоналізму працівників українських ЗМК має бути національна «особистісна зрілість» (Є. Кузіна). На засадах свідомого і критичного мислення не лише вчасно, об'єктивно, правдиво інформувати про факти, події, явища, а й ставити перед собою вищу мету – своїми матеріалами допомагати утверджувати українськоцентричні, національно-патріотичні переконання. Морально-духовний чесний журналістський професіоналізм, громадянська націєтворча позиція ґрунтуються на глибоких знаннях правдивої історії, української мови, літератури, мистецтва, культури, ментальних звичаїв, традицій, національної ідентичності.

²⁶ Гордійчук, О. О. (2024), «Україна & Росія: основні аспекти інформаційної, гібридної та повномасштабної війни», *Політичне життя* (Груд. 2024), DOI: <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2024.4.8>. с.63.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Божко, В., Гвоздь В. (2019), «Особливості та уроки гібридної війни Росії проти України», доступно за адресою: URL: <https://bintel.org/ua/wpcontent/uploads/2020/02/%D0%91%BE% D0%B6%D0% BA% D0%BE.jpg> (дата звернення: 12.12.2025).
2. Благодарний, А. (2015), «Організаційні аспекти протидії інформаційній агресії як складовій гібридної війни», *Інформаційна безпека людини, суспільства, держави*, №3, с. 48 – 54.
3. Виздрик, В. (2024), «Імперські концепти російської інформаційної політики», *Оборонні війни: Польща 1939 – Україна 2022-2023*, Монографія, DOI: <https://doi.org/10.33402/obv.2024-213-222>
4. Вовканич, С. (1999), *Інформація, інтелект, нація*, вид-во «Місіонер», Львів, 1999, 416 с.
5. Вознюк, О. (2024), «Інформаційна війна як інструмент міжнародної політики (досвід для України)», *Історико-політичні проблеми сучасного світу: Збірник наукових статей*. – Чернівці: Чернівецький національний університет, Т. 50, с. 9-19. DOI: <https://doi.org/10.31861/mhpi2024.50.9-19>
6. Гордійчук, О. О. (2024), «Україна & Росія: основні аспекти інформаційної, гібридної та повномасштабної війни», *Політичне життя*, (Груд. 2024), с. 61-70. DOI: <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2024.4.8>
7. Іванницька, Б., Гусєва, С. (2018), «Основні методи пропаганди в російському інтернет-ЗМІ «Pravda.ru», *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: «Журналістські науки», вип. 896, № 2, с. 59 – 64.
8. Карачинцев, В. (2019), «Постправада», *Слово Просвіти*, 20-26 червня.
9. Кузіна, Є., Кузіна, Є. (2022), «Психологічні механізми інформаційного впливу на особистість дорослої людини», *Психологічні перспективи*, (40), с. 75–86. <https://doi.org/10.29038/2227-1376-2022-40-kyz>
10. Лизанчук, В. (2017), *Інформаційна безпека України: теорія і практика: підручник*, ЛНУ імені Івана Франка, Львів, 728 с.
11. Максим, Х. (2023), «Феномен інформаційної агресії в умовах повномасштабної війни Росії проти України», *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: «Юридичні науки», № 2 (38), с. 72–77, <http://doi.org/10.23939/law2023.38.072>
12. Маринович, М. (2017), «Криза постмодерної релятивності та етичний вимір», *Патріярхат*, № 6 (454), с.1-7, 28 грудня, доступно за адресою URL: <https://www.patriyarkhat.org.ua/statti-zhurnalu/kryza-postmodernoji-relyatyvnosti-ta-etychnyj-vymir/> (дата звернення 12.12.2025).
13. Маркова, М., Марков А. (2016), «Інформаційно-психологічна війна проти населення України як сучасна реальність: стан проблеми і шляхи подолання наслідків», *Інтегровані комунікації*, (2), с. 73-85. <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2016.2.13>
14. Машкова, Я. (2025), «Пропаганда – 2025: як Кремль перемикає фокус зі США на Європу», доступно за адресою URL: <https://imi.org.ua/monitorings/propaganda-2025-yak-kreml-pereklyuchaye-fokus-iz-ssha-na-yevropu-i67185> (дата звернення 12.12.2025).
15. Петришин, Г. (2025), «Інформаційна війна Росії проти України: еволюція основних засобів, методів та динаміка наративів», *Наукові праці Міжрегіональної*

- Академії управління персоналом. *Політичні науки та публічне управління*, 1(77), с. 117-128. [https://doi.org/10.32689/2523-4625-2025-1\(77\)-17](https://doi.org/10.32689/2523-4625-2025-1(77)-17)
16. Татарин, М. (2017), “Спокуса класицизму: привабливість постправди”, *Патріярхат*, №6 (454), с. 1–7, 28 грудня, доступно за адресою URL: <https://www.patriyarkhat.org.ua/statti-zhurnalu/spokusa-klassytsyzmu-pryvablyvist-postpravdy/> (дата звернення 12.12.2025).
 17. *Texty.org* (2025), “Російська дезінформаційна мережа активно маніпулює ШІ-чат-ботами”, доступно за адресою: URL <https://texty.org.ua/fragments/114626/rosijska-dezinformaciya-zapolonyla-vsi-populyarni-shi-chatboty-doslidzhennya/> (дата звернення 12.12.2025)
 18. Томпсон, Єва М. (2006), *Трубадури імперії: Російська література і колоніалізм*, пер. з англ. М. Корчинської, Вид-во Соломії Павличко «Основи», Київ, 368 с.
 19. Сюдюков, І. (2021), *Загибель Великого Новгород, Детокс*, за ред. Лариси Івшиної, Вид. 1-ше, ТОВ «Українська прес-група», Київ, с. 75-76.
 20. Україна та проєкт «русского мира»: (2014), *Аналiт. доп. С. Здіорук, В. Яблонський, В. Токман [та ін.]*. Київ: НІСД, Сер. «Гуманітарний розвиток», вип. 1, 80 с.
 21. *Укрінфо*, (2022), «Propaganda diary-2022: рік російської дезінформації в Європі» від VoxCheck., доступно за адресою: URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/3698816-propaganda-diary2022-rik-rosijskoidezininformacii-v-evropi-vid-voxcheck.html>, (дата звернення 12.12.2025).
 22. Фещенко, І. (2021), “Інформаційна війна як органічна складова сучасного збройного конфлікту”, *Філософія та політологія в контексті сучасної культури*, 13 (1), с. 96-103. <https://doi.org/10.15421/352111>

REFERENCES

1. Bozhko, V., Hvoz V. (2019), “Features and Lessons of Russia’s Hybrid War Against Ukraine” available at URL: <https://bintel.org.ua/wpcontent/uploads/2020/02/%D0%91%BE%D0%B6%D0%BA%D0%BE.jpg> (Date of access: 12.12.2025).
2. Blahodarnyi, A. (2015), “Organizational Aspects of Countering Information Aggression as a Component of Hybrid War”, *Informatsiina bezpeka liudyny, suspilstva, derzhavy*, №3, pp. 48–54.
3. Vyzdryk, V. (2024), “Imperial Concepts of Russian Information Policy”, *Oboronni viiny: Polshcha 1939 – Ukraina 2022-2023, Monohrafiia*, <https://doi.org/10.33402/obv.2024-213-222>
4. Vovkanych, S. (1999), *Information, Intellect, Nation*, Vyd-vo «Misioner», 416 p.
5. Vozniuk, O. (2024), “Information Warfare as an Instrument of International Politics (Lessons for Ukraine)”, *Istoryko-politychni problemy suchasnoho svitu: Zbirnyk naukovykh statei. – Chernivtsi: Chernivetskyi natsionalnyi universytet*, T. 50, pp. 9-19. DOI: <https://doi.org/10.31861/mhpi2024.50.9-19>
6. Hordiichuk, O.O. (2024), “Ukraine & Russia: Key Aspects of Information, Hybrid, and Full-Scale War”, *Politychne zhyttia*, (Hrud. 2024), pp.61-70. DOI: <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2024.4.8>.
7. Ivannytska, B., Husieva, S. (2018), “The Main Methods of Propaganda in the Russian Online Media Pravda.ru”, *Visnyk Natsionalnoho universytetu “Lvivska politekhnika”. Seriia: “Zhurnalistski nauky”*, Vyp. 896 №2, pp. 59–64.

8. Karachyntsev, V. (2019), "Posttruth", *Slovo Prosvity*, 20-26 chervnia.
9. Kuzina, Ye., Kuzina, Ye. (2022), "Psychological Mechanisms of Informational Influence on the Adult Personality", *Psykhologichni perspektyvy*, (40), pp. 75–86. <https://doi.org/10.29038/2227-1376-2022-40-kyz>
10. Lyzanchuk, V. (2017), *Information Security of Ukraine: Theory and Practice: A Textbook*, Lviv: LNU imeni Ivana Franka, 728 p.
11. Maksym, Kh. (2023), "The Phenomenon of Information Aggression in the Context of Russia's Full-Scale War Against Ukraine", *Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politehnika". Seriya: "Iurydychni nauky"*, № 2 (38), pp. 72–77, <http://doi.org/10.23939/law2023.38.072>
12. Marynovych, M. (2017), «The Crisis of Postmodern Relativity and the Ethical Dimension», *Patriyarkhat*, № 6 (454), pp.1-7, 28 hrudnia, available at URL: <https://www.patriyarkhat.org.ua/statti-zhurnalu/kryza-postmodernoji-relyatyvnosti-ta-etychnyj-vymir/> (Date of access: 12.12.2025).
13. Markova, M., Markov A. (2016), «Information and Psychological Warfare Against the Population of Ukraine as a Contemporary Reality: The State of the Problem and Ways to Overcome Its Consequences», *Intehrovani komunikatsii*, (2), pp. 73-85. <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2016.2.13>
14. Mashkova, Ya. (2025), "Propaganda 2025: How the Kremlin Is Shifting Its Focus from the United States to Europe", available at URL: <https://imi.org.ua/monitorings/propaganda-2025-yak-kreml-pereklyuchaye-fokus-iz-ssha-na-yevropu-i67185> (date of access 12.12.2025).
15. Petryshyn, H. (2025), "Russia's Information War Against Ukraine: Evolution of Key Tools, Methods, and the Dynamics of Narratives", *Naukovi pratsi Mizhrehionalnoi Akademii upravlinnia personalom. Politychni nauky ta publichne upravlinnia*, 1(77), pp. 117-128. [https://doi.org/10.32689/2523-4625-2025-1\(77\)-17](https://doi.org/10.32689/2523-4625-2025-1(77)-17)
16. Tataryn, M. (2017), "The Temptation of Classicism: The Appeal of Post-Truth", *Patriyarkhat*, № 6 (454), pp.1-7, 28 hrudnia, available at URL: <https://www.patriyarkhat.org.ua/statti-zhurnalu/spokusa-klasysyizmu-pryvablyvist-postpravdy/> (date of access 12.12.2025).
17. *Texty.org* (2025), "The Russian Disinformation Network Actively Manipulates AI Chat-bots", available at URL: <https://texty.org.ua/fragments/114626/rosijska-dezinformaciya-zapolonyla-vsi-populyarni-shi-chatboty-doslidzhennya/> (date of access 12.12.2025)
18. Tompson, Yeva M. (2006), *Troubadours of the Empire: Russian Literature and Colonialism*, per. z anhl. M. Korchynskoi, Vyd-vo Solomii Pavlychko «Osnovy», Kyiv, 368 p.
19. Siundiukov, I. (2021), *The Fall of Great Novgorod, Detoks*, za red. Larysy Ivshynoi, Vyd. 1-she, TOV «Ukrainska pres-hrupa», Kyiv, pp. 75-83.
20. Ukraine and the "Russian World" Project: *analytical report S. Zdioruk, V. Yablonskyi, V. Tokman and other*, NISD, Kyiv, Ser. «Humanitarni rozvytok», vyp. 1, 80 p.
21. *Ukrinfo*, (2022), "Propaganda diary-2022: The Year of Russian Disinformation in Europe by VoxCheck", available at URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/3698816-propaganda-diary2022-rik-rosijskoidezinformacii-v-evropi-vid-voxcheck.html> (Date of access 12.12.2025).
22. Feshchenko, I. (2021), "Information Warfare as an Integral Component of Modern Armed Conflict", *Filosofia ta politolohiia v konteksti suchasnoi kultury*, 13(1), S. 96-103. <https://doi.org/10.15421/352111>

MEDIA IN THE CONTEXT OF RUSSIA'S INFORMATION AND PSYCHOLOGICAL WARFARE AGAINST UKRAINE

Volodymyr Nezhyvelo

Ivan Franko National University of Lviv
General Chuprynka Str., 49, Lviv, Ukraine, 79044
e-mail: volodymyr.nezhyvelo@lnu.edu.ua
<https://orcid.org/0009-0005-7432-9516>

The article analyses the key characteristics of Russia's information and psychological warfare against Ukraine. It emphasises that the aim of this existential aggression is the radical destruction of the being of Ukrainians – their mentality, identity, and civilisational foundations. On this immoral, anti-human, and anti-Ukrainian postulate rests the expansionist and colonial policy of the neo-Nazi Putin, the chauvinistic State Duma, and the manipulative functioning of the media, which widely employ disinformation, fakes, slander, and post-truth to erode the national consciousness of Ukrainians.

The aggressive rhetoric of the 'Russian world' (*Russkii mir*) is exposed. It is convincingly demonstrated that under the deceitful slogans of a 'special military operation' against Nazis, fascists, Mazepists, Petliurists, and Banderites – who allegedly seized power in Kyiv and supposedly persecute 'Russian-speaking citizens', thereby creating a threat to the Russian Federation – Moscow's inquisitors at any cost seek to destroy the revived Ukraine independent state and Ukrainians as an ethnic group, people, and the nation.

It is substantiated that Putin's deranged imperial ideas of reviving the Soviet Union in the guise of Muscovy have captured the Russian masses. They approve of and support the terrorist anti-Ukrainian war and together with priests loyal to Kirill bless soldiers to apply savage methods and forms of subjugation against spiritually free, nationally conscious Ukrainians, including prisoners.

It is proven that legions of Moscow's bots and fake accounts brazenly multiply lies dressed as truth on social media. Through fabricated narratives, they permeate not only Ukrainian society but also Europe, America, and even Africa, portraying Ukraine in a distorted light.

Therefore, under the contemporary conditions of the existential and geopolitical Russian-Ukrainian war the functional humanistic mission of Ukrainian journalistic integrity grows exceptionally important: to bring the truth about Moscow's policy of spiritual genocide, terror, and the demoralisation of Ukrainians to the hearts and minds of every person in Ukraine and citizens of foreign countries – a policy that has lasted for more than 850 years, beginning in 1169 with the first ominous destruction of Kyivan Rus'/Ukrainian golden-domed Kyiv by the northern Zalesian, Moksel tribes under Andrei Bogolyubskyi of Suzdal.

Keywords: propaganda, educational propaganda, historical truth, manipulation, media, post-truth, mass communication, information and psychological war.

Отримано редакцією видання / Received: 13.12.2025

Порецензовано / Revised: 22.12.2025

Схвалено до друку / Accepted: 22.12.2025

Опубліковано на сайті видання / Published on the publication's website: 27.01.2026

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2026: 58; 77–85 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2026.58.13912>

УДК 316.653:32:316.77

ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПОЛІТИЧНИХ НАРАТИВІВ У ПРОЦЕСАХ КОНСТРУЮВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ

Юлія Овчар

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

e-mail: yuliia.ovchar@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0003-9412-699X>

Проаналізовано функціональний потенціал політичних наративів у процесах конструювання громадської думки в умовах сучасного інформаційного суспільства. Обґрунтовано роль політичних наративів як потужного інструменту впливу на аудиторне сприйняття, емоційні оцінки та суспільні уявлення. Особливу увагу зосереджено на взаємодії політичних наративів, громадської думки та медіакомунікацій у сучасному інформаційному просторі.

Ключові слова: політичний наратив, громадська думка, інформаційне суспільство, політична комунікація, аудиторне сприйняття.

Постановка проблеми. Сучасний інформаційний простір, насичений безпрецедентною кількістю даних та інтенсивністю комунікаційних потоків, перетворив політику насамперед на битву за сенси та сприйняття, що характеризується інтенсивними комунікаційними потоками, фрагментованістю медіаспоживання та зростанням ролі символічних форм впливу на суспільну свідомість. В умовах домінування медіа та цифрових платформ, де увага аудиторії є найціннішим ресурсом, традиційні форми політичної комунікації втрачають свою ефективність. Натомість, потужним інструментом впливу на громадську думку стає політичний наратив, як послідовність пов'язаних подій, фактів чи вражень, що передає певне ідеологічно марковане послання через людей, їхні дії, та контекст, у якому вони існують. У умовах інформаційного суспільства політична комунікація дедалі частіше реалізується не через раціонально-аргументативні моделі, а через наративні структури, які здатні інтегрувати події, факти й емоційні смисли в цілісні історії, зрозумілі й прийнятні для широких аудиторій. Саме політичний наратив у цьому контексті постає як один із ключових інструментів формування та конструювання громадської думки.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю осмислення функціонального потенціалу політичних наративів, як специфічних комунікативних конструкцій, що діють на перетині політики, медіа та суспільної свідомості. Недостатньо науково дослідженим та представленим залишається саме функціональний аспект

політичного нарративу, як технології, що цілеспрямовано конструює громадську думку, враховуючи політичні нарративи, які не лише відображають політичну реальність, а й активно беруть участь у її інтерпретації, легітимації та символічному упорядкуванні, впливаючи на процеси сприйняття, оцінювання й ухвалення рішень аудиторіями. У динамічному інформаційному суспільстві, де «стрімкість поширення інформації поєднується з її фрагментарністю та емоційним забарвленням»¹ здатність конструювати переконливі та зрозумілі історії прямо визначає їхній успіх у єдності прихильників та нейтралізації опонентів.

Мета статті полягає у теоретико-методологічному обґрунтуванні та розкритті функціонального потенціалу політичних нарративів як ключового інструменту конструювання громадської думки в умовах сучасного інформаційного суспільства. Для досягнення поставленої мети передбачено виконання таких **завдань**: уточнити термінологічне розуміння нарративу та політичного нарративу; ідентифікувати ключові механізми впливу політичних нарративів на формування аудиторного сприйняття та громадської думки; визначити методологічні засади дослідження нарративного впливу; окреслити роль політичного нарративу як елемента публічних комунікацій в інформаційному суспільстві.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасній науковій традиції поняття нарративу розглядається як послідовність взаємопов'язаних подій, фактів або вражень, об'єднаних спільним смисловим ядром і переданих через комунікативний контекст. Дослідження феномену нарративу має глибоке міждисциплінарне коріння, охоплюючи філософію, лінгвістику, культурологію та політичну комунікацію. Сучасні науковці розглядають нарратив не просто як послідовність подій, а як фундаментальний механізм організації людського досвіду та соціального пізнання. Політичний нарратив як окрема категорія аналізу активно досліджується в працях українських і зарубіжних науковців. Науковиця І. Броварська визначає політичний нарратив як «спосіб формування політичних концептів через символічні історії, які поєднують ідеологічні смисли з конкретними політичними подіями»². Дослідниця Н. Стеблина акцентує на «міждисциплінарному характері досліджень політичного нарративу, що поєднує підходи політичної комунікації, медіалінгвістики та соціології»³.

Проблематика громадської думки у взаємодії з політичною комунікацією розкривається у працях Л. Бобрової⁴, О. Третьяк та В. Торяник, які розглядають громадську думку як «динамічний соціально-психологічний феномен, що формується в публічній сфері політики»⁵. В умовах інформаційного суспільства, за спостережен-

¹ Яцимірська, М. (2022), «Сучасний медіатекст: політичні нарративи, смисли і сенси, емоційні маркери», *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*, (51), с. 216–224.

² Броварська, І. А. (2024), «Політичний нарратив як спосіб формування політичних концептів», *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*, (211), с. 20–27.

³ Steblyna, N.O. (2019), «Narrative in the field of political communications: The approaches of most cited papers on Web of Science», *Політичне життя*, (3), pp. 95–100.

⁴ Боброва, Л. (2023), «Концептуалізація поняття суб'єкта громадської думки у соціально-психологічній науці», *Вісник післядипломної освіти. Серія «Соціальні та поведінкові науки»*, 23(52), с. 10–24.

⁵ Третьяк, О. А. & Торяник, В. М. (2023), «Громадська думка та публічна сфера політики: можливості взаємовпливу в умовах демократизації», *Вісник Донецького національного університету імені Василя Стуса. Серія: Політичні науки*, с. 27–32.

нями А. Шаповалової та О. Коваль «громадська думка дедалі більше залежить від медіатизованих форм дискурсу, серед яких наративи посідають провідне місце»⁶. Важливим є також аналіз впливу медіа на висвітлення політичних подій, зокрема, у контексті Революції Гідності, де наративи відіграли критичну роль у формуванні суспільної свідомості⁷.

Виклад основного матеріалу дослідження. Наратив у політичній комунікації постає як форма смислової організації політичного буття. Його сутність полягає в здатності поєднувати розрізнені факти й події в логічно та емоційно цілісну історію, яка надає політичним процесам зрозумілу для аудиторії інтерпретацію. Політичний наратив завжди функціонує в конкретному соціальному та культурному контексті, що зумовлює його семантику, тональність і переконливість.

Функціональний потенціал політичних наративів у процесах конструювання громадської думки є багатограним і реалізується через низку стратегічних комунікаційних механізмів, які набули особливої ваги в умовах сучасного інформаційного суспільства. Політичний наратив – це потужний інструмент, що слугує для перетворення складної, хаотичної політичної дійсності на спрощену зрозумілу історію, з якою аудиторія може легко ідентифікуватися.

Термінологічно політичний наратив доцільно визначити як структуровану комунікативну модель політичної реальності, що через послідовність подій, образів і смислів формує інтерпретаційні рамки сприйняття політики та спрямовує громадську думку (*тлумачення Ю. Овчар*). Такий наратив не лише інформує, а й оцінює, інтерпретує та емоційно маркує політичні явища.

Функціональний потенціал політичних наративів проявляється, насамперед, у здатності впливати на громадську думку як співіснуючий компонент інформаційного суспільства. Громадська думка формується в умовах постійної взаємодії індивідуального та колективного сприйняття, де медіа виступають ключовими посередниками. Як зазначає дослідниця Л. Боброва «суб'єкт громадської думки не є пасивним реципієнтом інформації, однак саме наративні структури значною мірою задають рамки інтерпретації»⁸.

Інформаційне суспільство, що характеризується домінуванням цифрових медіа та соціальних мереж, виступає середовищем, де політичні наративи функціонують найбільш ефективно. Наративи, громадська думка та інформаційне суспільство утворюють триаду співіснуючих і взаємозалежних компонентів. Інформаційне суспільство надає інфраструктуру (платформи, швидкість, доступність), наративи – зміст (сенси, емоції, ідеологію), а громадська думка – реакцію (підтримку, протест, легітимацію).

Наративи є тим єднаючим компонентом, який об'єднує розрізнені факти та створює цілісну картину світу. Ця цілісність критично важлива для формування громадської думки, оскільки вона забезпечує обробку інформації через так звану «про-

⁶ Шаповалова, А. & Коваль, О. (2025), «Соціологія публічних комунікацій: політичний дискурс і громадська думка в інформаційному суспільстві», *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Політологія*, (21), с. 330–336.

⁷ Мітчук, О., Крупський, І. & Прокопеч, В. (2025), «Інформаційно-комунікаційні особливості висвітлення подій Революції Гідності (2013–2014 рр.)», *Образ*, 1 (47), с. 99–107.

⁸ Боброва, Л. (2023), «Концептуалізація поняття суб'єкта громадської думки у соціально-психологічній науці», *Вісник післядипломної освіти. Серія «Соціальні та поведінкові науки»*, 23 (52), с. 10–24.

цесуальну плинність» (processing fluency), за словами дослідників «чим легше зрозуміти історію, тим вона переконливіша»⁹. В умовах інформаційного перевантаження (інфомедії) політичні наративи дозволяють спростити складні політичні проблеми до бінарних опозицій («ми» проти «вони», «добро» проти «зло»), що пришвидшує прийняття позиції аудиторією. Наратив, таким чином, виступає посередником між політичною елітою та масовою свідомістю.

В умовах сучасного інформаційного простору політичні наративи адаптуються до аудиторних характеристик, зокрема до рівня медіаграмотності, емоційної чутливості та соціального досвіду реципієнтів. Це забезпечує їхню ефективність як інструментів впливу. Дослідження О. Bullock, Н. Shulman та R. Huskey доводять, що «наративи є переконливими саме завдяки когнітивній легкості сприйняття, що підсилює їхній вплив на ставлення та оцінки аудиторії»¹⁰.

Політичні наративи особливо активно функціонують у періоди соціальних трансформацій і криз, коли суспільство потребує смислового пояснення подій. Прикладом цього є інформаційно-комунікаційні процеси, пов'язані з Революцією Гідності, де наративи відігравали ключову роль у формуванні громадської позиції та мобілізації суспільства¹¹.

У контексті дослідження функціональності політичних наративів має специфічні характеристики, які відрізняють його від звичайного дискурсу:

1) Ідеологічна цілеспрямованість пояснюється тим, що він (політичний наратив) завжди слугує певній політичній меті, чи то підтримка уряду, об'єднання електорату, чи делегітимація опонента;

2) Структурна визначеність супроводжується залученням чітко визначених акторів (герої), конфлікт, кульмінацію та розв'язку (або його обіцянку);

3) Емоційний резонанс характеризується «використанням емоційних маркерів»¹² для створення глибокого зв'язку з аудиторією (страх, надія, обурення).

Функціональний потенціал політичного наративу полягає у його здатності виконувати конструктивну функцію створюючи реальність. Оскільки, за словами дослідниці Броварської «наративи конструюють політичні концепти»¹³, тобто визначають, що є «проблемою», а що «успіхом». Наприклад, той самий економічний факт може бути оформлений у наратив «прориву та відновлення» або у наратив «занепаду та кризи» залежно від виголошення політичним діячем.

Розповіді про «національне відродження», «захист традиційних цінностей» чи «боротьбу з зовнішнім ворогом» створюють моральне право для політичних лідерів на здійснення влади та прийняття непопулярних рішень. Переконливі історії

⁹ Bullock, O.M., Shulman, H.C. & Huskey, R. (2021), "Narratives are persuasive because they are easier to understand: examining processing fluency as a mechanism of narrative persuasion", *Frontiers in Communication*, 6.

¹⁰ Там само.

¹¹ Мітчук, О., Крупський, І. & Прокопеч, В. (2025), "Інформаційно-комунікаційні особливості висвітлення подій Революції Гідності (2013–2014 рр.)", *Образ*, 1(47), с. 99–107.

¹² Яцимірська, М. (2022), "Сучасний медіатекст: політичні наративи, смисли і сенси, емоційні маркери", *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*, (51), с. 216–224.

¹³ Броварська, І. А. (2024), "Політичний наратив як спосіб формування політичних концептів", *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*, (211), с. 20–27.

перетворюють пасивних спостерігачів на активних учасників політичного процесу (електорат, протестувальників, волонтерів).

На основі представленого бачимо, що політичний наратив є потужним інструментом для формування громадської думки, оскільки він діє не лише на раціональному, а й на емоційному та ціннісному рівнях, що є основою його функціонального потенціалу.

Ефективність політичного наративу нерозривно пов'язана з його здатністю адаптуватися до аудиторних характеристик. У сучасному політичному бутті аудиторія є високосегментованою, її сприйняття контексту визначається особистим досвідом, ідеологічними переконаннями та джерелами інформації.

Наративи створюються та поширюються з урахуванням специфіки цільових груп утворюючи сегментацію та резонанс. Наприклад, наратив, орієнтований на молоде, урбанізоване населення, використовуватиме теми інновацій та глобалізації, тоді як наратив для консервативної частини населення апелюватиме до традицій та стабільності. Чим сильніше наратив резонує з існуючими переконаннями аудиторії, тим вищий його функціональний потенціал.

Однією з головних ситуацій щодо впливу на аудиторію є механізм ідентифікації. Коли індивід впізнає себе у «герої» або поділяє цінності, що відстоює наратив, він стає менш критичним до його змісту. «Емоційне залучення, посилене швидкими, візуально насиченими комунікаціями»¹⁴, замінює раціональний аналіз. Це особливо помітно в соціальних медіа, де короткі, емоційно заряджені історії можуть миттєво формувати колективні настрої та реакції.

Сприйняття політичного наративу завжди відбувається у певному політичному та соціальному контексті. Наприклад, в умовах зовнішньої агресії «ефективними» є наративи про єдність, героїзм та екзистенційну боротьбу»¹⁵. Натомість, в умовах економічної кризи акцент зміщується на наративи про відповідальність, реформи та обіцянки добробуту. Наратив успішно конструює громадську думку лише тоді, коли він відповідає суспільному запиту чи існуючому травматичному досвіду, пропонуючи переконливе пояснення та шлях до «кращого майбутнього».

Сучасний інформаційний простір надає політичним наративам безпрецедентну швидкість поширення та інструментарій для мікротаргетингу. Це перетворило політичний наратив на головну зброю в боротьбі за громадську думку.

В основі конструювання громадської думки лежить прагнення до наративного домінування, тобто створення такого набору історій, який витіснить або підпорядкує собі альтернативні погляди. Це реалізується шляхом постійного повторення ключових повідомлень через різні канали (медіа, лідери думок, соціальні мережі), що створює ефект «інформаційного вакууму», в якому інша версія подій здається неправдоподібною або маргіальною.

¹⁴ Mitchuk, O., Velychko, Z., Novohatko, L., Shayda, N. & Marunchak, V. (2025), "Innovative journalism and to be able to in convergence context: new influence formats in context modern media", *Universidad y Sociedad*, 17 (5), e5370–e5370.

¹⁵ Artyukh, V., Sadivnychy, V., Mitchuk, O., Yatsenko, H., Sypchenko, I. & Zykun, N. (2025), "Existential Discourse and Communicative Strategy of Philosophical Journalism of Ukrainian Emigration after World War II", *Journal of Cultural Analysis and Social Change*, 10 (2), pp. 4797–4804.

Політичний наратив слугує для формування не лише емоційного ставлення, але й самого «ядра» громадської думки – її ціннісно-нормативної основи. Наприклад, наративи про корупцію формують в аудиторії переконання щодо необхідності радикальних антикорупційних реформ. Наративи про успішну зовнішню політику створюють консенсус щодо її незмінності. Це ядро громадської думки стає стійким до спростувань і визначає подальшу політичну поведінку громадян.

У ситуаціях криз чи виборів функціональний потенціал наративів розкривається максимально. Наратив тут виконує функцію «рамкування» (framing), визначаючи, як саме суспільство має сприймати поточний контекст. Наприклад, політичний скандал може бути рамкований як «атака ворожих сил» або як «закономірний прояв системної хвороби». Від обраного рамкування залежить подальша динаміка громадської думки та політичні наслідки. У цьому сенсі політичний наратив є не стільки відображенням, скільки активним творцем політичної реальності, що впливає на політичне буття країни. Політичний наратив виступає потужним інструментом конструювання громадської думки, оскільки поєднує когнітивний, емоційний і ціннісний рівні впливу, формуючи цілісне бачення політичної реальності.

Результати і перспективи подальших досліджень. Результати дослідження засвідчують, що функціональний потенціал політичних наративів полягає в їхній здатності системно впливати на процеси формування громадської думки через смислову інтеграцію політичного досвіду аудиторій. Перспективними напрямками подальших досліджень є емпіричний аналіз наративних стратегій у цифрових медіа та вивчення взаємодії політичних наративів із різними типами аудиторій. У сучасному медіасередовищі політичний наратив діє як інтегратор, що поєднує інфраструктуру інформаційного суспільства зі змістом публічної сфери.

Політичний наратив у сучасному інформаційному суспільстві постає як ключовий функціональний інструмент конструювання громадської думки. Його ефективність зумовлена здатністю поєднувати події, факти та емоційні смисли в цілісні комунікативні моделі, які формують аудиторне сприйняття політичної реальності. Усвідомлення функціонального потенціалу політичних наративів є необхідною передумовою для розуміння механізмів впливу політичної комунікації на суспільну свідомість у сучасному інформаційному просторі.

Висновки. В умовах сучасного інформаційного суспільства політичний наратив набув статусу стратегічного ресурсу, який має потужний функціональний потенціал у процесах конструювання громадської думки. Наратив – це цілеспрямована, ідеологічно навантажена історія, що пояснює політичну дійсність через послідовність подій, і визначає, як саме суспільство має сприймати той чи інший політичний контекст.

Громадська думка та інформаційне суспільство є співіснуючими компонентами, де останнє надає технологічні можливості для швидкого та масованого поширення наративів, а перша є об'єктом і результатом цього впливу. Успішний політичний наратив завжди враховує аудиторні характеристики, апелюючи до базових цінностей та емоцій, що дозволяє йому обходити критичний фільтр свідомості.

Політичний наратив є слугуючим потужним інструментом для формування громадської думки і є саме тим функціональним потенціалом, який конструє громадську думку, перетворюючи політичний дискурс на ефективний інструмент управління суспільною свідомістю.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Боброва, Л. (2023), “Концептуалізація поняття суб’єкта громадської думки у соціально-психологічній науці”, *Вісник післядипломної освіти. Серія «Соціальні та поведінкові науки»*, 23 (52), с. 10–24.
2. Броварська, І. А. (2024), “Політичний наратив як спосіб формування політичних концептів”, *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*, (211), с. 20–27.
3. Мацьопа, Х. (2023), “Інформаційні технології як засіб формування громадської думки (на прикладі США)”, *Науково-теоретичний альманах «Грані»*, 26 (4), с. 30–35.
4. Мітчук, О., Крупський, І. та Прокопець, В. (2025), “Інформаційно-комунікаційні особливості висвітлення подій Революції Гідності (2013–2014 рр.)”, *Образ*, 1 (47), с. 99–107.
5. Третяк, О. А. та Торяник, В. М. (2023), “Громадська думка та публічна сфера політики: можливості взаємовпливу в умовах демократизації”, *Вісник Донецького національного університету імені Василя Стуса. Серія: Політичні науки*, с. 27–32.
6. Шаповалова, А. та Коваль, О. (2025), “Соціологія публічних комунікацій: політичний дискурс і громадська думка в інформаційному суспільстві”, *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Політологія*, (21), с. 330–336.
7. Яцимірська, М. Г. (2022), “Сучасний медіатекст: політичні наративи, смисли і сенси, емоційні маркери”, *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*, (51), с. 216–224.
8. Artyukh, V., Sadivnychyi, V., Mitchuk, O., Yatsenko, H., Sypchenko, I., and Zykun, N. (2025), “Existential Discourse and Communicative Strategy of Philosophical Journalism of Ukrainian Emigration after World War II”, *Journal of Cultural Analysis and Social Change*, 10(2), pp. 4797–4804.
9. Bullock, O. M., Shulman, H. C., and Huskey, R. (2021), “Narratives are persuasive because they are easier to understand: examining processing fluency as a mechanism of narrative persuasion”, *Frontiers in Communication*, 6.
10. Chaban, N. and Zhabotynska, S. (2019), “Political images and perceptions at the interdisciplinary crossroads. Introduction to the Special Issue ‘Ukraine–EU Relations: Verbal Narratives, Images, and Perceptions’”, *Cognition, Communication, Discourse*, (17), pp. 13–23.
11. Mitchuk, O., Velychko, Z., Novohatko, L., Shayda, N., and Marunchak, V. (2025), “Innovative journalism and to be able to in convergence context: new influence formats in context modern media”, *Universidad y Sociedad*, 17(5), e5370–e5370.
12. Steblyna, N. O. (2019), “Narrative in the field of political communications: The approaches of most cited papers on Web of Science”, *Політичне життя*, (3), pp. 95–100.

REFERENCES

1. Bobrova, L. (2023), “Conceptualization of the Concept of the Subject of Public Opinion in Socio-Psychological Science”, *Bulletin of Postgraduate Education. Series ‘Social and Behavioral Sciences’*, 23 (52), pp. 10–24.
2. Brovarynska, I. A. (2024), “Political Narrative as a Means of Forming Political Concepts”, *Academic Notes. Series: Philological Sciences*, (211), pp. 20–27.

3. Matsiopa, Kh. (2023), “Information Technologies as a Means of Forming Public Opinion (Case of the USA)”, *Scientific-Theoretical Almanac ‘Grani’*, 26 (4), pp. 30–35.
4. Mitchuk, O., Krupskiy, I. & Prokopets, V. (2025), “Information and Communication Features of Coverage of the Events of the Revolution of Dignity (2013–2014)”, *Obraz*, 1 (47), pp. 99–107.
5. Tretiak, O.A. & Torianyk, V.M. (2023), “Public Opinion and the Public Sphere of Politics: Possibilities of Mutual Influence under Democratization”, *Bulletin of Vasyl Stus Donetsk National University. Series: Political Sciences*, pp. 27–32.
6. Shapovalova, A., & Koval, O. (2025), “Sociology of Public Communications: Political Discourse and Public Opinion in the Information Society”, *Bulletin of the Precarpathian University. Series: Political Science*, (21), pp. 330–336.
7. Yatsymirskaya, M. (2022), “Modern Media Text: Political Narratives, Meanings and Senses, Emotional Markers”, *Bulletin of Lviv University. Series: Journalism*, (51), pp. 216–224.
8. Artyukh, V., Sadivnychyi, V., Mitchuk, O., Yatsenko, H., Sypchenko, I. & Zykun, N. (2025), “Existential Discourse and Communicative Strategy of Philosophical Journalism of Ukrainian Emigration after World War II”, *Journal of Cultural Analysis and Social Change*, 10 (2), pp. 4797–4804.
9. Bullock, O. M., Shulman, H. C. & Huskey, R. (2021), “Narratives are persuasive because they are easier to understand: examining processing fluency as a mechanism of narrative persuasion”, *Frontiers in Communication*, 6.
10. Chaban, N. & Zhabotynska, S. (2019) “Political Images and Perceptions at the Interdisciplinary Crossroads. Introduction to the Special Issue ‘Ukraine–EU Relations: Verbal Narratives, Images, and Perceptions’”, *Cognition, Communication, Discourse*, (17), pp. 13–23.
11. Mitchuk, O., Velychko, Z., Novohatko, L., Shayda, N. & Marunchak, V. (2025), “Innovative Journalism and To Be Able to in Convergence Context: New Influence Formats in Modern Media”, *Universidad y Sociedad*, 17 (5), e5370–e5370.
12. Steblyna, N. O. (2019), “Narrative in the Field of Political Communications: The Approaches of Most Cited Papers on Web of Science”, *Political Life*, (3), pp. 95–100.

THE FUNCTIONAL POTENTIAL OF POLITICAL NARRATIVES IN THE PROCESSES OF CONSTRUCTING PUBLIC OPINION

Yulia Ovchar

Ivan Franko National University of Lviv
General Chuprynka Str., 49, Lviv, Ukraine, 79044
e-mail: yuliia.ovchar@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0003-9412-699X>

The article provides a comprehensive analysis of the functional potential of political narratives in the processes of constructing public opinion in the modern information society. The relevance of the study is determined by the growing role of narrative forms in political communication, which increasingly determine the ways of interpreting political events and decisions in the media space. Political narrative is considered as a sequence of interrelated events, facts and meanings, which, immersed in a specific socio-cultural and informational context, transmit a certain political message and form a stable interpretative framework for the perception of reality.

The purpose of the article is to theoretically and methodologically substantiate and reveal the functional potential of political narratives as a key tool for constructing public opinion in the conditions of a modern information society. To achieve this goal, the following tasks are envisaged: to clarify the terminological understanding of narrative and political narrative; to identify key mechanisms of the influence of political narratives on the formation of audience perception and public opinion; to determine the methodological principles of the study of narrative influence; to outline the role of political narrative as an element of public communications in the information society.

Due to their narrative nature, political messages acquire the ability to influence not only the level of awareness, but also the evaluative judgments, emotional reactions and behavioral attitudes of recipients. Particular attention is paid to the functional interaction of political narratives and public opinion as coexisting components of the information society, where the media act as a key environment for their circulation and consolidation.

Keywords: political narrative, public opinion, information society, political communication, audience perception.

Отримано редакцією видання / Received: 18.12.2025

Прорецензовано / Revised: 21.12.2025

Схвалено до друку / Accepted: 22.12.2025

Опубліковано на сайті видання / Published on the publication's website: 27.01.2026

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2026: 58; 86–98 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2026.58.13913>

УДК 070:316.77

КРИТЕРІЇ ВИБОРУ ТЕМИ ЖУРНАЛІСТСЬКОГО МАТЕРІАЛУ

Ігор Паславський

Львівський національний університет імені Івана Франка,

вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна

e-mail: Ihor.Paslavskyi@lnu.edu.ua

<https://orcid.org/0000-0002-7620-0071>

У статті проаналізовано тематичний спектр сучасних медіа, акцентовано на доцільності розширення тематики виступів засобів масової інформації. Доведено, що кожен етап творчого журналістського процесу – від виникнення задуму до визрівання теми і формування концепції журналістського твору – вимагає глибокого опрацювання первинного фактологічного матеріалу, визначення оптимального ракурсу висвітлення теми. Аргументовано, що сумлінна «докомп'ютерна» робота над журналістським твором неодмінно сприятиме підвищенню ефективності журналістських публікацій, зростанню політичної свідомості й культури суспільства.

Ключові слова: медіа, тематика виступів у медіа, тема журналістського матеріалу, редакційна інформаційна концепція, індивідуальний творчий задум, критерії вибору теми.

Актуальність дослідження зумовлена основним принципом функціонування медіа: повніше і глибше інформувати широке коло реципієнтів про спектр подій, фактів та явищ; оперативно аналізувати найважливіші із них; критично оцінювати діяльність влади, силових та правоохоронних структур, судових інстанцій. Однією із передумов задоволення інформаційних потреб аудиторій є розширення тематичного спектру виступів засобів масової інформації та вибір тем, висвітлення яких є нагальним запитом суспільства і відповідає його очікуванням. Дріб'язковість тем, другорядність проблем та звуженість тематики матеріалів – це негативні та неприємні тенденції функціонування сучасних медіа, що позначається на їхній авторитетності та впливовості.

Предметом дослідження є авторський індивідуальний, продиктований творчим задумом журналіста, та колективний редакційний вибір теми журналістського матеріалу, визначення засад та критеріїв актуальних тем інформаційних та аналітичних виступів. **Об'єкт** дослідження – розширення тематичного спектру медіа, визначення раціонального ракурсу висвітлення актуальних проблем, глибшого та системнішого опрацювання фактологічного матеріалу з метою підвищення ефективності медіа та поінформованості аудиторії.

Метою наукової публікації є визначення критеріїв, що впливають на вибір журналістом теми матеріалів з метою розширення тематичного спектру медійних матеріалів, повнішого забезпечення інформаційного запиту реципієнтів. Із сформульованої мети виокремлюємо такі **завдання**:

- довести взаємозалежність інформаційної концепції медійної структури та тематики журналістських матеріалів;
- довести ірраціональність орієнтації медійників на тематику, що підвищує рейтинг медіа як короткострокову за успішністю і невиправдану з критеріїв надання повного спектру важливої інформації;
- визначити оптимальну модель поєднання редакційних тематичних планів із одноосібним тематичним вибором журналіста, детермінованим його творчим задумом.

Наукова розробка проблеми. Тематичний спектр медійних матеріалів став предметом досліджень провідних українських журналістикознавців: Д. Прилюка, А. Москаленка, В. Різуна, В. Шкляра, В. Іванова, Б. Потятиника, С. Костя та ін. В. Здоровега виокремив «задум, тему, концепцію, ідею твору» в окремий розділ підручника з базової дисципліни «Теорія і методика журналістської творчості»¹. Акцентував, що «задум – найперший щабель творчого процесу... перша стадія народження теми»². Визначив шляхи та джерела виникнення журналістського задуму, довів, що є два види визрівання задуму: редакційне замовлення і вільне його зародження. Підкреслив, що оптимальним є комбінований варіант, коли намір журналіста «знаходить чіткіше і виразніше формулювання в редакційному плані чи завданні»³.

Серед сучасних українських дослідників тематику медіа системно аналізує Н. Стеблина. У фокусі її наукової уваги – місцева періодика в час інтенсивного розвитку нових медіа. Авторка констатує, що «в мережевому світі мало ексклюзивних новин»⁴. Як аналітикиня Інституту демократії імені Пилипа Орлика Н. Стеблина досліджувала тематику регіональних телеграм-каналів і дійшла висновку, що «шок», «жах» і «треш» - це їхні домінуючі тематичні виступи⁵. У фаховому «Детекторі медіа» авторка констатує, що регіональні медіа надають перевагу історіям про земляків, криміналу та тримають під медійним контролем органи місцевої влади⁶.

¹ Здоровега, В. Й. (2008), *Теорія і методика журналістської творчості: підруч., 3-тє вид.*, ПАІС, Львів, 276 с.

² Там само, с. 70.

³ Там само, с. 69.

⁴ Іванова, О., Мойсєєва, О., Стеблина, Н. (2019), *Місцева преса: Посібник для ЗМІ. Як регіональним журналістам працювати за часів нових медіа та кризи демократії*, за ред. О. Іванової, ТОВ «Бізнесполіграф», Київ, с. 117.

⁵ Стеблина, Н. (2024), ««Шок», «жах» і «треш» – про що та як пишуть регіональні телеграм-канали», *Детектор медіа*. URL: <https://detector.media/infospace/article/231306/2024-08-26-shok-zhakh-i-tresh-pro-shcho-ta-yak-pyshut-regionalni-telegram-kanaly/>

⁶ Стеблина, Н. (2021), «Історії про земляків, кримінал чи контроль місцевої влади: яким темам надають перевагу регіональні ЗМІ», *Детектор медіа*. URL: <https://detector.media/regionalna-presaoain/article/185517/2021-03-05-istorii-pro-zemlyakiv-kryminal-chy-kontrol-mistsevoi-vlady-yakym-temam-nadayut-perevagu-regionalni-zmi/>

Соціальну проблематику регіональних медіа на матеріалах телерадіокомпанії «Суспільне Черкаси» дослідила І. Хлистун⁷. Аналіз контенту провідних онлайн-медіа у ракурсі «новини під час війни» провів Д. Баркар⁸. Тематичний аналіз новин «Українські медіа між війною, політикою та розважальним контентом» провела О. Голуб⁹, у якому констатувала «високий рівень кримінальних новин» у регіональних медіа.

Медійну тематику системно вивчають також зарубіжні журналістикознавці. Професор Клаус Маєр аналізує її через категорію «гейткіпінгу», яка бере початок у 40-их роках у США, і досліджує поведінку редакторів новин при прийнятті рішення: які новини із стрічок інформаційних агенцій відправити в корзину для сміття, а які розмістити на шпальті чи в ефірі. Клаус Маєр акцентує, що громадські інституції через організовані ініціативи практикують у Німеччині «виявлення та оприлюднення тем, які журналізм занедбав, але які все ще є актуальними для значної частини населення»¹⁰.

Натомість Зігфрід Вайшенберг досліджує «стратегії тематизації», зміст яких полягає в тому, що та сама важлива подія має різні аспекти й акценти висвітлення у бульварній пресі, поважних загальнонаціональних медіа і локальних засобах масової інформації¹¹.

Фолькер Вольф зазначає, що знання, досвід та журналістська допитливість виводять на «нові, цікаві теми»¹², та стверджує, що «сервісна журналістика» (інформація у медіа про сферу послуг. – *І.П.*) вже є реальністю нашого часу¹³.

Заслугує на увагу міркування французького дослідника Іва Аньєса щодо критеріїв відбору інформаційних матеріалів та мовно-стилістичних засад викладу журналістських текстів¹⁴.

Окреслені ракурси наукових праць – важливі й цінні, однак системний аналіз тематики сучасних медіа – це перспективний і нагальний напрям.

Методи дослідження: загальнонаукові – аналізу та синтезу, індукції та дедукції. Порівняльний метод дав змогу зіставити тематику преси державного періоду

⁷ Хлистун, І. В. (2024), «Соціальна проблематика регіональних ЗМІ у період повномасштабного вторгнення Росії в Україну (на матеріалі телерадіокомпанії «Суспільне Черкаси)», *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, Том 35 (74), № 1 (2024), Частина 2, с. 246-252, <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.1.2/39>

⁸ Баркар, Д. (2023), «Новини під час війни. Аналіз контенту провідних онлайн-медіа — травень 2023 року», *Детектор медіа*. URL : <https://detector.media/infospace/article/213630/2023-07-01-novyny-pid-chas-viyny-analiz-kontentu-providnykh-onlayn-media-traven-2023-roku/>

⁹ Голуб, О. (2025), «Українські медіа між війною, політикою та розважальним контентом. Тематичний аналіз новин», 13 жовт., *ІМІ*. URL : <https://imi.org.ua/monitorings/yak-ukrayinski-media-trymayut-fokus-na-fronti-ta-rishennyah-derzhavy>

¹⁰ Маєр, К. (2022), *Журналістика: підруч.*; пер. з нім. В. К. Лимченка, В. Олійника; за заг. ред. В. Іванова, Академія української преси, Центр вільної преси, Київ, с. 216.

¹¹ Вайшенберг, З. (2004), *Новинна журналістика: навч. посіб.*, під заг. ред. В. Ф. Іванова, Академія української преси, Київ, с. 49.

¹² Фолькер, В. (2017), *Журналістика газет і журналів*, пер. з нім. В. Климченко, Центр вільної преси, Київ, с. 40.

¹³ Там само, с. 265–279.

¹⁴ Аньєс, І. (2013), *Підручник із журналістики: Пишемо для газет*, ВД «Києво-Могилянська академія», Київ, 544 с.

з медійною тематикою сьогодення, а історичний – простежити еволюційні зміни тематики медіа. Соціально-комунікаційний підхід дав змогу встановити взаємовплив комунікаційних структур на тематичний спектр окремого медіа.

Вибір теми журналістського матеріалу – це завдання складне і відповідальне, спрощений підхід до якого неодмінно детермінує індивідуальну авторську та колективну редакційну невдачу. Творчі працівники, що уникають гострих, важливих та актуальних тем, свідомо позбавляють себе можливості задавати тон у творчому процесі колективу, уникають регулярної, системної та конструктивної комунікації із спраглим на важливі інформаційні повідомлення та глибоку аналітику реципієнтом. А відтак не витримують творчо-професійної конкуренції в конкретному редакційному колективі та з працівниками інших медійних структур, з якими волею долі у ринкових умовах медіа конкурують за увагу читача або глядача.

«Усі теми добрі, окрім нудних», – віджартовуються на фахових «круглих» столах журналісти й редакційні менеджери. Даючи тим зрозуміти, що найактуальнішу тему можна звести нанівець поверховим, невдалим висвітленням або другорядним фокусуванням. З прикрістю мусимо констатувати, що українські медійники дедалі частіше обирають для висвітлення затишні для себе тематичні ніші, роками абстрагуючись від цілого спектру важливих для суспільства проблем. У середньостатистичному німецькому авторитетному виданні, наприклад, не менше третини матеріалів присвячено економічно-фінансовій проблематиці у різних її аспектах, ракурсах та проявах. Натомість у львівських впливових медіа може тижнями не з'являтися жодного матеріалу чи сюжету на тему економіки, бізнесу чи фінансів.

Відчуття теми – це ознака професіоналізму. Доволі поширеним є твердження, що воно набувається роками повсякденної творчої праці в засобах масової інформації. Досвідчений журналіст бачить цікаву тему завжди і за будь-яких обставин, натомість початківець не бачить її «впритул». Дивитись – не означає бачити. Бачення проблеми очима репортера чи редакційного аналітика впевнено можна зараховувати до критеріїв професіоналізму. Але таке трактування має безліч контраргументів. Досвід, медійний в тому числі, і справді дуже важлива річ. Креативна та обдарована особа стає визнаним фахівцем не одномоментно, а через певний проміжок часу, час викристалізовує її вищий фаховий рівень. Але тоді всі ветерани медійних колективів були б неперевершеними фахівцями, а їхні молоді колеги відчували б себе у творчому редакційному процесі на другій позиції. Що насправді не так, ба більше, не за віковим критерієм редакційний менеджер добирає творчих працівників. Творча особистість і в ранньому віці починає продукувати зрілі й довершені доробки. Отже, віковий критерій важливий, але – не визначальний.

Деякі журналістикознавці вибір теми заміняють на повніше й точніше поняття – відчуття теми, у яке вкладають і професійність творчого працівника, і його інтуїтивну здатність вхопити швидкоплинну зацікавленість проблемою реципієнта і навіть здатність передбачувати ймовірний резонанс публікації чи ефірної передачі. Відчуття теми є невіддільною частиною творчого потенціалу журналіста, його професійної майстерності, успішності та визнання.

Природна здатність медійника відрізнити малоцікаві теми від тих, що в цей момент і в цих географічних вимірах найбільше очікують реципієнти, є запорукою результативності виступу окремого журналіста, а подекуди й усього редакційного

колективу. Вдалий, резонансний матеріал може на порядок збільшити читацьку/глядацьку аудиторію, підвищити рейтинг та вагомість засобу масової інформації.

Друга, не менш поширена, теза: журналістські матеріали диктує життя, його реалії. А звідси і порада медійникам: пиши, що бачиш, чуєш, відчуваєш, і такий матеріал буде завжди затребуваний аудиторією, яка висловлюватиме вдячність за системне занурення в реальність та ритм повсякденності. Таку теорію можна вважати, власне, класичним словоблудством, вираженою еквілібристикою на кшталт тези про те, що «лідером української нації є сам український народ» або «українська селянка є національною елітою». Ірраціональність твердження про «саме життя і реальну дійсність» зумовлена відсутністю часових і просторових меж, критеріїв важливості, цікавості, змістовності та актуальності. Неможливо писати про все, що відбувається. Це непосильне, а головне, непотрібне завдання. Доцільно виокремлювати найважливіше, щоб сповна задовільнити інформаційні та естетичні потреби масової аудиторії, на яку і спрямований кожен журналістський матеріал. Ба більше, реалістично висвітлюючи повсякденність у її вульгаризованому форматі, журналіст свідомо прирікатиме себе на долю заручника «самого життя», плентатиметься за фактами, подіями, явищами. Не наважуватиметься на осмислення їх, розуміння, трактування й узагальнення. Така теорія вибору та трактування важливості теми, ймовірно, наближує журналіста – творчу, креативну та ініціативну особистість – до статусу інформаційного офіціанта реальної дійсності. Дякувати долі, у реальній дійсності таке не спостерігається з моменту появи медіа.

Третя дискусійна теза – це так звані «потрібні теми». «Потрібні» у недалекому минулому – владним персоналіям, згодом – засновнику/-кам, а сьогодні дедалі частіше – «грошовим мішкам» або реальному власникові медіа. Делікатність, тонкість проблеми полягає в тому, що потрібні комусь журналістські матеріали не мають жодної ваги для реципієнтів, особливо для вдумливого та критично мислячого сегменту медійної аудиторії. Теми ці нав'язують журналістам. Сутність висвітлюваної проблеми медійники зазвичай не переймаються, бо це виходить за межі продиктованих правил. Цікавістю та важливістю такі матеріали не вирізняються, а їхню актуальність часто підмінюють реальні або змодельовані інформаційні приводи.

Окреслимо три основні категорії «потрібних тем»: замовні публікації, матеріали на догоду комусь стосовно чогось, та менш токсичні – «на цю тему ми ще не писали або висвітлювали її досить давно».

Серед журналістів із чималим досвідом практичної роботи поширені й інші тези щодо вибору теми. Перша з них: що б ви не висвітлювали, яку б проблему не опрацьовували, обов'язково в епіцентр свого виступу поставте конкретну людину і вже крізь її розуміння, сприйняття й міркування осягайте цю проблему. У такому випадку ви застрахуєте себе від абстрактності, голослівної інтерпретації, а подекуди навіть тривіального моралізаторства. Конкретна особа у публікації сприяє зближенню ймовірного реципієнта із висвітлюваною проблемою, збільшує довіру до сутності викладеного у журналістському матеріалі. Така позиція має очевидне раціональне зерно, бо журналістський виступ отримує певний емоційний колорит, стає персоналізованим і більш динамічним. Але окреслений метод подачі журналістської інформації не є достатнім і універсальним, бо він не дає можливості виокремлювати теми за важливістю, актуальністю та затребуваністю.

Серед американських місцевих медіа тривалий час домінувала позиція стосовно такої «вічної» теми, як спортивна тематика. Спорт є, був і завжди залишається у фокусі уваги найширшої громадськості. Спортивні змагання проводяться з багатьох видів, регулярно, на різних рівнях. Завжди спостерігається підвищений інтерес до ігрових командних спортивних баталій, а відтак кожен оперативний, ритмічний та емоційно забарвлений репортаж зі спортивних арен неодмінно знаходить свого вдячного реципієнта.

Як наслідок, деякі номери муніципальних американських друкованих видань були щонайменше на третину заповнені спортивною тематикою з чималою кількістю великих за форматом фотографій, які передавали увесь спектр драматичного перебігу спортивних змагань у місцевій школі серед учнів умовних 10 А і 10 Б класів.

Серед певної категорії творчих медійних працівників давно утвердилось неписане правило – не знаєш про що писати, пиши про спорт. Не помилишся. Спортивна тематика для деяких медіа може бути визначальною. Але не спортом єдиним живе окрема спільнота і суспільство загалом. Є теми не менш важливі та злободенні.

Інститут масової інформації рекомендує при виборі теми враховувати правило наближення до «загальнолюдських зацікавлень», яке широко практикують європейські журналісти. Зміст правила: «чим ближча тема читачеві, тим вона цікавіша для нього». Факторами наближення, як зазначають автори посібника «Щоденна робота журналіста», є:

1. Актуальність у часі. Подія, яка щойно відбулася, має вищу зацікавленість.

2. Приналежність до соціальної групи. Подробиці із життя людей з однієї із читачем соціальної групи швидше його зацікавлять, ніж факти із життя далекої від нього соціальної групи.

3. Географічні виміри. Та сама подія може зацікавити більше чи менше, залежно від того, як далеко чи близько від нас вона відбулася¹⁵.

Не менш цікава й така теза авторів зазначеного посібника: варто розцінювати журналістський матеріал як комерційний товар, який у автора має «купити» спочатку головний редактор, а потім й широке коло читачів¹⁶.

Відповідно до актуальності, важливості, суспільного інтересу та значимості виокремимо чотири рівні розкриття теми:

1. У короткому інформаційному матеріалі журналісти повідомляють про факт, подію, явище за принципом: «що?», «де?», «коли?» відбувалося.

2. В інформаційно-аналітичній публікації рівня розширеної кореспонденції дають відповіді на питання: «чому відбулося?», «з яких причин відбулося?» і «які наслідки матиме?».

3. В аналітичній проблемній статті глибоко, системно й аргументовано розкривають зміст та сутність факту, події, явища, аналізують масштаби, наслідки, вплив на реальність та ймовірну перспективу.

4. Якщо тема і коло зумовлених нею проблем надалі зберігає свою актуальність та важливість, бо події сягають нового етапу розвитку, а широка громадськість надалі виявляє зацікавлення перебігом, медійники повертаються до її висвітлення для повного задоволення інформаційних запитів реципієнтів. На якому етапі припинити

¹⁵ *Щоденна робота журналіста: посіб.* (1999), Київ, с. 5.

¹⁶ Там само, с. 6.

висвітлення – це вирішує керівник редакційного структурного підрозділу, автор або головний редактор.

У цифрову епоху сформувалась особлива категорія реципієнтів, яка отримує задоволення від регулярного перегляду лише стрічок новин. Ця категорія молодих, як правило, людей дотримується принципу: не заглиблюватися у повсякденну реальність, а лише отримувати інформацію про найважливіші події. Аналітичні публікації ці особи вважають моралізаторськими та суб'єктивними, а відтак не вартими їхньої уваги. Психологи стверджують, що власне цей сегмент реципієнтів не має визначених ціннісних орієнтирів і системної уяви про сучасний світ. Тривожний і той факт, що поза їхніми інтересами залишається якісна публіцистика та художня література.

Є цікаві теми для журналістських публікацій, які впродовж тривалого часу залишаються поза увагою деяких медійників, редакційних колективів та всієї журналістської спільноти. Відомий львівський журналіст та редактор Ігор Гулик стривожений, що однією з таких тем є українська культура. Масовій національній культурі журналісти віддають належне: повідомляють, інформують, дискутують. А от про велику, серйозну українську культуру, скажімо – про творчість Івана Марчука, художника зі світовим ім'ям, журналістських матеріалів обмаль – не публічна особа, в соціальних мережах не розкручена. Для медійників це наче сигнал про невдачу. Рейтингу, мовляв, передача про нього не додасть.

Але зникають не лише теми, зникають і деякі, раніше широко практиковані, жанри журналістських матеріалів. Зокрема – нарис, у фокусі якого була людина із колом визначених її проблем. Якоюсь мірою виправданим є «зникнення» памфлету – гостровикривального, контрпропагандистського жанру, у якому з ідеологічних позицій через механізм гумору та сатири гостро розвінчувалися ідеологічні противники.

Тематичну спеціалізацію як запоруку якості журналістського матеріалу мала б широко практикувати медійна редакція. Автори мають свої «козирні» теми, у проблемний спектр яких заглиблюються впродовж тривалого творчого періоду. Матеріали на ці «рідні» теми вирізняються з-поміж інших публікацій змістовністю, глибиною осмислення, рівнем журналістського узагальнення та змістовим наповненням меседжів, адресованих масовій аудиторії. «Козирні» для себе теми журналіст висвітлює у чималій кількості публікацій. В ідеалі, вони становлять 80–90 відсотків усього його творчого медійного доробку, бо в цих темах він орієнтується на фаховому рівні і спроможний вести конструктивний безособистісний діалог із найприскіпливішим реципієнтом.

Однак, практична робота епізодично вимагає універсалізації журналіста у тематичному ракурсі – висвітлювати теми, які є поза увагою, освітнім та інтелектуальним потенціалом журналіста. Для розкриття останніх журналіст має докласти певних зусиль, щоб опанувати ази та особливості проблеми, досягнути її на рівні, необхідному для винесення проблеми на суд масової аудиторії. Деяким журналістам вдається досягти поставленої мети і їхні журналістські виступи належно сприймаються і досягають ефективності та дієвості.

У тоталітарний період були теми-табу – критика партійної номенклатури, «дівщина» в армії, кримінальна ситуація в країні, «життя святих» та їхніх мажорних дітей, корупція в державних та правоохоронних органах, екологічна тематика. Пере-

лік можна було доповнити ще добрим десятком пунктів. Натомість сучасні українські медіа також уникають цілої низки важливих, суспільно затребуваних тем через їхню складність або недосяжність. Це з позицій творчих працівників редакційних колективів. З міркувань та критеріїв медійних менеджерів теми журналістських матеріалів поділяють на рейтингоформувальні та рейтингознижувальні. Як не дивно, до останніх зараховують матеріали на екологічну проблематику, оскільки вони, мовляв, викликають читацько-глядацький інтерес лише у вузької аудиторії реципієнтів – професійних екологів та екологічних активістів, волонтерів природоохоронних структур.

У «нульових» роках на теренах пострадянського простору популярною була теза про такий визначальний критерій вибору теми, як «інформаційна політика засновника». З позиції сьогодення його можна і варто поставити під сумнів з низки міркувань. По-перше, не кожен засновник формулює свою «інформаційну політику». І якщо медіа авторитарних держав мають і донині свої специфічні умови становлення і розвитку, то українські медіа не так тотально залежать від засновника, а західні медіа вже століттями практикують невтручання засновника в редакційну політику. По-друге, можливо, важливіше, а отже, з позиції аргументації, переконливіше: з «інформаційною політикою засновника», вочевидь, журналіста ознайомлюють до підписання з ним контракту чи зарахування творчої особистості в редакційний штат. Відхилення можливі, якщо інформаційна політика засновника мінлива, як березнева погода, але в більшості випадків вона стала, тобто визначена щонайменше на певний тривалий час. Журналіст або сприймає її, і тоді вона фактично відповідає і його світоглядним та моральним критеріям, або ж рішуче відкидає її як несумісну із його переконаннями та життєвою позицією.

Писати проти власної волі журналіст-професіонал може раз чи другий, але аж ніяк не завжди. Без внутрішньої енергії, що йменується натхненням, продукувати якісні, зрілі й глибокі матеріали не спроможний навіть непересічний талант. З примусу або страху – так, але відносно недовго, і без вагомих успіхів. «Пролетарська» література і журналістика – яскраве тому підтвердження.

Доволі неспілку, але тематику медійних виступів поділяють і за гендерним принципом, виокремлюючи жіночу та чоловічу тематику. Якщо, наприклад, телевізійний канал більше орієнтований на чоловічу аудиторію, то у його контексті домінують «серйозні» програми та передачі – інформаційні та інформаційно-аналітичні програми, авторські передачі зі спортивної тематики – футбол та фаховий аналіз футбольних матчів, хокейні баталії та силові види спорту, зокрема – професійний бокс. На жіночу аудиторію спроектовуються розважальні передачі, тревел-журналістика, кухонно-рецептурна тематика та аналогічні. Із спортивного життя – фігурне катання, легка атлетика та спортивні танці. Отож тематична спроектованість телевізійного каналу формується залежно від аудиторії за гендерною ознакою, відповідно до інформаційних, естетичних та побутових вподобань цієї суспільної групи.

Журналіст – це особа, яка спроможна із слів вибудовувати фрази, а з них змістовні, влучні і зрозумілі речення. Оригінальність і свіжість думки журналіста – запорука його творчого успіху, але не визнання. Визнання гарантує позиція. Смілива, прозора, зрозуміла. А головне – принципова і чесна. Журналістом за покликанням є той, хто цю позицію не лише має, а й той, хто сам щиро вірить у її правильність та спроможний переконати свого невидимого співрозмовника-реципієнта. Заціка-

вивши його раз, він полегшує своє завдання вдруге, згодом – втретє. Із регулярних реципієнтів журналіста формується читацька та глядацька аудиторія, яка підвищує накладу у друкованих медіа і збільшує рейтинги їхніх ефірних видів.

Писати треба так і на такі теми, щоб і через роки не соромно було читати написане. Бо змінюються режими, політики, вожді і пріоритети, але час такий швидкоплинний, найкраще відсіває раціональне від ірраціонального, а правду від упередженості та заангажованості.

Непоодинокі у рейтингових медіа й прикрі випадки, коли поза усіляким сумнівом важлива, гостро затребувана тема журналістської публікації у спрощеному варіанті авторської редакції залишається нерозкритою або хибно потрактованою. Власне такою є публікація «Який інститут? Ось вам повістка – і до війська», надрукована у тиражній львівській газеті «Експрес». За формою подачі ця публікація зберігає всі атрибути об'єктивного й неупередженого журналістського виступу, у якому авторка вправно дистанціювалась від суб'єктивного трактування проблеми – запросила фахових експертів із категорії адвокатів, військових аналітиків та народного обранця з реальним бойовим досвідом. А за змістом публікація поверхова, тенденційна, одностороння і така, що виправдовує відвертих ухилинтів, які у бальзаківському віці вирішили здобувати фах в українських вишах¹⁷.

Подекуди на «курячу сліпоту» у тематично-проблемному ракурсі занеджують не окремі журналісти чи редакційні структури, а й всі національні медіа. Виконавчий директор Українського інституту майбутнього В. Денисенко слушно дорікає медійникам: «Призначення нового міністра освіти Оксена Лісового. Я не знаю, чи наявний в його дисертації плагіат... Про що ми говорили протягом кількох днів після його призначення? Про що завгодно, тільки не про майбутній вигляд нашої освіти... Напевно, нам потрібно змінювати підхід до нової української школи. Про це жодного слова в дискусіях не було»¹⁸. В інформаційному просторі країни, визнаймо, проблеми школи та вишів на момент призначення нового освітянського очільника не були пріоритетними, натомість про ймовірний плагіат медіа повідомляли наввипередки.

Призначення медіа полягає в тому, щоб зорієнтувати реципієнтів у нагальних проблемах сьогодення. І. Магдин в образній формі сформулювала їхню важливість і затребуваність: «Забери німцю його ранкову “Allgemeine Zeitung”, поляку “Gazetu Wyborczu”, французу “Le Monde”, американцю “The New York Times” – і у ЄС почнеться громадянська війна, а американці перестануть купувати хот-доги, що спричинить Велику Депресію»¹⁹.

Соціальна тематика для українських медійників – це завжди стовідсоткове потрапляння в десятку. Вона в епіцентрі глядацько-читацької уваги перебуватиме доти, доки не сформується стійкий середній клас, для якого соціальна тема перестане асоціюватися із боротьбою за виживання чи право на життя.

Доречно розрізняти теми індивідуальні і теми, які водночас оперативно висвітлюватимуть інші медіа та привернуть увагу блогерів у соціальних мережах. Ска-

¹⁷ Голодрига, Ю. (2023), «Який інститут? Ось вам повістка – і до війська», *Експрес*, №17, 27 квіт. – 4 трав., с. 1, 3.

¹⁸ Бацман, О. В. (2023), «Денисенко: Найголовніший міф про Путіна – що він завтра помре», *Бульвар Гордона*, квітень, с. 7.

¹⁹ Магдиш, І. (2004), «Слово теж діло / Солодка свобода слова», *І*, № 32, с. 3.

жімо, тема корупції у футболі, яку за результатами журналістського розслідування має намір висвітлити автор, є його індивідуальним творчим задумом, який він реалізовуватиме без проєкції на конкурентне медійне творче середовище. Натомість резонансний вчорашній футбольний матч національної збірної висвітлюватимуть журналісти різних медіа, які мимоволі конкуруватимуть за критеріями оперативності, змістового наповнення, виокремлення найцікавіших ракурсів, обґрунтованої деталізації та навколоматчевої обізнаності.

Перспективність дослідження медійної тематики зумовлена трансформаційними процесами у внутрішній і зовнішній політиці держави, змінами в суспільно-політичній ситуації, науково-технічним прогресом, незворотними процесами у різних галузях та секторах загальнодержавного господарського комплексу. Оперативно висвітлювати діапазон, динаміку, ритм та масштаби цих процесів, змін, перетворень, перспектив та надбань – це засадниче призначення медіа, зреалізувати яке вони можуть через розширення тематики своїх виступів, акцентування уваги на сферах і галузях, які в конкретний історичний момент стають пріоритетними, визначальними. Такими, як у роки гострої фази російської збройної агресії, є теми військової потужності держави, економічно-фінансової її стійкості, стану її збройних сил, надійності ППО. Тематика виступів у медіа – це категорія змінна, зорієнтована на суспільні процеси.

Висновки

1. Вибір теми журналістського матеріалу – важливий і відповідальний етап роботи над журналістським матеріалом.
2. Тематика журналістських виступів детермінована інформаційною концепцією конкретного медіа і спроєктована на визначений сегмент аудиторії.
3. Актуальні, важливі для реципієнта, очікувані теми підвищують ефективність, дієвість та рейтинги медіа.
4. Тематична дріб'язковість та одноманітність є симптоматичною ознакою творчого застою журналіста й зумовлює невтішну перспективу медійної структури.
5. Принцип «наближення до читача» – це перевірений орієнтир тематичного вибору журналіста, але не єдиний і не універсальний.
6. Авторський задум на етапі визрівання теми та ймовірних ракурсів її розкриття має пройти щаблі «редакційного колективного розуму» – професійного обговорення.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Аньєс, І. (2013), *Підручник із журналістики: Пишемо для газет*, ВД «Києво-Могилянська академія», Київ, 544 с.
2. Баркар, Д. (2023), «Новини під час війни. Аналіз контенту провідних онлайн-медіа – травень 2023 року», *Детектор медіа*. URL : <https://detector.media/infospace/article/213630/2023-07-01-novyny-pid-chas-viyny-analiz-kontentu-providnykh-onlayn-media-traven-2023-roku/>
3. Бацман, О. В. (2023), «Денисенко: Найголовніший міф про Путіна – що він завтра помре», *Бульвар Гордона*, квітень, с. 7.
4. Вайшенберг, З. (2004), *Новинна журналістика: навч. посіб.*, під заг. ред. В. Ф. Іванова, Академія української преси, Київ, с. 49.

5. Голодрига, Ю. (2023), “Який інститут? Ось вам повістка – і до війська”, *Експрес*, № 17, 27 квіт. – 4 трав., с. 1, 3.
6. Голуб, О. (2025), “Українські медіа між війною, політикою та розважальним контентом. Тематичний аналіз новин”, 13 жовт., *IMI*. URL : <https://imi.org.ua/monitorings/yak-ukrayinski-media-trymayut-fokus-na-fronti-ta-rishennyah-derzhavy>
7. Здоровега, В. Й. (2008), *Теорія і методика журналістської творчості: підруч., 3-тє вид.*, ПАІС, Львів, 276 с.
8. Іванова, О., Мойсєєва, О., Стеблина, Н. (2019), *Місцева преса: Посібник для ЗМІ. Як регіональним журналістам працювати за часів нових медіа та кризи демократії*, за ред. О. Іванової, ТОВ «Бізнесполіграф», Київ, с. 117.
9. Магдиш, І. (2004), “Слово теж діло / Солодка свобода слова”, *І*, № 32, с. 3.
10. Маєр, К. (2022), *Журналістика: підруч.*; пер. з нім. В. К. Лимченка, В. Олійника; за заг. ред. В. Іванова, Академія української преси, Центр вільної преси, Київ, с. 216.
11. Стеблина, Н. (2024), «Шок», «жах» і «треш» – про що та як пишуть регіональні телеграм-канали”, *Детектор медіа*. URL : <https://detector.media/infospace/article/231306/2024-08-26-shok-zhakh-i-tresh-pro-shcho-ta-yak-pyshut-regionalni-telegram-kanaly/>
12. Стеблина, Н. (2021), “Історії про земляків, кримінал чи контроль місцевої влади: яким темам надають перевагу регіональні ЗМІ”, *Детектор медіа*. URL: <https://detector.media/regionalna-presaoain/article/185517/2021-03-05-istorii-pro-zemlyakiv-kryminal-chy-kontrol-mistsevoi-vlady-yakym-temam-nadayut-perevagu-regionalni-zmi/>
13. Фолькер, В. (2017), *Журналістика газет і журналів*, пер. з нім. В. Климченко, Центр вільної преси, Київ, 377 с.
14. Хлистун, І. В. (2024), “Соціальна проблематика регіональних ЗМІ у період повномасштабного вторгнення Росії в Україну (на матеріалі телерадіокомпанії «Суспільне Черкаси)», *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, Том 35 (74), № 1 (2024), Частина 2, с. 246-252, <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.1.2/39>
15. *Щоденна робота журналіста: посіб.* (1999), Київ, с. 5.

REFERENCES

1. Anies, I. (2013), *Pidruchnyk iz zhurnalistyky: Pyshemo dlia hazet*, VD «Kyievo-Mohylianska akademiiia», Kyiv, 544 s.
2. Barkar, D. (2023), “Novyny pid chas viiny. Analiz kontentu providnykh onlain-media – traven 2023 roku”, *Detektor media*. URL : <https://detector.media/infospace/article/213630/2023-07-01-novyny-pid-chas-viyny-analiz-kontentu-providnykh-onlayn-media-traven-2023-roku/>
3. Batsman, O. V. (2023), “Denysenko: Naiholovnishyi mif pro Putina – shcho vin zavtra pomre”, *Bulvar Hordona*, kviten, s. 7.
4. Vaishenberh, Z. (2004), *Novynna zhurnalistyka: navch. posib.*, pid zah. red. V. F. Ivanova, Akademiia ukrainskoi presy, Kyiv, s. 49.
5. Holodryha, Yu. (2023), “Yakyi instytut? Os vam povistka – i do viiska”, *Ekspres*, № 17, 27 kvit. – 4 trav., s. 1, 3.

6. Holub, O. (2025), “Ukrainski media mizh viinoiu, politykoiu ta rozvazhalnym kontentom. Tematychnyi analiz novyn”, 13 zhovt., *IMI*. URL : <https://imi.org.ua/monitorings/yak-ukrayinski-media-trymayut-fokus-na-fronti-ta-rishennyah-derzhavy>
7. Zdoroveha, V. Y. (2008), *Teoriia i metodyka zhurnalistyky tvorchosti: pidruch.*, 3-tie vyd., PAIS, Lviv, 276 s.
8. Ivanova, O., Moiseieva, O., Steblyna, N. (2019), *Mistseva presa: Posibnyk dlia ZMI. Yak rehionalnym zhurnalistam pratsiuvaty za chasiv novykh media ta kryzy demokratii*, za red. O. Ivanovoi, TOV «Biznespolihraf», Kyiv, s. 117.
9. Mahdysh, I. (2004), “Slovo tezh dilo / Solodka svoboda slova”, *Yi*, № 32, s. 3.
10. Maier, K. (2022), *Zhurnalistyka: pidruch.*; per. z nim. V. K. Lymchenka, V. Oliinyka; za zah. red. V. Ivanova, Akademiia ukrainskoi presy, Tsentr vilnoi presy, Kyiv, s. 216.
11. Steblyna, N. (2024), “«Shok», «zhakh» i «tresh» – pro shcho ta yak pyshut rehionalni telehram-kanaly”, *Detektor media*. URL : <https://detector.media/infospace/article/231306/2024-08-26-shok-zhakh-i-tresh-pro-shcho-ta-yak-pyshut-regionalni-telegram-kanaly/>
12. Steblyna, N. (2021), “Istorii pro zemliakiv, kryminal chy kontrol mistsevoi vlady: yakym temam nadauiut perevahu rehionalni ZMI”, *Detektor media*. URL: <https://detector.media/regionalna-presaonline/article/185517/2021-03-05-istorii-pro-zemlyakiv-kryminal-chy-kontrol-mistsevoi-vlady-yakym-temam-nadayut-perevagu-regionalni-zmi/>
13. Folker, V. (2017), *Zhurnalistyka hazet i zhurnaliv*, per. z nim. V. Klymchenko, Tsentr vilnoi presy, Kyiv, 377 s.
14. Khlystun, I. V. (2024), “Sotsialna problematyka rehionalnykh ZMI u period povnomasshtabnoho vtorhnennia Rosii v Ukrainu (na materialy teleradiokompanii «Suspilne Cherkasy»”, *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Seriia: Filolohiia. Zhurnalistyka*, Tom 35 (74), № 1 (2024), Chastyna 2, s. 246-252, <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.1.2/39>
15. *Shchodenna robota zhurnalista: posib.* (1999), Kyiv, s. 5.

CRITERIA FOR SELECTING THE TOPIC OF A JOURNALISTIC PIECE

Ihor Paslavskyy

Ivan Franko National University of Lviv
General Chuprynka Str., 49, Lviv, Ukraine, 79044
e-mail: Ihor.Paslavskyy@lnu.edu.ua
<https://orcid.org/0000-0002-7620-0071>

The article explores the dominant thematic patterns in contemporary media and substantiates the necessity of expanding the thematic framework of media coverage. The analysis demonstrates that all stages of the journalistic creative process – from the initial conceptualisation to topic development and the construction of a journalistic text – require systematic work with primary factual sources and a deliberate selection of interpretation angle.

The author maintains that rigorous ‘pre-digital’ analytical preparation constitutes a prerequisite for enhancing the quality and effectiveness of journalistic output, increasing the media’s ability to shape public opinion, and ensuring sustainable information awareness among broad social groups, which ultimately contributes to the development of political consciousness and civic culture. Particular attention is paid to the role of the form in determining the effectiveness of the journalistic topic. Narrative strategies based on individual life experiences enable the personalisation of complex social phenomena and facilitate audience engagement by framing public issues through the topic-specific perspective.

The study formulates a set of basic criteria that should guide topic selection in journalistic practice. These include alignment with the editorial specialisation and media niche of a given outlet; correspondence with the informational demands and expectations of the target audience; the presence of substantive novelty; the capacity to deepen and contextualise information about events, facts, or phenomena that are already familiar to the public, while retaining or enhancing their relevance; and sustained socio-political or socio-economic significance.

The article argues that social issues are likely to remain central to Ukrainian media discourse until the establishment of a stable middle class, within which social themes cease to be predominantly associated with survival-related issues.

Keywords: Media, topics of media coverage, topic of a journalistic piece, editorial information concept, individual creative intent, criteria for topic selection.

Отримано редакцією видання / Received: 29.12.2025

Прорецензовано / Revised: 30.12.2025

Схвалено до друку / Accepted: 30.12.2025

Опубліковано на сайті видання / Published on the publication's website: 27.01.2026

МАСОВІ КОМУНІКАЦІЇ ЗА КОРДОНОМ

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2026: 58; 99–107 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2026.58.13914>

УДК 070:004.738.5:355.48

ЖУРНАЛІСТСЬКІ РОЗСЛІДУВАННЯ НА ОСНОВІ OSINT У КОНТЕКСТІ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ: BELLINGCAT TA NEW YORK TIMES

Оксана Бондарчук

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна
e-mail: oksana.bondarchuk03@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0002-6697-0942>*

Юрій Мельник

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна
e-mail: melnykiurii@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-2825-9925>*

У статті проаналізовано роль OSINT-методів у журналістських розслідуваннях, присвячених контрверсійним подіям російсько-української війни. Метою дослідження є виявлення можливостей відкритих джерел як доказового інструменту для встановлення фактів, спростування дезінформаційних наративів та документування воєнних злочинів. Методологічною основою роботи є якісний аналіз кейсів провідних міжнародних медіа та розслідувальних платформ *Bellingcat* та *New York Times*, які застосовували гео-локалізацію фото- та відеоматеріалів, аналіз супутникових знімків і даних соціальних мереж та ін.

Ключові слова: OSINT, New York Times, Bellingcat, російсько-українська війна, журналістське розслідування, гео-локалізація.

Постановка проблеми. Російсько-українська війна супроводжується безпрецедентним рівнем інформаційного протистояння, у межах якого поряд із воєнними діями активно використовуються дезінформація, маніпуляції та заперечення очевидних фактів. У таких умовах традиційні журналістські методи збору інформації часто виявляються обмеженими або недоступними через відсутність фізичного доступу до зон бойових дій, небезпеку для кореспондентів і контроль інформаційного

простору з боку сторін конфлікту. Це актуалізує потребу в альтернативних підходах до перевірки фактів і документування подій.

Одним із таких підходів стало використання OSINT-методів аналізу відкритих джерел, зокрема соціальних мереж, супутникових знімків, відкритих баз даних та цифрових карт. Журналістські OSINT-розслідування дають змогу відтворювати хронологію подій, встановлювати місце та час їхнього перебігу, ідентифікувати учасників та перевіряти суперечливі твердження навіть за відсутності офіційних підтверджень. Важливою особливістю цього підходу є можливість формування незалежної, верифікованої доказової бази, що має не лише медійне, а й суспільно-правове значення.

Попри активне використання OSINT у журналістській практиці, питання його ролі як доказового інструменту у висвітленні воєнних злочинів і спростуванні дезінформаційних наративів залишається недостатньо систематизованим у науковому дискурсі. Це зумовлює необхідність аналізу конкретних кейсів журналістських розслідувань, виконаних на основі відкритих джерел, з метою осмислення методологічних можливостей OSINT та визначення його місця в сучасній журналістиці.

Малайзійський боїнг

Bellingcat відіграв ключову роль у розслідуванні збиття над Донбасом малайзійського боїнга MH17 у липні 2014 року, створивши першу комплексну реконструкцію руху ракетної установки “Бук” із території РФ в Україну напередодні катастрофи з пасажирським літаком, його повернення в Росію опісля, а також встановлення її зв’язку з російськими військовими підрозділами. Розслідувачі змогли встановити склад екіпажів окремих машин, відновити списки особового складу батальйонів, визначити імена військових, у тому числі водіїв, операторів та офіцерів. «Завдяки пошуку в соціальних мережах та на форумах, пошуку маловідомих інтерв’ю солдатів-сепаратистів та уважному прослуховуванню опублікованих телефонних розмов, стало можливим встановити причетних до збиття MH17 влітку 2014 року»¹. Усі докази були зібрані з відкритих джерел, тим самим спростувавши офіційні російські наративи задовго до висновків Спільної слідчої групи.

Справа MH17 стала для Bellingcat та його засновника Еліота Гіггінза першим і поки найбільшим успіхом, можна сказати – початком ери OSINT у глобальному масштабі. У процесі роботи над цим розслідуванням було використано понад десяток інструментів та прийомів OSINT, зокрема: геолокалізація фото та відео, іноді – спільними зусиллями, за участю цифрової спільноти у *Twitter*; геолокалізація за назвою будівельного магазину, білбордом тощо; геолокалізація за допомогою *Google Earth*; визначення часу зйомки фото за допомогою додатку *SunCalc*; телефонний дзвінок за номером на вантажівці, зафіксований на одному з фото; “проїжджання” траси через донбаські містечка у додатку *Google Street View*; пошуки доказів перебування російських військових на Донбасі у соціальних мережах, передусім у російських; пошуки у соцмережах за хештегами; пошук фото за часом і місцем за допомогою додатка *Pixifly*; ідентифікація приналежності установки “Бук” до російських військової частини за номерними знаками та переліком реєстраційних кодів; доведення тотож-

¹ Bellingcat (2019), “«A birdie is flying towards you». Identifying the Separatists Linked to the Downing of MH17”, available at URL: <https://surl.lu/cuevnd> (accessed date: 02.01.2026).

ності “Буків” на різних фото- та відеоматеріалах за допомогою 3D-моделі; ідентифікація “Бука” за бризковиком; запит до місцевого жителя зробити серію фото із ймовірного пускового майданчика для співставлення; перевірка через супутникові знімки *DigitalGlobe*. «Найбільше вражало, що Bellingcat, не маючи потужних важелів, юридичних повноважень чи великого бюджету, уже довів усі ключові тези зі звіту Спільної слідчої групи – впродовж якихось місяців після падіння літака», – писав Еліот Гігінз у своїй книзі².

У такий спосіб Bellingcat продемонстрували, що систематична обробка відкритих даних здатна відтворювати хронологію та надавати доказову базу, достатню надійну для спростування дезінформаційних тверджень та підтвердження відповідальності конкретної сторони. У результаті багаторічної роботи на основі відкритих джерел, підтверджених згодом офіційним слідством, вдалося сформулювати обґрунтований і остаточно підтверджений висновок щодо відповідальності за збиття літака. Таким чином, систематичний аналіз відкритих даних, зокрема соціальних мереж став основою для формування доказової бази, що дала підґрунтя для чіткого і юридично підтвердженого твердження: «Міністерство оборони [Росії] несе основну відповідальність за трагедію МН17, розділяючи її з військовим командуванням та лідерами самопроголошених Донецької та Луганської народних республік»³. Висновки були пізніше підтверджені Робочою слідчою групою (ЖТ) і враховані в рішеннях нідерландського суду, що суттєво звузило простір для альтернативних, політично вмотивованих інтерпретацій.

Британський журналіст Девід Патрикаракос вказав на масштаби досягнення Гігінса та *Bellingcat*: «...Завдяки силі відкритої інформації, доступної у соціальних мережах, Гігінс зміг довести провину Росії. Якість і промовистість цього прецеденту були такими, що Міністерство закордонних справ Росії неодноразово мусило публічно відповідати на його запити. Тобто головне крило державного апарату найбільшої країни світу мусило публічно спростовувати його висновки. Немає чіткішого прикладу зміщення влади від ієрархій до окремих осіб і мереж індивідуумів, ніж прецедент Еліота Гігінса. Не виходячи зі свого будинку, він як індивідуальний громадянин безпосередньо вплинув на війну наративів довкола російсько-української кризи так, як раніше це було немислимо і тим паче неможливо. Усе, що йому для цього знадобилося, – це інтернет-зв'язок і багатогранна особистість»⁴.

Воєнні злочини у Бучі

Російсько-українська війна стала ключовим етапом розвитку, масштабування та легітимації журналістських OSINT-розслідувань на основі геоданих (цифрові карти, супутникові знімки тощо). Вони дають змогу точно встановлювати місце, час і обставини подій, що особливо важливо тоді, коли публічні дискусії супроводжуються суперечливими твердженнями або коли бракує надійних офіційних свідчень. Такі

² Гігінз, Е. (2022), *Ми – Bellingcat. Онлайн-розслідування міжнародних злочинів та інформаційна війна з Росією*, Наш Формат, Київ, с. 66-99.

³ Bellingcat (2016), “МН17 – potential suspects and witnesses from the 53rd anti-aircraft missile brigade”, available at URL: <https://surl.lu/pktrpk> (accessed date: 02.01.2026).

⁴ Патрикаракос Д. (2019), *Війна у 140 знаках. Як соціальні медіа змінюють конфлікти у XXI столітті*, Yakaboo Publishing, Київ, с. 224.

дані дають змогу отримувати незалежні, верифіковані та візуально підтверджені докази, що стають надійною основою для реконструкції подій, виявлення закономірностей та перевірки тверджень.

У 2022 році і далі саме супутникові знімки стали основним засобом документування наслідків атак, переміщення військових підрозділів та воєнних злочинів у тих районах, де фізичний доступ був неможливий або обмежений. Такі матеріали забезпечують незалежну доказову базу й дають змогу спростовувати заяви та інтерпретації, що не відповідають дійсності. Прикладом може бути бомбардування Маріуполя у 2022 році з усіма наслідками для міста (див. напр. матеріал у *The Guardian*⁵).

Після звільнення Бучі у березні 2022 року російська влада одразу почала запевняти причетність своїх військових до масових убивств цивільних: Міністерство оборони Росії поширило допис із прокремлівського *Telegram*-каналу «War on Fakes», назвавши виявлені тіла “скоординованою медіакампанією” та стверджуючи, що події в Бучі були інсценізовані⁶.

Проте команда розслідувачів *The New York Times* у матеріалі «Супутникові знімки показують, що тіла лежали в Бучі тижнями, попри заяви Росії»⁷ застосувала порівняльний аналіз супутникових знімків для того, аби встановити факт убивства цивільного населення ідентифікувати воєнних злочинців. Це дало можливість підтвердити, що тіла цивільних у Бучі з'явилися на вулицях саме тоді, коли місто перебувало під контролем російських військ. Так вдалося спростувати суперечливі твердження, які поширювало Міністерство оборони Росії, спростувавши російські заяви про «інсценування» та припущення, що жертви (справжні чи імітовані) нібито з'явилися після відступу російських підрозділів. Саме супутникові знімки стали ключовим елементом розслідування, завдяки яким вдалося точно визначити період, у який на вулицях міста вже перебували тіла цивільних. За допомогою відкритих даних вдалося надати незалежне підтвердження й унеможливити подальше поширення фейкових наративів, спрямованих на заперечення воєнних злочинів. За словами засновника Bellingcat Еліота Гігінса⁸, цей випадок продемонстрував той факт, що роль супутникових знімків стає надзвичайно важливою для документування російського вторгнення та збирання доказів щодо воєнних злочинів.

У цих умовах саме робота з відкритими джерелами стала визначальною для встановлення фактів. У розслідуванні *The New York Times* «Нові докази показують, як російські солдати страчували чоловіків у Бучі» журналісти використали комплексний підхід, поєднавши аналіз соціальних мереж із дослідженням військових баз даних. Це дало змогу не лише зібрати послідовну реконструкцію подій, а й ідентифікувати конкретних російських солдатів, причетних до страти українських цивільних. Також вони аналізували *Telegram*-канали та групи у *Facebook* для того, аби знайти

⁵ Yerushalmy, J. (2023), “Mariupol before and after: updated Google maps reveal destruction in Ukraine city”, *The Guardian*, April 28, available at URL: <https://surl.li/hjpecm> (accessed date: 02.01.2026).

⁶ DFRLab (2022), “Atlantic Council. Russian war report: Kremlin claims Bucha massacre was staged by Ukraine. Atlantic Council”, April 4, available at URL: <https://surl.li/zftkhp> (accessed date: 02.01.2026).

⁷ Browne, M., Botti, D. & Willis, H. (2022), “Satellite images show bodies lay in Bucha for weeks, despite Russian claims”, *The New York Times*, April 4, available at URL: <https://surl.li/grblhk> (accessed date: 02.01.2026).

⁸ Hern, A. (2022), “Satellite images of corpses in Bucha contradict Russian claims”, *The Guardian*, April 5, available at URL: <https://surl.li/havjri> (accessed date: 02.01.2026).

інформацію про зниклих безвісти осіб. Поєднавши цю інформацію з іншими даними, дослідники змогли ідентифікувати імена українських жертв, яких стратили в Бучі⁹.

Страта українського військовополоненого

Іншим прикладом ефективного застосування OSINT в журналістиці є розслідування *Bellingcat* «Розшук безликих убивць, які калічили та стратили українського військовополоненого»¹⁰. За допомогою аналізу відео та фотографій із соціальних мереж команди розслідувачів вдалося встановити причетність конкретних російських військових до страти українського військовополоненого. Після того як у липні 2022 року у проросійських *Telegram*-каналах з'явилося відео страти, російські спікери заявили, що ролики нібито є підробкою, знятою українською стороною для дискредитації російської армії.

За допомогою аналізу відеоматеріалів із платформи *YouTube* вдалося підтвердити, що страту здійснили на території, яка на момент фіксації перебувала під контролем російських сил. Завдяки зіставленню деталей ландшафту, архітектурних елементів та інших візуальних ознак розслідувачі змогли геолокалізувати відео на території санаторію «Привілля» в Луганській області. Окрім того, на основі аналізу російських соціальних мереж *VK* та *Одноклассники* розслідувачі ідентифікували осіб на відеозаписі. Ключем до розв'язки стало детальне дослідження зовнішніх ознак одного з російських військових, зафіксованих у ролику, а саме військового у ковбойському капелюсі та із браслетом на руці. Ці ознаки стали основними маркерами для подальшого пошуку і дали змогу ідентифікувати фігуранта в інших відеоматеріалах. Встановлення причетності російських військових перекреслило спроби перекласти провину на українську сторону, поширювати альтернативні версії подій або подати злочин як «провокацію».

Каховська дамба

Ще одним показовим прикладом, у якому відкриті дані – насамперед супутникові знімки – відіграли ключову роль у встановленні правди та усунули можливість для поширення спекуляцій, стало розслідування щодо підриву Каховської дамби. Після руйнування Каховської гідроелектростанції у червні 2023 року в медіапросторі тривала масштабна дискусія щодо того, хто несе відповідальність за підрив. Медіа писали про те, що сторони взаємно обмінюються звинуваченнями: «Київ і Москва звинувачують одне одного у пошкодженні дамби, хоча обидві сторони заперечують ці твердження»¹¹. Аналіз відкритих даних надав незалежні докази, що дали змогу встановити фактичний перебіг подій і усунути можливість подальших маніпуляцій. Розслідування *The New York Times* «Чому докази свідчать про те, що Росія підірвала Каховську дамбу». Розслідування показало причетність російської сторони до знищення дамби, підтверило навмисний характер підриву: «Докази чітко

⁹ Al-Hlou, Y. et al. (2022), "New evidence shows how Russian soldiers executed men in Bucha", *The New York Times*, May 19, available at URL: <https://surli.cc/edefqy> (accessed date: 02.01.2026).

¹⁰ Grozev, Ch. et al (2022), "Tracking the faceless killers who mutilated and executed a ukrainian POW", *Bellingcat*, August 5, available at URL: <https://surli.li/sgzjmy> (accessed date: 02.01.2026).

¹¹ *NBC News* (2023), "Ukraine and Russia accuse each other of blowing up Nova Kakhovka dam", June 6, available at URL: <https://surli.li/wfhhbyv> (accessed date: 02.01.2026).

свідчать про те, що дамба була пошкоджена вибухом, спричиненим стороною, яка її контролює: Росією»¹². Попри офіційні заяви Росії про нібито «природні причини» або «удар українських сил», аналіз відкритих джерел дав змогу сформувати фактологічно обґрунтовану версію та спростувати маніпулятивні пояснення щодо того, хто насправді спричинив руйнування дамби.

Удар по вокзалу у Краматорську

Розслідування *Bellingcat* «Російські “факти” щодо Краматорська проти доказів»¹³ у 2022 році демонструє, наскільки критично важливими є соціальні мережі для спростування навмисних дезінформаційних кампаній. У цьому випадку саме аналіз фото та відео дав змогу спростувати ключовий елемент офіційної російської версії – твердження про те, що Росія «не використовує ракети “Точка-У”», якою був завданий удар по вокзалу, в результаті якого загинула 61 людина, а 121 було поранено. *Bellingcat* проаналізував низку публікацій у проросійських *Telegram*-каналах та повідомлень російських медіа, які з’явилися одразу після удару. Розслідування продемонструвало, що початкові російські публікації фактично підтверджували причетність Росії до атаки, а пізніша офіційна позиція суперечила цим раннім заявам. Ключовим доказом став аналіз відео та фотографій, опублікованих у соціальних мережах, на яких зафіксовано перевезення пускових установок, якими і був завданий удар. Дослідники зіставляли ці ролики з іншими відкритими джерелами, включно з архівними російськими відео та зображеннями. Зібрані дані підтвердили, що Росія продовжувала використовувати комплекси «Точка-У», попри офіційні заяви про їх нібито повне виведення з експлуатації. Відкриті дані дали змогу спростувати звинувачення Росії в тому, що саме Україна завдала удар по вокзалу.

«Ми вступаємо в десятиліття, коли правду буде важче довести, особисті будуть дешевшими у виробництві, а інформація поширюватиметься швидше, ніж думки. OSINT – це вже не про пошук даних, а про перевірку реальності», – пише Azutech¹⁴. Це міркування наштовхує на розмисли про шлях, який OSINT пройшов всього за кілька останніх років, і який пройде за кілька наступних, передусім із урахуванням стрімкого розвитку технологій, пов’язаних із ІІІ.

Висновок

Журналістські OSINT-розслідування відіграють важливу роль у висвітленні російсько-української війни, особливо в умовах інформаційних маніпуляцій і заперечення фактів з боку держави-агресора. Аналіз наведених кейсів демонструє, що відкриті джерела – соціальні мережі, супутникові знімки, цифрові карти та відкриті бази даних – здатні забезпечити високий рівень верифікації інформації та відтворення перебігу подій.

¹² Glanz, G. et al. (2023), “Why the Evidence Suggests Russia Blew Up the Kakhovka Dam”, *The New York Times*, June 16, available at URL: <https://surl.li/nmdwjg> (accessed date: 02.01.2026).

¹³ Sheldon, M. (2022), “Russia’s Kramatorsk ‘facts’ versus the evidence”, *Bellingcat*, April 14, available at URL: <https://surl.li/txiqbd> (accessed date: 02.01.2026).

¹⁴ Azutech (2026), “The future of OSINT: 5 Predictions for 2026 and Beyond”, *Medium*, January 1, available at URL: <https://surl.li/ujmpsk> (accessed date: 02.01.2026).

Успішний досвід журналістської роботи Bellingcat та *The New York Times* підтверджує, що OSINT-методи дають змогу не лише встановлювати місце й час подій, а й ідентифікувати конкретних осіб, причетних до воєнних злочинів, а також спростовувати дезінформаційні кампанії. У низці випадків результати журналістських розслідувань, виконаних на основі відкритих джерел, передували або доповнювали офіційні слідчі висновки, що свідчить про їхній високий доказовий потенціал.

Важливо, що OSINT, повноцінний набір інструментів сучасної розслідувальної журналістики, значною мірою виник та розвинувся на матеріалі російсько-української війни, починаючи з 2014 року, остаточно – починаючи з 2022 року, істотно змінивши підходи до збору та перевірки інформації в умовах. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на методологічну систематизацію OSINT-практик та аналіз їхнього впливу на правові процеси й формування міжнародної громадської думки щодо збройних конфліктів.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Al-Hlou, Y. et al. (2022), “New evidence shows how Russian soldiers executed men in Bucha”, *The New York Times*, May 19, available at URL: <https://surl.cc/edefqy> (accessed date: 02.01.2026).
2. Azutech (2026), “The future of OSINT: 5 Predictions for 2026 and Beyond”, *Medium*, January 1, available at URL: <https://surl.li/ujmpsk> (accessed date: 02.01.2026).
3. Bellingcat (2016), “MH17 – potential suspects and witnesses from the 53rd anti-aircraft missile brigade”, available at URL: <https://surl.li/pktrpk> (accessed date: 02.01.2026).
4. Bellingcat (2019), “«A birdie is flying towards you». Identifying the Separatists Linked to the Downing of MH17”, available at URL: <https://surl.li/cuevnd> (accessed date: 02.01.2026).
5. Browne, M., Botti, D. & Willis, H. (2022), “Satellite images show bodies lay in Bucha for weeks, despite Russian claims”, *The New York Times*, April 4, available at URL: <https://surl.li/grblhk> (accessed date: 02.01.2026).
6. DFRLab (2022), “Atlantic Council. Russian war report: Kremlin claims Bucha massacre was staged by Ukraine. Atlantic Council”, April 4, available at URL: <https://surl.li/zftkhp> (accessed date: 02.01.2026).
7. Glanz, G. et al. (2023), “Why the Evidence Suggests Russia Blew Up the Kakhovka Dam”, *The New York Times*, June 16, available at URL: <https://surl.li/nmdwjq> (accessed date: 02.01.2026).
8. Grozev, Ch. et al (2022), “Tracking the faceless killers who mutilated and executed a ukrainian POW”, *Bellingcat*, August 5, available at URL: <https://surl.li/sgzjmy> (accessed date: 02.01.2026).
9. Hern, A. (2022), “Satellite images of corpses in Bucha contradict Russian claims”, *The Guardian*, April 5, available at URL: <https://surl.li/havjri> (accessed date: 02.01.2026).
10. NBC News (2023), “Ukraine and Russia accuse each other of blowing up Nova Kakhovka dam”, June 6, available at URL: <https://surl.li/wfhbyv> (accessed date: 02.01.2026).
11. Sheldon, M. (2022), “Russia’s Kramatorsk ‘facts’ versus the evidence”, *Bellingcat*, April 14, available at URL: <https://surl.li/txiqbd> (accessed date: 02.01.2026).

12. Yerushalmy, J. (2023), "Mariupol before and after: updated Google maps reveal destruction in Ukraine city", *The Guardian*, April 28, available at URL: <https://surl.li/hjpecm> (accessed date: 02.01.2026).
13. Гігінз, Е. (2022), *Ми – Bellingcat. Онлайн-розслідування міжнародних злочинів та інформаційна війна з Росією*, Наш Формат, Київ, с. 66-99.
14. Патрикаракос, Д. (2019), *Війна у 140 знаках. Як соціальні медіа змінюють конфлікти у XXI столітті*, Yakaboo Publishing, Київ, с. 224.

REFERENCES

1. Al-Hlou, Y. et al. (2022), "New evidence shows how Russian soldiers executed men in Bucha", *The New York Times*, May 19, available at URL: <https://surl.cc/edefqy> (accessed date: 02.01.2026).
2. Azutech (2026), "THE FUTURE OF OSINT: 5 Predictions for 2026 and Beyond", *Medium*, January 1, available at URL: <https://surl.li/ujmpsk> (accessed date: 02.01.2026).
3. *Bellingcat* (2016), "MH17 – potential suspects and witnesses from the 53rd anti-aircraft missile brigade", available at URL: <https://surl.li/pktrpk> (accessed date: 02.01.2026).
4. *Bellingcat* (2019), "«A birdie is flying towards you». Identifying the Separatists Linked to the Downing of MH17", available at URL: <https://surl.li/cuevnd> (accessed date: 02.01.2026).
5. Browne, M., Botti, D. & Willis, H. (2022), "Satellite images show bodies lay in Bucha for weeks, despite Russian claims", *The New York Times*, April 4, available at URL: <https://surl.li/grblhk> (accessed date: 02.01.2026).
6. *DFRLab* (2022), "Atlantic Council. Russian war report: Kremlin claims Bucha massacre was staged by Ukraine. Atlantic Council", April 4, available at URL: <https://surl.li/zftkhp> (accessed date: 02.01.2026).
7. Glanz, G. et al. (2023), "Why the Evidence Suggests Russia Blew Up the Kakhovka Dam", *The New York Times*, June 16, available at URL: <https://surl.li/nmdwjq> (accessed date: 02.01.2026).
8. Grozev, Ch. et al (2022), "Tracking the faceless killers who mutilated and executed a Ukrainian POW", *Bellingcat*, August 5, available at URL: <https://surl.li/sgzjmy> (accessed date: 02.01.2026).
9. Hern, A. (2022), "Satellite images of corpses in Bucha contradict Russian claims", *The Guardian*, April 5, available at URL: <https://surl.li/havjri> (accessed date: 02.01.2026).
10. Higgins, E. (2021), *We Are Bellingcat. An Intelligence Agency for the People*, Bloomsbury, 272 p.
11. *NBC News* (2023), "Ukraine and Russia accuse each other of blowing up Nova Kakhovka dam", June 6, available at URL: <https://surl.li/wfhbyv> (accessed date: 02.01.2026).
12. Patrikarakos, D. (2017), *War in 140 Characters: How Social Media Is Reshaping Conflict in the Twenty-First Century*, Basic Books, 320 p.
13. Sheldon, M. (2022), "Russia's Kramatorsk 'facts' versus the evidence", *Bellingcat*, April 14, available at URL: <https://surl.li/txiqbd> (accessed date: 02.01.2026).
14. Yerushalmy, J. (2023), "Mariupol before and after: updated Google maps reveal destruction in Ukraine city", *The Guardian*, April 28, available at URL: <https://surl.li/hjpecm> (accessed date: 02.01.2026).

JOURNALISTIC INVESTIGATIONS BASED ON OSINT IN THE CONTEXT OF THE RUSSIAN–UKRAINIAN WAR: BELLINGCAT AND *THE NEW YORK TIMES*

Oksana Bondarchuk

*Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky Str., 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: oksana.bondarchuk03@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0002-6697-0942>*

Iurii Melnyk

*Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky Str., 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: melnykiurii@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-2825-9925>*

The article analyzes the role of OSINT methods in journalistic investigations devoted to controversial events of the Russian–Ukrainian war. The aim of the study is to identify the potential of open sources as an evidentiary tool for fact-finding, debunking disinformation narratives, and documenting war crimes. The methodological framework of the research is based on a qualitative analysis of case studies conducted by leading international media and investigative platforms, such as *Bellingcat* and *New York Times*. These media actively employed geolocation of photo and video materials, analysis of satellite images, and data from social media platforms, among other OSINT techniques.

The article examines several emblematic cases, including the downing of Malaysia Airlines flight MH17 over Donbas, the mass killings of civilians in Bucha, the execution of a Ukrainian prisoner of war, the destruction of the Kakhovka dam, and the missile strike on the railway station in Kramatorsk. It is demonstrated that the systematic use of OSINT enables the creation of an independent and verifiable body of evidence even under conditions of information warfare and restricted access to conflict zones.

The study concludes that the culture of OSINT-based investigations has been shaped primarily through the coverage of the Russian–Ukrainian war and has become an integral component of contemporary journalism, significantly enhancing its analytical capacity and societal relevance.

Keywords: OSINT, New York Times, Bellingcat, Russian-Ukrainian war, investigative journalism, geolocalization.

Отримано редакцією видання / Received: 25.12.2025

Прорецензовано / Revised: 28.12.2025

Схвалено до друку / Accepted: 29.12.2025

Опубліковано на сайті видання / Published on the publication's website: 28.01.2026

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2026: 58; 108–116 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2026.58.13915>

УДК [070.16:070.4]:004.77](73+100)

ІНШИЙ БІК РОЗУМУ: МЕДІЙНИЙ ОБРАЗ ІДЕОЛОГІЇ «ТЕМНОГО ПРОСВІТНИЦТВА»

Андрій Мельник

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

*e-mail: andriy.melnyk@lnu.edu.ua
<https://orcid.org/0000-0003-1646-008X>*

Стаття присвячена образу ідеології «Темного Просвітництва» – неореакційного і антидемократичного руху – в американських та світових мас-медіа. Журналісти акцентують увагу на найбільш скандальних ідеях і стверджують, що вони мають вплив на чинну американську адміністрацію Дональда Трампа. Репортери також виокремлюють постать Кертіса Ярвіна, який із маловідомого блогера завдяки увазі мас-медіа виріс до найбільш впливового і помітного представника «Темного Просвітництва».

Ключові слова: «Темне Просвітництво», Кертіс Ярвін, США, мас-медіа, неореакційний рух.

Постановка проблеми. «Темне Просвітництво» – парадоксальний термін, за яким ховається низка ідей, спрямованих проти демократії, рівності і прогресу. Завдяки медійній увазі цей рух виріс із маргінальної інтернет-субкультури до впливової течії, яку небезпідставно асоціюють із чинною американською адміністрацією. Антидемократичне і антиліберальне позиціонування деяких представників політичного істеблішменту США дало привід популярним мас-медіа звернути увагу на ідеологічну основу цього явища і осіб, чий погляд готували ґрунт для нього.

«Темні просвітники» або, як їх ще називають, «неореакціонери» вважають, що демократія і справжня свобода несумісні, адже загальне виборче право і егалітарна ідеологія не сприяють ефективному управлінню, а також створюють розлогий бюрократичний апарат, який концентрує владу у руках необраних чиновників. Тому представники руху висловлюють прихильність до авторитаризму, який в сучасних умовах має виглядати як управління великою технологічною компанією. Відтак, класичні держави мають поступитись місцем капіталістичним полісам на кшталт Сингапуру, які змагатимуться за громадян. Для встановлення цієї анархо-капіталістичної утопії, передбаченої у працях німецького філософа Ганса-Германа Гоппе, треба подолати опір Собору (The Cathedral) – так «неореакціонери» називають союз мейнстримних медіа та університетів, які підтримують демократичну легітимність, наві'язуючи ліберальну ідеологію і політкоректну риторику.

Очевидна скандальність і неконвенційність ідей «Темного Просвітництва» цілком закономірно забезпечила їм медійну популярність. Утім, журналістів цікавили насамперед персоналії – носії неореакційних ідей і представники політичного і бізнесового істеблішменту, які зазнали їхнього впливу. Серед перших найбільшої уваги удостоївся програміст Кертис Ярвін, який із кінця 2000-х років провадив блог під псевдонімом Менціус Молдбаг, хоча авторство терміну «Темне Просвітництво» належить британському філософові Ніку Ленду, у якого не склалась настільки яскрава медійна кар'єра.

Персоналістський вимір матеріалів про «Темне Просвітництво» цілком виправданий і зрозумілий для популярних медіа. Проте деякі із них намагаються запропонувати історичний контекст. До прикладу, матеріал, опублікований у журналі «Time», розпочинається із порівняння «Темного Просвітництва» із футуристським рухом, засновник якого, Філіппо Томмазо Марінетті, захоплювався автомобілями як втіленням майбутнього і водночас був реакціонером, який зневажав егалітаризм і демократію. Автор статті Ед Саймон наголошує на тому, що вплив Марінетті на Муссоліні та фашистський рух викликає разючі паралелі із сучасними США. Те, що американських неореакціонерів називають (техно)фашистами, закидаючи їм поєднання ідей і практик 20-30-х років минулого сторіччя із технологічною раціональністю XXI ст., – не новина. Навіть більше, Кертис Ярвін публічно висловлювався, що поняття «диктатура» і «монархія» варто позбавити негативних конотацій. Тому висновки автора «Time» звучать загрозливо: «Темне Просвітництво» передбачає повалення ліберального порядку, який визначав демократичні прагнення протягом майже трьох століть. Там, де Просвітництво обіцяло свободу, емансипацію, рівність і солідарність, «Темне Просвітництво» пропонує рабство, ієрархію, кабалу і безжальність».¹ Таке узагальнення може виглядати надміру алармістським, проте журналіст закликає налаштуватись на серйозний тон: «Як це часто буває у випадку з Трампом, експерти не схильні вірити у серйозність слів чи намірів президента. Таке ж зневажливе ставлення іноді супроводжувало футуристів, та й фашистів Муссоліні, до речі, коли вони були на підйомі. Зараз, коли Трамп загрожує давнім американським союзникам від Панам до Мексики, від Канади до Данії, слід пам'ятати про ще більш тривожне переконання футуристів, ніж їхнє поклоніння технологіям, а саме твердження Марінетті про те, що «війна – це гігієна світу».²

Традиційні просвітницькі цінності у XX сторіччі зазвичай критикували представники лівого спектру, академічні філософи із Франкфуртської школи або мислителі-постмодерністи, які бачили у лицемірній раціональності та європоцентричній ідеї прогресу обриси фашизму і тоталітаризму. Натомість, як зазначає автор іспанського видання «El País», неореакціонери критикують Просвітництво із радикально правих позицій і пропонують «поєднання *ancien régime* з ідеологією Кремнієвої долини. Мета полягає в тому, щоб досягти прагматичного, але водночас елітарно-

¹ Simon, E. (2025), "What We Must Understand About the Dark Enlightenment Movement", *Time*, March 24, available at: <https://time.com/7269166/dark-enlightenment-history-essay/> (accessed 06 December 2025)

² Ibid.

го рішення, яке відновить порядок і стабільність у неспокійні часи».³ Тобто «темні просвітники» не відкидають розуму, а радше обмежують його, інструменталізують, позбавляючи будь-якого етичного і невинного їм універсалістського виміру. Простежуючи генеалогію руху, автор «El Pais» стверджує, що він виник на хвилі невдоволення американським консерватизмом періоду адміністрації Джорджа Буша-молодшого унаслідок невдач афганської та іракської кампаній, які супроводжувались універсалістською риторикою. Тому «Темне Просвітництво» можна вважати одним із відгалужень «альтернативних правих» («альт-правих»). Однак цей проєкт особливий своїм технооптимізмом, і, за словами «El Pais», «не дуже відрізняється від антиутопічного майбутнього, описаного в кіберпанк-фантастиці, в якому великі корпорації домінують у гіпертехнологічному суспільстві. Така надзвичайно нерівна технократія також відома як технофеодалізм, в якому влада зосереджена у великих корпораціях, від яких громадяни залежать у найважливіших аспектах свого життя».⁴

З'ясування філософської та ідеологічної приналежності «Темного Просвітництва» – це справа радше академічних досліджень, тому у популярних медіа автори не приділяють цьому надто багато місця. Крім цього, неореакційний рух – виразно антиакадемічний, незважаючи на університетське минуле одного із його засновників, Ніка Ланда. Академічні установи – один із елементів Собору, із яким борються «темні просвітники», як, зрештою, і мейнстримні мас-медіа. Саме увага останніх до постаті Кертіса Ярвіна стала найбільш поширеним форматом висвітлення ідей «Темного Просвітництва».

Чи не найбільш знаменною появою Ярвіна у ліберальних американських медіа можна назвати інтерв'ю «The New York Times». Журналіст видання Девід Маркeze записав розмову із ним, бо вважав, що його ідеї, зважаючи на їхній вплив у політичних та бізнесових середовищах, нині не можна ігнорувати. На запитання про те, чому демократія погана і чому диктатура має вирішити її проблеми, ідеолог «Темного Просвітництва» звертається до постаті Франкліна Делано Рузвельта, важливого для прогресивістських кіл президента, називаючи стиль його правління авторитарним і притаманним для виконавчого директора компанії. До цього ж переліку авторитарних президентів він додає Вашингтона та Лінкольна, і підкреслює, що головним критерієм варто вважати ефективність. Саме тому він порівнює державне врядування із виробництвом ноутбуків Apple, а саму компанію називає монархією. Крім того, Ярвін у саркастичному тоні додає «найкращий аргумент на користь монархії»: «Люди довіряють «The New York Times» більше, ніж будь-якому іншому джерелу у світі, і як управляється «The New York Times»? Це спадкова абсолютна монархія у п'ятому поколінні».⁵ Варто зауважити, що журналіст ставить гостеві запитання, спрямовані переважно на роз'яснення основних постулатів Ярвінового «вчення», проте не цурається оцінних характеристик, закидаючи йому вибірковий підхід в історичних експертах, а також непослідовність, бо у розмові ідеї Ярвіна не звучать так радикально,

³ Fanjul, S. (2024), "NRx: The (underground) movement that wants to destroy democracy", *El Pais, English*, Nov. 30. available at: <https://english.elpais.com/usa/2024-11-30/nrx-the-underground-movement-that-wants-to-destroy-democracy.html> (accessed 10 December 2025)

⁴ Ibid.

⁵ Marchese, D. (2025), "The Interview. Curtis Yarvin Says Democracy Is Done. Powerful Conservatives Are Listening", *The New York Times*, Jan. 18, available at: <https://www.nytimes.com/2025/01/18/magazine/curtis-yarvin-interview.html> (accessed 11 December 2025)

як у його онлайн-дописах. На останнє зауваження Ярвін відповідає, знову ж, доволі іронічно, що говорить так, аби бути зрозумілим читачам «The New York Times». Загалом, архітектоніка цієї розмови виглядає так, що головні висновки про суть поглядів Ярвіна має зробити аудиторія, а тому їх краще подати у неприкрашеному вигляді.

Ще одне свідчення значної медійної популярності постаті Ярвіна – великий портретний нарис (профайл) про нього, опублікований у «The New Yorker». Назва матеріалу – «Змова Кертиса Ярвіна проти Америки» – прямо відсилає до антиутопічного роману Філіпа Рота «The Plot Against America», у якому йдеться про перетворення США на фашистську державу після перемоги на президентських виборах 1940 року знаменитого авіатора і симпатика Гітлера Чарлза Ліндберга, який завдає приголомшливої поразки Рузвельту. Авторка тексту, Ава Кофман, зображує Ярвіна не лише як публічного інтелектуала, але і як приватну особу із складними відносинами із жінками і як прихильника різноманітних конспірологій – від приписування авторства п'єс Шекспіра графові Оксфорду (більше відоме як «антистратфордianство») до твердження про те, що дружина французького президента Бріджит Макрон насправді є чоловіком. Значна частина статті присвячена візиту Ярвіна до французького конспіролога Рено Камю, який мешкає у середньовічному замку на півдні Франції і стверджує, що ліберальні еліти хочуть замінити європейське біле населення вихідцями із Африки і Близького Сходу (т. зв. «Велика заміна», «Great Replacement»). Власне, конспірологічний шлейф теоретизувань Ярвіна – один із вагомих факторів їх популярності тепер. Як зазначає журналістка, «те, що переконує прихильників Ярвіна, – це не стільки обґрунтованість його аргументів, скільки енергія, яку вони випромінюють: він дає своїм слухачам відчуття, що відкриває їм доступ до заборонених знань – про расову ієрархію, історичні змови та підступність демократичного правління, які прогресивна культура намагається придушити. Його підхід спирається на той факт, що більшість американців ніколи не вчилися захищати демократію; їх просто виховали вірити в неї».⁶

Простежуючи вплив Ярвіна на представників республіканського істеблішменту, авторка характеризує його як «своєрідного Макіавеллі» або «цифрового де Местра», хоча, звісно, йдеться не лише про його благодійників із великих технологічних компаній, когось на кшталт Пітера Тіля. Навесні минулого року Ярвін в одному із дописів запропонував виселити усіх палестинців із Сектору Газа і перетворити його на розкішний курорт. У лютому 2025 року на спільній прес-конференції із прем'єром Ізраїлю Беньяміном Нетаньяху Дональд Трамп несподівано для усіх виступив із аналогічною ідеєю перетворення Гази на «Рив'єру Близького Сходу».

Вплив Ярвіна не обмежується пропозиціями провокативних ідей, які важко втілити у життя. У статті, опублікованій у «The Washington Post», автори стверджують, що одіозний Департамент з питань ефективності урядування (DOGE), який очолював Ілон Маск, у своїй діяльності надихався ідеями Ярвіна, хоча відомого бізнесмена не називали серед тих, хто потрапив під його вплив. Натомість, як стверджують журналісти, працівники цієї структури знайомі із поглядами блогера, суть яких у цьому контексті зводиться до фактичної ліквідації державної бюрократії, звільнення усіх урядових службовців, що є важливим елементом боротьби із Собором. Для цієї

⁶ Kofman, A. (2025), "Curtis Yarvin's Plot Against America", *The New Yorker*, June 2, available at: <https://www.newyorker.com/magazine/2025/06/09/curtis-yarvin-profile> (accessed 11 December 2025)

ініціативи Ярвін в одному зі своїх дописів придумав промовисту аббревіатуру RAGE (Retire All Government Employees – Звільніть усіх державних службовців). Утім, діяльність DOGE і персонально Маска не викликала схвалення: недбалу діяльність департаменту він порівняв із оркестром, який складається із шимпанзе, що намагаються виконувати Вагнера. Журналісти «The Washington Post» іронічно прокоментували таке ставлення: «Розчарування Ярвіна в DOGE дещо сюрреалістичне, так, ніби Маркс прожив достатньо довго, щоб тролити більшовиків за неправильне тлумачення «Капіталу»».⁷

Журналіст видання «Politico» Ієн Ворд назвав Ярвіна одним із семи мислителів, які сформували світогляд віце-президента США Джей Ді Венса. У короткій характеристиці поглядів блогера він зробив акцент на тому, що Ярвін пропонує полагодити дегенеративний демократичний порядок «як комп'ютерний програміст, який виправляє якийсь поганий код».⁸ Якщо в матеріалі «The New Yorker» Ярвін постає як творча натура, яка цитує поезію, плаче і дбає про свій публічний образ, то автор «Politico» порівнює його погляди із невибагливим комп'ютерним алгоритмом. Утім, в обидвох випадках йдеться не стільки про примітивність, скільки про брак етичного виміру.

Газета «The Guardian» вбачає у судовому переслідуванні критиків Трампа, обіцянках Маска скоротити до мінімуму державні витрати, мобілізації прихильників MAGA проти традиційних республіканців, які критикували одіозних кандидатів, таких, як Піт Герсет, на важливі посади елементи стратегії Ярвіна щодо ліквідації ліберальної демократії у США. Крім цього, автор видання, Джейсон Вілсон, цитує журналіста і дослідника екстремістських рухів Роберта Еванса, який вважає, що поява Ярвіна цілком закономірна, бо у праворадикальних середовищах не одне десятиліття товмачили про зло ліберальних медіа і корумпованість академічних установ. На думку Еванса, унікальність Ярвіна у тому, що йому вдалось перепакувати і ребрендувати старі реакційні ідеї і зробити їх привабливими для лібертаріанськи налаштованих молодих людей із технологічних індустрій.⁹

Зважаючи на медійний резонанс поглядів Ярвіна, деякі видання не обмежуються переказом звичного переліку, а намагаються з'ясувати джерела його мислення. Автор онлайн-часопису «Public Books» простежує генеалогію поглядів Ярвіна, демонструючи спадковість його поглядів з ідеями колись знаменитого шотландського письменника та публіциста вікторіанської доби Томаса Карлайла. «Моє поклоніння Карлайлу, цьому вікторіанському Ісусові, – це не підліткова пристрасть, а свідомий вибір дорослої людини. (...) Я завжди буду карлайліанцем, так само, як марксист

⁷ Jamison, P., Dwoskin, E. (2025), "Curtis Yarvin helped inspire DOGE. Now he scorns it", *The Washington Post*, May 8, available at: <https://www.washingtonpost.com/politics/2025/05/08/curtis-yarvin-doge-musk-thiel/> (accessed 11 December 2025)

⁸ Ward, I. (2024), "The Seven Thinkers and Groups That Have Shaped JD Vance's Unusual Worldview", *Politico*, July 18, available at: <https://www.politico.com/news/magazine/2024/07/18/jd-vance-world-view-sources-00168984> (accessed 15 December 2025)

⁹ Wilson, J. (2024), "He's anti-democracy and pro-Trump: the obscure 'dark enlightenment' blogger influencing the next US administration", *The Guardian*, Dec. 21, available at: <https://www.theguardian.com/us-news/2024/dec/21/curtis-yarvin-trump> (accessed 13 December 2025)

завжди буде марксистом», – проголошував Ярвін в одному із своїх онлайн-дописів.¹⁰ Утім, навіть такий глорифікаційний підхід до Карлайла явно вибіркоковий, адже та частина спадку шотландського мислителя, у якій він критикує зловживання капіталізму і яка викликала симпатію у самого Фрідріха Енгельса, цікавить його значно менше, ніж романтизоване вихваляння великих особистостей або расистські зауваги щодо статусу чорношкірого населення США. Проте це не заважає Ярвінові стверджувати, що Карлайл розумів ХХ сторіччя краще, ніж будь-хто у ХХ сторіччі, незважаючи на те, що чимало авторів вбачали у його ідеях протофашистські інтенції, а Гітлер в останні тижні перебування у своєму бункері знаходив час, щоб слухати читання фрагментів із Карлайлової «Історії Фрідріха Великого». Автор статті у «Public Books» підсумовує свій огляд саркастичним і водночас попереджувальним тоном: «Якщо вас турбує, що наш віце-президент звертається за інтелектуальним натхненням до людини, яка вважає демократію «передраковим новоутворенням», а рабство – «природними людськими стосунками, подібними до шлюбу», – то ласкаво просимо до 2025 року! Вікно Овертона широко відкрите, тож чому б просто не насолодитися бризом?»¹¹

Висновки. Цей короткий огляд публікацій у переважно ліберально зорієнтованих мас-медіа свідчить про те, що журналісти, пишучи про президентство Трампа і явище MAGA-руху, не обмежуються звітами про примхливий характер чинного американського президента, а й шукають інтелектуальні корені, акцентуючи на ролі ідей у політичному процесі. Водночас, надмірна зосередженість на постаті Кертіса Ярвіна, ідеолога парадоксального «Темного Просвітництва», яке намагається поєднати давній монархізм та позбавлений моральних обмежень гіперраціоналізм технологічної доби, обмежує можливість глибокого і нюансованого аналізу руху. Хоча для популярних мас-медіа такий персоналізований формат цілком зрозумілий, він ускладнює порівняння «Темного Просвітництва» із, до прикладу, контрпросвітницьким рухом кінця XVIII – початку XIX ст., що безумовно додало б історичного контексту, або із значно ближчим хронологічно феноменом «темної мережі інтелектуалів» (Intellectual Dark Web) та Джорданом Пітерсоном, медійний образ якого цілком зіставний із Ярвіновим.¹²

В Україні увага до медійної репрезентації «Темного Просвітництва» важлива з огляду на стратегічне партнерство із США, яке неореакціонери відкидають, зважаючи на їхню зневагу до етичного універсалізму. Крім цього, спосіб висвітлення «Темного Просвітництва» в аналізованих мас-медіа може бути прикладом того, що політична журналістика не може обійтися без ідейної і ціннісної основи.

¹⁰ Kreilkamp, I. (2025), “In the Führerbunker with Carlyle and Yarvin”, *Public Books*, March 3, available at: <https://www.publicbooks.org/in-the-fuhrerbunker-with-carlyle-and-yarvin/> (accessed 14 December 2025)

¹¹ Ibid.

¹² Мельник, А. (2021), “‘Темна мережа інтелектуалів’ і особливості публічної дискусії у США”, *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*, Вип. 50, С. 221-231. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/11113/11406> (останній перегляд 29 листопада 2025)

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Fanjul, S. (2024), "NRx: The (underground) movement that wants to destroy democracy", *El Pais, English*, Nov. 30. available at: <https://english.elpais.com/usa/2024-11-30/nrx-the-underground-movement-that-wants-to-destroy-democracy.html> (accessed 10 December 2025)
2. Jamison, P., Dwoskin, E. (2025), "Curtis Yarvin helped inspire DOGE. Now he scorns it", *The Washington Post*, May 8, available at: <https://www.washingtonpost.com/politics/2025/05/08/curtis-yarvin-doge-musk-thiel/> (accessed 11 December 2025)
3. Kofman, A. (2025), "Curtis Yarvin's Plot Against America", *The New Yorker*, June 2, available at: <https://www.newyorker.com/magazine/2025/06/09/curtis-yarvin-profile> (accessed 11 December 2025)
4. Kreilkamp, I. (2025), "In the Führerbunker with Carlyle and Yarvin", *Public Books*, March 3, available at: <https://www.publicbooks.org/in-the-fuhrerbunker-with-carlyle-and-yarvin/> (accessed 14 December 2025)
5. Marchese, D. (2025), "The Interview. Curtis Yarvin Says Democracy Is Done. Powerful Conservatives Are Listening", *The New York Times*, Jan. 18, available at: <https://www.nytimes.com/2025/01/18/magazine/curtis-yarvin-interview.html> (accessed 11 December 2025)
6. Simon, E. (2025), "What We Must Understand About the Dark Enlightenment Movement", *Time*, March 24, available at: <https://time.com/7269166/dark-enlightenment-history-essay/> (accessed 06 December 2025)
7. Ward, I. (2024), "The Seven Thinkers and Groups That Have Shaped JD Vance's Unusual Worldview", *Politico*, July 18, available at: <https://www.politico.com/news/magazine/2024/07/18/jd-vance-world-view-sources-00168984> (accessed 15 December 2025)
8. Wilson, J. (2024), "He's anti-democracy and pro-Trump: the obscure 'dark enlightenment' blogger influencing the next US administration", *The Guardian*, Dec. 21, available at: <https://www.theguardian.com/us-news/2024/dec/21/curtis-yarvin-trump> (accessed 13 December 2025)
9. Мельник, А. (2021), "'Темна мережа інтелектуалів' і особливості публічної дискусії у США", *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*, Вип. 50, С. 221-231. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/11113/11406> (останній перегляд 29 листопада 2025)

REFERENCES

1. Fanjul, S. (2024), "NRx: The (underground) movement that wants to destroy democracy", *El Pais, English*, Nov. 30. available at: <https://english.elpais.com/usa/2024-11-30/nrx-the-underground-movement-that-wants-to-destroy-democracy.html> (accessed 10 December 2025)
2. Jamison, P., Dwoskin, E. (2025), "Curtis Yarvin helped inspire DOGE. Now he scorns it", *The Washington Post*, May 8, available at: <https://www.washingtonpost.com/politics/2025/05/08/curtis-yarvin-doge-musk-thiel/> (accessed 11 December 2025)
3. Kofman, A. (2025), "Curtis Yarvin's Plot Against America", *The New Yorker*, June 2, available at: <https://www.newyorker.com/magazine/2025/06/09/curtis-yarvin-profile> (accessed 11 December 2025)

4. Kreilkamp, I. (2025), "In the Führerbunker with Carlyle and Yarvin", *Public Books*, March 3, available at: <https://www.publicbooks.org/in-the-fuhrerbunker-with-carlyle-and-yarvin/> (accessed 14 December 2025)
5. Marchese, D. (2025), "The Interview. Curtis Yarvin Says Democracy Is Done. Powerful Conservatives Are Listening", *The New York Times*, Jan. 18, available at: <https://www.nytimes.com/2025/01/18/magazine/curtis-yarvin-interview.html> (accessed 11 December 2025)
6. Simon, E. (2025), "What We Must Understand About the Dark Enlightenment Movement", *Time*, March 24, available at: <https://time.com/7269166/dark-enlightenment-history-essay/> (accessed 06 December 2025)
7. Ward, I. (2024), "The Seven Thinkers and Groups That Have Shaped JD Vance's Unusual Worldview", *Politico*, July 18, available at: <https://www.politico.com/news/magazine/2024/07/18/jd-vance-world-view-sources-00168984> (accessed 15 December 2025)
8. Wilson, J. (2024), "He's anti-democracy and pro-Trump: the obscure 'dark enlightenment' blogger influencing the next US administration", *The Guardian*, Dec. 21, available at: <https://www.theguardian.com/us-news/2024/dec/21/curtis-yarvin-trump> (accessed 13 December 2025)
9. Melnyk, A. (2021), "'Intellectual Dark Web' and Peculiarities of Public Debate in the United States", *Visnyk of the Lviv University. Series Journalism*, Issue 50, p. 221-231, available at: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/11113/11406> (accessed 29 November 2025)

THE OTHER SIDE OF THE REASON: THE MEDIA IMAGE OF THE IDEOLOGY OF THE “DARK ENLIGHTENMENT”

Andrii Melnyk

*Ivan Franko National University of Lviv,
General Tchuprynka Street 49, 79044, Lviv, Ukraine*

e-mail: andriy.melnyk@lnu.edu.ua

<https://orcid.org/0000-0003-1646-008X>

The “Dark Enlightenment” is a paradoxical term that covers a range of ideas that are opposed to democracy, equality, and progress. Thanks to media attention, the movement has grown from a fringe Internet subculture to an influential movement that is rightly associated with the current American administration. The anti-democratic and anti-liberal positioning of some members of the US political establishment has given popular media outlets reason to pay attention to the ideological basis of this phenomenon and the individuals whose views paved the way for it.

The article is devoted to the image of the ideology of the “Dark Enlightenment” in American and world mass media, such as “The New York Times”, “New Yorker”, “The Guardian”, “El Pais” etc. Journalists focus on the most scandalous ideas and claim that they have an impact on the current US administration of Donald Trump. Reporters also single out the figure of Curtis Yarvin, who, thanks to the attention of the mass media, has grown from a little-known blogger to the most influential and visible representative of the “Dark Enlightenment”.

In Ukraine, attention to the media representation of the “Dark Enlightenment” is important in view of the strategic partnership with the United States which neo-reactionaries reject given their contempt for ethical universalism. In addition, the way the “Dark Enlightenment” is covered in the analyzed mass media can be an example of the fact that political journalism cannot do without an ideological and value basis.

Key words: “Dark Enlightenment”, Curtis Yarvin, USA, mass media, neo-reactionary movement.

Отримано редакцією видання / Received: 26.12.2025

Прорецензовано / Revised: 28.12.2025

Схвалено до друку / Accepted: 29.12.2025

Опубліковано на сайті видання / Published on the publication's website: 28.01.2026

НОВІ МЕДІА

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2026: 58; 117–127 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2026.58.13916>

УДК 070:004.77(477)

«ТЕЛЕГРАМІЗАЦІЯ» УКРАЇНСЬКОГО МЕДІАПРОСТОРУ: ПЕРЕВАГИ, РИЗИКИ ТА НАСЛІДКИ ДЛЯ ЖУРНАЛІСТИКИ

Ірина Богачук

*Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського,
вул. К. Острозького, 32, 21001, Вінниця, Україна*

e-mail: irina.bogachuk1805@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0009-5146-8555>

Стаття присвячена науковому аналізу феномену «телеграмізації» українського медіапростору – стрімкого зростання ролі месенджера Telegram як платформи для поширення журналістського контенту в Україні. У роботі розглянуто причини популярності Telegram в умовах російсько-української війни та масового попиту на оперативні новини. Визначено основні переваги використання Telegram-каналів для журналістики (оперативність інформування, неформальний стиль комунікації, широке охоплення аудиторії, можливості монетизації) та пов'язані з ними ризики (поширення маніпуляцій і дезінформації, анонімність джерел, порушення етичних стандартів, залежність від платформи).

Ключові слова: Telegram-канали, медіапростір, соціальні мережі, журналістські стандарти, дезінформація, анонімність.

1. Постановка проблеми

У сучасному цифровому середовищі месенджери та соціальні мережі відіграють дедалі більшу роль у поширенні новин. В Україні цей процес набув особливого розмаху внаслідок феномену, що умовно називають «телеграмізацією» медіапростору – масового переходу аудиторії до споживання новин через платформу Telegram. Поняття «телеграмізація» відображає тенденцію, за якої Telegram-канали стали одними з основних джерел інформації для українських громадян, конкуруючи з традиційними медіа.

Актуальність дослідження зумовлена як технологічними змінами в медіаспоживанні, так і воєнно-політичними обставинами: з початком повномасштабної війни Росії проти України у 2022 р. потреба в оперативних новинах та повідомленнях про безпекові ситуації різко зросла. В цих умовах Telegram, який дозволяє миттєво публікувати інформацію та доносити її до широкої аудиторії, перетворився на потужний канал комунікації. За даними опитувань, вже близько половини українців

отримують новини саме з Telegram-каналів, і ця платформа випереджає інші соціальні мережі за популярністю як джерело новин.

Метою статті є комплексне дослідження феномену телеграмізації українського медіапростору, зокрема аналіз переваг і ризиків використання Telegram у журналістській діяльності, а також оцінка наслідків цього феномену для розвитку журналістики, стандартів професії та довіри аудиторії до медіа. Для досягнення мети вирішуються *завдання*: охарактеризувати Telegram як платформу поширення новинного контенту в Україні на основі наявних досліджень; узагальнити основні переваги та проблеми, які вирізняють цю платформу з точки зору журналістики; проаналізувати конкретні приклади провідних українських Telegram-каналів та їхню роль у інформаційному полі.

Активне використання Telegram в Україні як джерела новин привернуло увагу дослідників медіа та аналітичних центрів. За даними Київського міжнародного інституту соціології (КМІС) частка українців, що отримують інформацію через Telegram-канали у 2022–2023 рр. сягнула 44%. Опитування Internews Ukraine 2025 року засвідчило загальну тенденцію: 86% респондентів черпають новини із соціальних мереж. Telegram посідає серед них перше місце. Це підтверджує, що Telegram став провідним інформаційним каналом для української аудиторії¹.

Однією з ключових особливостей Telegram є наявність каналів – односторонніх стрічок повідомлень, де адміністратори можуть публікувати необмежену кількість дописів для підписників. Цей формат привабливий для медіа, оскільки дозволяє швидко доносити новини до великої аудиторії без алгоритмічних обмежень, притаманних іншим соцмережам. Як зазначає Detector Media, від початку повномасштабної війни Telegram перетворився на «поворотну платформу» для пошуку новин. Водночас дослідники наголошують, що Telegram слід розглядати саме як платформу, а не самостійне джерело інформації: фраза «читати новини в телеграмі» може означати як перегляд офіційного каналу Президента України, так і анонімного чату, зміст якого важко верифікувати.

Проблематика діяльності анонімних Telegram-каналів широко висвітлена в аналітичних матеріалах українських медійних організацій. Інститут масової інформації (ІМІ) у своєму моніторингу 2023 року встановив, що серед десяти найпопулярніших телеграм-каналів України сім є анонімними, а лише три – персоніфіковані (відомі автори). Більше того, 2 з топ-10 каналів прямо пов'язані з проросійськими пропагандистами, зокрема йдеться про ресурс Анатолія Шарія. Комплексне дослідження, проведене Київським університетом імені Т. Шевченка, показало, що в першій сотні найпопулярніших українських Telegram-каналів присутні лише 4% офіційних національних онлайн-медіа, тоді як більшість каналів мають анонімних власників і фактично знаходяться поза межами дії національного медійного законодавства².

Науковці та експерти також досліджують роль Telegram-каналів у гібридній інформаційній війні. Як відзначають у CEPA (Center for European Policy Analysis), месенджер Telegram став критично важливим інструментом у протистоянні росій-

¹ *Detector Media* (2022), «From «Trukha» to Gordon: the most popular channels of the Ukrainian Telegram», 02 September.

² *Інститут масової інформації* (2023), «Анонімність та російські гроші. Хто фінансує українські телеграм-канали?», 04 квітня.

ській агресії, дозволяючи українським військовим та волонтерам збирати розвіддані через анонімні боти і канали, однак водночас викликає занепокоєння його російське походження та непрозорість роботи. Обговорюються питання безпеки: з одного боку, засновник Telegram Павло Дуров публічно заявляв про нейтралітет платформи і захист даних користувачів, з іншого – відсутність повного наскрізного шифрування за замовчуванням та нез'ясовані відносини Дурова з російською владою живлять дискусії щодо ризиків витоку даних. Деякі українські урядовці та депутати пропонували обмежити чи заборонити використання Telegram через міркування національної безпеки, вказуючи на те, що платформа не має дієвих механізмів протидії російським дезінформаційним бот-мережам. Водночас журналісти й військові виступають проти заборони, оскільки Telegram став незамінним каналом оперативного інформування під час війни³.

Дослідження виконане з використанням методів контент-аналізу та аналізу документів. Джерельна база включала звіти медіаорганізацій (IMI, Detector Media, Internews Ukraine), результати соціологічних опитувань та наукові статті українських і закордонних дослідників.

Для детального розгляду відібрано три показові канали різного типу: «Труха» – найбільший новинний анонімний канал-агрегатор; «Бутусов Плюс» – персональний канал відомого журналіста (Юрій Бутусов); «Resident» – анонімний «інсайдерський» канал, пов'язаний, за даними досліджень, з проросійськими інформаційними мережами. Вибір саме цих кейсів обумовлений прагненням охопити різні категорії телеграм-каналів: незалежні громадянські медіа-ініціативи, приховані мережі дезінформації, а також інтеграцію традиційної журналістики у Telegram. По кожному з каналів проаналізовано відкриті відомості щодо історії створення, тематики та стилю контенту, розміру аудиторії, наявності монетизації, а також репутації й критики з боку медіаспільноти. Джерелами інформації слугували журналістські розслідування (наприклад, NGL.media щодо «Трухи»), публікації IMI та Detector Media, а також власне контент каналів.

Telegram – це месенджер, який поєднує функції приватного спілкування та масового мовлення. На відміну від соцмереж типу Facebook чи Twitter, Telegram-канали не мають стрічки друзів або алгоритмічної фільтрації: кожен підписник каналу отримує всі повідомлення, що там публікуються, у хронологічному порядку. Це створює ефект прямого каналу зв'язку між автором (адміністратором каналу) і аудиторією, без посередництва редакторів чи алгоритмів. Для журналістів та медіа така модель приваблива можливістю донести свій контент безпосередньо до читача і негайно, що особливо важливо під час динамічних подій. Українські урядові інституції та посадовці також активно використовують Telegram: майже всі ключові відомства (Офіс Президента, Міністерства, Генштаб тощо) та багато посадових осіб ведуть офіційні телеграм-канали для публікації оперативних повідомлень і заяв.

Відмінною рисою Telegram є мінімальна цензура та модерація контенту. Адміністрація платформи втручається лише у виняткових випадках (наприклад, видаляє контент із закликами до насильства або тероризму), декларуючи відданість свободі слова. З одного боку, це дає змогу поширювати інформацію, оминаючи цензурні

³ Protsiuk, A. (2025), «From Telegram's threat to quality shrinkflation – what defines Ukraine's media market in 2025», *The Fix Media*, 04 June

бар'єри. З іншого боку – відсутність модерації відкриває простір для зловживань: сумнівний або відверто дезінформаційний контент не блокується, а у разі видалення каналу його власники можуть миттєво створити новий⁴.

Анонімність каналів стала однією з визначальних ознак телеграм-екосистеми: власники популярних каналів часто приховують свою особу, а відсутність верифікації чи прозорого реєстру ускладнює ідентифікацію та притягнення їх до відповідальності за можливі порушення. Лише нещодавно Telegram запровадив верифікацію – позначку «синя галочка» – для каналів, адміністратори яких добровільно надають документи. Проте навіть деякі верифіковані канали не розкривають публічно своїх власників аудиторії.

Масштаби української аудиторії Telegram суттєво зросли після лютого 2022 року. Моніторинг Detector Media показав, що лише за п'ять місяців – з кінця лютого до липня 2022 р. – середня кількість підписників українських телеграм-каналів подвоїлася (з ~9 тис. до 18 тис. на канал). Причиною цього стала повномасштабна війна: у перші дні вторгнення користувачі масово приєднувалися до каналів, які оперативного інформували про воєнні дії та повітряні тривоги. За даними ІМІ, 24 лютого 2022 року багато популярних каналів за лічені години отримали приріст +100–200% нових підписників. Сплеск аудиторії пережили офіційні медіа-канали: аудиторія Telegram-каналу новин ТСН зросла на 88% за лютий-березень 2022, «Української правди» – на 86%, «Суспільного» – на 95%. Однак у загальному рейтингу Telegram досі домінують не традиційні медіа, а нові незалежні телеграм-канали. Станом на 2022–2023 роки наймасовішим українським каналом є «Труха», що налічує понад 2,7 млн підписників. Для порівняння, найбільш популярний канал від класичного медіа – ТСН – має близько 0,87 млн підписників, що в три рази менше. Всього ж, як уже згадувалося, лише 4 офіційні медіа увійшли до топ-100 каналів, інші – це або анонімні новинні агрегатори, або особисті блоги і пропагандистські ресурси⁵. Цей дисбаланс демонструє, наскільки сильно Telegram-ландшафт відрізняється від традиційного медіаполя: тут нові гравці, часто без бренду і офіційного статусу, здатні за короткий час зібрати багатомільйонну аудиторію, конкуруючи за увагу на рівних із відомими телеканалами чи новинними сайтами.

Проаналізувавши зібрані дані, можна виокремити кілька ключових переваг, які пояснюють привабливість Telegram-каналів для журналістів та аудиторії:

1. Оперативність повідомлень. Telegram забезпечує надзвичайно швидке поширення новин. Допис, зроблений у каналі, миттєво з'являється у всіх підписників, що дозволяє журналістам інформувати аудиторію в реальному часі. У конкурентній боротьбі за першість Telegram-канали нерідко випереджають традиційні ЗМІ та офіційні джерела. Показовим є приклад каналу «Труха», адміністратори якого під час боїв за Харків у лютому 2022 публікували інформацію про ситуацію в місті швидше, ніж це встигали робити новинні сайти чи влада.

2. Неформальність та персоналізація контенту. Багато телеграм-каналів ведуться у більш неформальному, розмовному стилі, ніж традиційні медіа. Відсут-

⁴ Vorobiov, M. (2024), «Has Ukraine Become Too Dependent on Telegram?», *CEPA – Europe's Edge*, 08 May

⁵ *Detector Media* (2022), «From «Trukha» to Gordon: the most popular channels of the Ukrainian Telegram», 02 September

ність суворих редакційних рамок дозволяє журналістам звертатися до аудиторії більш особисто: ділитися оперативними думками, бекграундом, навіть емоційними реакціями. Такий стиль створює ефект ближчого спілкування між автором і читачем, підвищуючи залученість аудиторії. Наприклад, канал «Бутусов Плюс», що веде журналіст Юрій Бутусов, поєднує новинні повідомлення з авторськими коментарями та аналітикою в невимушеній манері⁶.

3. Широке охоплення аудиторії. Telegram має масову популярність в Україні, що дозволяє успішним каналам сягати величезних охоплень. Під час війни Telegram охопив навіть ті групи населення, які раніше могли не читати новинні сайти завдяки тому, що месенджер встановлено майже у кожного на смартфоні і він завжди під рукою. На відміну від веб-сайтів, в Telegram користувачі не повинні цілеспрямовано заходити на сторінку медіа – новини самі приходять до них у стрічку повідомлень.

4. Можливості монетизації та незалежності від традиційних медіаструктур. Успішні Telegram-канали навчилися перетворювати популярність на дохід. По-перше, це реклама: власники великих каналів продають рекламні пости. Рекламодавців приваблює висока залученість аудиторії Telegram та можливість нативного розміщення (пост виглядає як звичайний контент). Деякі канали відкрито маркують рекламу, інші користуються джинсою.

Попри значні плюси, феномен «телеграмізації» породжує серйозні ризики для інформаційної екосистеми та журналістських стандартів. Ключові проблеми, виявлені в ході дослідження, такі:

1. Поширення маніпуляцій та дезінформації. Telegram-канали відомі тим, що часто поширюють неперевірену або відверто неправдиву інформацію, оскільки гонитву за швидкістю та ексклюзивом ставлять вище за фактчекінг. Для творців каналу «Труха» прагнення повідомити новину першими нерідко призводило до трансляції чуток і фейків. Адміністратори не дотримуються принципу перевірки інформації, і в разі помилки не виправляють її окремим спростуванням, а лише редагують або видаляють невдалий пост. Зафіксовано численні випадки, коли «Труха» публікувала маніпулятивні новини. Аналогічно і інші великі канали-агрегатори часто надають перевагу сенсаційності, незважаючи на точність. Це все підриває інформаційну цінність контенту Telegram та ставить під удар професійні стандарти. Так, «телеграмізація» створює сприятливе середовище для дезінформації – за відсутності контролю фейки поширюються швидше і ширше. Російські спецслужби активно експлуатують цю вразливість, ведучи десятки анонімних каналів, замаскованих під локальні українські новинні або «інсайдерські» ресурси. Через них вкидаються проросійські наративи та панічні чутки, що розходяться по соцмережах і месенджерах⁷.

2. Анонімність і відсутність відповідальності. Як уже відзначалося, більшість популярних Telegram-каналів України – анонімні, тобто їхні автори офіційно не розкриті. Анонімність створює ілюзію незалежності, але водночас позбавляє споживача можливості оцінити джерело інформації. Невідомо, хто саме генерує контент, які його мотиви, чи можна йому довіряти. Наприклад, канал «Resident» позиціонується як джерело «інсайдів» з політичних кулуарів, але його адміністратори прихова-

⁶ Бутусов плюс (2025), «Telegram-канал @ButusovPlus», доступно за адресою: <https://t.me/ButusovPlus>

⁷ Труха. Україна (2025), «Telegram-канал @truexanewsua», доступно за адресою: t.me/truexanewsua

ні. Служба безпеки України раніше викривала мережу анонімних Telegram-каналів, пов'язаних з російськими спецслужбами, до якої входили в тому числі «Легитимний» (675 тис. підписників) та «Resident» (601 тис.). Ці канали поширювали чутки, спрямовані на дискредитацію української влади та дестабілізацію, маскуючись під «інсайдерську» інформацію. Через анонімність притягнути їх до відповідальності вкрай важко. В результаті відсутній механізм саморегуляції: якщо традиційне медіа остерігається втратити довіру і ім'я через публікацію фейку, то анонімний телеграм-канал нічим не ризикує: у разі викриття можна просто змінити назву або створити новий канал.

3. Порушення етики та стандартів журналістики. Телеграм-канали, особливо ті, що діють поза рамками офіційних редакцій, часто ігнорують основоположні журналістські стандарти – достовірність, баланс, відокремлення фактів від коментарів, етичність методів збору інформації. Раніше згадано і про проблему непозначеної реклами (джинси) – це грубе порушення етичних норм, яке стало масовим у телеграм-сегменті. Крім того, сенсаційність і емоційна маніпулятивність стилю стали візитною карткою багатьох каналів. Використання перебільшень, образливої лексики, теорій змови покликане утримати увагу читача, але водночас вносить агресію і хаос у інформаційне поле. Наприклад, дослідники відзначають, що чимало популярних каналів обирають емоційно забарвлену та агресивну манеру подачі новин, яку аудиторія охоче споживає, бо вона відрізняється від стриманого тону традиційних медіа.

4. Залежність від платформи і вразливість інфраструктури. Бурхливий розвиток телеграм-каналів породив ситуацію, коли і медіа, і держава значною мірою залежать від однієї приватної платформи, що знаходиться поза національною юрисдикцією. Telegram став критично важливим інфраструктурним елементом українського інформпростору: через нього держава сповіщає громадян про повітряну тривогу, медіа доносять новини, військові збирають розвіддані. Якщо з якихось причин платформа стане недоступною (технічний збій, блокування на рівні держави чи у самого Telegram зміниться політика), то комунікація може зазнати краху. Як зауважує К. Горська, в Україні вже сформувалася настільки потужна комунікаційна інфраструктура навколо Telegram, що її руйнування означало б втрату важливого каналу зв'язку з громадянами⁸.

Telegram значно розширив інформаційні можливості, але приніс і системні проблеми: масове розповсюдження неперевіраних новин, анонімізація медіавласності, знецінення етики та критичну залежність від зовнішньої платформи. Ці ризики проявляються на практиці, що видно на конкретних прикладах українських каналів.

«Труха» – найбільший український Telegram-канал новинного типу. Він був створений у 2019 році в Харкові як локальний паблік кримінальних новин, але з часом зріс до загальноукраїнського масштабу. «Труха» стала відомою завдяки надзвичайній оперативності: канал публікує відео з місць подій, які надсилають підписники, часто раніше за офіційні джерела. Для стимулювання ексклюзивного контенту засновники ще на початках пропонували грошову винагороду очевидцям, які надсилають фото/відео подій (ДТП, пожеж тощо). Ця тактика швидко дала результат – «Труха» накопичила масив унікального контенту і випередила конкурентів.

⁸ Горська, К. (2025), «Перспективи регулювання медіаресурсів в телеграмі: український досвід», *Інтегровані комунікації*, №1(19), 23 квітня.

Пік популярності каналу припав на період битви за Харків: завдяки блискавичному інформуванню про обстріли і ситуацію в місті кількість читачів злетіла в рази.

Водночас канал не уникає скандалів. Його не раз звинувачували у поширенні фейків та неперевіраних чуток. Також «Труха» публікувала кадри з наслідками російських ударів, розкриваючи геолокацію, що заборонено – за це канал критикували офіційні особи. Попри сумнівну репутацію, «Труха» має вплив: навіть представники влади визнають, що канал грає помітну роль у інформуванні громадян. Канал «Труха» став символом надзвичайно масового, швидкого поширення інформації, але без традиційних журналістських фільтрів. Її слоган – «Мы там, где новости», який відображає суть: бути скрізь і негайно, нехай навіть ціною точності.

«Бутусов Плюс» – офіційний Telegram-канал журналіста Юрія Бутусова, головного редактора сайту Sensor.NET. Це приклад персонального каналу журналіста, який став продовженням його професійної діяльності. Канал налічує понад 360 тис. підписників. «Бутусов Плюс» фокусується на військовій тематиці: оперативні новини з фронту, аналіз військових подій, відео, інтерв'ю з військовими (зокрема, Юрій Бутусов як військовий кореспондент відвідує передову і звітує про це у своєму каналі). На відміну від анонімних каналів, контент тут походить від конкретної особи, репутація якої добре відома. Це автоматично підвищує рівень довіри аудиторії: підписники знають, хто такий Бутусов і можуть оцінити його експертизу.

З іншого боку, особистий канал не зобов'язаний дотримуватися суворого «новинного нейтралітету»: Бутусов часто дає свої критичні коментарі щодо дій влади або ходу бойових дій, чим канал ще більш цікавий аудиторії. «Бутусов Плюс» – це синтез журналістики і блогу, де новини та оригінальні розслідування переплітаються з оціночними судженнями автора. Такий формат дозволяє оперативно реагувати на інформаційні приводи і водночас просувати власний погляд. Це накладає і додаткову відповідальність: поширення неправдивої інформації або етичні помилки безпосередньо б'ють по репутації автора. Тож, загалом персональні канали більш дисципліновані, ніж анонімні. Натомість і їм властива суб'єктивність та емоційність викладу. У випадку «Бутусов Плюс» можна сказати, що канал став альтернативою традиційним форматам: замість окремих колонок чи телеєфірів журналіст щоденно спілкується зі своєю великою аудиторією напряду, доносячи важливу інформацію. Здебільшого це позитивний приклад інтеграції професійної журналістики у Telegram.

«Resident» – анонімний Telegram-канал, який позиціонує себе як джерело «інсайдерської» політичної інформації з Офісу Президента та силових структур. Має понад 600 тис. підписників. «Resident» відомий тим, що регулярно публікує непідтверджені документи, чутки про кадрові рішення, скандальні теорії змови щодо української влади. Українські медіаексперти вважають «Resident» частиною мережі проросійських інформаційних ресурсів. Зокрема, Detector Media згадує «Resident» серед каналів, якими керують російські спецслужби для інформаційного впливу. Його контент часто підхоплюють пропагандистські сайти, подаючи як нібито «докази» внутрішніх проблем в Україні. Наприклад, «Resident» розганяв наратив про нібито існування таємного плану капітуляції України, посиляючись на фейковий «документ з Банкової». Цей канал є яскравим прикладом негативних наслідків анонімності. Цікавим аспектом є те, що «Resident» і подібні канали часто мімікують під «патріотичні» українські ресурси, вставляючи проукраїнські гасла, аби завоюва-

ти довіру читачів. Так, їхній вплив більш підступний – вони маскують дезінформацію під виглядом «своїх» внутрішніх голосів.

Перелічені приклади далеко не вичерпують розмаїття українського Telegram-сегменту, але дають уявлення про основні його грані. З одного боку – «Труха» як новий тип масових народних медіа, швидких, комерційно успішних, але з сумнівною якістю контенту, з іншого – «Бутусов Плюс» як адаптація класичної журналістики до викликів часу та умов, та «Resident» – як інструмент прихованої інформаційної війни. Всі вони співіснують на одній платформі і формують інформаційне середовище, в якому живе український споживач новин. Далі обговоримо, які наслідки для журналістики та суспільства має така трансформація медіапростору.

Феномен «телеграмізації» українського медіапростору є одним із найважливіших інформаційних трендів останніх років. Telegram закріпився як провідний канал новин для української аудиторії, особливо в умовах війни. Близько половини громадян регулярно отримують інформацію через телеграм-канали, що ставить цю платформу в один ряд з телебаченням за впливовістю. У Telegram сформувався специфічний медіаландшафт: поруч з офіційними каналами органів влади та традиційних медіа домінують нові незалежні (здебільшого анонімні) канали, які значно випереджають офіційні ЗМІ за розміром аудиторії.

Переваги телеграм-каналів як інструменту журналістики виражені дуже яскраво. Передусім це висока оперативність. По-друге, неформальний, персоналізований характер комунікації сприяє тіснішому зв'язку між автором і аудиторією, підвищує лояльність читачів. По-третє, Telegram забезпечує широчезне охоплення: успішні канали отримують більшу аудиторію, ніж багато традиційних медіа, що відкриває шлях новим гравцям на інформаційному полі.

Ризики та негативні наслідки «телеграмізації» є зворотним боком цих переваг. Найгостріша проблема – лавиноподібне поширення дезінформації та маніпуляцій. Telegram-екосистема, практично не регульована модерацією, стала середовищем, де ворожа пропаганда і фейки легко знаходять аудиторію. Анонімність каналів ускладнює протидію цьому явищу і нівелює принцип відповідальності за слово. Ще один наслідок – розмивання професійних стандартів: частина аудиторії звикає до «новин» без належної перевірки, з емоційно агресивним забарвленням, що підриває цінність якісної журналістики в масовій свідомості. Самі журналісти відчувають тиск телеграм-формату і змушені змінювати стилі роботи. На редакційному рівні «телеграмізація» кинула виклик традиційним медіа, які втрачають монополію на оперативні новини і повинні конкурувати з неформальними каналами, зберігаючи при цьому довіру. Довіра ж аудиторії стає вибірковою: громадяни довіряють тим джерелам, які особисто обрали в Telegram (навіть якщо це сумнівні джерела), а загальний рівень критичності до інформації залишається недостатнім.

Отже, «телеграмізація» несе як благо, так і загрозу. Вона стала закономірним етапом розвитку медіа в цифрову епоху й надала нові канали комунікації. Водночас висвітлила вразливі місця: відсутність контролю за контентом, дефіцит медіаграмотності, прогалини в законодавстві. Журналістська спільнота та держава мають спільно знайти підходи для мінімізації ризиків через просвітництво аудиторії, саморегуляцію каналів, вибіркове правове реагування на відверто шкідливі ресурси.

Майбутня медіасистема України могла б поєднати оперативність і масовість Telegram із стандартами якості журналістики, виробивши нові гібридні формати до-

несення правди до громадян. Для цього потрібні подальші дослідження феномену телеграм-каналів, обмін досвідом з іншими країнами і впровадження інновацій у сфері медіа.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. *Detector Media* (2022), «From «Trukha» to Gordon: the most popular channels of the Ukrainian Telegram», 02 September. URL: <https://en.detector.media/post/from-trukha-to-gordon-the-most-popular-channels-of-the-ukrainian-telegram> (accessed 12 November 2025).
2. Hodunova, K. (2025), «More Ukrainians get news from TikTok and Telegram, fueling propaganda and privacy concerns», *The Kyiv Independent*, 28 November. URL: <https://kyivindependent.com/telegram-dominates-and-tiktok-grows-in-news-consumption-in-ukraine-fueling-privacy-and-propaganda-concerns/> (accessed 10 December 2025).
3. Protsiuk, A. (2025), «From Telegram's threat to quality shrinkflation – what defines Ukraine's media market in 2025», *The Fix Media*, 04 June. URL: <https://thefix.media/2025/06/04/from-telegrams-threat-to-quality-shrinkflation-what-defines-ukraines-media-market-in-2025/> (accessed 5 December 2025).
4. Vorobiov, M. (2024), «Has Ukraine Become Too Dependent on Telegram?», *CEPA – Europe's Edge*, 08 May. URL: <https://cepa.org/article/has-ukraine-become-too-dependent-on-telegram/> (accessed 12 December 2025).
5. *Бутусов плюс* (2025), «Telegram-канал @ButusovPlus», доступно за адресою: <https://t.me/ButusovPlus> (дата звернення 12 грудня 2025).
6. Горська, К. (2025), «Перспективи регулювання медіаресурсів в телеграмі: український досвід», *Інтегровані комунікації*, №1(19), 23 квітня. URL: <https://www.intcom.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/download/375/306> (останній перегляд 12 жовтня 2025).
7. *Інститут масової інформації* (2023), «Анонімність та російські гроші. Хто фінансує українські телеграм-канали?», 04 квітня. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/anonymist-ta-rosijski-groshi-hto-finansuye-ukrayinski-telegram-kanaly-i51944> (останній перегляд 6 грудня 2025).
8. Міський, В., Соколенко, Н. (2024), «У телеграмі переважно читають новинні агрегатори й блоги, а офіційні редакційні канали – не читають», *Detector Media*, 12 листопада. URL: <https://detector.media/mediumy/article/234602/2024-11-12-u-telegrami-perevazhno-chytayut-novynni-agregatory-y-blogy-a-ofitsiyni-redaktsiyni-kanaly-ne-chytayut-nataliya-romanyshyn-teksty/> (останній перегляд 1 жовтня 2025).
9. *Резидент* (2025), «Telegram-канал @rezident_ua», доступно за адресою: t.me/rezident_ua (дата звернення 12 грудня 2025).
10. *Труха. Україна* (2025), «Telegram-канал @truexanewsua», доступно за адресою: t.me/truexanewsua (дата звернення 12 грудня 2025).

REFERENCES

1. *Detector Media* (2022), «From «Trukha» to Gordon: The Most Popular Channels of the Ukrainian Telegram», 02 September. Available at: <https://en.detector.media/post/from->

- [trukha-to-gordon-the-most-popular-channels-of-the-ukrainian-telegram](#) (accessed 12 November 2025).
2. Hodunova, K. (2025), «More Ukrainians Get News from TikTok and Telegram, Fueling Propaganda and Privacy Concerns», *The Kyiv Independent*, 28 November. Available at: <https://kyivindependent.com/telegram-dominates-and-tiktok-grows-in-news-consumption-in-ukraine-fueling-privacy-and-propaganda-concerns/> (accessed 10 December 2025).
 3. Protsiuk, A. (2025), «From Telegram's Threat to Quality Shrinkflation – What Defines Ukraine's Media Market in 2025», *The Fix Media*, 04 June. Available at: <https://thefix.media/2025/06/04/from-telegrams-threat-to-quality-shrinkflation-what-defines-ukraines-media-market-in-2025/> (accessed 5 December 2025).
 4. Vorobiov, M. (2024), «Has Ukraine Become Too Dependent on Telegram?», *CEPA – Europe's Edge*, 08 May. Available at: <https://cepa.org/article/has-ukraine-become-too-dependent-on-telegram/> (accessed 12 December 2025).
 5. Butusov Plus (2025), «Telegram Channel @ButusovPlus», available at: <https://t.me/ButusovPlus> (accessed 12 December 2025).
 6. Horska, K. (2025), «Prospects for Regulating Media Resources in Telegram: The Ukrainian Experience», *Intehrovani Komunikatsii* [Integrated Communications], no. 1(19), 23 April. Available at: <https://www.intcom.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/download/375/306> (accessed 12 October 2025).
 7. *Institute of Mass Information* (2023), «Anonymity and Russian Money: Who Funds Ukrainian Telegram Channels?», 04 April. Available at: <https://imi.org.ua/monitorings/anonimnist-ta-rosijski-groshi-hto-finansuye-ukrayinski-telegram-kanaly-i51944> (accessed 6 December 2025).
 8. Miskyi, V. & Sokolenko, N. (2024), «In Telegram, Users Mostly Read News Aggregators and Blogs, While Official Editorial Channels Are Ignored», *Detector Media*, 12 November. Available at: <https://detector.media/mediumy/article/234602/2024-11-12-u-telegrami-perevazhno-chytayut-novynni-agregatory-y-blogy-a-ofitsiyni-redaktsiyni-kanaly-ne-chytayut-nataliya-romanyshyn-teksty/> (accessed 1 October 2025).
 9. *Rezident* (2025), «Telegram Channel @rezident_ua», available at: https://t.me/rezident_ua (accessed 12 December 2025).
 10. *Trukha. Ukraine* (2025), «Telegram Channel @truexanewsua», available at: <https://t.me/truexanewsua> (accessed 12 December 2025)

THE ‘TELEGRAMISATION’ OF THE UKRAINIAN MEDIA SPACE: ADVANTAGES, RISKS AND CONSEQUENCES FOR JOURNALISM

Iryna Bogachuk

Vinnitsia State Pedagogical University named after Mykhailo Kotsiubynskyi

Kniaz Ostrozkyi Str., 32, Vinnitsia, Ukraine, 21001

e-mail: irina.bogachuk1805@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0009-5146-8555>

This article offers a comprehensive scholarly analysis of the phenomenon of the ‘telegramisation’ of the Ukrainian media landscape – the rapid rise of the Telegram messenger as a key platform for distributing journalistic content in Ukraine. The study examines social and political, and technological factors that have contributed to Telegram’s growing dominance, particularly in the context of the Russian-Ukrainian war, heightened information uncertainty, and the public’s increasing demand for fast, uninterrupted access to news. Special attention is paid to the platform’s infrastructural advantages, including the speed of message delivery, simplified content production, flexible formats, and the ability to reach large audiences without traditional editorial filters.

The article outlines the main benefits that Telegram offers to journalists and media organisations: high immediacy of updates, opportunities for direct engagement with audiences, the spread of personalised and informal communication styles, and emerging models of monetisation that reshape media economics. At the same time, the study highlights significant risks associated with Telegram’s media influence. These include the proliferation of manipulations and disinformation, the opacity and anonymity of channel administrators, the absence of platform-level accountability, the erosion of ethical standards, and growing dependence of news consumption on opaque algorithms and private actors.

By synthesising current research and empirical observations, the article evaluates how the ‘telegramisation’ trend affects the quality of journalism, audience trust, and the broader information ecosystem in Ukraine.

Keywords: Telegram channels, media space, social networks, journalistic standards, disinformation, anonymity.

Отримано редакцією видання / Received: 13.12.2025

Прорецензовано / Revised: 17.12.2025

Схвалено до друку / Accepted: 22.12.2025

Опубліковано на сайті видання / Published on the publication’s website: 28.01.2026

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2026: 58; 128–135 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2026.58.13917>

УДК 338.46:65.012.3(043.3)

ЕВОЛЮЦІЯ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ МЕДІА В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ: АНАЛІЗ FACEBOOK І GOOGLE

Мар'яна Кіца

Національний університет «Львівська політехніка»,

вул. Кн. Романа, 3, 79020, Львів, Україна

e-mail: mariana.o.kitsa@lpnu.ua

<https://orcid.org/0000-0002-0704-5012>

У статті досліджуються економічні моделі функціонування сучасних медіа в умовах трансформації глобального та національного інформаційних ринків. Акцент зроблено на переході від традиційних джерел доходів до багатоканальних структур монетизації, що формуються під впливом цифровізації, платформізації та змін у споживанні контенту. Проаналізовано ключові бізнес-підходи, які використовуються українськими та міжнародними медіаорганізаціями, зокрема рекламні моделі, підпискові стратегії, краудфандинг, грантові механізми та створення додаткової комерційної вартості через диверсифікацію продуктів і послуг. У роботі окреслено відмінності між моделями, орієнтованими на ринок, та тими, що залежать від суспільного фінансування чи донорської підтримки, а також визначено їхні сильні й слабкі сторони в контексті економічної стійкості медіа.

Мета дослідження полягає у виявленні чинників, які впливають на життєздатність і конкурентоспроможність медіапроектів у цифрову епоху. Методологія ґрунтується на поєднанні структурно-функціонального аналізу, порівняльного методу та контент-аналізу аналітичних і наукових джерел. Проведено огляд сучасних теоретичних підходів до медіаекономіки та бізнес-моделювання, а також розглянуто практичні приклади успішних кейсів у Європі, США й Україні.

Результати дослідження демонструють, що стійкість медіа значною мірою залежить від гнучкості у впровадженні інновацій та здатності адаптувати бізнес-процеси до вимог цифрового середовища. Зроблено висновок, що ефективні медіамоделі вирізняються комбінованим характером, поєднанням кількох джерел доходу та переходом від масової реклами до глибших відносин із аудиторією. Отримані висновки можуть бути корисними для подальшого вивчення економічної стійкості медіа та розробки нових управлінських стратегій.

Ключові слова: економічні моделі, медіа, глобальні платформи, цифровізація.

Актуальність дослідження. Упродовж останніх десятиліть медіаіндустрія зазнала радикальних трансформацій, спричинених глобальною цифровізацією, стрім-

ким розвитком платформеної економіки та зміною моделей споживання інформації. Традиційні джерела доходів, на яких ґрунтувалася діяльність медіа у XX столітті, зокрема рекламна модель та передплатні системи, стрімко втрачають стабільність, тоді як ринок дедалі більше залежить від технологічних гігантів і алгоритмічних механізмів розподілу уваги. У таких умовах питання вибору та адаптації економічної моделі стає критично важливим для виживання й сталого розвитку медіаорганізацій.

Сучасні медіа одночасно функціонують у кількох парадигмах: ринково-орієнтованій, платформеній, краудфандинговій, донорській, а також у змішаних моделях, що поєднують рекламні доходи, платний доступ, спонсорство та грантові програми. Кожна з цих моделей має власну логіку, ризики та потенціал, а їхня ефективність визначається як особливостями медіаринку, так і політичними та соціально-економічними умовами конкретної країни.

Переосмислення економічних засад функціонування медіа є ключовим для розуміння того, як формуються інформаційні екосистеми, від чого залежить якість журналістського контенту та які механізми забезпечують фінансову стійкість медіа у світі, де увага аудиторії стала найціннішим ресурсом. Дослідження актуальних економічних моделей дозволяє не лише окреслити тенденції трансформації галузі, а й визначити стратегії, здатні забезпечити медіа конкурентоспроможність, незалежність і суспільну значущість у сучасному інформаційному середовищі.

Постановка проблеми. У сучасному цифровому середовищі медіа-організації все більше стикаються з викликами, пов'язаними з їхньою залежністю від глобальних платформ, таких як Google, Facebook, YouTube та інші. Ці платформи визначають не лише способи розповсюдження контенту, але й економічні та редакційні стратегії медіа. З одного боку, вони надають доступ до широкої аудиторії та фінансових можливостей через рекламу, але з іншого – суттєво обмежують редакційну незалежність, змушуючи медіа адаптувати свої матеріали під алгоритмічні вимоги, що можуть суперечити принципам об'єктивності та різноманітності.

Залежність від глобальних платформ, таких як Google, Facebook, YouTube та інші, стала основною проблемою для багатьох медіа-організацій по всьому світу. Ці платформи займають домінуючі позиції в розподілі контенту і контролюють більшу частину онлайн-активності. Вони створюють екосистему, в якій медіа змушені адаптувати свої стратегії під алгоритми цих платформ, що, в свою чергу, суттєво зменшує їхню автономію та контроль над власним контентом.

Метою дослідження є комплексний аналіз сучасних економічних моделей функціонування медіа в умовах цифрової трансформації, визначення їхніх ключових характеристик, переваг та обмежень, а також виявлення факторів, що впливають на фінансову стійкість і стратегічну адаптивність медіаорганізацій у сучасному інформаційному середовищі. Дослідження спрямоване на уточнення закономірностей розвитку медіаринків, систематизацію підходів до монетизації контенту та формування рекомендацій щодо оптимізації економічних стратегій медіа.

Методологічною основою дослідження є міждисциплінарний підхід, що поєднує економічну теорію, медіаекономіку, теорію комунікації та елементи платформених досліджень. Застосований системний і структурно-функціональний підхід дає змогу розглянути медіа як складний соціально-економічний інститут, що функціонує в умовах глобального цифрового ринку.

У процесі дослідження використано такі методи:

Метод аналізу та синтезу для узагальнення теоретичних підходів до економічних моделей медіа та виокремлення ключових тенденцій їх трансформації.

Порівняльний аналіз, який дозволив зіставити різні моделі фінансування медіа (рекламну, передплатну, платформену, донорську, краудфандингову, гібридні моделі) та оцінити їхню ефективність у різних країнах і сегментах ринку.

Контент-аналіз аналітичних і галузевих звітів, що дав можливість дослідити реальні практики монетизації та економічні стратегії провідних медіакомпаній.

Метод кейс-стаді, застосований для детального вивчення окремих медіапроектів та їхніх бізнес-моделей.

Огляд літератури. Проблематика економічних моделей функціонування сучасних медіа активно досліджується у працях таких провідних учених, як Роберт Пікард (Robert G. Picard), Александер Нойманн (A. Neumann), Елізабет ван Куверінг (Elizabeth Van Couvering), Хосе ван Дейк (José van Dijck), Томас Посетті (Tommaso Poseetti), Мануель Кастельс (Manuel Castells) та Філіп Наполі (Philip Napoli).

Роберт Пікард у своїх фундаментальних дослідженнях розглядає медіа як економічні інституції, аналізує їхню рентабельність, структуру витрат та особливості ринкової конкуренції¹. Він підкреслює, що традиційні бізнес-моделі друкованої та телевізійної журналістики втрачають ефективність у цифрову добу та потребують стратегічної перебудови.

Філіп Наполі концентрується на ролі алгоритмічних платформ у перерозподілі уваги аудиторії та на тому, як цифрові інтермедіарії впливають на економіку новин. Він наголошує, що платформи стали новими “регуляторами доступу”, які визначають не лише поширення контенту, а й монетизацію.

Хосе ван Дейк та колеги (van Dijck, Poell, De Waal) аналізують платформізацію медіа й описують, як такі компанії, як Meta, Google чи TikTok, формують нову інфраструктуру інформаційного ринку. Їхні дослідження демонструють, що сучасні медіа перебувають у стані залежності від алгоритмічної логіки платформ, яка визначає видимість контенту та рекламні доходи.

Елізабет ван Куверінг та Мануель Кастельс закладають теоретичну основу концепції “економіки уваги”. Вони досліджують механізми, через які інформаційні потоки перетворюються на економічний ресурс, а аудиторія – на об’єкт конкуренції між медіа та цифровими компаніями.

Окремий напрям у літературі становлять моделі краудфандингу та донорського фінансування, які аналізують такі науковці, як Шарлотта Раєрсон (Charlotte Ryerson), Клей Ширкі (Clay Shirky) та Ден Джекобсон (Dan Jakobsson). Вони наголошують, що участь аудиторії у фінансуванні медіа підсилює довіру, але не гарантує довгострокової економічної стабільності.

Українські дослідники – Галина Петренко, Отар Довженко, Діана Дуцик, Олексій Панич – акцентують на специфіці українського медіаринку, який поєднує залежність від платформ, політичний вплив та високу роль донорських коштів. Їхні звіти 2022–2024 років демонструють різкі зрушення в моделях фінансування під впливом повномасштабної війни.

¹ Picard, R. G. (2011), *The Economics and Financing of Media Companies*, 2nd ed., Fordham University Press, New York, 256 p.

Сукупність цих робіт сформувала сучасний теоретичний фундамент для вивчення медіаекономіки: від традиційних рекламних моделей до платформених, гібридних, краудфандингових та донорських стратегій.

Виклад основного матеріалу. Елементи економічного моделювання для визначення взаємозв'язків між джерелами доходів, поведінкою аудиторії та фінансовою стійкістю медіа.

Застосований комплекс методів забезпечує всебічне дослідження економічних моделей сучасних медіа та дозволяє сформувати обґрунтовані висновки щодо ефективності різних підходів до їхнього функціонування й розвитку².

Глобальні платформи, через свої алгоритми, значною мірою визначають, який контент буде видимим для користувачів. Відповідно, медіа змушені оптимізувати свої матеріали під вимоги цих платформ, що часто призводить до зниження редакційної незалежності. Контент, що сприяє більшій взаємодії, може набувати більшої популярності, навіть якщо він не відповідає високим журналістським стандартам³. Це призводить до ситуації, коли медіа-організації, зокрема новинні видання, адаптуються до алгоритмічних вимог, які не завжди відповідають потребам суспільства в об'єктивній та глибокій інформації.

Водночас глобальні платформи мають монопольне становище на ринку контенту, що обмежує можливості незалежних медіа для досягнення широкої аудиторії без залежності від платформи⁴. За допомогою таких технологій, як пошукові алгоритми та соціальні мережі, ці платформи диктують, який контент буде популяризований серед користувачів. Це створює ефект «екосистеми закритих джерел», де незалежні медіа змушені орієнтуватися на переваги платформ, а не на власну стратегію чи редакційну політику⁵. З'являється значний ризик втрати унікальності контенту, що може вплинути на розвиток медіа як соціального інституту.

Іншим важливим аспектом є фінансова залежність медіа від глобальних платформ. Хоча платформи надають медіа доступ до величезної аудиторії, більша частина доходів від реклами залишається у руках самих платформ. Наприклад, Google та Facebook отримують основну частину доходів від реклами, яка орієнтована на користувачів, що взаємодіють з контентом через ці сервіси⁶. Медіа, зокрема онлайн-видання, змушені використовувати ці платформи як канали для поширення своїх матеріалів, що створює парадоксальну ситуацію: з одного боку, вони отримують трафік і доходи, з іншого – значну частину прибутку забирають самі платформи. Це обмежує їхні можливості для розширення бізнес-моделей і стабільного фінансування.

² Бурда, М. С., & Клименко, А. В. (2020), "Економіка медіа: моделі та тенденції розвитку", *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Журналістика*, 2020, № 1 (40), с. 25.

³ Іванов, В. Ф. (2018), *Медіасистеми і медіаменеджмент: сучасні підходи*, Академія української преси, Київ, с. 25.

⁴ Гуменюк, О. С. (2021), "Трансформація медіаринку України в умовах цифровізації", *Український інформаційний простір*, 2021, № 2, с. 42.

⁵ Van der Wurff, R. (2018), "The handbook of media management and economics", *Business models of news media*, In R. Picard (Ed.), Routledge, New York, p. 34.

⁶ Schlesinger, P., & Doyle, G. (2015), "From Organizational Crisis to Multi-Platform Salvation? Creative Destruction and Public Service Media's Urgent Future", *International Journal of Communication*, Vol. 9, pp. 112.

Залежність від глобальних платформ також стає проблемою в контексті політичного впливу⁷. Оскільки ці платформи діють на міжнародному рівні, вони можуть мати різні підходи до регулювання контенту в залежності від країни чи політичних обставин. Це створює ситуацію, коли медіа в окремих країнах, наприклад, в Україні, стикаються з додатковими труднощами в забезпеченні свободи слова і редакційної незалежності, якщо платформи підкоряються політичним вимогам держави або зовнішньому тиску.

Загалом, залежність від глобальних платформ підриває автономію медіа і ставить під загрозу принципи редакційної свободи⁸. Це викликає низку нових викликів для медіа-бізнесу, зокрема щодо збереження фінансової стійкості, редакційної незалежності та забезпечення різноманіття контенту. Для досягнення більшої автономії та розвитку нових бізнес-моделей медіа-організації повинні шукати баланс між використанням глобальних платформ і власними каналами розповсюдження інформації, водночас зберігаючи принципи журналістської етики та незалежності⁹.

У сучасному медіа-середовищі, перенасиченому безкоштовними матеріалами, медіа-організації стикаються з серйозними проблемами у монетизації свого контенту. Зі збільшенням доступності інформації через інтернет користувачі все більше звикають до того, що новини, статті та інші медіа-матеріали можуть бути доступні безкоштовно. Це створює низку викликів для медіа, які намагаються зберегти якість контенту та одночасно забезпечити стійку фінансову модель.

Ринок медіа перенасичений величезною кількістю безкоштовних онлайн-ресурсів, блогів, соціальних медіа та новинних агрегаторів, які надають користувачам доступ до новин і статей безкоштовно¹⁰. У такій ситуації користувачі звикають до безкоштовного споживання контенту, що значно ускладнює пошук шляхів монетизації для традиційних медіа, які покладаються на рекламу чи платні підписки.

Багато користувачів, зважаючи на економічні умови або інформаційну перенасиченість, стають менш готовими платити за доступ до контенту, навіть якщо він є високоякісним та професійно підготовленим¹¹. Вартість підписки може здаватись занадто високою у порівнянні з великим обсягом безкоштовної інформації, що доступна в Інтернеті. Це змушує медіа перебудовувати свої стратегії монетизації.

З перенасиченням контенту медіа також зіштовхуються з проблемою монетизації через рекламу. Користувачі, які регулярно стикаються з банерною рекламою та іншими рекламними форматами, можуть почати ігнорувати ці оголошення. Зниження ефективності реклами призводить до того, що рекламодавці змушені знижувати витрати на рекламу, що зменшує доходи медіа-організацій.

Оскільки монетизація контенту стає складнішою через перенасичення ринку безкоштовними матеріалами, деякі медіа змушені знижувати якість свого контен-

⁷ Пономаренко, Л. О. (2019), "Розвиток бізнес-моделей ЗМІ в Україні: виклики та перспективи", *Соціальні комунікації. Теорія і практика*, № 3, с. 103.

⁸ McChesney, R. W. (2013), *Digital Disconnect: How Capitalism Is Turning the Internet Against Democracy*, The New Press, New York, p. 112.

⁹ Baker, C. E. (2007), *Media Concentration and Democracy: Why Ownership Matters*, Cambridge University Press, Cambridge, p. 67.

¹⁰ Doyle, G. (2013), *Media Economics and Public Policy*, SAGE Publications, London, p. 32.

¹¹ Jenkins, H. (2006), *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York University Press, New York, p. 201.

ту, щоб зберегти фінансову стабільність. Це може включати зменшення витрат на журналістські розслідування, скорочення кількості спеціалізованих матеріалів або використання дешевших форматів контенту. Це, в свою чергу, може вплинути на репутацію медіа і призвести до втрати довіри з боку аудиторії.

У відповідь на ці проблеми медіа шукають нові способи монетизації, щоб забезпечити стабільний дохід. Однією з можливих моделей є платні підписки (paywall), коли доступ до ексклюзивного контенту обмежується тільки для підписників. Іншими варіантами є впровадження системи пожертв або краудфандингу, коли аудиторія підтримує медіа фінансово, або використання нативної реклами, яка може бути менш нав'язливою для користувачів.

Оскільки безкоштовні матеріали часто є загальними і не мають унікальності, медіа повинні зосередитись на створенні контенту, який буде відрізнятися від загального потоку новин. Це може включати глибші аналітичні статті, розслідування, експертні думки та інші форми унікального контенту, за які люди будуть готові платити. Однак це потребує значних інвестицій у журналістську роботу, що в свою чергу пов'язано з необхідністю стабільного фінансування.

Отже, сучасні бізнес-моделі медіа мають вирішальне значення для ефективної організації діяльності онлайн медіа та адаптації до нових реалій, спричинених глобалізацією та технологічними змінами. Зміни на медіа-ринку відображаються в тому, як медіа знаходять нові шляхи для монетизації контенту, забезпечення фінансової стабільності та розвитку. В умовах глобалізації, розвитку цифрових технологій і змін у поведінці аудиторії, медіа повинні адаптувати свої стратегії для збереження конкурентоспроможності.

Сучасні медіа активно використовують різноманітні моделі фінансування, серед яких особливо виділяються краудфандинг, платні підписки (paywall, freemium), а також спонсорство й інші форми реклами. Наприклад, на прикладі українських медіа можна побачити, як Суспільне телебачення працює за моделлю, що передбачає певні обмеження в джерелах фінансування, але прагне до самоокупності і залучення коштів із громадських джерел. У той же час, медіа, як «Критика», застосовує комбінацію різних підходів, таких як платні підписки на електронну версію журналу, окремі випуски в форматі PDF, а також організація брендированих подій для забезпечення своїх фінансових потреб.

Висновки. Отже, одним із ключових аспектів успішної бізнес-моделі медіа є здатність до швидкої адаптації до нових умов. Глобалізація і цифровізація медіа-ринку ставлять перед редакціями нові виклики: з одного боку, необхідність збереження високої якості контенту, з іншого – здатність знайти фінансово ефективні механізми, що дозволяють монетизувати цей контент у конкурентному середовищі. Крім того, нові бізнес-моделі забезпечують медіа можливість залучати різноманітні джерела фінансування, зокрема через краудфандингові платформи, що стали важливими для незалежних і стартапових медіа.

Адаптація бізнес-моделей є важливою складовою успішної діяльності медіа в умовах постійних змін на ринку. Медійні організації, які зможуть ефективно поєднати інноваційні підходи до фінансування з високоякісним контентом, зможуть зберегти свою конкурентоспроможність і забезпечити стабільний розвиток в умовах глобальної цифрової трансформації.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Бурда, М. С., & Клименко, А. В. (2020), “Економіка медіа: моделі та тенденції розвитку”, *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Журналістика*, 2020, № 1 (40), с. 25–32.
2. Гуменюк, О. С. (2021), “Трансформація медіаринку України в умовах цифровізації”, *Український інформаційний простір*, 2021, № 2, с. 45–58.
3. Іванов, В. Ф. (2018), *Медіасистеми і медіаменеджмент: сучасні підходи*, Академія української преси, Київ, 248 с.
4. Костюк, С. І. (2022), “Фінансові моделі функціонування українських онлайн-медіа”, *Комунікація і суспільство*, № 7, с. 67–75.
5. Пономаренко, Л. О. (2019), “Розвиток бізнес-моделей ЗМІ в Україні: виклики та перспективи”, *Соціальні комунікації. Теорія і практика*, № 3, с. 102–113.
6. Baker, C. E. (2007), *Media Concentration and Democracy: Why Ownership Matters*, Cambridge University Press, Cambridge, 356 p.
7. Doyle, G. (2013), *Media Economics and Public Policy*, SAGE Publications, London, 264 p.
8. Jenkins, H. (2006), *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York University Press, New York, 308 p.
9. McChesney, R. W. (2013), *Digital Disconnect: How Capitalism Is Turning the Internet Against Democracy*, The New Press, New York, 253 p.
10. Picard, R. G. (2011), *The Economics and Financing of Media Companies*, 2nd ed., Fordham University Press, New York, 256 p.
11. Schlesinger, P., & Doyle, G. (2015), “From Organizational Crisis to Multi-Platform Salvation? Creative Destruction and Public Service Media’s Urgent Future”, *International Journal of Communication*, Vol. 9, pp. 112–130.
12. Van der Wurff, R. (2018), “*The handbook of media management and economics*”, *Business models of news media*, In R. Picard (Ed.), Routledge, New York, pp. 97–114.

REFERENCES

1. Burda, M. S., & Klymenko, A. V. (2020), “Media economics: Models and development trends”. *Visnyk of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Journalism*, 1 (40), 25–32.
2. Humeniuk, O. S. (2021), “Transformation of the Ukrainian media market under digitalization”, *Ukrainian Information Space*, 2, 45–58.
3. Ivanov, V. F. (2018), *Media systems and media management: Contemporary approaches*, Academy of Ukrainian Press, Kyiv.
4. Kostiuk, S. I. (2022), Financial models of Ukrainian online media. *Communication and Society*, 7, 67–75.
5. Ponomarenko, L. O. (2019), “Development of media business models in Ukraine: Challenges and prospects”, *Social Communications: Theory and Practice*, 3, 102–113.
6. Baker, C. E. (2007), *Media concentration and democracy: Why ownership matters*, Cambridge University Press, Cambridge.
7. Doyle, G. (2013), *Media economics and public policy*, SAGE Publications, London.
8. Jenkins, H. (2006), *Convergence culture: Where old and new media collide*, New York University Press, New York.
9. McChesney, R. W. (2013), *Digital disconnect: How capitalism is turning the internet against democracy*, The New Press, New York.

10. Picard, R. G. (2011), *The economics and financing of media companies* (2nd ed.), Fordham University Press, New York.
11. Schlesinger, P., & Doyle, G. (2015), "From organizational crisis to multi-platform salvation? Creative destruction and public service media's urgent future", *International Journal of Communication*, 9, 112–130.
12. Van der Wurff, R. (2018), "*The handbook of media management and economics*", *Business models of news media*, In R. Picard (Ed.), Routledge, New York, pp. 97–114.

THE EVOLUTION OF MEDIA BUSINESS MODELS IN THE CONTEXT OF DIGITALISATION: AN ANALYSIS OF FACEBOOK AND GOOGLE

Mariana Kitsa

Lviv Polytechnic National University

Kniaz Roman Str., 3, Lviv, Ukraine, 79020

e-mail: mariana.o.kitsa@lpnu.ua

<https://orcid.org/0000-0002-0704-5012>

The article examines the economic models of contemporary media operating within rapidly transforming global and national information markets. Special attention is given to the shift from traditional revenue systems toward multi-channel monetisation structures shaped by digitalisation, platformisation, and evolving audience consumption patterns. The study analyses the key business approaches adopted by Ukrainian and international media organisations, including advertising-based models, subscription strategies, crowdfunding mechanisms, grant-funded practices, and diversification of products and services aimed at generating additional commercial value. Differences between market-oriented models and those relying on public funding or donor support are identified, along with their respective strengths and limitations in terms of economic sustainability.

The purpose of the research is to identify the factors that influence the viability and competitiveness of media projects in the digital era. The methodology combines structural-functional analysis, comparative methods, and content analysis of academic and analytical sources. The article provides an overview of contemporary theoretical approaches to media economics and business modelling, supplemented by practical examples of successful cases from Europe, the United States, and Ukraine.

The results indicate that the resilience of media organisations largely depends on their capacity to innovate and adapt business processes to the demands of the digital environment. It is concluded that effective media models are characterised by hybrid structures, combining multiple revenue streams and transitioning from mass advertising to deeper audience engagement. These findings contribute to a broader understanding of media sustainability and offer insights relevant to the development of new managerial strategies.

Keywords: economic models, media, global platforms, digitalisation.

Отримано редакцію видання / Received: 05.12.2025

Прорецензовано / Revised: 24.12.2025

Схвалено до друку / Accepted: 28.12.2025

Опубліковано на сайті видання / Published on the publication's website: 28.01.2026

МЕДІАДОСЛІДЖЕННЯ

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2026: 58; 136–153 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2026.58.13918>

УДК [070:81'373.47]:316.77:32]:305.522-057.87

ГОНЗО-ЖУРНАЛІСТИКА В ОЦІНЦІ СТУДЕНТІВ

Роксоляна Білоус

Львівський національний університет імені Івана Франка

вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна

e-mail: roksabilous@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0002-4666-0931>

У статті розкрито генезу гонзо-журналістики, окреслено суспільно-політичні передумови її зародження у США. Наголошено на соціально-громадянській важливості функціонування гонзо-журналістики в інформаційному просторі України. Зазначено, що трансформація вульгарного стилю Гантера Томпсона (творця гонзо) позитивно впливає на вільне розгортання суб'єктивних оціночних думок автора про факти, події, явища.

Опубліковано результати дослідження про особливості вербальної та візуальної комунікації між авторами гонзоматеріалів та реципієнтами і тематично-змістову залежність журналістських творів від суспільно-політичних процесів, професійності та національної свідомості журналістів. З цією метою проведено опитування студентів II, III, IV курсів – майбутніх журналістів – у семи університетах України на платформі Google Forms.

Із 180 респондентів 24 відповіли, що про термін «гонзо-журналістика» не чули. Із 156 респондентів, яким відомий термін гонзо-журналістика, 112 назвали її ознаки. 119 опитаних написали, що гонзо-журналістика виникла у США у 1960-1970-х роках, а творцем її – Гантер Томпсон (104 правильні відповіді). 111 респондентів ствердили, що гонзо-стиль притаманний матеріалам Яніни Соколової, Богдана Кутєпова, Тетяни Трофименко, Євгена Бударяцького, Ірини Лопатіної, Олександра Ковальчука, Майкла Щура (Романа Вінтоніва), Остапа Дроздова. На думку 108 респондентів, гонзо-ознаки є у творах Сергія Жадана, Юрія Іздрика, Юрія Винничука, Юрія Андруховича, Оксани Забужко, Леся Подерев'янського. Різно негативно сприймають обценну лексику 19 респондентів із 180 опитаних.

Опубліковано оцінні судження 18 студенток/студентів четвертого курсу про авторські комунікативні, репрезентативні інтенції та інтенційні потреби реципієнтів, тематично-змістовий характер і особливості сприймання гонзо-журналістських матеріалів Яніни Соколової. Схарактеризовано світоглядно-громадянську позицію, морально-етичний рівень професіоналізму, актуальність і правдивість інформації, гонзо-стиль

авторки, вплив гонзо-матеріалів на психічний, морально-духовний світоглядний стан реципієнтів, їхні знання, національну гідність, патріотизм, розв'язання важливих суспільно-політичних проблем.

Ключові слова: журналістика, гонзо-журналістика, інформаційний простір, студенти, гонзо-матеріали, комунікативні інтенції, опитування, мовно-стилістичні засоби.

Постановка проблеми. У Конституції України (стаття 3-я) наголошено, що людина, її життя і здоров'я, честь і гідність, недоторканність і безпека визнаються в Україні найвищою соціальною цінністю. Однією з глобалізаційних загроз безпеці українців є інформаційний колоніалізм, що породжує протидію національних менталітетів та ідентичностей. «Найвищим ступенем інформаційного протидію для досягнення різних політичних цілей є інформаційна війна, яка спрямована на розв'язання суспільно-політичних, ідеологічних, а також національних, територіальних та інших конфліктів між державами, народами, націями, класами і соціальними групами шляхом широкомасштабної реалізації інформаційної зброї»¹.

Ворожі отруйні інформаційні стріли націлені на головні «об'єкти» – національну свідомість і психіку людини. Важливими засобами захищеності психіки і морально-духовної свідомості українських громадян від небезпечних російських ворожих впливів є національні засоби масової комунікації. До найновіших медійних безпекових чинників належить гонзо-журналістика – «унікальне та нетрадиційне явище»² в системі інформаційного простору України, яка своїм гонзо-стилем розвінчує московські маніпулятивні дезінформаційні наративи, захищає національні інтереси, життєво-важливі матеріальні, інтелектуальні, духовні цінності українського народу. Гонзо-журналістика, як новітній соціальний інститут, володіє нетрафаретними засобами комунікації. Сучасні суспільно-політичні події й процеси ставлять перед гонзо-журналістами важливі громадянські завдання. Створення і передача аудиторії актуальної цікавої інформації, яка має сприяти формуванню індивідуальної і громадської думки. Розгортати просвітницьку пропаганду українських національно-духовних цінностей, ментально-світоглядних орієнтирів для людини, громади, суспільства. Щоби в умовах ворожої маніпулятивної пропаганди, екзистенційної війни протистояти глобальній системі космополітичної стандартизації та уніфікації, в інтернеті має бути потужний український націєтворчий, мовно-культурний, змістовно-правдивий гонзо-журналістський простір.

Актуальність дослідження. До найважливіших чинників формування, утвердження і збереження національного «Я» належать освіта, наука, інформація. «Конкурентноспроможною може бути людина, яка опанувала основи наук, володіє новітніми способами сприйняття і передачі інформації, освічена та практично підготовлена, насамперед у професійному, мовному та світоглядному контексті, – наголошує професор Василь Лизанчук. – Саме в такому ключі потрібно надалі розвивати світові трансформаційні процеси в системі освіти, науки та інформаційних технологій»³.

¹ Желіховська, Н., Різун, В. (2015), *Сучасна українська публіцистика: теорія і практика: навч. посіб. для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація»*, РИДЖИ, Київ, с. 15.

² Boutammant, M. (2021), *The Idiosyncratic Perspective of Gonzo Journalism: Thompson's The Kentucky Derby is Decadent and Depraved*, Leiden University.

³ Лизанчук, В. (2003), *Не лукавити словом*, Львів: Вид.-виробн. підприємство «Місіонер», с. 16.

Усвідомлені духовно-психологічні прагнення, домагання є передумовою і підґрунтям невід'ємної складової парадигми інформаційної безпеки людини, суспільства, держави. Своєрідним суб'єктом, який інформаційно і психологічно впливає на формування національних і загальнолюдських морально-світоглядних настанов, є також гонзо-журналістика. Високі комунікаційні технології сприяють розширенню її функціонування в інформаційному просторі, зокрема, в соціальних мережах, які тепер «перебувають на піку своєї популярності»⁴. Професорка М. Г. Яцимірська слушно наголосила, що «інтернет як засіб масової інформації створив умови для обміну думками в найемоційніший спосіб. Звідкти походить зацікавлення гонзо-журналістикою, в якій висловлюються враження від тих чи інших подій словами і епітетами без огляду на їх стилістичну належність»⁵.

За таких умов потрібно належно осмислювати і узагальнювати особливості функціонування гонзо-журналістики, різножанрові матеріали якої спрямовані на емоційну та раціональну сфери реципієнта. Потрапляючи під професійно-емоційний вплив гонзо-журналіста, у психіці читача, глядача, слухача відображається інтенційна спрямованість комунікацій. Залежно від мети автора, сутності його повідомлення, створюється комфорт чи дискомфорт, реципієнт займає позитивну чи негативну морально-психологічну платформу. У нього загострюються інтелектуальні, доброчинні потреби чи навпаки – це для нього «не формат». «Фаховий журналістський матеріал має породжувати інтелектуальні емоції»⁶.

Отже, роль гонзо-журналістики полягає у тому, щоби сприяти позитивній взаємодії тріади «держава – суспільство – особа». Забезпечуючи інтелектуальні потреби людини, створювати духовно-національний ґрунт для сприйняття нової правдивої інформації, розвивати таким чином самосвідомість.

Мета і завдання статті. Мета цієї наукової розвідки – з'ясувати стан обізнаності студентів – майбутніх журналістів – з гонзо-журналістським явищем, вивчити сприймання ними гонзо-журналістських матеріалів, узагальнити студентське розуміння сутності і потреби розвивати гонзо-журналістику та особливості її функціонування в інформаційному просторі. Для цього потрібно виконати такі **завдання**: опитати 180 студентів, проаналізувати, узагальнити студентські дослідницькі письмові роботи (контент-аналіз та інтент-аналіз гонзоматеріалів).

Методологічні основи. Методологічною основою дослідження є загальнонаукові принципи історизму, об'єктивності, правдивості, конкретності, функціональності, системності, пізнавальності, моделювання, інформаційності. Спираючись на них, аналізували суспільно-політичні передумови зародження гонзо-журналістики, особливості її функціонування в інформаційному просторі. Історико-теоретичний системний метод використовували для огляду літератури про гонзо-журналістику. Порівняльно-тематичний метод застосовували для зіставлення традиційної (класичної) журналістики і гонзо-журналістики. З допомогою контент-аналізу та інтент-

⁴ Мудра, І., Кіца, М. (2024), «Роль соціальних мереж у формуванні бренду телеведучого: ефективні інструменти та методи», *Потятиник Б.В., Лозинський А.М. (Ред.), Журналістика і медіа в умовах суспільних трансформацій: монографія*, Львів: ЛНУ імені Івана Франка, С. 106.

⁵ Яцимірська, М. (2022), «Сучасний медіатекст: політичні наративи, смисли і сенси, емоційні маркери», *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*, Вип. 51, с. 217.

⁶ Там само, с. 221.

аналізу вивчали тематику, змістову наповненість гонзоматеріалів та мовно-стилістичні особливості. Метод опитування і глибокого інтерв'ювання дав можливість з'ясувати ставлення студентів – майбутніх журналістів – до гонзо-журналістики. Для розкриття теми скористалися також методами індукції, дедукції, спостереження, узагальнення і опису.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Термін «гонзо» вперше використав редактор журналу «The Boston Globe» Білл Кардозо у рецензії на репортаж Гантера Стоктона Томпсона «Дербі в Кентуккі: занепад і розпуста», який опубліковано в журналі «Scanline Monthly» у 1970 році. Правда, першим кроком переходу Томпсона від нового журналізму до «гонзо» були його «Ангели пекла». Стиль письма в «Ангелах пекла» – це розповідь від першої особи. У «Дербі в Кентуккі: занепад і розпуста» автор уже є головним героєм тексту. У 1971 році Гантер написав книжку «Страх і відраза в Лас-Вегасі: дика подорож до серця американської мрії». Меттью Вінстон⁷ і Мохаммед Бутаммат⁸ назвали цю історію програмним твором гонзо-формату. Відтоді «гонзо» визнають унікальним, нетрадиційним стилем і методом журналістів. Б.Боу так схарактеризував стиль гонзо: «Це – енергійний та іконоборчий стиль письма від першої особи, в якому автор також бере на себе перформативну роль у тексті. Крім того, як стиль, гонзо черпає свою силу з поєднання соціальної критики і самосатири»⁹. Професор О.Волковинський написав, що «головними стильовими ознаками гонзо-журналістики визнали культ індивідуальності і унікальності, широке використання гумору, іронії, сарказму, перебільшення і ненормативної лексики»¹⁰. Дослідниця М.Іванців слушно наголосила, що за час свого існування (55 років – Р.Б.) стиль гонзо трансформувався. «Вульгарний стиль Гантера С.Томпсона змінився на різкий, подекуди агресивний і «вільний» спосіб зображення думок автора»¹¹. «Популярність гонзо пов'язана із зростаючим впливом медіа на формування особливого типу споживача, якого можна назвати Homo Aestheticus»¹², зазначила Едита Жирек-Городиська.

Виклад основного матеріалу дослідження. Новітні мультимедійні технології відкрили найширші горизонти для розвитку і функціонування гонзо-журналістики в інформаційному просторі України. Щоби з'ясувати стан обізнаності з гонзо-журналістським явищем, схарактеризувати особливості вербальної та візуальної комунікації між авторами гонзо-матеріалів і реципієнтами, окреслити сутність тематич-

⁷ Lerner, K. (2015), M. "Gonzo Text: Disentangling Meaning in Hunter S. Thompson's Journalism". *American Journalism*, Vol. 32, no. 2, P. 241–243. URL: <https://doi.org/10.1080/08821127.2015.1036695> (date of access: 13.01.2025).

⁸ Boutammant, M. (2021), *The Idiosyncratic Perspective of Gonzo Journalism: Thompson's The Kentucky Derby is Decadent and Depraved*, Leiden University.

⁹ Bowe, Brian J. (2012), «A Brain Full of Contraband: The Islamic Gonzo Writing of Michael Muhammad Knight», *Literary Journalism Studies*, Vol. 4, No.1, p. 95.

¹⁰ Волковинський, О. (2024), «Гонзо-журналістика в Україні: загальнонаціональні й регіональні виміри», *Регіональні медіа в контексті трансформаційних викликів сучасності* : матеріали Всеукр. наук. конф., м. Кам'янець-Подільський, Кам'янець-Подільський. С. 5.

¹¹ Іванців, М. (2023), «Творчість Сергія Жадана крізь призму експлікації елементів гонзо-журналістики». *Social Communications: Theory and Practice*, Vol. 15, no. 2, P. 66. URL: <https://doi.org/10.51423/2524-0471-2023-15-2-4> (date of access: 28.04.2025).

¹² Zyrek-Horodyska, E. (2017), "Od amerykańskiego snu Thompsona po ukraiński Mordor Szczerka. Estetyzacja świata w duchu gonzo", *Konteksty Kultury*, Vol. 14, no. 2. URL: <https://doi.org/10.4467/23531991kk.17.014.7538> (date of access: 13.01.2025).

ної і змістової залежності журналістських творів від суспільно-політичних процесів, ми провели опитування студентів-журналістів у Кам'янець-Подільському національному університеті імені Івана Огієнка, Львівському національному університеті імені Івана Франка, Міжнародному економіко-гуманітарному університеті імені академіка Степана Дем'янчука (м. Рівне), Одеському національному морському університеті, Ужгородському національному університеті, Черкаському національному університеті ім. Б. Хмельницького і Чернівецькому національному університеті ім. Ю. Федьковича на платформі Google Forms. Респондентами були 180 студентів II, III, IV курсів. Вони відповіли на такі запитання:

1. Чи відомий вам термін гонзо-журналістика? «Так!», «Ні!»
2. Якщо відомий, то назвіть головні ознаки гонзо-журналістики.
3. У якій країні виникла гонзо-журналістика і коли?
4. Хто засновник гонзо-журналістики?
5. Назвіть українських журналістів, які в своїх матеріалах використовують стиль гонзо.
6. У творах яких письменників України є ознаки гонзо?
7. Чи може штучний інтелект замінити гонзо-журналістику?
8. Якщо так, то окресліть особливості матеріалів, створених штучним інтелектом.
9. Якщо ні, то поясніть, чому штучний інтелект не може замінити створення гонзо-журналістського матеріалу.

Із 180 респондентів 24 відповіли, що про термін гонзо-журналістика не чули. Із 156 респондентів, яким відомий термін гонзо-журналістика, 112 назвали її ознаки. 119 респондентів написали, що гонзо-журналістика виникла у США у 1960-1970-х роках, а творцем її – Гантер Томпсон. Гонзо-стиль використовують такі українські журналісти: Яніна Соколова, Богдан Кутєпов, Тетяна Трофименко, Євген Будерацький, Ірина Лопатіна, Олександр Ковальчук, Майкл Щур (Роман Вінтонів), Остап Дроздов. Репортажі, коментарі, блоги цих авторів читали, дивилися, слухали 111 респондентів. 108 респондентів написали, що ознаки гонзо-стилю є у творах Сергія Жадана, Юрія Іздрика, Юрія Винничука, Юрія Андруховича, Оксани Забужко, Леся Подерв'янського. Подаємо найбільш точні відповіді про ознаки гонзо-журналістики:

«У стилі гонзо переважно творять репортажі. У центрі події автор, він не просто розповідає, а є головним героєм, емоційно передає свої переживання». «Автор доносить свої думки впевнено, інколи навіть агресивно, використовуючи гумор, іронію, сарказм тощо». «Журналіст говорить вільно, гостро, чітко, ставить незручні запитання, привертає увагу до деталей, використовує ненормативну лексику». «Формат оповіді безпосередній, емоційний, навіть агресивний». «Відсутні стандарти традиційної журналістики, панує виражена суб'єктивна думка». «Сарказм, гіперболізація, вульгарність, різкий перехід від важливості події до несерйозного жарту». «Експресивна манера висловлювання і ненормативна лексика». «Суб'єктивна оцінка фактів, власні судження про них, опис своїх вражень, переживань. Переважання жаргонізмів, агресивний стиль викладу». «Саркастичний, іронічний виклад інформації, нестандартний підхід, карикатурні образи». «Суб'єктивність, виразна лексика, чорний гумор, гротеск, безцензурність, динамічність оповіді». «Журналіст – головний герой, реципієнт ніби занурюється у його досвід». «Опис емоційного ставлення до події, а не сухе інформування». «Гонзо – різновид журналістики, коли автор пише, розповідає від першої особи, додає свої емоції та враження, не приховує себе у матеріалі».

На запитання, чи може штучний інтелект замінити гонзо-журналіста, п'ять респондентів відповіли «Так», три – «Не знаю». 172 респонденти пояснювали, чому штучний інтелект не може написати автентичний гонзо-журналістський твір. Частина обґрунтованості така: «Гонзо вимагає занурення в реальність, участі у події, емоційного переживання. Штучний інтелект не має тіла, свідомості, страху, радості чи болю. Він може допомогти відшліфувати текст, але не прожити подію і тим паче стати оповідачем». «ШІ не володіє гумором, сатирою. Може назвати стиль на прикладі вже готового твору». «Гонзо-журналістика – це живий досвід автора, його суб'єктивна думка, емоції. Штучний інтелект не здатний відобразити так, як компетентний журналіст». «Читач очікує реального автора з біографією, репутацією, а в штучного інтелекту немає суб'єктивності». «ШІ не жива людина і не може правильно показувати свої емоції, агресивний стиль, іронію, сарказм». «Гонзо – це досвід, а не текст. У ньому важлива людська думка». «ШІ – це машина, яка не має свого «Я», національної свідомості, почуттів». «Гонзо ґрунтується на особистих емоціях, переживаннях, суб'єктивному досвіді автора. Це – стиль, де журналіст є учасником події, описує все зсередини, перепускаючи через власне сприйняття». «ШІ не може створити гонзо-журналістський матеріал. Бо, по-перше, немає почуттів, що є важливим для гонзо, а, по-друге, спирається лише на вже наявні матеріали в інтернеті, тому не може створити власний текст». «ШІ завжди пише на основі чогось і не може створювати власне». «Як би не розвивався штучний інтелект, йому не вдасться передати людський стиль, він не вміє жартувати. Навіть ненормативна лексика потребує особливого відчуття». «Штучний інтелект, звісно, може підлаштуватися під гонзо-журналістику, але ніколи не передасть живої, достовірної інформації, бо штучний інтелект не має суб'єктивної думки – це не закладено в його алгоритми».

З огляду на те, що комунікація є вищою формою психологічного зв'язку між людьми, який у галузі журналістики складається з трьох компонентів (комунікатор, реципієнт, повідомлення), вивчаємо пізнавальні та спонукальні інтенції в гонзо-журналістських матеріалах. Студенти IV курсу після ознайомлення з гонзо-журналістськими матеріалами роздумували над такими запитаннями:

1. Напишіть, будь ласка, що вам запам'яталося найбільше з прочитаного, побаченого, почутого.
 - a. Чому саме це запам'яталося?
 - b. Що саме привернуло вашу увагу?
 - c. Якщо щось завадило сприйняттю інформації, то що саме?
2. Які емоції у вас виникли впродовж читання, перегляду, прослуховування матеріалу?
 - a. Опишіть свій загальний емоційний стан.
 - b. Якщо були позитивні емоції, то з чим вони пов'язані?
 - c. Якщо виникали негативні емоції, то що вплинуло на їхню появу?
 - d. Чи виникали у вас бажання припинити читання, перегляд, прослуховування матеріалу і чому?
3. Які образи у вас виникали під час читання, перегляду, прослуховування матеріалу? Схарактеризуйте ці образи.
 - a. Що сприяло виникненню таких образів?
 - b. Які виражальні засоби вплинули на створення цих образів?
4. До яких роздумів спонукало вас прочитане, побачене, почуте?

- a. Позитивних – назвіть.
 - b. Негативних – назвіть.
 - c. Сум'яття – опишіть.
 - d. Яка, на вашу думку, причина?
5. Якою була ваша пізнавальна реакція під час читання, перегляду, прослуховування матеріалу?
- a. Схарактеризуйте
6. Чи справдилися ваші інтелектуальні сподівання під час читання, перегляду, прослуховування матеріалу?
- a. Якщо так, то які?
 - b. Якщо ні, то які?
7. Яким формам, способом, методом оповіді про факти, події, явища надаєте перевагу: традиційної чи гонзо-журналістики?
- a. Обґрунтуйте причину.

Застосовуючи контент-аналіз та інтент-аналіз, студенти характеризували творчі доробки гонзо-журналістів, їхню світоглядно-громадянську позицію, морально-етичний рівень професіоналізму, компетентність, актуальність, правдивість інформації (повідомлення), мовно-виражальні засоби та вплив гонзо-матеріалів на психічний стан реципієнтів, їхні знання, національну гідність, патріотизм, розв'язання важливих внутрішніх суспільно-політичних проблем і геополітичних питань.

Найбільш змістовні характеристики гонзо-матеріалів Яніни Соколової, зокрема відео «Дон-Дональд просить вибачень. Анора, Оскар і загадкова душа русскіх» від 5 березня 2025 року подаємо за порядком опублікованих запитань.

Катерина Гавуляк:

1. Посадження іронії, обурення та щира зацікавленість темою. Закарбувалися моменти, коли Яніна Соколова розбирала на цитати фрази Трампа – його претензії до зовнішнього вигляду Зеленського. Тон розмови, що нагадував не дипломатичний діалог, а спробу особистісного домінування. Емоційна, дещо сатирична подача зробила тему близькою і зрозумілою навіть тим, хто далекий від політики.

2. Образ Трампа склався через фокус його емоційних висловів та легковажне ставлення до серйозних питань. Яніна Соколова у моїй уяві постала як сучасна Вероніка Герін – смілива, гостра, що не замовчує навіть незручних речей.

4. Матеріал змусив замислитися, по-перше, наскільки крихкою може бути міжнародна репутація держави, якщо її представник потрапляє у незручну ситуацію через зовнішній тиск. І, по-друге, про місце журналістики в суспільстві. Чи вона повинна лише інформувати про факти, події, явища, чи насамперед виконувати моральну функцію, висміювати абсурд, критикувати негідні справи у системі? Програми Соколової показують, що навіть через гумор можна змусити людей замислитися над серйозними проблемами.

5. Перегляд спонукав мене пошукати оригінал стенограми розмови Трампа і Зеленського, дізнатися більше про процес імпичменту Трампа.

6. Сподівалася на дещо глибший аналіз геополітичних наслідків скандалу, а не лише на його емоційну інтерпретацію.

7. Щодо стилю викладу, то я схилилася до традиційної журналістики. Гонзо-стиль, який використовує Яніна Соколова, справді дає змогу ближче підвести глядача до теми, але водночас зменшує ступінь об'єктивності. Втім, не заперечую,

формат, обраний Соколовою, працює. Вона не дає глядачеві залишитись байдужим. І саме тому її матеріали викликають потужний емоційний відгук, навіть якщо він не завжди ідеально збалансований з точки зору класичних журналістських стандартів.

Юлія Малаха:

1. І традиційна – і гонзо-журналістика мають право на одночасне існування. Тоді кожен зможе обрати формат, який йому більше подобається.

Дар'я Маркова:

1. Найбільше у пам'яті засіли кадри і відео з використанням штучного інтелекту на записі розмови президента України Володимира Зеленського і лідера США Дональда Трампа в Овальному кабінеті. Окрім цього, інформація про вручення фільму «Анора» нагороди Оскара, адже я раніше не чула про те, що він має контекст, пов'язаний з країною-агресором. Яніна використовувала жести, вираз обличчя, нецензурну лексику і саме цим нібито передавала те, що десь всередині відчуваю я. Тому уважніше переглядала відео, бо саме гонзо-стиль повпливав на моє сприйняття інформації.

2. У голові засіло слово Дональда Трампа – «геній», адже у ролика була нарізка епізодів, де він його промовляє. Однак сприйняття цієї фрази досить негативне, адже дедалі більше він здається мені не генієм, а абсолютним маразматиком. Думка про зв'язки Трампа і Путіна викликала обурливі негативні емоції, оскільки я надто сильно ненавиджу росіян.

3. Здебільшого образи лицемірних політиків Володимира Путіна, Дональда Трампа, Олександра Лукашенка... Пам'ятаю частину ролика про диван, віце-президента США Джей Д. Венса, який раніше говорив, що терпіти не може Трампа. Саме це наštовхнуло мене на думку, що «перевзуються» не лише американські діячі, а й окремі українські політики, з проросійської позиції переходять на українську. Але яка у них справжня мета?

4. Я подумала, що Штати, як несмачна цукерка у блискучій обгортці, заманює до себе, але ж після першого куштунку різко відштовхує, бо США має чимало своїх проблем і треба їх розв'язувати, щоб надати допомогу іншим державам.

6. Мене нудить від будь-якого російського контенту. Тому вважаю, що не потрібно його допускати до української аудиторії навіть для того, щоб насміятися. Адже це автоматично піднімає московитів у тренди й точно не несе нам користі.

7. На мою думку, гонзо-журналістика може бути певним елементом традиційної журналістики. Безперечно, кожний визначає, що йому більше імпонує.

Катерина Мовчан:

1. Прямота та безкомпромісність Яніни Соколової. Її манера подавати матеріал – це справжній емоційний виклик. Голосно, жорстко, з використанням нецензурної лексики без фільтрів. Особливо вразили фрази на кшталт «російська культура – фейк», а також саркастичні вставки, що межують з абсурдом. Подібна манера подачі інформації поєднує в собі як фактологічний матеріал, так і авторське бачення, емоції та суб'єктивну реакцію, що створює унікальний журналістський продукт.

2. Нецензурна лексика викликає внутрішнє напруження. В окремих моментах вона здавалася надмірною і могла би бути замінена іншими, образними виразами з української неповторної лайки.

3. Найяскравіший образ самої Яніни – рішучої, емоційної, прямолінійної людини, яка не боїться говорити про складні і болючі проблеми. Вона провокує на роздуми щодо балансу між особистою позицією журналіста і професійною дистанцією.

Також постає образ глядача, активного учасника, який змушений емоційно реагувати, а не просто сприймати інформацію.

4. Гонзо-журналістика показує, що медіа можуть бути емоційно залученими і персоналізованими, особливо в часи таких випробувань, як нинішня екзистенційна війна проти України. Водночас виникають думки, чи не стирається межа між журналістикою і суб'єктивною публіцистикою?

5. Гонзо-матеріали Яніни Соколової відкрили нові грані бачення інформаційного простору. Дізналася про невідомі мені раніше факти. Зрозуміла, що журналістика може перетворюватися на художню форму висловлювання, що впливає на глядача не тільки інтелектуально, а й емоційно.

6. Очікування щодо нестандартності подачі та виразності матеріалу повністю справдилися. Несподіванкою стала відсутність журналістської нейтральності. Вона поступилася авторському стилю та позиції. Замислююся над природою сучасної журналістики.

7. На мою думку, найбільш ефективним є поєднання. Традиційна журналістика забезпечує фактологічну чіткість, гонзо-журналістика додає неповторної емоційності та психічної залученості до комунікаційного процесу.

Соломія Наумко:

1. Сатиричне зображення Путіна у військовій формі, який завітав до російської частини. Цим фрагментом Соколова дала можливість зрозуміти абсурдні ситуації, коли диктатор буквально «грає» роль солдата, залишаючи за кадром реальні події.

2. Позитивні емоції виринали тоді, коли ведуча була щирою і не боялася виглядати вразливою або смішною. Саме це у гонзо-журналістиці створює відчуття довіри і близькості. Ніби я слухала історію емоційного друга, а не журналіста. Негативні емоції з'являлися в моменти, коли емоційність брала верх над змістом.

3. Після перегляду відео заповнили роздуми та образи віртуальних російських маніпуляторів, які зливають потоки фейкових повідомлень і впливають на свідомість українців. Ці образи виникли завдяки використанню сатиричних порівнянь, контрастів між вигаданим і реальним.

4. Мене, дівчину, яка щодня бачить у соціальних мережах різні мему на політичну тематику, зацікавив журналістський гонзо-стиль, оскільки тут можна відпочити від сухих новин.

5. Сатирична історія щодо фільму «Анора» була для мене відкриттям. Лайливі слова у гонзо-журналістиці можуть бути ефективним інструментом для підсилення емоційного бунтівного настрою або вираження внутрішнього стану автора. Ймовірно, лайка може підвищувати довіру до ведучої, адже такі слова знімають маски. Однак лайливі слова повинні доповнювати зміст, а не відволікати від основної ідеї матеріалу.

7. Впродовж наступних років гонзо-журналістика буде активно розвиватися. Якщо ж гонзо залишатиметься без правил, то ймовірно вона перетвориться на блоги або пости в соцмережах. Якщо ж будуть окреслені базові стандарти, то гонзо буде рівноцінно співіснувати з традиційною журналістикою. Та все ж хочеться, щоб гонзо-журналістика залишалася здебільшого у культурних феноменах, різних соціальних явищах або подорожніх історіях.

Єлизавета Парасунько:

1. Емоційна манера подачі інформації, сміливість ведучої Соколової у висловлюваннях, жорстка критика політиків, використання ненормативної лексики.

4. Журналістика може бути настільки емоційною та впливовою. Чи не втрачається об'єктивність через суб'єктивну оповідь про факти, події і явища. Стиль гонзо-журналістики змушує задуматися про межу між журналістикою і блогерством.

7. Віддаю перевагу поєднанню традиційної журналістики (глибина аналізу фактів, подій, явищ, нейтральність) і гонзо-журналістики (зацікавленість, актуальність погляду та емоції).

Віталій Пробитюк:

7. В інформаційному просторі України надалі активно функціонуватимуть традиційна і гонзо-журналістика, які володіють своїми мовно-стилістичними виражальними засобами.

Анастасія Решетник:

7. Гонзо-журналістика часто балансує між фактом і художнім перебільшенням. Вона буде розвиватися, бо гонзо пробуджує, викликає рефлексії. Але гонзо-журналістика не повинна замінити традиційну журналістику. Має бути між ними баланс.

Ольга Рура:

1. Програма «Вечір з Яніною Соколовою» демонструє ключові риси гонзо-журналістики. Відкрита емоційність, авторська інтонація, агресивність подачі інформації. Використання нецензурної лексики, яка іноді виконує роль риторичного інструменту. Це тоді не випадкова емоція, а метод впливу. У цьому аспекті Соколова нагадує стендап коміка або політичного трибуна. Вона не лише інформує, а й обурює, мобілізує, викликає емоційне співпереживання.

2. Я не отримую задоволення від нав'язування чужої емоції. Мені важливо самостійно осмислювати новини, зважувати плюси і мінуси, а не сприймати їх у супроводі вже готової реакції. Тому із стилем гонзо-журналістики мені дещо важко «подружити».

3. Гонзо-журналістика, зазвичай формує яскраві образи: героїв і зрадників, українських патріотів і російських колонізаторів-вбивць. Зрозуміло, що це ефективний інструмент популяризації. Аудиторія отримує чітке розуміння, кого треба підтримувати, шанувати, а кого зневажати і знищувати. Але така дихотомія майже не залишає місця для свого аналізу складних рішень і розуміння контексту.

5. Мій пізнавальний інтерес був частково задоволений. Дізналася про нові факти, але не відчула, що ці знання допомогли мені краще зрозуміти ситуацію. Вони були важливою частиною емоційного потоку, а не всебічного аналітичного процесу.

7. Гонзо-журналістика у стилі Яніни Соколової – це виклик стандартам. Вона яскрава, харизматична, політично активна, але не для всіх. Як унікальне явище, гонзо-журналістика має право на функціонування. Вона є важливою складовою сучасної медіакультури, особливо в умовах російсько-української війни. Адже емоційна мобілізація суспільства має практичне громадянське значення, проте її сила – одночасно і її слабкість. Сильна авторська позиція часто перетворюється на монолог. У контексті програми Яніни Соколової це проявляється найбільш яскраво. Вона не просто журналістка, Яніна – цілеспрямована активістка, рупор боротьби українців за свободу, голос національного спротиву одвічним московським ворогам.

Богдан Сапелкін:

1. Манера оповіді Яніни Соколової, її активна участь у подіях. Особливу увагу привернули емоційні вислови, іронія та використання слів із вираженими оціночними забарвленнями.

7. Традиційна журналістика – це виклад фактів у нейтральному стилі з посиленнями на джерела. Логічна структура викладу – відсутність яскраво виражених емоцій, що створює можливість читачеві, глядачеві, слухачеві самостійно формувати свою позицію. Гонзо-журналістська комунікація Яніни Соколової має свою особливу силу впливу на реципієнтів. Проте акцент на особистості автора іноді знижує сприймання викладеного матеріалу.

Анна Сікорська:

1. Запамятався момент: Путін у військовій формі жонглює, що Україна – це просто «проект Заходу», а росіяни – «вічні визволителі». Завдяки гротескній візуалізації фігури диктатора та перекрученій логіці Яніна Соколова висміює російську маніпулятивну пропаганду, викриває її зловорожість. Це справжній сміх крізь слози, бо за сатирою реальна війна і знищення українців.

3. Образ Яніни Соколової – емоційної, зухвалої, яка не боїться бути різкою. Карикатурна пропаганда, яка сама себе знищує абсурдом. Маніпуляція в політиці: Трамп насолоджується тим, що Путін назвав його «генієм». Це символ того, наскільки впливовим може бути вдало підібране слово навіть з боку узурпатора. Яніна показує це сатирично, проте в аналітичному ключі.

4. Програма побудована так, аби створити відчуття «свого кола». Соколова ніби каже: «Я з вами, я теж злюся, сміюся і плачу». І це спрацьовує, хоча емоції іноді заважають зосередитися на фактах.

5. Не очікувала такої великої кількості гумору та ненормативної лексики, хай навіть «закряканої». Моє уявлення про журналістику як стриману форму існування змінилося. У гонзо-матеріалах багато дозволено, і це може бути ефективним способом впливу.

7. Гонзо-журналістика – це суб'єктивність, емоції, автор у центрі оповіді. Традиційна журналістика – це факт, баланс, стриманість. Яніна Соколова використовує себе як інструмент. Її гнів, іронія, сатира, звичайні додатки – це зміст. Реципієнт стає не лише свідком події, а й учасником реакції журналіста на неї. Такий інформаційний потік спрацьовує, але вимагає іншого психічного типу сприймання.

Дмитро Степанюк:

4. Моя позиція нейтрально-емоційна. Матеріал поданий кумедно, але ситуація, навколо якої обертаються елементи цієї кумедності, є не такими смішними. Я хвилююся, що хаос у США може призвести до чогось поганого для нас. Тому думаю про майбутнє України.

5. Не пізнав чогось нового в інформаційному плані, але відкрив для себе новий журналістський стиль.

7. Обидві соціальні інституції – традиційну журналістику і гонзо-журналістику треба розвивати і вдосконалювати.

Поліна Хміль:

1. Застосування штучного інтелекту максимально додає емоційності та абсурдності ситуації, створеній Трампом. Карти, які розлітаються, і Зеленський у «костюмі», справді добре зобразили ту дурню, яку президент США висував президентові України.

2. Вільний виклад інформації провокував сміх, а деколи моє «підтакування» словам Яніни Соколової.

3. Безглуздість поклоніння росіян Путіну – слово «обісраний» додає експресії та довершеності нелюдському образу московського диктатора.

4. Такий формат суб'єктивно показує факти. Було цікаво, але навряд чи я зі своєї ініціативи дивилася б такі програми.

5. Трішки зрозуміла, що таке гонзо-журналістика, відкрила для себе різні прийоми для практичного застосування під час творення журналістських матеріалів.

6. Не очікувала довідатись про «взаємну любов» Трампа і Путіна. Уявлення про жінку-журналістку Соколову зіпсував спогад про дядька з моєї вулиці, який не вмів спілкуватися без російських матів.

7. Мені найбільше імпонує якісна журналістика. Не сприймаю нецензурщину. Кожний матеріал має бути насажений позитивним сенсом без матюків.

Ірина Цапун:

1. Безкомпромісна манера висвітлення політичних подій, використання сатиричних прийомів для критики дій чиновників та політиків.

2. Позитивні емоції спалахували від відчуття підтримки прагненням Яніни Соколової до справедливості. Роздратування виникало через надмірну експресивність.

3. Яніна Соколова постає як енергійна, цілеспрямована, саркастична журналістка, яка не боїться висловлювати свою думку про факт, подію, явище.

4. Задумалась: «Чи використання ненормативної лексики не зменшує довіру до журналістського матеріалу?»

6. Отримала глибше розуміння сутності політичних процесів в Україні та зарубіжжі.

7. Ідеальний варіант – використання гонзо-стилю традиційною журналістикою. Важливо, щоб інформація була правдивою, збалансованою. Емоційна подача може допомогти привернути увагу аудиторії. Ненормативну лексику можна використовувати тільки у виняткових творчих ситуаціях, щоб не зменшувати потенційну аудиторію.

Ірина Шевченко:

2. Позитивні емоції, почуття комфорту. Був такий саркастичний стан, який я люблю. Ці емоції виникли завдяки манері оповіді.

5. Вперше побачила гонзо-журналістський матеріал. Мені було цікаво отримувати інформацію у такому стилі.

7. Думаю, 50 на 50. І гонзо-журналістика, і традиційна журналістика повинні професійно функціонувати.

Олександра Шевчук:

1. Пряма мова Соколової з елементами сарказму та лайки, щоби показати абсурдність дій московського режиму. Вдало назвала Росію країною шарікових. Яніна не просто інформує, а змушує реципієнта співпереживати, роздумувати. Стиль її мовлення запам'ятовується.

2. Поєднання вербальних та візуальних засобів впливу формує сильне емоційне сприйняття і образну насиченість.

4. Не можна мовчати про злочини московського режиму та його озвірілої воєщини, навіть якщо це звучить різко та грубо. Такі люди, як Соколова – це сучасні борці за правду.

5. Подача інформації змусила мене не лише слухати, дивитися, а й аналізувати, замислюватися над джерелами, оцінювати позицію автора. У цьому і полягає пізнавальна цінність гонзо-матеріалів Яніни. Водночас, варто враховувати, що не вся аудиторія спроможна «відфільтрувати» емоційний компонент і критично осмислити побачене.

7. Гонзо-журналістика дозволяє ефективно впливати на емоційний стан реципієнта, швидко залучати увагу, змушувати рефлексувати. Вона актуальна у кризових ситуаціях, коли важливо пробудити реакцію, а не лише інформувати. Традиційна журналістика подає матеріали більш збалансовано, наповнена фактологізмом, стримана. Вона підходить для системної аналітики, емоційна нейтральність є перевагою. Вважаю, що найкращим варіантом є поєднання обох стилів – збереження фактологічної бази, витриманої аналітики з традиційної школи та додавання емоційної глибини і особистого підходу властивого гонзо-журналістиці

Денис Шляпін:

1. Яніна Соколова доволі влучно підбирає слова. Навіть якщо це нецензурна лексика, але найточніше пояснює, що відбувається і називає речі своїми іменами без прикриття гуманністю.

3. Поставали образи фанів Радянського Союзу серед нинішнього оточення американського президента, які підтримують диктатора Путіна. Свідчення: картина з футболкою, де є серп і молот, а також шапка-ушанка з червоною зіркою на ній. Сумно, бо всім вже мало би бути очевидно, що СРСР більше негативний, ніж позитивний, і нема що наслідувати. Смішно спостерігати за дурістю високопоставлених людей, які засліплені брудними зв'язками банкнот.

4. Всупереч тиску з боку Росії та досить часто незрозумілій позиції США – українські захисники і захисниці безстрашно воюють за незалежність і свободу.

5. Буду переглядати матеріали Яніни Соколової не стільки як джерело новин, а як привід для отримання інформації під призмою висміювання, сатири і іронії.

7. Приклад Яніни Соколової закріпив мою увагу до гонзо-стилю, хоч не відходжу від традиційної журналістики. Гонзо-журналістика відповідає духові часу і має розвиватися.

Валерія Якобнюк:

1. Нестандартна подача матеріалу, який не лише інформує, а й емоційно занурує глядача в реальність подій, змушує не залишатись осторонь.

5. Захоплювали цікаві влучні метафори, емоційна насиченість, гостра критика.

7. Мій вибір балансує між традиційною і гонзо-журналістикою. Важливо, щоб вони функціонували і захищали українські національні інтереси.

Діана Яксманицька:

1. Сатиричне висміювання фрази Трампа до Зеленського «У тебе немає карт на руках» Ця замальовка показує всю абсурдність того, що сказав Трамп, адже про які карти може йти мова, коли на кону життя українців. Комічний уривок, де Трамп називає себе генієм, бо так його схарактеризував Путін. Слушно Яніна висміяла цьогорічну кінопремію «Оскар-2025», де найкращим фільмом визнали стрічку «Анора». У цьому фільмі знімалися російські актори, які не засудили московське вторгнення в Україну. Соколова сатирично розкритикувала не лише сам фільм, а й зірок, зокрема Адама Сендлера і Ганну Деріл. Деріл вийшла на сцену, промовила лише «Слава Україні!» та лицемірно оголосила переможця в номінації «Найкращий монтаж» – фільм «Анора».

2. Обурення через несправедливу позицію США щодо припинення війни проти України, а також те, що культурний світ підтримує державу-терориста, знімають фільми про «російську душу» і висувають таку нісенітницю на найвищу кінопремію – «Оскар».

4. Наша країна може розраховувати тільки на себе, власні сили, згуртованість і виробництво власної зброї. Звісно, спиратись треба на країни Європи і США, хоч і до позиції Штатів дуже багато запитань.

7. Традиційна журналістика займає вагоме місце в інформаційному просторі і я з нею «дружу». Але природа гонзо-журналістики дає можливість журналістові вільно висловлювати суб'єктивну думку, не обмежуючись етичними стандартами, використовувати різні виражальні засоби та особливий стиль мовлення, як от сатира, комізм, нецензурна лексика, що є передумовою сприймання інформації не тільки раціонально, а й емоційно.

Оприлюднені тут відповіді студентів – майбутніх журналістів – свідчать про широкий інтелектуальний спектр цікавих, важливих, обізнаних, тямущих дискусійних думок про гонзо-журналістику, професіоналізм журналістів, особливості функціонування паралельно з традиційною (класичною) журналістикою гонзо-журналістики у сучасних, досить складних геополітичних умовах.

Студентські роздуми безпосередньо стосуються морально-етичних, громадянських, націєцентричних принципів і стандартів журналістської творчості, доцільності/недоцільності використання нецензурних висловлювань. Негативне сприйняття обсценної лексики 19 студентами із 180 опитаних збігається з позицією Галини Паламарчук, яка, дізнавшись, що поетична збірка Юрія Іздрика «Колекція» оцінена найвищою премією, купила її. «Згідно з анотацією – це спроба представити феномен Іздрика власне як мережевий феномен. До збірки увійшли вірші, які після оприлюднення їх Фейсбуком отримали більше ніж 600 вподобайок. Тобто колекція певною мірою (а радше повною) сформована вподобаннями Фейсбук-спільноти в її «Іздриковій бульбашці»¹³, – наголосила Галина Паламарчук після того, як прочитала «Колекцію». «Грудкувате, хіпувато-хамовате письмо, – зазначила. – Я теж інколи пишу так, щоб не залипнути в мелясі. Кожен пише, як йому лягає на душу. І на здоров'я. Я нікого не обізвув ні графоманом, ні занудою. Але ніколи не піду ні вчителі, ні в лавреати. Для мене це невід'ємно відповідально. Тож хотілося почути, чим керувався комітет із Шевченківських премій, вибираючи серед номінованих книжку, котра найбільше відповідає вимогам до неї»¹⁴.

Галина Паламарчук у своїй публікації процитувала вісім Іздрикових висловів, жоден з яких не обійшовся без матюка, що є «вершинним духовним надбанням України». Емоційно різко підсумувала: «Іздрикова бульбашка», звісно, краще знає свого кумира. Я не сумніваюся, що письменник він достойний, дай йому Боже здоров'я, але так змішувати грішне з праведним, «Іздрикову бульбашку» – з народом на, без перебільшення межі виживання «усміхне *бло» – із закривавленим бронежилетом – це вже... просто слів немає. Куди йдемо?»¹⁵.

Олександр Морозюк з боєм у серці написав, що «ледь не в кожній книжці популярних письменників, ледь не в кожному фільмі чи спектаклі матюк на матюкові. Без нього книжки не пишуться, кіно не знімається. Матюк завжди вчиняє замах на

¹³ Паламарчук, Г. (2025), «...все це просто заї*сь...», *Слово Просвіти*, 20-26 березня.

¹⁴ Там само.

¹⁵ Там само.

найдорожчу для нас людину – матір¹⁶. О. Морозюк слушно наголошує, що матюкливі письменники і поети стали в Україні елітою, гордо носять високі звання, слугують прикладом для молоді, вказують, яким шляхом потрібно йти, щоби добитися слави. Дуже прикро, що твори з матюками ввійшли до шкільної освітньої програми.

Український народ ніколи раніше не матюкався. «Ми запозичили ці кляті вирази у ворожої тепер нам країни», – наголосив О. Морозюк. – За свідченням письменника Антоненка-Давидовича, в армії УНР він ніколи не чув матюків. «І це не тому, що вона складалася з самих святих, а тому, що матюки були невластиві, ба навіть чужі українській народній вдачі. Письменник згадував, як його баба з жахом на обличчі розповідала про якогось волоцюгу Федька: «То такий розбишака, що навіть по-московськи вміє лаятися!»¹⁷.

Вершиною цинізму є публічне вживання матюків при дітях та ще з образою матері. Ніхто навіть не здогадується, що вживання нецензурних виразів є правопорушенням. Відповідно до статті 173 Кодексу України про адміністративні правопорушення, нецензурна лайка є однією з грубих форм неповаги до громадської моралі. Юридична практика визначає, що лайка завдає моральної шкоди духовному стану суспільства. Опублікований художній твір з нецензурними виразами потрібно вважати таким, що викладений у публічному просторі та є правопорушенням. Всіх видавців, редакторів, авторів потрібно притягати до відповідальності за це порушення¹⁸.

Безперечно, Галина Паламарчук та Олександр Морозюк не виступають проти нового соціально-культурного, політико-ідеологічного, інформаційно-просвітницького явища – гонзо. До речі, у публікації Галини Паламарчук досить чітко виражений гонзо-стиль.

Висновки. Вивчення особливостей творення і сприймання гонзо-журналістських матеріалів є важливим методологічним засобом, який відчиняє наукові двері у мережу інформаційних комунікацій. Виконуючи бінарну функцію, гонзо-журналістика в Україні покликана не тільки повідомляти про соціально важливі факти, події, явища, а й розкривати та пояснювати їхню сутність з позиції національної безпеки.

Інформація як духовно-національна вартість концентрує у собі стратегічні ресурси, бо здатна впливати на психіку людини, стимулювати її мислення, мотивувати вчинки, діяльність. Схарактеризовані та зіставлені студентами виняткові специфічні мовно-стилістичні виражальні засоби гонзо-журналістики з усталеними звичними способами відображення реальності традиційною (класичною) журналістикою підтверджують унікальність гонзо-журналістики.

Критичні зауваження, оригінальні пропозиції створюють компетентні передумови для подальшої трансформації гонзо-стилю, поглиблення соціально-національної місії гонзо-журналістики як соціального інституту в сучасних умовах російської війни проти України.

На передньому плані беззастережно має бути стратегічний ресурс творення української національної ідентичності – гонзо-журналістська інформація, наповнена новизною, яка «повинна вчити громадян розрізняти і думати, – наголошувала

¹⁶ Морозюк, О. (2024), “Про матюччя як кацапську “культурну відрижку”, *Українська літературна газета*, Ч. 11, лист.

¹⁷ Там само.

¹⁸ Там само.

головний редактор газети «День» Лариса Івшина. – Щоб стати модерним українцем потрібні зусилля»¹⁹. Саме цілеспрямованими комунікаційними зусиллями, розвінчуючи «руський мір», гонзо-журналістика покликана активно функціонувати у системі повернення зросійщеним українцям історичної, мовної, культурної, духовної пам'яті, усвідомлення національної ідентичності, «...своїм життям до себе дорівнятись!» (Леся Українка).

Референтні, модальні та репрезентативні авторські інтенції мають бути насажені інформаційною, доброчинною, просвітницькою енергією, яка б сприяла формуванню у читачів, глядачів, слухачів українського патріотизму, національної свідомості у взаємозв'язку із загальнолюдськими морально-духовними цінностями.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Bowe, Brian J. (2012), “A Brain Full of Contraband: The Islamic Gonzo Writing of Michael Muhammad Knight”, *Literary Journalism Studies*, Vol. 4, No. 1, p. 91–102.
2. Boutammant, M. (2021), *The Idiosyncratic Perspective of Gonzo Journalism: Thompson's The Kentucky Derby is Decadent and Depraved*, Leiden University.
3. Волковинський, О. (2024), «Гонзо-журналістика в Україні: загальнонаціональні й регіональні виміри», *Регіональні медіа в контексті трансформаційних викликів сучасності: матеріали Всеукр. наук. конф., м. Кам'янець-Подільський*, с. 5–8.
4. Желіховська, Н., Різун, В. (2015), *Сучасна українська публіцистика: теорія і практика*: навч. посіб. для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація, РИДЖИ, Київ, 128 с.
5. Іванців, М. (2023), “Творчість Сергія Жадана крізь призму експлікації елементів гонзо-журналістики”, *Social Communications: Theory and Practice*, Vol. 15, no. 2, P. 65–79. URL: <https://doi.org/10.51423/2524-0471-2023-15-2-4> (date of access: 28.04.2025).
6. Івшина, Л. (2008), «Про батьківщину «жирів»: складне «одужання» української журналістики», *День*, черв.
7. Лизанчук, В. (2003), *Не лукавити словом*, Львів: Вид.-виробн. підприємство «Місіонер», 560 с.
8. Lerner, K. (2015), “Gonzo Text: Disentangling Meaning in Hunter S. Thompson's Journalism”, *American Journalism*, Vol. 32, no. 2, P. 241–243. URL: <https://doi.org/10.1080/08821127.2015.1036695> (date of access: 13.01.2025).
9. Морозюк, О. (2024), “Про матюк як кацапську «культурну відрижку»”, *Українська літературна газета*, Ч. 11, лист.
10. Мудра, І., Кіца, М. (2024), Роль соціальних мереж у формуванні бренду телеведучого: ефективні інструменти та методи, *Потятиник Б. В., Лозинський А. М. (Ред.), Журналістика і медіа в умовах суспільних трансформацій: монографія*, Львів: ЛНУ імені Івана Франка, с. 106-145.
11. Паламарчук, Г. (2025), «...все це просто заї*сь...», *Слово Просвіти*, 20-26 березня.

¹⁹ Івшина, Л. (2008), “Про батьківщину «жирів»: складне «одужання» української журналістики”, *День*, черв.

12. Яцимівська, М. (2022), «Сучасний медіатекст: політичні наративи, смисли і сенси, емоційні маркери», *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*, Вип. 51, с. 216–224.
13. Zyrek-Horodyska, E. (2017), “Od amerykańskiego snu Thompsona po ukraiński Mordor Szczerka. Estetyzacja świata w duchu gonzo”, *Konteksty Kultury*, Vol. 14, no. 2. URL: <https://doi.org/10.4467/23531991kk.17.014.7538> (date of access: 13.01.2025).

REFERENCES

1. Bowe, Brian J. (2012), «A Brain Full of Contraband: The Islamic Gonzo Writing of Michael Muhammad Knight», *Literary Journalism Studies*, Vol. 4, No.1, p. 91–102.
2. Boutammant, M. (2021), *The Idiosyncratic Perspective of Gonzo Journalism: Thompson's The Kentucky Derby is Decadent and Depraved*, Leiden University.
3. Volkovynskyi, O. (2024), «Gonzo Journalism in Ukraine: National and Regional Dimensions», *Rehionalni media v konteksti transformatsiynykh vyklykiv suchasnosti* : materialy Vseukr. nauk. konf., m. Kamianets-Podilskyi, pp. 5–8.
4. Zhelikhovska, N., Rizun, V. (2015), «Modern Ukrainian Journalism: Theory and Practice»: navch. posib. dlia stud. haluzi «zhurnalistyka ta informatsiia», RYDZHy, Kyiv, 128 p.
5. Ivantsiv, M. (2023), «The work of Serhiy Zhadan through the prism of explication of elements of gonzo journalism». *Social Communications: Theory and Practice*, Vol. 15, no. 2, pp. 65–79. URL: <https://doi.org/10.51423/2524-0471-2023-15-2-4> (date of access: 28.04.2025).
6. Ivshyna, L. (2008), «About the Homeland of ‘Giraffes’: The Complicated ‘Recovery’ of Ukrainian Journalism», *Den*, cherv.
7. Lyzanchuk, V. (2003), *Not to Deceive with Words*, Lviv, Vyd.-vyrobn. pidpriemstvo «Misioner», 560 p.
8. Lerner, K. (2015), M. «Gonzo Text: Disentangling Meaning in Hunter S. Thompson's Journalism». *American Journalism*, Vol. 32, no. 2, P. 241–243. URL: <https://doi.org/10.1080/08821127.2015.1036695> (date of access: 13.01.2025).
9. Morozyuk, O. (2024), «On Profanity as a Katsap «Cultural Belch», *Ukrainska literaturna hazeta*, Ch. 11, lyst.
10. Mudra, I., Kitsa, M. (2024), «The Role of Social Media in Building a TV Host's Brand: Effective Tools and Methods», *Potiatynyk B.V., Lozynskyi A.M. (Red.), Zhurnalistyka i media v umovakh suspilnykh trasformatsii: monohrafiia*, Lviv: LNU imeni Ivana Franka, pp. 106–145.
11. Palamarchuk, G. (2025), «This is all just f*cking awesome...», *Slovo Prosvity*, 20–26 berez.
12. Yatsymirska, M. (2022), “Modern Medis Text: Political Narratives, Meanings and Senses, Emotional Markers”, *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriia Zhurnalistyka*, Vyp. 51, pp. 216–224.
13. Zyrek-Horodyska, E. (2017), «Od amerykańskiego snu Thompsona po ukraiński Mordor Szczerka. Estetyzacja świata w duchu gonzo», *Konteksty Kultury*, Vol. 14, no. 2. URL: <https://doi.org/10.4467/23531991kk.17.014.7538> (date of access: 13.01.2025).

GONZO JOURNALISM IN STUDENTS' ASSESSMENTS

Roksoliana Bilous

Ivan Franko National University of Lviv

Henerala Chuprynky str., 49, 79044, Lviv, Ukraine

e-mail: roksabilous@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0002-4666-0931>

The article explores the genesis of Gonzo journalism and outlines the social and political prerequisites for its emergence in the United States. The social and civic significance of Gonzo journalism within Ukraine's informational space is emphasised. It is noted that the transformation of Hunter S. Thompson's vulgar style (the creator of Gonzo) has a positive impact on the free expression of the author's subjective evaluative opinions about facts, events, and phenomena.

The article presents research findings on the features of verbal and visual communication between Gonzo authors and their audiences, as well as on the thematic and content-based dependence of journalistic works on social and political processes, professionalism, and the national consciousness of journalists. To that end, a survey was conducted among second-, third-, and fourth-year journalism students at seven universities in Ukraine via the Google Forms platform.

Out of 180 respondents, 24 stated they had never heard the term 'Gonzo journalism'. Among the 156 respondents familiar with the term, 112 identified its features. A total of 119 respondents indicated that Gonzo journalism emerged in the U.S.A. in the 1960s–1970s, and 104 correctly identified Hunter S. Thompson as its founder. 111 students affirmed that the Gonzo style is evident in the work of Yanina Sokolova, Bohdan Kutieпов, Tetiana Trofymenko, Yevhen Buderatskyi, Iryna Lopatina, Oleksandr Kovalchuk, Michael Shchur (Roman Vintoniv), and Ostap Drozdov. According to 108 respondents, Gonzo elements are also present in the works of Serhii Zhadan, Yurii Izdryk, Yurii Vynnychuk, Yurii Andrukhovych, Oksana Zabuzhko, and Les Podervianskyi. Only 19 out of 180 respondents expressed strong negative attitudes toward obscene language.

The article also presents the evaluative opinions of 18 fourth-year journalism students on the communicative and representational intentions of authors and the intentional needs of audiences, the thematic and content nature, and the perception features of Yanina Sokolova's Gonzo journalism. The analysis includes an assessment of her civic worldview, moral and ethical professionalism, relevance and truthfulness of the information, Gonzo style, and the impact of her materials on the psychological, moral, and ideological state of recipients, their knowledge, national dignity, patriotism, and ability to address key social and political issues.

Keywords: journalism, Gonzo journalism, information space, students, Gonzo materials, communicative intentions, survey, linguistic and stylistic devices.

Отримано редакцією видання / Received: 11.12.2025

Прорецензовано / Revised: 12.12.2025

Схвалено до друку / Accepted: 22.12.2025

Опубліковано на сайті видання / Published on the publication's website: 28.01.2026

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2026: 58; 154–169 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2026.58.13919>

УДК [070.11-051:316.75]:355.4(477)

ДО ПИТАННЯ ПРО ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО МАРТИРОЛОГУ ЗАГИБЛИХ ПІД ЧАС РОСІЙСЬКОЇ АГРЕСІЇ УКРАЇНСЬКИХ ЖУРНАЛІСТІВ І МЕДІЙНИКІВ

Мар'ян Житарюк

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

*e-mail: maryan.zhytaryuk@lnu.edu.ua
<https://orcid.org/0000-0002-5690-5701>*

У статті задокументовано імена і прізвища загиблих журналістів та медійників під час російсько-української війни – як при виконанні професійних журналістських обов'язків, так і під час служби в силах оборони України. Особливий акцент зроблено на періоді з початку повномасштабного вторгнення РФ в Україну 24 лютого 2022 р. та з вересня по грудень 2025 р., зокрема, про тих героїв, про яких не йшлося в попередніх публікаціях автора. Автор вважає важливим переосмислення ролі журналістів і медійників як членів професійної спільноти, враховуючи їхній статус і відповідальність, дотримання професійної етики в умовах війни з метою формування колективної пам'яті та символічного осмислення втрат на війні, проблематики національного мартирологу; підкреслено персоналізований вимір загиблих журналістів, мають місце документалістика і меморіалізація.

Ключові слова: агресія РФ в Україні, героїзм журналістів, документування злочинів війни, журналістика і медіасфера, журналістський обов'язок, загиблі журналісти і медійники, національний мартиролог, обов'язок громадянина-захисника, контент і документалістика.

Постановка проблеми

Російсько-українська війна, що з 2014 року, а особливо з 24 лютого 2022 року набула характеру повномасштабної збройної агресії, актуалізувала питання не лише фізичної безпеки журналістів і медійників, а й глибшого осмислення їхньої ролі в системі національного спротиву, колективної пам'яті та символічного самовизначення українського суспільства. Загибель журналістів і представників медіасфери – як під час виконання професійних обов'язків, так і в лавах Сил оборони України – стала одним із трагічних, але водночас показових феноменів цієї війни, що потребує належної наукової фіксації, інтерпретації та меморіалізації.

Попри наявність окремих публікацій, журналістських реєстрів, правозахисних звітів і медійних ініціатив, проблема формування цілісного національного мартирологу загиблих українських журналістів і медійників залишається фрагментарно

осмисленою. У науковому дискурсі досі бракує системного підходу, який би поєднував документування персональних втрат із аналізом професійного статусу журналіста в умовах війни, етичних вимірів його діяльності, а також символічного значення жертви для формування національної пам'яті. Нерідко журналісти, які загинули зі зброєю в руках, або ті, хто став жертвою війни поза межами безпосередньої професійної діяльності, випадають з поля зору суто «журналістських» реєстрів, що звужує розуміння масштабів і глибини втрат медійної спільноти.

Водночас відсутність уніфікованих критеріїв фіксації, класифікації та осмислення загибелі журналістів і медійників ускладнює формування спільного наративу пам'яті, здатного виконувати як документалістичну, так і ціннісно-виховну функцію. Це створює ризик редукції людських доль до статистичних показників або ж ситуативних медійних згадок без подальшого включення в ширший контекст національного мартирологу.

Отже, наукова проблема полягає у необхідності комплексного переосмислення феномена загибелі українських журналістів і медійників під час російської агресії як складової професійної історії журналістики, громадянського подвигу та національної пам'яті. Формування такого мартирологу постає не лише актом фіксації втрат, а й важливим елементом символічного спротиву, утвердження цінностей свободи слова, відповідальності та солідарності професійної спільноти в умовах екзистенційної війни за незалежність України.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

Проблематика загибелі журналістів у зонах конфліктів привертає увагу як міжнародної, так і вітчизняної наукової спільноти. У глобальному масштабі низка досліджень звертається до теми ризиків для журналістів, їхніх професійних прав та захисту у збройних конфліктах (Reporters Without Borders, Committee to Protect Journalists). Ці організації систематизують випадки загибелі та утисків, пропонують індекси ризику та розробляють рекомендації щодо безпеки журналістів у небезпечних зонах. Проте у більшості звітів міжнародного рівня питання загибелі журналістів висвітлюється узагальнено, без належної уваги до національного контексту меморіалізації та професійної ідентичності, що потребує додаткового академічного осмислення.

Вітчизняний науковий дискурс на перехресті журналістики, історії та культурної пам'яті поступово конструює базу для осмислення втрат української медійної спільноти в умовах війни. Певний внесок у розкриття професійних та етичних вимірів роботи журналістів під час агресії РФ зроблено в низці наших публікацій і виступів на конференціях (2023–2025 рр.), зокрема у статті «Оцінка й переосмислення роботи журналістів в умовах війни за незалежність України»¹, у розділі монографії «Професійний обов'язок журналіста і громадянський обов'язок воїна в умовах війни за незалежність України»², у виступах «Українські журналісти і медійники під час

¹ Житарюк, М. Г. (2023), «Оцінка й переосмислення роботи журналістів в умовах війни за незалежність України», *Український інформаційний простір*, № 1 (11), с. 55–71. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(11\).2023.279558](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(11).2023.279558) (дата звернення: 09.09.2025)

² Житарюк, М. Г. (2025), *Професійний обов'язок журналіста і громадянський обов'язок воїна в умовах війни за незалежність України*, автори: Мар'ян Житарюк, Тарас Балда, Тарас Лильо та ін., *Медіадискурс війни: український та закордонний досвід: монографія*, ЛНУ імені Івана Франка, Львів, с. 211–237. <https://doi.org/10.30970/mdw.2025>

російської агресії в Україні. До питання про формування національного мартирологу³, “Медіадискурс війни: дефініції і практики”⁴, у презентації “Герої-випускники факультету журналістики на російсько-українській війні”⁵, де окреслено етичний і професійний статус журналіста під час воєнних дій. Ці праці формують загальні наукові підвалини медіадосліджень війни, але не завжди достатньо фокусуються на проблемі формування національного мартирологу загиблих журналістів та медійників як окремого феномена пам’яті.

Важливо відзначити появу в 2025 році монографічного видання В. С. Бігуна «Місія: Свобода України. Остання зйомка серця – медійники і кінематографісти на щиті»⁶, яке присвячене успадкуванню пам’яті про медійників і кінематографістів, що загинули під час російської агресії. У цій праці подано портретні нариси героїв, а також поєднано документальні описи, художньо-нарративні реконструкції та роздуми про значення професійної жертви, що сприяє пошуку символічних і культурних моделей включення загиблих у національний наратив пам’яті і водночас розширює поле для теоретичної рефлексії над зафіксованими втратами.

Названі праці підкреслюють значення усвідомлення ролі журналіста як суб’єкта інформаційного протистояння, порушують питання системної фіксації загиблих та їхнього включення у національний символічний простір пам’яті.

Суттєвий внесок у тематичне розширення проблеми роблять також правозахисні та професійні медійні організації України. Так, Інститут масової інформації (ІМІ) регулярно публікує моніторинги порушень прав журналістів, документи про загибель і поранення медійників у зоні бойових дій, а також аналітичні огляди безпекових ризиків, створюючи базу даних, яка може слугувати емпіричною основою для формування мартирологу⁷. Національна спілка журналістів України (НСЖУ) веде профільні реєстри постраждалих і загиблих журналістів, організовує інформаційні кампанії та меморіальні ініціативи, спрямовані на визнання внеску медійників

³ Житарюк, М. Г. (2025), “Українські журналісти і медійники під час російської агресії в Україні. До питання про формування національного мартирологу”, *Пресознавчий дискурс: від минулого до сьогодення: доп. та повідомл. II Міжнар. наук. конф., Львів, 3 жовтня 2025 р.*, ЛННБ України ім. В. Стефаника, НДІ пресознавства, *Журналісти і журналістика*. Галицька Видавнича Спілка, Львів, с. 55-60. https://mgzhyt.blogspot.com/2025/12/blog-post_25.html

⁴ Житарюк, М. Г. (2025), “Медіадискурс війни: дефініції і практики”, *V Всеукраїнська наукова конференція “Українські медіа в європейському інформаційно-комунікаційному просторі: історія, стан, перспективи”*, 8-10 жовтня 2025 р., Ужгород, *Журналісти і журналістика*. https://mgzhyt.blogspot.com/2025/12/blog-post_61.html

⁵ Житарюк, М. Г. (2025), “Герої-випускники факультету журналістики на російсько-українській війні, Презентація”, *Міжнародна науково-практична конференція “Актуальні проблеми сучасного журналістикознавства: від теорії до практики, від традиційних до нових медіа” до 95-річчя з Дня народження Заслуженого професора Львівського університету Володимира Здоровеги*, 23 жовтня 2025 р., Львів, ЛНУ ім. І. Франка, *Журналісти і журналістика*. <https://mgzhyt.blogspot.com/2025/12/blog-post.html>

⁶ Бігун, В. С. (2025), *Місія: Свобода України. Остання зйомка серця – медійники і кінематографісти на щиті*, «Інтерсервіс», Київ, 444 с. https://oqg-primary-prod-content.s3.us-east-1.amazonaws.com/uploads/pdf/1755487108316_wjutZ3.pdf

⁷ Інститут масової інформації (2025), “Моніторинги та матеріали”. <https://imi.org.ua/monitorings> (дата звернення: 26.12.2025)

у захист інформаційного простору та національних цінностей⁸. Українські правозахисні організації, як-от Харківська правозахисна група⁹ та Центр громадянських свобод¹⁰, включають до своїх звітів окремі випадки загибелі журналістів як частину ширшої проблематики воєнних злочинів, гендерних аспектів безпеки та документування порушень прав людини, чим забезпечують правову й фактологічну основу для подальшого академічного увиразнення теми пам'яті загиблих медійників.

Інші наукові й публіцистичні джерела частково торкаються тем загибелі журналістів або ризиків професії в умовах війни, однак переважно в контексті медіабезпеки або етики висвітлення. Міжнародні звіти та дослідження правозахисних організацій (CPJ, RSF) систематизують дані про загиблих у конфліктах загалом, проте не завжди розрізняють професійних медійників як окрему категорію. Це створює нормативно-методологічну лакуну, що ускладнює подальше академічне включення журналістських втрат у пам'ятко-символічні наративи.

Попри все сказане, сучасний науковий і професійний контекст демонструє наявність важливих напрацювань у сфері медіабезпеки, професійної етики, правозахисної діяльності та журналістської історії війни, але питання формування національного мартирологу загиблих українських журналістів і медійників як комплексного феномена, з поєднанням документальних, професійних і пам'яттєвих вимірів, все ще не достатньо розроблене. Це обґрунтовує вибір теми та визначає наукову новизну та суспільну значущість нашого дослідження.

Методологічна основа дослідження

Методологічна основа дослідження сформована на засадах міждисциплінарного підходу, що поєднує інструментарій журналістикознавства, соціальних комунікацій, історії, культурології та студій колективної пам'яті. Така методологічна синергія зумовлена складністю об'єкта дослідження – феномена загибелі українських журналістів і медійників під час російської агресії, який потребує комплексного осмислення в професійному, етичному, соціальному та символічному вимірах.

Ключовим у роботі є історико-хронологічний метод, що дав змогу реконструювати послідовність подій, пов'язаних із загибеллю журналістів і медійників у різні періоди російсько-української війни, з особливим акцентом на етап повномасштабного вторгнення РФ з 24 лютого 2022 року та подальші роки. Це дозволило простежити динаміку втрат у зв'язку з інтенсивністю воєнних дій та змінами характеру участі журналістів у війні.

Важливе місце посідають методи документування та верифікації, спрямовані на фіксацію й систематизацію емпіричних даних про загиблих журналістів і медійників. У межах дослідження здійснено збір, зіставлення та перевірку інформації з різних джерел – журналістських публікацій, офіційних повідомлень, матеріалів професійних і правозахисних організацій. Поєднання документування з принци-

⁸ Національна спілка журналістів України (2025), “Журналісти важливі!” <https://nsju.org/zhurnalisty-vazhlyvy/> (дата звернення: 26.12.2025)

⁹ Річні звіти про роботу Харківської правозахисної групи. <https://khpg.org/1608811864> (дата звернення: 26.12.2025)

¹⁰ Центр громадянських свобод, “Інтерактивна мапа насильницьких зникнень в Україні”. <https://ccl.org.ua/tools/mapa-nasylnyckzyh-znyknenn-v-ukrayini/> (дата звернення: 26.12.2025)

пами журналістської перевірки фактів забезпечило достовірність даних і створило підґрунтя для формування національного мартирологу як науково обґрунтованого, а не декларативного утворення.

З метою індивідуалізації постатей загиблих журналістів і медійників, аналізу їхнього професійного шляху, громадянської позиції та обставин загибелі, застосовано біографічний та персоніфікований підходи. Це дало можливість подолати знеособлення статистичних реєстрів і підкреслити людський вимір втрат, що є принципово важливим для меморіального та аксіологічного осмислення проблеми.

Для опрацювання джерельної бази використано контент-аналіз, за допомогою якого досліджено публікації медіа, звіти Інституту масової інформації, НСЖУ, правозахисних організацій, а також меморіальні й публіцистичні тексти. Це дало змогу виявити домінантні теми, наративи та лексико-семантичні маркери, пов'язані з героїзацією, жертвою, професійним обов'язком і громадянським подвигом журналістів.

Дискурс-аналіз застосовано для осмислення способів конструювання образу загиблого журналіста у публічному просторі – як професіонала, воїна, громадянина, символу спротиву. Завдяки цьому виявлено аксіологічні домінанти, що формують символічний каркас національного мартирологу.

Системний і структурно-функціональний підходи дають підстави для того, щоб національний мартиролог був розглянутий як цілісну комунікативну систему з основними функціями (документальною, меморіальною, ціннісною, освітньою та мобілізаційною), в якій взаємодіють медіа, професійні об'єднання, правозахисні інституції та суспільство.

Завершальним етапом стало застосування методів аналізу, синтезу та узагальнення, що дало змогу інтегрувати отримані результати у формування цілісної концепції формування національного мартирологу загиблих українських журналістів і медійників у контексті російської агресії проти України.

Виклад основного матеріалу дослідження

Оцінку й переосмислення роботи журналістів в умовах війни за незалежність України 17 травня 2023 р. чи не вперше під час повномасштабного вторгнення докладно описано в нашій розвідці в журналі «Український інформаційний простір»¹¹, де зазначено, що «станом на кінець лютого 2023 р. в Україні загинуло 48 журналістів, 8 з яких – безпосередньо під час виконання професійних обов'язків»¹².

У монографії колективу авторів «Медіадискурс війни: український та закордонний досвід», підготовленій на кафедрі зарубіжної преси та інформації ЛНУ ім. І. Франка, присвяченій випускникам факультету журналістики, які віддали своє життя за Україну, є розділ «Професійний обов'язок журналіста і громадянський обов'язок воїна в умовах війни за незалежність України», де названо поіменно всіх наших героїв. Тут, зокрема, зазначено, що робота журналістів на війні в Україні дуже небезпечна: «Російські військові не визнають міжнародного гуманітарного права, нехтують Женевськими конвенціями: позначення «Преса», «ТБ» тощо, на-

¹¹ Житарюк, М. Г. (2023), «Оцінка й переосмислення роботи журналістів в умовах війни за незалежність України», *Український інформаційний простір*, № 1 (11), с. 55–71. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(11\).2023.279558](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(11).2023.279558) (дата звернення:

¹² Там само, с. 61.

впаки, слугують мішенями. Тому й не дивно, що від 24.02.2022 р. до початку грудня 2024 р. в Україні загинуло щонайменше 93 журналісти, 13 з яких – безпосередньо під час виконання професійних обов'язків»¹³. Це дані моніторингу Інституту масової інформації на цей час¹⁴.

У виступі “Українські журналісти і медійники під час російської агресії в Україні. До питання про формування національного мартирологу” на II Міжнародній конференції у ЛННБ України ім. В. Стефаника «Пресознавчий дискурс: від минулого до сьогодення», яка відбулася 3 жовтня 2025 р. у Львові, ми знову наводимо дані ІМІ, актуальні станом на вересень 2025 р.: «в Україні загинуло щонайменше 111 журналістів, 15 з яких – безпосередньо під час виконання професійних обов'язків»¹⁵.

Станом на 20 грудня 2025 р., за даними ІМІ, 121 журналіст загинув у період повномасштабного вторгнення рф, 128 – з 2014 р.¹⁶ 18 з них – під час виконання журналістських обов'язків (10 – іноземні громадяни, 8 – українські громадяни), 110 – у лавах Сил оборони України.

У таблиці 1 на основі документування на сайті ІМІ ми додали нові імена та прізвища загиблих журналістів і медійників, які з'явилися після попереднього переліку у виступі на конференції 3 жовтня 2025 р.

Таблиця 1. Загиблі журналісти під час російсько-української війни (2025), доповнення

Ім'я та прізвище журналіста	Дата смерті	Місце праці	Обставини смерті
Руслан Ганущак	11.01.2025	Військовий фотограф та оператор з Івано-Франківська	Загинув 11 січня 2025 року під час виконання бойового завдання поблизу Суджі на Курщині
Тетяна Кулик	26.02.2025	Журналістка Укрінформу	Загинула у Київській області внаслідок російської атаки: дрон влучив у її будинок у Бучанському районі

¹³ Житарюк, М. Г. (2025), Професійний обов'язок журналіста і громадянський обов'язок воїна в умовах війни за незалежність України, автори: Мар'ян Житарюк, Тарас Балда, Тарас Лильо та ін.; наук. ред., упорядк., вступ, висновки проф. М. Житарюк, *Медіадискурс війни: український та закордонний досвід: монографія*, ЛНУ імені Івана Франка, Львів, с. 219. <https://doi.org/10.30970/mdw.2025>

¹⁴ Інститут масової інформації (2022-2025), “Медійні злочини Росії у війні проти України (оновлюється)”. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/medijni-zlochyny-rosiyi-u-vijni-proty-ukrayiny-onovlyuyetsya-i44098> (дата звернення: 26.12.2025)

¹⁵ Житарюк, М. Г. (2025), “Українські журналісти і медійники під час російської агресії в Україні. До питання про формування національного мартирологу”, *Пресознавчий дискурс: від минулого до сьогодення: доп. та повідомл. II Міжнар. наук. конф., Львів, 3 жовтня 2025 р.*, ЛННБ України ім. В. Стефаника, НДІ пресознавства, *Журналісти і журналістика*. Галицька Видавнича Спілка, Львів, с. 55-60. https://mgzhyt.blogspot.com/2025/12/blog-post_25.html

¹⁶ Інститут масової інформації (2022-2025), “Список загиблих журналістів”. <https://imi.org.ua/deceased-journalists/page/2?publication-year=2025> (дата звернення: 26.12.2025)

Денис Понома-ренко	7.09.2025	Оператор-постановник компанії Starlight Media	Військовослужбовець. Загинув під час виконання бойового завдання на Харківщині
Антон Бондаренко	15.09.2025	Фіксер французьких телеканалів TF1 та LC	Військовослужбовець. Зник безвісти 15 вересня 2025 р. під час виконання бойового завдання на Харківському напрямку. Тест ДНК підтвердив, що Антон загинув
Богдан Будай	26.09.2025	Журналіст вінницького онлайн-медіа “Вежа”	Офіцер Збройних сил України. Загинув під час виконання службових обов’язків
Василь Хомко	2.10.2025	Режисер розважального шоу “Орел та решка”	Військовий. Пішов добровольцем на фронт у березні 2022 р. Загинув у бою, прикриваючи відхід групи
Антоні Лалікан	3.10.2025	Французький фотожурналіст. Працював над соціальними темами у зонах конфліктів. Публікувався в Le Monde, Le Figaro, Libération, Der Spiegel, Zeit, FAZ тощо. Із березня 2022 року документував наслідки російського вторгнення в Україну	Загинув від удару російського дрона біля Дружківки Донецької області
Олександр Урванцев	7.10.2025	Оператор чернігівського телеканалу “Дитинець”	На війні став оператором БПЛА. Загинув на Харківському напрямку
Альона Грамова (Губанова)	23.10.2025	Воєнна кореспондентка українського телеканалу іномовлення “Freedom”	Загинула у Краматорську (Донеччина) внаслідок російського обстрілу російським БПЛА “Ланцет”. Під час влучання перебувала з колегами в авто на заправній станції
Євген Кармазін	23.10.2025	Оператор українського телеканалу іномовлення “Freedom”	Загинув у Краматорську (Донеччина) внаслідок російського обстрілу російським БПЛА “Ланцет”. Під час влучання перебував з колегами в авто на заправній станції
Вадим Підлипенський	25.10.2025	Менеджер з продажу Ligamedia	Військовий. Загинув під час виконання бойового завдання біля Лиману (Донецька область). До лав Збройних сил України долучився у 2024 р.

Костянтин Гузенко	2.11.2025	Фотограф, медіапродюсер, учасник команди Ukraïner	Військовий 35-ї окремої бригади морської піхоти імені контр-адмірала Михайла Остроградського, виконував функції пресофіцера
Костянтин Штифурак	16.12.2025	Режисер та журналіст	Долучився до лав ЗСУ влітку 2022 р., проходив військову службу як командир відділення БпЛА

Попри значні зусилля наших колег з ІМІ, зокрема, зручну навігацію в пошуку прізвищ, дат тощо, повинні сказати, що дані ІМІ не остаточні і не повні. Наприклад, з десяти загиблих в російсько-українській війні випускників факультету журналістики ЛНУ ім. І. Франка (двоє – періоду АТО-ООС: **Василь Кіндрацький** (загинув 28.05.2015 р.), **Тарас Матвіїв**, Герой України (посмертно) (загинув 10.07.2020 р.), у списку ІМІ є тільки **Андрій Кришталь** (помер 27.09.2023 р.). Можливо, ІМІ не бере до уваги колишніх журналістів, викладачів журналістики тощо, але в їхніх списках загиблих з десяти героїв-випускників нашого журфаку **відсутні дев'ятеро**. Крім названих вище, це: **Валентин Присіч** («Валет»), загинув 17.09.2022 р.; **Євген Гулевич**, загинув 31.12.2022 р.; **Вадим Кофтунов**, загинув 6.01.2024 р.; **Роман Ряжських**, помер 6.01.2024 р.; **Роман Панькевич**, загинув 19.04.2024 р.; **Андрій Дусан**, загинув 9.05.2024 р.; **Богдан Маркевич**, загинув 28.09.2024 р.¹⁷

Про Василя Кіндрацького («Кіндрат») і Тараса Матвійова («Воїн», «Тарас Матвіїв. Живий») знято документальні фільми. Завдяки зусиллям Валентини і Тараса Матвіївих, батьків Героя, світ побачили друковані праці їхнього сина: «Мої думки. Ритмопроза» (2022), «Мої думки. Проза» (2023).

Влітку ц. р. з'явилася і книжка В'ячеслава Бігуна «Місія: Свобода України. Остання зйомка серця – медійники і кінематографісти на щиті (2025)»¹⁸, в якій окремі біографічні мініновели присвячено Євгенові Гулевичу, Андрієві Кришталю і Богданові Маркевичу.

Ось короткі цитати з книжки В. Бігуна.

Про Євгена Гулевича, 47 років, журналіста, культуролога, військовослужбовця: «Позивний – «Художник»... Вірність Україні: Попри можливість працювати за кордоном, залишався в Україні, змінюючи систему зсередини. Попри досвід подорожей, не розглядав можливість еміграції... Орден «За мужність» III ступеня (26.07.2023, посмертно). Звання почесний громадянин Калуської міської територіальної громади (11.11.2023, посмертно)»¹⁹.

¹⁷ Докладніше тут: Житарюк, М. Г. (2025), «Герої-випускники факультету журналістики на російсько-українській війні, Презентація», *Міжнародна науково-практична конференція "Актуальні проблеми сучасного журналістикознавства: від теорії до практики, від традиційних до нових медіа" до 95-річчя з Дня народження Заслуженого професора Львівського університету Володимира Здорогеги, 23 жовтня 2025 р., Львів, ЛНУ ім. І. Франка, Журналісти і журналістика*. <https://mgzhyt.blogspot.com/2025/12/blog-post.html>

¹⁸ Бігун, В. С. (2025), *Місія: Свобода України. Остання зйомка серця – медійники і кінематографісти на щиті*, «Інтерсервіс», Київ, 444 с. https://oqg-primary-prod-content.s3.us-east-1.amazonaws.com/uploads/pdf/1755487108316_wjutZ3.pdf

¹⁹ Там само, с. 95.

Про А. Кришталя, 46 років, журналіста, військовослужбовця: «Як відомо, робота журналіста пов'язана зі свідченням того, що відбувається в суспільстві явно і таємно, тому ця професія часто пов'язана з ризиком. Журналісти мають бути реальними свідками правди і свідчити її сміливо в будь-якій ситуації»²⁰.

Про Б. Маркевича, 38 років, журналіста, викладача, військовослужбовця: «До січня 2024 року викладає на факультеті журналістики (асистент кафедри). Колеги називають його «зразковим працівником, інтелектуалом і перспективним науковцем». Він активно підтримує студентські проєкти, запам'ятовує деталі про кожного студента та ставить людяність на перше місце»²¹.

Формування національного мартирологу загиблих українських журналістів і медійників у контексті російської агресії постає як складний багатовимірний процес, що поєднує документування фактів, професійно-етичну рефлексію та символічне осмислення втрат у просторі колективної пам'яті. У процесі дослідження з'ясовано, що загибель представників медіасфери в умовах війни не можна розглядати виключно крізь призму професійних ризиків журналістської діяльності, оскільки значна частина втрат пов'язана з виконанням громадянського обов'язку у складі Сил оборони України.

Задokumentований у попередніх публікаціях, вебресурсах масив імен загиблих журналістів і медійників охоплює осіб, які загинули як під час безпосереднього виконання професійних журналістських обов'язків (у зоні бойових дій, внаслідок обстрілів, ракетних ударів, мінування), так і під час служби у військових формуваннях, добровольчих батальйонах, підрозділах територіальної оборони. Такий дуалізм статусу – журналіст і воїн – є однією з ключових характеристик сучасного етапу війни та суттєво ускладнює традиційні підходи до класифікації журналістських втрат.

Аналіз зібраних матеріалів свідчить, що в чинних реєстрах і звітах часто застосовані різні критерії обліку загиблих: одні включають лише тих, хто загинув під час виконання професійних завдань, інші – фіксують ширше коло медійників незалежно від обставин смерті. Це породжує фрагментарність даних і унеможливляє формування цілісного національного мартирологу. Вважаємо, що доцільно використовувати інклюзивний підхід, за яким до мартирологу мають бути включені всі журналісти і медійники, чия професійна ідентичність була невід'ємною складовою їхнього життєвого шляху та громадянського вибору.

У період повномасштабного вторгнення РФ з 24 лютого 2022 року роль журналіста трансформувалася з інформатора і спостерігача на активного учасника національного спротиву. У цей час журналістська діяльність нерідко поєднувалася з волонтерством, військовою службою, документуванням воєнних злочинів, що значно підвищувало рівень небезпеки. Загибель журналістів у цих умовах набуває не лише професійного, а й виразного символічного значення, оскільки уособлює жертву за право на правду, свободу слова і незалежність держави.

Персоніфікований аналіз біографій загиблих журналістів і медійників дав змогу виявити спільні риси їхнього професійного та життєвого вибору: активну громадянську позицію, усвідомлення суспільної відповідальності слова, готовність діяти в умовах підвищеного ризику. Ці характеристики формують підґрунтя для розгляду

²⁰ Там само, с. 191.

²¹ Там само, с. 226.

загиблих не лише як жертв війни, а як суб'єктів історії, чий внесок має бути інтегрований у професійну пам'ять української журналістики.

Національний мартиролог зможе виконувати низку взаємопов'язаних функцій. Документальна функція полягає у фіксації достовірних даних про загиблих і протидії викривленню або забуттю фактів. Меморіальна функція спрямована на збереження імен і біографій у суспільній свідомості. Ціннісна функція пов'язана з утвердженням професійних і громадянських орієнтирів журналістської спільноти, тоді як освітня і мобілізаційна функції забезпечують передачу досвіду та формування відповідального ставлення до свободи слова в умовах війни.

Тим часом пропонуємо один з варіантів класифікації загиблих українських журналістів і медійників у вигляді таблиці. «Медійники – це не тільки журналісти та кореспонденти, а й ведучі, оператори, режисери, студійні працівники, фотографи тощо, тобто всі ті, які формують медійний (інформаційний) контент»²².

Таблиця 2. Класифікація загиблих українських журналістів і медійників у контексті російської агресії

Критерій класифікації	Категорія	Характеристика / пояснення
1. За характером діяльності на момент загибелі	Журналісти, загиблі під час виконання професійних обов'язків	Особи, які загинули під час підготовки журналістських матеріалів, роботи в зоні бойових дій, внаслідок обстрілів, ракетних ударів, мінування, цілеспрямованих атак
	Медійники, загиблі під час служби в Силах оборони України	Журналісти, редактори, оператори, фотографи, які загинули як військовослужбовці, добровольці або бійці територіальної оборони
2. За професійною ідентичністю	Професійні журналісти	Працівники друкованих, аудіовізуальних, онлайн-медіа, інформаційних агентств
	Медійні працівники	Оператори, фотографи, відеографи, редактори, продюсери, фахівці з комунікацій
3. За обставинами загибелі	Кінематографісти та документалісти	Представники суміжних медійних професій, діяльність яких пов'язана з фіксацією реальності війни
	Загибель у зоні активних бойових дій	Безпосередній вплив бойових дій, артилерійських обстрілів, ракетних та авіаційних ударів
	Загибель у тилу внаслідок воєнних дій	Ракетні удари, дрони, терористичні атаки рф поза лінією фронту
	Загибель під час виконання бойового завдання	Загибель у складі військових підрозділів

²² Житарюк, М. Г. (2025), «Українські журналісти і медійники під час російської агресії в Україні. До питання про формування національного мартирологу»... https://imgzhyt.blogspot.com/2025/12/blog-post_25.html

Критерій класифікації	Категорія	Характеристика / пояснення
4. За часовими періодами війни	2014–2021 рр.	Період гібридної війни та бойових дій в Донецькій та Луганській областях
	3 24 лютого 2022 р.	Період повномасштабного вторгнення РФ в Україну
5. За статусом у професійній спільноті	Члени професійних об'єднань	Члени Національної спілки журналістів України (НСЖУ), Незалежної медіа-профспілки (НМПУ), регіональних представництв цих організацій, професійних асоціацій, Міжнародної федерації журналістів (МФЖ)
	Незалежні журналісти / фрілансери	Особи без формального членства, але з усталеною професійною практикою
6. За формою меморіалізації	Зафіксовані у професійних реєстрах	Включені до баз даних ІМІ, НСЖУ, міжнародних правозахисних організацій
	Увічнені в публіцистичних і меморіальних виданнях	Книги пам'яті, нарисы, монографії, статті, зокрема, «Медіадискурс війни: український та закордонний досвід», «Місія: Свобода України. Остання зйомка серця – медійники і кінематографісти на щиті»
	Інтегровані у національний мартиролог	Осмилені як частина національної пам'яті та символічного наративу

Запропонована класифікація демонструє багатовимірність феномена загибелі українських журналістів і медійників під час російської агресії та підтверджує доцільність інклюзивного підходу до формування національного мартирологу. Поєднання професійного, громадянського та меморіального вимірів дає можливість розглядати загиблих не лише як статистичні одиниці, а як суб'єктів історичної пам'яті, чия діяльність і жертва мають системне значення для журналістикознавства та національної ідентичності.

Результати дослідження та перспективи подальших наукових розвідок (обговорення)

У результаті проведеного дослідження здійснено комплексне осмислення феномена загибелі українських журналістів і медійників у контексті російської агресії як багатовимірного явища, що поєднує професійний, громадянський, етичний та меморіальний виміри. На основі методів документування, верифікації та систематизації джерел встановлено, що втрати медійної спільноти не обмежуються випадками загибелі під час виконання суто журналістських обов'язків, а охоплюють ширший спектр обставин – зокрема службу журналістів у лавах Сил оборони України, участь у територіальній обороні, волонтерську та громадянську діяльність, що нерідко ставали причиною їхньої загибелі.

Запропонована в дослідженні класифікація загиблих журналістів і медійників підтверджує доцільність відходу від вузького професійного підходу до фіксації втрат. Вона демонструє, що національний мартиролог повинен формуватися на засадах інклюзивності, з урахуванням професійної ідентичності, обставин загибелі,

статусу в медійній спільноті та форм меморіалізації. Такий підхід дозволяє уникнути редукції людських доль до статистики і сприяє збереженню персоніфікованої пам'яті про кожного загиблого.

Важливим результатом є обґрунтування ролі журналіста і медійника як суб'єкта подвійної відповідальності – професійної та громадянської. В умовах екзистенційної війни за незалежність України журналістська діяльність дедалі частіше поєднується з безпосередньою участю в обороні держави, що змінює традиційні уявлення про межі професійного обов'язку і потребує перегляду етичних та теоретичних моделей журналістикознавства.

У процесі дослідження також встановлено, що діяльність українських професійних і правозахисних організацій (ІМІ, НСЖУ, правозахисні ініціативи) створює вагомому емпіричну базу для документування злочинів РФ проти журналістів, однак відсутність єдиного методологічного стандарту меморіалізації ускладнює формування цілісного національного мартирологу. Це відкриває перспективи для міжінституційної координації та подальших наукових досліджень, перспективними напрямками яких є: розроблення уніфікованої методики формування національного мартирологу журналістів і медійників; компаративні дослідження втрат медійних спільнот у різних воєнних конфліктах; вивчення впливу меморіалізації загиблих журналістів на професійну ідентичність та ціннісні орієнтації молодих журналістів; аналіз ролі цифрових архівів, онлайн-платформ і мультимедійних форматів у збереженні пам'яті про загиблих медійників.

Висновки

У статті обґрунтовано необхідність формування національного мартирологу загиблих українських журналістів і медійників як складової професійної історії журналістики, національної пам'яті та символічного спротиву російській агресії. Доведено, що загибель представників медіасфери в умовах війни є не лише трагічним наслідком воєнних дій, а й проявом громадянського подвигу, відповідальності та солідарності професійної спільноти.

Показано, що наявні реєстри й правозахисні звіти, попри їхню важливість, не завжди охоплюють повний спектр втрат, оскільки часто не враховують журналістів і медійників, які загинули під час служби в Силах оборони України або внаслідок війни поза межами безпосередньої професійної діяльності. Це зумовлює потребу в розширенні критеріїв фіксації та меморіалізації загиблих.

Запропонована класифікація загиблих журналістів і медійників засвідчує доцільність системного й персоніфікованого підходу до формування національного мартирологу, який поєднує документальну достовірність, етичну відповідальність і ціннісно-символічне осмислення втрат. Такий мартиролог постає не лише як архів пам'яті, а як активний елемент формування національної ідентичності, культури пам'яті та професійної саморефлексії журналістської спільноти.

Важливим результатом дослідження є висновок про необхідність поєднання зусиль академічної спільноти, професійних журналістських організацій і правозахисних інституцій для вироблення уніфікованих принципів документування та меморіалізації загиблих медійників. Лише за умови системного підходу національний мартиролог може стати не набором розрізнених списків, а цілісним елементом національної пам'яті та професійної історії української журналістики.

Тож викладені матеріали підтверджують, що формування національного мартирологу загиблих українських журналістів і медійників є не лише науковим завданням, а й моральним обов'язком професійної спільноти в умовах війни за незалежність України.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Бігун, В. С. (2025), *Місія: Свобода України. Остання зйомка серця – медійники і кінематографісти на щиті*, «Інтерсервіс», Київ, 444 с. https://oqg-primary-prod-content.s3.us-east-1.amazonaws.com/uploads/pdf/1755487108316_wjutZ3.pdf (дата звернення: 26.12.2025)
2. Житарюк, М. Г. (2023), «Оцінка й переосмислення роботи журналістів в умовах війни за незалежність України», *Український інформаційний простір*, № 1 (11), с. 55–71. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(11\).2023.279558](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(11).2023.279558) (дата звернення: 26.12.2025)
3. Житарюк, М. Г. (2025), “Герої-випускники факультету журналістики на російсько-українській війні, Презентація”, *Міжнародна науково-практична конференція “Актуальні проблеми сучасного журналістикознавства: від теорії до практики, від традиційних до нових медіа” до 95-річчя з Дня народження Заслуженого професора Львівського університету Володимира Здоровеги*, 23 жовтня 2025 р., Львів, ЛНУ ім. І. Франка, *Журналісти і журналістика*. <https://mgzhyt.blogspot.com/2025/12/blog-post.html> (дата звернення: 25.12.2025)
4. Житарюк, М. Г. (2025), “Медіадискурс війни: дефініції і практики”, *V Всеукраїнська наукова конференція “Українські медіа в європейському інформаційно-комунікаційному просторі: історія, стан, перспективи”*, 8-10 жовтня 2025 р., Ужгород, *Журналісти і журналістика*. https://mgzhyt.blogspot.com/2025/12/blog-post_61.html (дата звернення: 26.12.2025)
5. Житарюк, М. Г. (2025), “Професійний обов'язок журналіста і громадянський обов'язок воїна в умовах війни за незалежність України”, автори: Мар'ян Житарюк, Тарас Балда, Тарас Лильо та ін.; наук. ред., упорядк., вступ, висновки проф. М. Житарюк, *Медіадискурс війни: український та закордонний досвід: монографія*, ЛНУ імені Івана Франка, Львів, с. 211-237. <https://doi.org/10.30970/mdw.2025> (дата звернення: 26.12.2025)
6. Житарюк, М. Г. (2025), “Українські журналісти і медійники під час російської агресії в Україні. До питання про формування національного мартирологу”, *Пресознавчий дискурс: від минулого до сьогодення: доп. та повідомл. II Міжнар. наук. конф.*, Львів, 3 жовтня 2025 р., ЛННБ України ім. В. Стефаника, НДІ пресознавства, *Журналісти і журналістика*. Галицька Видавнича Спілка, Львів, с. 55-60. https://mgzhyt.blogspot.com/2025/12/blog-post_25.html (дата звернення: 26.12.2025)
7. Інститут масової інформації (2022-2025), “Медійні злочини Росії у війні проти України (оновлюється)”. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/medijni-zlochyny-rosiyi-u-vijni-proty-ukrayiny-onovlyuyetsya-i44098> (дата звернення: 26.12.2025)
8. Інститут масової інформації (2025), “Моніторинги та матеріали”. <https://imi.org.ua/monitorings> (дата звернення: 26.12.2025)

9. Інститут масової інформації (2022-2025), “Список загиблих журналістів”. <https://imi.org.ua/deceased-journalists/page/2?publication-year=2025> (дата звернення: 26.12.2025)
10. Національна спілка журналістів України (2025), “Журналісти важливі!” <https://nsju.org/zhurnalisty-vazhlyvy/> (дата звернення: 26.12.2025)
11. Річні звіти про роботу Харківської правозахисної групи (2025). <https://khpg.org/1608811864>
12. Центр громадянських свобод, “Інтерактивна мапа насильницьких зникнень в Україні”. <https://ccl.org.ua/tools/mapa-nasylnyzykh-znyknen-v-ukrayini/> (дата звернення: 26.12.2025)

REFERENCES

1. Bihun, V. S. (2025), *Misiia: Svoboda Ukrainy. Ostannia ziomka sertsia – mediinyky i kinematohafisty na shchytі*, «Interservis», Kyiv, 444 s. https://oqg-primary-prod-content.s3.us-east-1.amazonaws.com/uploads/pdf/1755487108316_wjutZ3.pdf (data zvernennia: 26.12.2025)
2. Zhytariuk, M. H. (2023), «Otsinka y pereosmyslennia roboty zhurnalistiv v umovakh viiny za nezalezhnist Ukrainy», *Ukrainskyi informatsiinyi prostir*, № 1 (11), s. 55–71. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(11\).2023.279558](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(11).2023.279558) (data zvernennia: 26.12.2025)
3. Zhytariuk, M. H. (2025), “Heroi-vypusknky fakultetu zhurnalistyky na rosiisko-ukrainskii viini, Prezentatsiia”, *Mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia “Aktualni problemy suchasnogo zhurnalistykoznavstva: vid teorii do praktyky, vid tradytsiinykh do novykh media” do 95-richchia z Dnia narodzhennia Zasluzhenoho profesora Lvivskoho universytetu Volodymyra Zdorovehy, 23 zhovtnia 2025 r.*, Lviv, LNU im. I. Franka, *Zhurnalisty i zhurnalistyka*. <https://mgzhyt.blogspot.com/2025/12/blog-post.html> (data zvernennia: 25.12.2025)
4. Zhytariuk, M. H. (2025), “Mediadyskurs viiny: definitsii i praktyky”, *V Vseukrainska naukova konferentsiia “Ukrainski media v yevropeiskomu informatsiino-komunikatsiionomu prostori: istoriia, stan, perspektyvy”*, 8-10 zhovtnia 2025 r., Uzhhorod, *Zhurnalisty i zhurnalistyka*. https://mgzhyt.blogspot.com/2025/12/blog-post_61.html (data zvernennia: 26.12.2025)
5. Zhytariuk, M. H. (2025), “Profesiinyi oboviazok zhurnalista i hromadianskyi oboviazok voina v umovakh viiny za nezalezhnist Ukrainy”, avtory: Marian Zhytariuk, Taras Balda, Taras Lylo ta in.; nauk. red., uporiadk., vstup, vysnovky prof. M. Zhytariuk, *Mediadyskurs viiny: ukrainskyi ta zakordonnyi dosvid: monohrafiia*, LNU imeni Ivana Franka, Lviv, s. 211-237. <https://doi.org/10.30970/mdw.2025> (data zvernennia: 26.12.2025)
6. Zhytariuk, M. H. (2025), “Ukrainski zhurnalisty i mediinyky pid chas rosiiskoi ahresii v Ukraini. Do pyttannia pro formuvannia natsionalnogo martyrolohu”, *Presoznavchyi dyskurs: vid mynuloho do sohodennia: dop. ta povidoml. II Mizhnar. nauk. konf.*, Lviv, 3 zhovtnia 2025 r., LNNB Ukrainy im. V. Stefanyka, NDI presoznavstva, *Zhurnalisty i zhurnalistyka*. Halytska Vydavnycha Spilka, Lviv, s. 55-60. https://mgzhyt.blogspot.com/2025/12/blog-post_25.html (data zvernennia: 26.12.2025)
7. *Instytut masovoi informatsii* (2022-2025), “Mediini zlochyny Rosii u viini proty Ukrainy (onovliuietsia)”. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/medijni-zlochyny-rosiyi-u-vijni-proty-ukrayiny-onovlyuyetsya-i44098> (data zvernennia: 26.12.2025)

8. *Institut masovoi informatsii* (2025), “Monitorynhy ta materialy”. <https://imi.org.ua/monitorings> (data zvernennia: 26.12.2025)
9. *Institut masovoi informatsii* (2022-2025), „Spysok zahyblykh zhurnalistiv”. <https://imi.org.ua/deceased-journalists/page/2?publication-year=2025> (data zvernennia: 26.12.2025)
10. *Natsionalna spilka zhurnalistiv Ukrainy* (2025), “Zhurnalisty vazhlyvi!” <https://nsju.org/zhurnalisty-vazhlyvy/> (data zvernennia: 26.12.2025)
11. *Richni zvity pro robotu Kharkivskoi pravozakhysnoi hrupy* (2025). <https://khp.org/1608811864> (data zvernennia: 26.12.2025)
12. *Tsentri hromadianskykh svobod*, “Interaktyvna mapa nasylnytskykh znyknien v Ukraini”. <https://ccl.org.ua/tools/mapa-nasylnytskykh-znyknien-v-ukrayini/> (data zvernennia: 26.12.2025)

ON THE ISSUE OF COMPILING A NATIONAL MARTYROLOGY OF UKRAINIAN JOURNALISTS AND MEDIA WORKERS WHO DIED DURING THE RUSSIAN AGGRESSION

Marian Zhytariuk

Ivan Franko National University of Lviv
General Chuprynka Str., 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: maryan.zhytaryuk@lnu.edu.ua
<https://orcid.org/0000-0002-5690-5701>

The article provides a comprehensive analysis of the problem of compiling a national martyrology of Ukrainian journalists and media workers who died in the context of russian aggression against Ukraine. Based on an interdisciplinary approach combining journalism studies, social communications, history, and collective memory studies, the author documents and systematises the names of journalists and media representatives who died both in the line of duty and in the ranks of the Ukrainian Armed Forces. Particular attention is paid to the period since the start of the full-scale invasion on 24 February 2022, as well as to additions to the list of those killed in 2025.

The study demonstrates that existing registers and human rights reports often apply limited criteria of accounting, focusing mainly on deaths that occurred during the direct performance of journalistic work. At the same time, a significant number of media workers lost their lives while fulfilling their civic and military duty. This leads to fragmented memory and complicates the formation of a comprehensive national martyrology. The article substantiates the expediency of an inclusive approach, according to which the martyrology should include all journalists and media workers for whom professional identity was an integral part of their life path and civic choice. A classification of the deceased is proposed based on the nature of their activities, professional identity, circumstances, and time periods of death, as well as forms of memorialisation. A personalised analysis of biographies makes it possible to view the fallen not merely as victims of war, but as subjects of historical memory and of the professional history of Ukrainian journalism. It has been proven that the national martyrology performs documentary, memorial, value-based, educational, and mobilising functions and is an important element of symbolic resistance, affirmation of freedom of speech, and responsibility of the media community in the context of the war for Ukraine's independence.

Keywords: russian aggression in Ukraine, journalists' heroism, documentation of war crimes, journalism and media sphere, journalistic duty, fallen journalists and media workers, national martyrology, duty of a citizen-defender, content and documentary.

Отримано редакцією видання / Received: 25.12.2025

Прорецензовано / Revised: 26.12.2025

Схвалено до друку / Accepted: 26.12.2025

Опубліковано на сайті видання / Published on the publication's website: 28.01.2026

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2026: 58; 170–186 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2026.58.13920>

УДК 070.489:004.8:655

ЗАСТОСУВАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У КНИГОВИДАННІ: ІНСТРУМЕНТАЛЬНІ ТА КРЕАТИВНІ ІНТЕГРАЦІЇ В РЕДАКЦІЙНІ ПРОЦЕСИ

Олексій Ситник

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
вул. Юрія Іллєнка, 36/1, 04119, Київ, Україна
e-mail: sytnyk@knu.ua
<https://orcid.org/0000-0002-0853-1442>*

Світлана Водолазька

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
вул. Юрія Іллєнка, 36/1, 04119, Київ, Україна
e-mail: s.vodolazskaya@knu.ua
<https://orcid.org/0000-0003-1019-5828>*

Тетяна Крайнікова

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
вул. Юрія Іллєнка, 36/1, 04119, Київ, Україна
e-mail: tetiana.krainikova@knu.ua
<https://orcid.org/0000-0002-2132-2020>*

Олена Рижко

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
вул. Юрія Іллєнка, 36/1, 04119, Київ, Україна
e-mail: olena.ryzhko@knu.ua
<https://orcid.org/0000-0003-4478-214X>*

У статті проаналізовано застосування генеративного штучного інтелекту в українському книговидаванні (2023–2025). На основі п'ять експертних інтерв'ю та кейс-стаді 25 книжкових проєктів визначено дві типові інтеграції ШІ в редакційні процеси: інструментальну (автоматизація рутинних операцій) і креативну (асистування у створенні контенту). Ефективність їх застосувань залежить від людського контролю і редакторської відповідальності.

Ключові слова: видавнича діяльність, штучний інтелект; генеративні моделі; книговидавання; гібридні редакційні процеси; цифрова трансформація.

Вступ

У сучасному світі стрімко розвивається генеративний штучний інтелект (ШІ), орієнтований на імітацію людських інтелектуальних процесів. Ключовими драйверами стали великі мовні моделі: у 2025 р. Anthropic представила Claude 4 для складних завдань; OpenAI випустила GPT-4.5 та ChatGPT 5.1 з режимами Instant і Thinking; Google DeepMind розвинула Gemini 2.5 з довгими контекстами й мульти-модальним аналізом.

ШІ проникає також у весь цикл книговидавання, і цей процес відбувається згідно з логікою технологічного детермінізму: ШІ визначає не лише технічні, а й соціокультурні трансформації у видавничій галузі, із допоміжного інструменту перетворюється на інфраструктурну технологію. Ставлення до цього в суспільстві далеко не однозначне, про що свідчать численні скандали, які нерідко нагадують «полювання на відьом»¹. Внаслідок цього видавці, які вже експериментують із ШІ, йдуть «у тінь», завбачливо уникаючи критики і репутаційних ризиків.

Ми вважаємо, що осуджувати видавців, які застосовують ШІ, – контрпродуктивно, адже це уповільнює дифузію інновацій та не сприяє поширенню апробованого досвіду. До речі, такий спротив підтверджує етапи, описані в теорії дифузії інновацій Е. Роджерса, згідно з якою первинне впровадження інновацій часто супроводжується недовірою та інституційним опором. Замість цього доцільно активніше працювати над методикою і правилами застосування ШІ, редакційними політиками, які ґрунтуватимуться на юридичних та етичних нормах, специфіці сегменту ринку. Але для цього треба передовсім вивчити й систематизувати реальний досвід видавництва, що дасть змогу сформулювати ефективні гібридні моделі, в межах яких ШІ доповнить людську креативність.

Дослідницька лакуна полягає у відсутності узагальнених даних про ефективність ШІ на різних етапах редакційної підготовки книги (відбору рукописів, редагування, фактчекінгу, створення мультимедійних матеріалів тощо). Тож актуальність дослідження зумовлена практичною потребою видавців у науково обґрунтованих рекомендаціях щодо раціональної інтеграції ШІ у редакційні процеси.

Теоретичне підґрунтя. У численних дефініціях ШІ (Міжнародний стандарт ISO/IEC TR 24028:2020², тлумачення Європарламенту³, Оксфордський словник⁴,

¹ Заблоцька О. (2025), “Видавництво «А-ба-ба-га-ла-ма-га» прокоментувало обкладинку з ШІ, яку розкритикували в соцмережах”, доступно за адресою: https://suspilne.media/culture/936777-vidavnictvo-a-ba-ba-ga-la-ma-ga-prokomentovalo-si-obkladinku-aku-rozkritikuvali-v-socmerezah/?utm_source=chatgpt.com (дата перегляду 27 листопада 2025); Коваль В. (2025), “Українське видавництво Vivat підозрюють у використанні штучного інтелекту”, доступно за адресою: https://ai360.com.ua/ukrainske-vydavnytstvo-vivat-pidozriuut-u-vykorystanni-shtuchnoho-intelektu/?utm_source=chatgpt.com (дата перегляду 27 листопада 2025).

² ISO/IEC TR 24028:2020 (2020), “Information technology – Artificial intelligence – Overview of trustworthiness in artificial intelligence”, available at: <https://www.iso.org/standard/77608.html> (accessed 07 December 2025).

³ European Parliament (2020), “What is artificial intelligence and how is it used?”, available at: <https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/society/20200827STO85804/what-is-artificial-intelligence-and-how-is-it-used> (accessed 07 December 2025).

⁴ Oxford Learner’s Dictionaries, “Artificial intelligence”, available at: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/artificial-intelligence> (accessed 07 December 2025).

словник Merriam-Webster⁵) ідеться або про приписування ІІІ пізнавальних і творчих здібностей людини, навіть здатності до емпатії, або ж про імітування згаданого.

Втім, поки у ІІІ немає свідомості, ми не можемо говорити ані про творчість, оскільки це, як підкреслює, приміром, Маркус де Сейтуа, «та єдина сфера людської діяльності, яка ніколи не стане доступною машинам» [6, 8], бо її визначає «людський код» – «рефлексія про те, що означає бути людиною» [6, 8], ані про емпатію в ІІІ. Солідарну думку висловлює і Кай-Фу Лі, визначаючи три напрями, в яких ІІІ не може конкурувати з людиною: творчість, емпатія, кваліфікованість [3, 371], а також окреслює підстави свого оптимізму: «...коли людські істоти здатні ділитися між собою любов'ю, то вони зможуть знайти роботу і сенс життя в еру панування штучного інтелекту» [4, 18].

Водночас сучасні дослідження в галузі цифрової креативності та генеративних моделей підкреслюють, що йдеться радше про нові форми алгоритмічно підтримуваної креативності, які доповнюють, а не замінюють людське авторство та інтенційність. Зрештою, як підкреслює Дональд А. Норман: «ІІІ та людський інтелект дуже відрізняються, і ця різноманітність може бути джерелом небезпеки, але також і потужним поштовхом до розвитку людських здібностей за правильного використання» [5, 255].

У 2023–2024 рр. дискусія про межі й ризики генеративного ІІІ доповнюється нормативним виміром. Регламент ЄС про штучний інтелект (AI Act, Regulation (EU) 2024/1689) запроваджує ризикоорієнтований підхід до класифікації та регулювання ІІІ-систем, а окремий розділ присвячено моделям загального призначення (GPAI)⁶. Стаття 53 AI Act вимагає від постачальників таких моделей як-от генеративні мовні моделі дотримання авторського права ЄС під час навчання та експлуатації, а також оприлюднення узагальненої інформації про використані навчальні дані⁷. Преамбула цього документа наголошує, що політика дотримання авторського права має застосовуватися незалежно від того, на яких серверах і в якій юрисдикції здійснювалося навчання моделей, що особливо значуще для глобальних провайдерів генеративних сервісів, які використовують великі корпуси текстів та зображень, зокрема книжковий контент⁸.

Паралельно формується масив емпіричних та аналітичних досліджень, присвячених застосуванню ІІІ в медіа- та видавничій галузях. Дані Reuters Institute Digital News Report 2024 фіксують масштаб експериментів новинних організацій із ІІІ-інструментами та водночас високий рівень скепсису аудиторій щодо повністю згенерованого контенту; найбільш прийнятними виявляються «бекендові» сценарії використання ІІІ – для персоналізації, аналізу даних і технічної оптимізації [10]. Окремим напрямом стає аналіз ліцензійних угод між технологічними компаніями й

⁵ Merriam-Webster Dictionaries, “Artificial intelligence”, available at: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/artificial%20intelligence> (accessed 07 December 2025).

⁶ Regulation (EU) 2024/1689 of the European Parliament and of the Council of 13 June 2024 laying down harmonised rules on artificial intelligence (Artificial Intelligence Act), (2024), *Official Journal of the European Union*, L 1689, 12 July 2024. EUR-Lex - Document 32024R1689 - EN, available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32024R1689> (accessed 07 December 2025).

⁷ Ibid.

⁸ Ibid.

видавцями: низка публікацій описує багаторічні контент-угоди OpenAI з великими новинними видавництвами (Axel Springer, Financial Times, News Corp тощо) як спробу інституціоналізувати доступ до якісних текстових корпусів для тренування моделей і водночас вибудувати нові моделі монетизації авторського контенту [8, 9, 11].

Ще один напрям – поява навчальних посібників із використання генеративного ШІ в креативних індустріях загалом і в медіях зокрема [1, 2]. А також спроби осмислення взаємодії людина/ШІ в контексті медіафілософії, чому, приміром, присвячено спецвипуск журналу “Синтетика” – “AI. Friend or foe” [7], понад 20 статей якого стосуються практично всіх вимірів життя людини.

Огляд праць свідчить про існування внутрішньо хаотичного дискурсу, пов’язаного із застосуванням ШІ в креативних індустріях, – водночас бракує структурованого розуміння відповідних стратегій та поширених практик у сегменті книговидавання. Попри стрімке зростання кількості публікацій про генеративний ШІ, нормативні режими його регулювання та нові бізнес-моделі ліцензування контенту, цілеспрямовані емпіричні дослідження саме книжкового сегмента (редакційних стратегій, виробничих ланцюжків і практик співтворчості людини та ШІ) залишаються обмеженими, що зумовлює актуальність даного дослідження.

Мета дослідження – на підставі аналізу видавничих практик визначити типи застосування ШІ в створенні книжкового контенту.

Завдання дослідження:

- 1) Проаналізувати та підсумувати науковий доробок за темою.
- 2) Проаналізувати успішні кейси використання ШІ у книговидавничій діяльності.
- 3) На основі зібраних даних артикулювати основні підходи, асоційовані з використанням ШІ у книговидаванні.

Методологічна основа дослідження

На першому етапі (серпень 2025 р.) виконано огляд теоретичних джерел і концептуалізовано власне дослідження. Його засадничими науковими підходами стали: теорія технологічного детермінізму; теорія інформаційного суспільства; теорія дифузії інновацій. У межах теорії інформаційного суспільства дослідження розглядає ШІ як чинник структурної перебудови інформаційного середовища книговидавання, що впливає на моделі знання, комунікації та споживання контенту. Наукові погляди підлягали порівнянню та систематизації.

Огляд джерел дав підстави сформулювати робочу гіпотезу про те, що зростаюче застосування ШІ трансформує редакційні підходи до створення книжкового контенту, відкриваючи водночас нові можливості й нові виклики для учасників ринку.

Окреслено два пов’язані дослідницькі питання: 1) підготовка яких компонентів книжкового видання найчастіше делегується ШІ; 2) які підходи використовують українські видавці при інтеграції ШІ в робочі процеси, з якими можливостями та обмеженнями стикаються.

У вересні – листопаді 2025 р. зібрано емпіричні дані.

Експертні інтерв’ю. Проведено п’ять напівструктурованих експертних інтерв’ю. Темою інтерв’ю стали тенденції, редакційні практики, напрацьований досвід, прогнози щодо використання ШІ у книжковому виробництві. Серед експертів:

1) Батуревич Ірина, співзасновниця та директорка з розвитку медіа «Читомо», співзасновниця громадської організації «Український клуб Монреалю», експертка видавничої справи;

2) Гончарова-Горяньська Мар'яна, керівниця відділу «Маги», провідна редакторка видавництва «Ранок»;

3) Салига Павло, кандидат наук із соціальних комунікацій, ux/ui-дизайнер, компанія Wand (США), власник дизайн-студії yellowarrow.design, головний редактор експериментального мистецького е-зину візуальної комунікації «Друшлаг»;

4) Чічановська Людмила, директорка видавництва «Грамота»;

5) Шубін Михайло, співзасновник компанії AR Book CEO, Owner.

До експертного кола ввійшли представники українського книжкового та суміжних ринків, які мають різноманітний практичний досвід роботи з генеративними інструментами ШІ. Отримані інтерв'ю розглядалися як розвідувальні й використовувалися для окреслення спектра практик і мовлення «зсередини» галузі, а не для репрезентативних узагальнень.

Кейс-стаді. На підставі експертних інтерв'ю та моніторингу українських інтернет-ресурсів (портал «Читомо», Yakaboo, публікації в соцмережах тощо) сформовано цілеспрямовану вибірку 25 книжкових видань, підготовлених видавництвами «Апріорі», «А-ба-ба-га-ла-ма-га», «Бородатий тамарин», «Видавництво Старого Лева», «Лабораторія», «Ранок», «Темпора», «ТУТ», «Vivat» із використанням ШІ у період 2023–2025 рр.

Проведено кейс-стаді: проаналізовано якість і специфіку текстів, ілюстрацій та обкладинок книжок, підготовлених за допомогою ШІ й включених до вибірки. Аналіз фокусувався на таких аспектах, як відповідність контенту заявленій аудиторії та жанровим очікуванням, цілісність наративу й візуальної концепції, прозорість декларування ролі ШІ в створенні видання та баланс між автоматизованими і «ручними» етапами роботи. Висновки було сформульовано за принципом «які уроки можуть винести видавці й автори з кожного кейсу» з позицій редакційно-видавничої практики.

Аналіз і синтез. У листопаді – грудні 2025 р. здійснено узагальнення та інтерпретацію результатів: зіставлено дані інтерв'ю та кейс-стаді, виявлено типові моделі використання ШІ в книжковому виробництві й співвіднесено їх із теоретичними підходами, окресленими в огляді літератури.

Результати й обговорення

ШІ, попри всі його недоліки та ризики, активно застосовується в книжковій галузі. За нашими даними, є два основні підходи в застосуванні ШІ у сучасних видавничих процесах:

- 1) ШІ – технічний інструмент і засіб автоматизації редакційних процесів;
- 2) ШІ – креативний асистент авторів, редакторів і дизайнерів.

Далі розглянемо ці підходи детальніше.

Підхід 1. ШІ – технічний інструмент і засіб автоматизації редакційних процесів

ШІ використовується як технічний засіб, який допомагає автоматизувати та пришвидшити рутинні процеси, підвищує ефективність опрацювання трудовитратних завдань, але не задає власних смислів і не претендує на авторське лідерство. Як говорить експерт П. Салига, «штучний інтелект використовується як стандартний

робочий інструмент. Кожен працівник на індивідуальному рівні самостійно автоматизує свої процеси. Редагування текстів, виправлення помилок – це функції, які застосовуються автоматично, без додаткових роздумів».

Маркетингова аналітика та прогнозування читачького попиту. Досвід медіа- й видавничих компаній свідчить: впровадження ШІ-аналітики здатне підвищувати ефективність маркетингових активностей і рентабельність інвестицій.

«Клієнтоорієнтований ШІ» закладає потреби, уподобання та поведінку читачів в основу видавничих стратегій. Від персоналізованих рекомендацій щодо контенту до прогнозної аналітики – він «змінює те, як видавці взаємодіють зі своєю аудиторією, оптимізують операції та стимулюють зростання доходів»⁹. ШІ-сервіси дають змогу моделювати читачький попит, тестувати сценарії запуску новинок, коригувати політику запасів, прогнозувати часові коливання (сезонність, тренд, сплески подій), персоналізувати рекомендації, вимірювати комерційний потенціал книг. Прикладом може бути платформа Amaplan від «Penguin Random House UK».

Л. Чічановська, міркуючи над можливостями інтеграції ШІ, вважає, що в перспективі ШІ перебере на себе функції «менеджерів з продажів... думаю, теж прийдемо до цього. Зараз поки що вивчаємо цей досвід».

Актуальні обмеження полягають у тому, що такі моделі спираються переважно на історичні дані й гірше працюють для нішевих видань, дебютних авторів або радикально нових форматів; не враховують повною мірою репутаційні ризики, позаринкові ефекти (премії, скандали, вірусні кампанії), а їхня логіка ухвалення рішень часто залишається непрозорою для редакційних команд.

Фактчекінг та перевірка на збіги (антиплагіат). У сучасному книговиданні ШІ дедалі частіше використовується як інструмент верифікації фактів, посилань та джерел. Автоматизовані системи фактчекінгу пришвидшують первинний аналіз тексту й дають змогу виявляти потенційні помилки або суперечності¹⁰.

Сучасні чат-інтерфейси працюють у режимі «відповідь із цитуванням», надаючи посилання на джерела й полегшуючи оцінку їхньої надійності. Проте ШІ може посылатися на ненадійні сайти з високим SEO, тому редактору й надалі слід дублювати перевірку через незалежні бази даних і репозитарії.

Окремим завданням є визначення походження тексту. Для цього використовують сервіси детекції ШІ-письма (Winston AI, Originality.ai, GPTZero, Copyleaks), що аналізують лінгвістичні патерни й перевіряють збіги. Водночас ризик хибнопозитивних та хибнонегативних результатів зберігається, особливо у випадку гібридних текстів (машинне та людське письмо), що потребує обережного й критичного використання інструментів.

Тож наголошуємо: на рівні сучасного розвитку ШІ під час фактчекінгу доцільно поєднувати нейромережевий аналіз із ручною експертною перевіркою. «Я використовую ШІ як дорадчий орган з обов'язковою верифікацією інформації. Необхідно перевірити джерела, зрозуміти, чи ця інформація є релевантною, правильною та

⁹ *Customer-Centric AI In Publishing* (2025), available at: https://www.mecgle.com/en_us/topics/customer-centric-ai/customer-centric-ai-in-publishing?utm_source=chatgpt.com (accessed 08 December 2025).

¹⁰ *Longshot AI*, (2024), "Effectiveness of AI in fact checking: Distinguishing fact from fiction", available at: <https://www.longshot.ai/blog/ai-fact-checkers> (accessed 07 December 2025).

достовірною, чи правильно відбувається цитування», – так чинить І. Батуревич, і натеper це єдино можливий сценарій.

Редагування тексту. Застосування ШІ в редагуванні тексту поступово формує гібридну модель роботи, в якій алгоритми виконують швидкі аналітичні та мовно-стилістичні операції, а редактор зосереджується на змістових, естетичних та концептуальних рішеннях.

Наприклад, у роботі з дитячими та науково-популярними виданнями (посібниками, словниками, енциклопедіями) одним із ключових завдань є інтерпретація складних понять доступною мовою. Тоді пишуть промпт: «Це складно для мене. Поясни мені простіше».

За допомогою ШІ можливо також розширювати лексичне багатство тексту. LLM-асистенти (Grammarly, ChatGPT, Claude тощо) аналізують частотність слів, пропонують точніші синоніми, допомагають уникати повторів, коригують синтаксис. Це дає змогу редактору швидко виявляти монотонні або перевантажені фрагменти та підвищувати читабельність і ритм тексту. За оцінками галузевих звітів, автоматизація частини редакторських операцій може скорочувати тривалість редакційного циклу: «уявіть собі, як 4-тижневий цикл редагування перетворюється на 3 тижні або менше – швидша поява книг на полицях означає швидше отримання прибутку»¹¹.

Водночас є й обмеження. Попри швидкість і зручність, редагування, здійснене ШІ, доволі поверхове: моделі не розуміють глибинну логіку тексту, не відтворюють авторський стиль і «голос», не розпізнають культурні нюанси. Вони схильні до «вирівнювання» мовлення: пропонують стандартизовані рішення. Крім того, в роботі редактора не раз поки що доводиться спостерігати, як наголошує М. Горянська, «нестабільність роботи», коли одна й та сама модель може працювати час від часу з різною ефективністю, тому доводиться діяти експериментально: «Найчастіше я даю трьом моделям (ChatGPT, Gemini та Claude) одне й те саме завдання і дивлюся, де пішло краще». І насамкінець, аспект пов'язаний з авторським правом: рекомендуємо зберігати оригінальні версії тексту для доказу авторства.

Коректура. Сучасні моделі здатні автоматично виявляти й виправляти орфографічні, пунктуаційні й технічні помилки.

Крім класичних інструментів (Grammarly, LanguageTool, ProWritingAid), усе ширше застосовуються спеціалізовані платформи автоматичного QA-контролю. Рішення на кшталт AI Proofreading автоматизують виявлення типових огріхів: друкарських помилок, «завислих» рядків, некоректних колонтитулів, збоїв гіперпосилань, порівняння PDF і DOCX-версій¹². Такі системи вже апробовані великими видавничими домами США та Великої Британії.

Галузеві огляди підкреслюють: їх інтеграція у редакційні процеси дає змогу змістити фокус людської із механічного ручного пошуку помилок на змістові та кон-

¹¹ Sidetool (2024), “How AI is transforming the publishing industry”, available at: <https://www.sidetool.co/post/how-ai-is-transforming-the-publishing-industry/> (accessed 09 December 2025).

¹² Research and Markets (2023), “AI In Media & Entertainment Market: Global Market Size, Forecast, Insights, Segmentation, and Competitive Landscape with Impact of COVID-19 & Russia-Ukraine War” available at: <https://www.researchandmarkets.com/reports/5865457/ai-in-media-and-entertainment-market-global> (accessed 12 December 2025).

цептуальні рішення, підвищуючи продуктивність виробництва книжкових та електронних форматів¹³.

Із цим погоджуються й експерти, щоправда, застерігаючи: «ШІ поки що є нестабільним. Було б чудово, якби він робив коректуру, – це найбільш технологізована робота. Але коректура українською для нього – складна. Тексти англійською краще опрацює, але менш поширені мови – гірше, бо стільки тонкощів.» (М. Гончарова-Горянська).

Тож ШІ-коректура прискорює технічні операції, але не замінює професійного коректора, особливо якщо йдеться про юридичні, медичні, технічні тексти, де багато важить фактаж.

Стилістична адаптація та рерайтинг під різні аудиторії. У мультимедійних комунікаціях редакторам доводиться готувати кілька версій одного тексту для різних каналів. Великі мовні моделі дають змогу оперативного створювати скорочені, розширені або стилістично змінені варіанти, коригувати тональність («Менш офіційно», «Для підлітків», «Із гумором») і виявляти фрагменти, де текст перевантажений або потребує уточнення.

Однак ШІ схильний до стандартизації стилю: адаптація іноді нівелює авторський голос, спрощує зміст, зміщує смислові акценти. Моделі не завжди коректно враховують культурні й жанрові особливості аудиторій, «вимивають» культурну специфіку, а також можуть порушувати композиційну логіку.

Результати рерайтингу потребують обов'язкової ручної стилістичної та змістової звірки. Для збереження стилю варто надавати приклади «авторського голосу». Рекомендовано задавати моделі чіткі рамки: бажану тональність, довжину, тип аудиторії, обмеження щодо спрощення.

Редагування фото- та графічних матеріалів. ШІ-інструменти дають змогу автоматизувати основні завдання обробки візуального контенту: очищення шумів, підвищення роздільної здатності, відновлення фрагментів, корекцію кольорів і світла, заміну фону, кольоризацію архівних зображень. Це прискорює підготовку візуальних матеріалів для художніх, науково-популярних, мистецьких та інших видань та забезпечує швидке створення ескізів чи композицій, які потім доопрацює дизайнер.

Проте алгоритми можуть надмірно згладжувати текстури, генерувати артефакти, «домальовувати» деталі, яких не було в оригіналі, що є ризикованим для документальних видань. Генеративні моделі наразі ще нестабільні щодо анатомії, симетрії, складних пропорцій. Низькоякісний вихідний матеріал погано піддається опрацюванню, і при цьому складно проконтролювати з погляду автентичності міру втручання ШІ.

Доцільно використовувати ШІ для первинної технічної обробки, залишаючи художні та змістові рішення людині. Найкращий підхід – гібридний: ШІ створює базову версію, дизайнер забезпечує точність, стильову цілісність і відповідність задуму.

Редагування аудіо- та відеоматеріалів. Аудіосервіси забезпечують шумозаглушення, вирівнювання гучності, усунення пауз, корегують темп й інтонацію, що

¹³ Sidetool (2024), "How AI is transforming the publishing industry", available at: <https://www.sidetool.co/post/how-ai-is-transforming-the-publishing-industry/> (accessed 09 December 2025).

прискорює обробку записів і дає змогу створювати багатомовні аудіоверсії. У відеовиробництві алгоритми автоматизують монтаж, добір кадрів, генерацію субтитрів, створюють ролики на основі текстового сценарію.

Але моделі можуть надмірно «стерилізувати» звук, генерувати неавтентичні інтонації, що неприйнятно для художніх і документальних аудіокниг. У відео ризики пов'язані з артефактами під час генерації, некоректною композицією, недоречністю стилю. Особливе обмеження – юридичне: частина аудіо- і відеомоделей не гарантує прав на комерційне використання, може містити непрозорі умови щодо походження тренувальних даних.

Доцільно використовувати ШІ для технічної попередньої обробки, залишаючи фінальне редагування звукорежисерам і монтажерам. ШІ-голоси варто застосовувати лише для навчальних, інструктивних та маркетингових матеріалів, уникаючи їх використання в художніх аудіокнигах без чіткого маркування. Для відео оптимальним є гібридний підхід: ШІ генерує чернетковий монтаж, а фінальну версію контролює фахівець. Для забезпечення правомірності та доступу до повного функціоналу використання платних ліцензій – обов'язкове.

Транскрибація аудіо- та відеоматеріалів. ШІ все частіше застосовується для автоматичного перетворення аудіо- та відеозаписів на текст, що дає змогу швидко генерувати чернетки, наприклад, для нонфікшн-книг. Автоматизовані системи розпізнають мову, розділяють репліки спікерів, додають таймстемпи. Вони забезпечують багатомовну підтримку, інтегруються з інструментами редагування, пропонують базову стилістичну корекцію.

Однак ШІ погано справляється з акцентами, шумом, діалектами, багатоголоссям, що призводить до помилок у транскрибованому тексті. Моделі можуть ігнорувати контекст, припускати помилок в емоційних або технічних матеріалах. Є й юридичні ризики: авторські права на оригінальне аудіо – під питанням, як і забезпечення конфіденційності даних.

Доцільно використовувати ШІ для первинної транскрибації, з обов'язковою ручною перевіркою редактором. Рекомендується комбінувати з інструментами редагування (наприклад, експорт у Word для подальшої правки) та обирати сервіси з GDPR-сумісністю. Для чутливих матеріалів – застосовувати локальні моделі без хмарного зберігання.

Озвучування тексту та виробництво аудіокниг. ШІ радикально здешевив і прискорив виробництво аудіокниг, ставши інструментом і демократизації доступу до літератури, і масштабування комерційних продуктів.

Набувають досвіду й українські видавці. Наприклад, Л. Чічановська розповідає, що «для начитування англійських текстів використовуємо ElevenLabs. Підбирали чоловічі, жіночі голоси, щоб лягало. Дуже задоволені цим».

Український стартап Respeecher вивів на ринок для озвучування текстів сервіс Text-to-speech із використанням можливостей LLM-моделі, який пропонує мультимовність, вибір голосів у бібліотеці голосів (різного віку, статі, тембру).

Втім, навіть найкращі TTS-моделі поки що не здатні передавати природну емоційну динаміку, мікронюанси дихання, тембру, акторської гри, що критично для художніх і нехудожніх видань преміального сегменту. Є ризики надмірної «пласкості» голосу або стилістичної неузгодженості. Значним є й правовий блок: використання клонованих голосів має не завжди прозоре ліцензування; на глобальних платформах

уже виникають конфлікти із спілками дикторів через загрозу витіснення людської праці.

Доцільно використовувати ШІ для технічного озвучування освітнього, довідкового, інструктивного та маркетингового контенту, а також для швидкого створення демоверсій аудіокниг. Художні твори бажано озвучувати людськими дикторами або застосовувати гібридну модель (ШІ-чернетка + фінальне доопрацювання людиною).

Слід усвідомлювати юридичні та етичні аспекти таких проєктів: необхідність письмової згоди дикторів на клонування голосу; недоцільність озвучування текстів про травматичні події без попередження та ін. Крім того, обов'язково маркувати цифрове озвучування («Озвучено синтетичним голосом», «Озвучено ШІ»), працювати лише з ліцензованими голосами й системами, а також перевіряти відповідність мовних моделей нормам вимови, акцентуації і стилю.

Підхід 2. ШІ – креативний асистент авторів, редакторів і дизайнерів

На відміну від технічних сценаріїв, де ШІ виступає засобом автоматизації, другий підхід передбачає креативну інтеграцію алгоритмів у редакційні процеси. Йдеться про ситуації, коли ШІ не просто виконує рутинні операції, а стає причетним до реалізації творчого завдання. У дослідженнях дедалі частіше мовлять про ШІ як «когнітивний екзоскелет». Втім, не варто мати ілюзій щодо ШІ-креаторства, на що вказує експерт П. Салига: «Штучний інтелект не може генерувати принципово нові ідеї. Існує ризик, що контент, створений виключно ШІ, буде сприйматися як безособовий продукт. Обсяг редакторської роботи буде настільки масштабним, що фактичним автором можна вважати редактора».

Крім того, наголосимо: моделі ШІ у принципі не можуть бути «співавтором», адже ШІ не має авторських прав і не несе відповідальності за творчий продукт. Уся відповідальність – етична, юридична – залишається на людині та у сфері людського контролю (відповідно до позицій COPE, Nature та редакційних політик провідних видавництв).

Саме тому креативна інтеграція ШІ потребує розвитку в редакторів і дизайнерів гібридних компетенцій: уміння перетворювати машинні пропозиції на змістовні рішення, формулювати промпти (бути «погоничем штучного інтелекту» (П. Салига)), будувати наративи у співпраці з алгоритмом, розпізнавати типові хиби машинної логіки й коригувати їх відповідно до задуму.

Рецензування та автоматизований контроль якості. Йдеться про аналітичну функцію ШІ-асистентів, які здатні виконувати роль «бета-рецензента»: проаналізувати структуру рукопису, логіку викладу та аргументацію, повтори, дисбаланс діалогів та описів. Сервіси Sudowrite, Grammarly Business, ProWritingAid та ін. забезпечують такий аудит, порівнюючи текст із жанровими канонами.

Втім, моделі ШІ погано розуміють стильову індивідуальність автора, культурні контексти, іронію, експериментальність. ШІ-рецензенти «усереднюють» текст, пропонуючи надто стандартні рішення. Тому доцільно використовувати ШІ як інструмент попереднього аналізу, а не як заміну рецензента чи редактора – поєднувати автоматизований аудит з експертним літературним або науковим рецензуванням. Ілюстрація до цього – те, як робить це про це команда М. Шубіна: «У нас немає етапу, де ШІ робить щось фінальне. Усе після генерації проходить рев'ю і тестування. Контент робиться автоматизовано на початку, але фінальні етапи – це люди. Відповідальність несе технічний директор – за код, керівники відділів – за контент».

Розроблення сюжетів. ШІ може змодельовати наративну структуру майбутнього твору, запропонувати варіанти розвитку сцени, підказати, де варто посилити емоційну напругу. Сервіси AuthorAI, Sudowrite Story Engine та ін. аналізують чернетку й дають рекомендації щодо персонажів, мотивацій, композиційних вузлів.

Водночас І. Батуревич вважає: «Ми не можемо делегувати ШІ створення контентного продукту, бо це вбиває саму суть творчого письма і творчості. Але ми можемо використовувати його опосередковано: надихатися, генерувати ідеї, спілкуватися із ШІ, навіть прототипувати дизайн». Так, ШІ – не письменник, а джерело натхнення; порадник, креативний «тренер», але не співавтор.

Адже насправді при генерації тексту постають проблеми стилю: розірваність, фрагментарність, втрата логіки, колажність. Моделі не можуть самостійно підтримувати цілісну сюжетну арку, особливо у довгих текстах. На практиці є потреба в постійних уточнювальних промптах («Розгорни абзац», «Продовж сюжет, спираючись на попередню розповідь»).

«Пластиковий текст», як висловлюється І. Батуревич, породжує реальний ризик втратити довіру читача: «Мені багато важить постать автора. Я почуваюся ошуканою, якщо бачу, що контент створений штучним інтелектом і не має зв'язку з реальною людиною... Сприйняття контенту може бути поліпшене за допомогою штучного інтелекту, але якщо це буде тільки ШІ, – людина почуватиметься ошуканою».

ШІ доцільно використовувати для «ідейного розгону», пошуку варіантів, а не для створення сюжету «під ключ», при цьому завжди слід контролювати сюжетну послідовність і підтримувати єдиний голос автора.

Чернетковий переклад і культурна локалізація. ШІ дедалі активніше використовується як інструмент швидкого чернеткового перекладу у багатомовних видавничих проєктах, особливо в сегменті нонфікшн. Наголосимо: ми вважаємо машинний переклад художніх, публіцистичних текстів взагалі ще недоцільним: надто високий ризик втрати «авторського голосу».

Але перспектива тут є і хоча б тому, що це дуже вигідно. Як слушно зауважує І. Батуревич, «штучний інтелект надзвичайно помічний для малих бізнесів, малих підприємств і культурних ініціатив. Якщо раніше не було можливості залучити перекладача, який просить 15–20 євро за 1800 знаків, то зараз ця можливість з'явилася. Ми можемо генерувати набагато більшу кількість контенту англійською мовою».

Зазвичай у цьому місці опоненти починають говорити про незадовільну якість. Так, ШІ-перекладачі недостатньо надійні у випадках культурно специфічних реалій, гумору, ідіоматики, гри слів і стилістичних фігур. Вони також не здатні зберігати індивідуальний авторський голос, часто пропускають латентні культурні підтексти.

Втім, якість ШІ-перекладу поступово підвищується і вже перевищує рівень традиційних інструментів (Google Translate), хоча, безсумнівно, потребує глибокого доопрацювання редактором. Інакше, буде, наприклад, так: видавництво «Vivat» запідозрили у ШІ-перекладі книги «Енциклопедія фейрі Емілі Вайлд» Гізери Фосетт. У книзі на 181 сторінці читачами була помічена фраза: «Ось відформатований уривок з покращеною читабельністю та стилістикою діалогового мовлення»¹⁴.

¹⁴ У Vivat заперечують, що до тексту книжки потрапив згенерований ChatGPT фрагмент (2025). <https://chytomo.com/u-vivat-zaperechiuit-shcho-do-tekstu-knyzhky-potrayv-zhenerovanyj-chatgpt-frahment/>

Тож ШІ доцільно використовувати як інструмент швидкого драфту, що зменшує обсяг ручної роботи перекладача, однак остаточну редакцію (у котрій взяті всі мовно-стилістичні та культурні аспекти) повинен зробити фахівець.

Ілюстрування книжки. ШІ дає змогу оперативно генерувати візуальні концепції для внутрішніх ілюстрацій: варіанти персонажів, сцен, стилістичних напрямів. Це пришвидшує пошук естетики майбутнього видання та створює широкий «пул» образів, з яких художник може вибрати оптимальні рішення. У низці українських кейсів ШІ використано для генерації базових образів, що потім доопрацьовувалися вручну: ілюстрації кіберпанк-роману Еліела Дрейка «Синтеза» (2024, в-во «ТУТ»), поетичної збірки «Книжка любові і люті» (2023, «Видавництва Старого Лева»).

Так, генеративні моделі дають збої в анатомії, перспективах, композиційній гармонії; не здатні стабільно підтримувати однаковий вигляд персонажа в серії зображень. Крім того, у згенерованих картинках бракує індивідуального «почерку» та емоційної глибини.

Але перспектива є. За словами П. Салиги, «коли постає завдання створити інфографіку, можна використати штучний інтелект для генерації початкових ідей. Результат не обов'язково буде ідеальним, але може стати відправною точкою для подальшої творчої роботи дизайнера».

ШІ доцільно використовувати лише як інструмент попереднього пошуку образів і стилів. Художник повинен сам проконтролювати фінальну версію, скоригувати стилістику, забезпечити послідовність відображення персонажів. Для цього слід формулювати точні промпти, уникати нечітких вимог до стилю.

Якщо йдеться про комерційне видання, слід працювати тільки з ліцензованими платформами, що гарантує прозорість авторських прав. Прецедентом в українській практиці стало реєстрування Українським національним офісом інтелектуальної власності та інновацій у 2024 році авторських прав (права *sui generis*) на твори, в яких зображення були згенеровані ШІ: дитяча книга Анни Хорольської «Зачарована пригода Руфуса», збірка віршів Андрія Сітнікова «Вірші незакінченої війни».

Пошук ідей для обкладинок та розроблення скетчів. ШІ істотно пришвидшує концептинг обкладинок – генерацію десятків композиційних рішень, візуальних метафор, стильових рішень.

Українські видавництва активно застосовують цей підхід: у «Лабораторії» ШІ використовують для створення 5–10 скетчів, після чого дизайнери відбирають один для подальшої роботи. Подібний підхід застосовує й «Ранок», використовуючи Midjourney для пошуку композиційних ідей. Це дає змогу зменшити кількість ручних ітерацій і пришвидшує ухвалення концепції.

Видавництво «Темпора» у своєму каталозі має понад сім видань зі згенерованою ШІ-обкладинкою: Васильченко С. «Острів забутої Пасхи» (2023), Вишник О. «Приазовська Саванна» (2023), Орловська К. «Краще не читай» (2023), Токарчук О. «Емпусіон» та «Правік та інші часи» (2023) тощо.

У книги «Жінка зі сну. Антології готичних оповідань» (2025) від «А-ба-ба-га-ла-ма-га» обкладинка створена за допомогою ШІ, що офіційно підтверджено на сайті та у соцмережах видавництва: «хотіли зробити парафраз на якесь гарне і більш-менш відоме зображення, згенероване ШІ з класичного живопису, і повторно згенерувати

його за допомогою “нашого” ШІ¹⁵. І в цьому випадку, і в інших, наприклад, обкладинка видавництва «Апріорі» до книги Джейн Остін «Гордість і гонор» (2025), виникають дискусії щодо якості, доцільності, автентичності тощо.

Обкладинка – це маркетинговий інструмент, а ШІ не завжди враховує нюанси цільової аудиторії, жанрові конвенції чи брендбук видавництва. Можуть виникати стилістичні випадковості, ризики щодо авторських прав на окремі елементи.

Згенеровані варіанти часто потребують ручного доопрацювання. Як діяти? Використовувати ШІ на передконцептуальному етапі: для генерації варіантів, які проходять внутрішній фільтр команди, а далі – А/В-тестування на фокус-групах або у Facebook. Дизайнер має доопрацьовувати типографіку, колірну модель, композицію й адаптувати зображення до вимог ринку.

Формування 3D-зображень та інтерактивних візуалізацій. У сегментах навчальних, науково-популярних, довідкових видань ШІ відкриває можливість швидко створювати тривимірні сцени та інтерактивні візуалізації без повноцінного залучення 3D-студій. Технології на кшталт Neural Radiance Fields (NeRF), а також комерційні сервіси, які реалізують їх у користувацьких інтерфейсах, автоматично відтворюють 3D-моделі з набору 2D-зображень або генерують тривимірні об’єкти на основі текстового опису. Такі матеріали можуть інтегруватися в AR/VR-додатки, електронні підручники, мобільні навчальні платформи, полегшуючи пояснення складних понять (біологічних структур, історичних реконструкцій, географічних моделей).

Для видавництв це означає можливість створювати високоякісні ілюстрації та демонстраційні матеріали у стисліший термін і помітно дешевше. Рекомендується конвертувати отримані моделі в легкі формати (glTF, USDZ) та оптимізувати полігональність перед інтеграцією в мобільні книги або AR-додатки. Важливо застосовувати платформи, що надають комерційні ліцензії та передбачають контроль рівня деталізації.

3D-генерацію варто використовувати на стадії концептуального моделювання – для швидкого отримання базової структури об’єкта чи сцени. Для навчальних і наукових матеріалів обов’язковим є подальше рецензування матеріалу експертами.

Тож сфери і глибина інтеграцій ШІ у редакційні процеси – різна. Де і як застосовувати ШІ – вирішувати топ-менеджерам видавництв. Тут складно не погодитися з П. Салигою: «Майбутнє – за гібридними компаніями, де поєднуються люди та штучний інтелект». Саме економічна доцільність (швидкість, доступна вартість, раціональне використання людського ресурсу через делегування автоматичних рутинних завдань ШІ) спонукає нас вважати: попри всі дискусії, застосування ШІ у книговидаванні вже не спинити, бо надто багато переваг. А от культуру впровадження доведеться ще доопрацьовувати.

Висновки

Дослідження показало: в українському книговидаванні 2023–2025 рр. генеративний ШІ вже є не експериментом, а робочою технологією. Виокремлено дві його типові інтеграції в редакційні процеси:

¹⁵ Гриненко В. (2025), «А-ба-ба-га-ла-ма-га» зробила обкладинку за допомогою ШІ. Далі були дискусії, звинувачення та промокоди, *Віледж*, доступно за адресою: <https://www.village.com.ua/village/culture/culture-situation/359337-laquo-em-a-ba-ba-ga-la-ma-ga-em-raquo-zrobila-obkladinku-zadopomogoyu-shi-dali-buli-diskusiyi-zvinuvachennya-ta-promokodi> (дата перегляду 05 грудня 2025).

1) Інструментальна – автоматизація рутинних операцій (коректура, фактчекінг, метадані, технічна обробка зображень / аудіо, маркетингова аналітика), що в результаті скорочує час на підготовку та виведення книги на ринок і суттєво знижує витрати.

2) Креативна – асистування у генерації ідей і матеріалів (обкладинок, ілюстрацій, чернеткових перекладів, 3D-візуалізацій) з обов'язковим фінальним людським контролем.

У редакційних процесах ІІІ використовується переважно на індивідуальному рівні, з ініціативи працівників, а не на рівні всього видавництва – як офіційно дозволено й запроваджена в процеси технологія.

ІІІ найчастіше делегують коректуру, первинний дизайн, озвучення нонфікшн, але зберігають людський контроль за художнім текстом і преміальним озвученням. Натепер найефективнішою є гібридна модель редакційних процесів: ІІІ – виконує підготовчі й масштабні завдання, людина – ухвалює остаточні змістові та естетичні рішення.

Основні практичні рекомендації для видавців-практиків: запровадити внутрішні політики використання ІІІ з прозорим маркуванням; розвивати гібридні процеси та навички промпт-інжинірингу, створювати книги промптів (пришвидщення постановки типових завдань для ІІІ); працювати лише з ліцензованими інструментами. При цьому результат / успіх залежатиме не від обсягу використання ІІІ, а від уміння інтегрувати його так, щоб підвищити продуктивність і креативність, не втративши якості й довіри читача.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Крайнікова, Т., Водолазька, С., Рижко, О., Ситник, О. (2025), *Штучний інтелект у медіях*, Морфеус, ННІЖ КНУ імені Тараса Шевченка, Житомир, 240 с.
2. Краковецький, О. (2024), *ChatGPT, DALL-E, Midjourney: Як генеративний штучний інтелект змінює світ*, ArtHuss, Київ, 192 с.
3. Лі, К.-Ф., Цюфань, Ч. (2022), *Штучний інтелект 2041: 10 передбачень для майбутнього*, Форс Україна, Київ, 464 с.
4. Лі, К.-Ф. (2020), *Наддержави штучного інтелекту: Китай, Кремнієва долина і новий світовий лад*, Форс Україна, Київ, 300 с.
5. Норман, Д. (2024), *Дизайн для кращого світу: Значущий, стійкий, орієнтований на людство*, ArtHuss, Київ, 320 с.
6. Сейтуа де, М. (2023), *Код творчості. Як штучний інтелект учитесь писати, малювати, думати*, ArtHuss, Київ, 320 с.
7. *Синтетика. AI. Friend or foe* (2024), №1, 128 с.
8. Fischer, S. (2024), "News Corp. strikes content licensing deal with OpenAI", *Axios*, available at: <https://www.axios.com/2024/05/22/openai-news-corp-content-licensing-deal> (accessed 10 December 2025).
9. Jarvis, S. (2025), "AI in the publishing industry: Trends, challenges, and innovations", *Spines*, available at: <https://spines.com/ai-in-publishing-industry/> (accessed 11 December 2025).
10. Ross Arguedas, A., Badrinathan, S., Mont'Alverne, C., Toff, B., Fletcher, R. & Nielsen, R. K. (2024), "Public attitudes towards the use of AI in journalism", In N. Newman,

- R. Fletcher, A. Eddy, K. R. Robertson & C. T. Nielsen (Eds.), *Reuters Institute Digital News Report 2024*, pp. 70–79, available at: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024/public-attitudes-towards-use-ai-and-journalism> (accessed 07 December 2025).
11. Wodecki, B. (2024), “OpenAI licenses Financial Times archive in fifth deal with major news publishers”, *The Batch*, 2024, May 8, available at: <https://www.deeplearning.ai/the-batch/openai-licenses-financial-times-archive-in-fifth-deal-with-major-news-publishers> (accessed 11 December 2025).

REFERENCES

1. Krainikova, T., Vodolazka, S., Ryzhko, O., Sytnyk, O. (2025), *Shtuchnyi intelekt u mediiakh, Morfeus, NNIZh KNU imeni Tarasa Shevchenka, Zhytomyr*, 240 s.
2. Krakovetskyi, O. (2024), *ChatGPT, DALL-E, Midjourney: Yak heneratyvnyi shtuchnyi intelekt zminiue svit*, ArtHuss, Kyiv, 192 s.
3. Lee, K.-F. & Qiufan, Ch. (2021), *AI 2041: Ten Visions for Our Future*, Publisher by Crown Currency, 452 p.
4. Lee, K.-F. (2018), *AI Superpowers: China, Silicon Valley, and the New World Order*, Houghton Mifflin Harcourt, Boston, New York, 272 p.
5. Norman, D. (2023), *Design for a Better World: Meaningful, Sustainable, Humanity Centered*, MIT Press Ltd, 376 p.
6. Sautoy du, M. (2019), *The creativity code. How AI is learning to write, paint and think*, Published by 4th Estate, 328 p.
7. *Syntetyka. AI. Friend or foe* (2024), №1, 128 s.
8. Fischer, S. (2024), “News Corp. strikes content licensing deal with OpenAI”, *Axios*, available at: <https://www.axios.com/2024/05/22/openai-news-corp-content-licensing-deal> (accessed 10 December 2025).
9. Jarvis, S. (2025), “AI in the publishing industry: Trends, challenges, and innovations”, *Spines*, available at: <https://spines.com/ai-in-publishing-industry/> (accessed 11 December 2025).
10. Ross Arguedas, A., Badrinathan, S., Mont’Alverne, C., Toff, B., Fletcher, R. & Nielsen, R. K. (2024), “Public attitudes towards the use of AI in journalism”, In N. Newman, R. Fletcher, A. Eddy, K. R. Robertson & C. T. Nielsen (Eds.), *Reuters Institute Digital News Report 2024*, pp. 70–79, available at: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024/public-attitudes-towards-use-ai-and-journalism> (accessed 07 December 2025).
11. Wodecki, B. (2024), “OpenAI licenses Financial Times archive in fifth deal with major news publishers”, *The Batch*, 2024, May 8, available at: <https://www.deeplearning.ai/the-batch/openai-licenses-financial-times-archive-in-fifth-deal-with-major-news-publishers> (accessed 11 December 2025).

THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN BOOK PUBLISHING: INSTRUMENTAL AND CREATIVE INTEGRATION INTO EDITORIAL PROCESSES

Oleksii Sytnyk

*Taras Shevchenko National University of Kyiv
Yurii Illienko Str., 36/1, Kyiv, Ukraine, 04119
e-mail: sytnyk@knu.ua
<https://orcid.org/0000-0002-0853-1442>*

Svitlana Vodolazka

*Taras Shevchenko National University of Kyiv
Yurii Illienko Str., 36/1, Kyiv, Ukraine, 04119
e-mail: s.vodolazskaya@knu.ua
<https://orcid.org/0000-0003-1019-5828>*

Tetiana Krainikova

*Taras Shevchenko National University of Kyiv,
Yurii Illienko Str., 36/1, Kyiv, Ukraine, 04119
e-mail: tetiana.krainikova@knu.ua
<https://orcid.org/0000-0002-2132-2020>*

Olena Ryzhko

*Taras Shevchenko National University of Kyiv
Yurii Illienko Str., 36/1, Kyiv, Ukraine, 04119
e-mail: olena.ryzhko@knu.ua
<https://orcid.org/0000-0003-4478-214X>*

The article provides a comprehensive analysis of the use of generative AI in the Ukrainian book publishing sector (2023–2025). The subject of the study is the integration of AI at various stages of book preparation and production, including editing, proofreading, creating illustrations and covers, as well as audio and multimedia materials, among others. The aim of the research is to identify typical AI use scenarios and to assess the opportunities and limitations it presents from the perspective of editorial and publishing practice.

The research methodology combines theoretical and empirical approaches. The theoretical framework draws on technological determinism, information society theory, and diffusion of innovations theory, through which AI is interpreted as a driver of transformation in book production. The empirical component is based on five semi-structured expert interviews with representatives of the Ukrainian book market and related creative industries, as well as a case analysis of 25 books produced using AI by publishers such as ‘Apriory’, ‘A-ba-ba-ha-la-ma-ha’, ‘Borodatyi tamaryn’, ‘Ranok’, and others.

The study identifies two basic models of AI integration into editorial workflows: (1) an instrumental model, which involves automating routine operations; and (2) a creative model, which is oriented toward assisting content creation under human oversight. The findings show that in Ukrainian book publishing, AI is used predominantly in a fragmented manner-driven

by the initiative of individual professionals rather than implemented as an institutionalised technology at the publishing-house level.

The article concludes that the most effective approach for the industry is a hybrid model of editorial processes, in which AI performs preparatory and large-scale tasks, while final substantive and aesthetic decisions remain the responsibility of humans. This implies the need for industry-wide and editorial policies going forward. The practical significance of the study lies in formulating recommendations for publishers on implementing AI with due consideration of ethical, legal, and quality-related dimensions.

Keywords: publishing industry, artificial intelligence, generative models, book publishing, hybrid editorial processes, digital transformation.

Отримано редакцією видання / Received: 19.12.2025

Прорецензовано / Revised: 20.12.2025

Схвалено до друку / Accepted: 22.12.2025

Опубліковано на сайті видання / Published on the publication's website: 28.01.2026

МЕДІАОСВІТА

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2026: 58; 187–196 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2026.58.13921>

УДК 007:378.303:793.7

ТИПОЛОГІЯ НАВЧАЛЬНИХ РОЛЬОВИХ ІГОР У ЖУРНАЛІСТСЬКІЙ ОСВІТІ

Павло Александров

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

e-mail: pavlo.aleksandrov@lnu.edu.ua

<https://orcid.org/0000-0001-9812-3233>

Статтю присвячено навчальним рольовим іграм як засобу професійної соціалізації та психологічної адаптації майбутніх журналістів до умов реальної медійної діяльності. Запропоновано структурну типологію навчальних рольових ігор, яка охоплює імітаційно-виробничі, комунікативні, ситуативні нормативно-етичні та проєктно-презентаційні моделі. Доведено доцільність інтеграції різних типів рольових ігор у навчальний процес для комплексного розвитку hard та soft skills медіафахівців.

Ключові слова: журналістська освіта, навчальна рольова гра, типологія навчальних ігор, інтерактивні методи навчання, ігровий формат, дослідження ігор.

Актуальність та постановка проблеми. Сучасна журналістська освіта в Україні потребує вдосконалення (а почасти й переосмислення) підходів до підготовки студентів у зв'язку зі стрімкою еволюцією медіасередовища. Повномасштабна війна, інформаційні атаки, швидкий розвиток цифрових платформ, а також зміни в професійних стандартах мас-медіа зумовлюють нові вимоги до компетентностей майбутніх журналістів. Пріоритетом стають не лише фахові знання і навички, але й вміння діяти в умовах стресу, реагувати на кризові інформаційні ситуації, працювати в команді, швидко ухвалювати рішення та інтуїтивно дотримуватись етичних норм та журналістських стандартів.

У цих умовах дедалі більшого значення набувають активні методи навчання, зокрема *навчальні рольові ігри*, які дозволяють моделювати реальні професійні ситуації та формувати практичні навички через імітацію журналістської діяльності. Рольові ігри дають змогу не лише занурити студентів у складні етичні чи комунікаційні кейси, але й сприяють розвитку критичного мислення, емоційної стійкості, здатності до міжособистісної взаємодії та професійної рефлексії. Попри зростання популярності гейміфікації та ігрового навчання у журналістській освіті, в журна-

лістикознавстві досі бракує системного уявлення про їхні типи та функціональне призначення, що ускладнює інтеграцію рольових ігор у навчальні програми.

Отже, актуальність дослідження зумовлена потребою теоретично осмислити та систематизувати типи навчальних рольових ігор в журналістській освіті, а також визначити їхню відповідність конкретним освітнім завданням у підготовці майбутніх медійників в умовах сучасних українських реалій.

Мета статті: з'ясувати типологію навчальних рольових ігор для студентів, що вивчають журналістику, а також визначити, які типи та форми ігрового навчання є оптимальними для конкретних академічних завдань.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблематика ігрового моделювання реальності сьогодні є предметом активних наукових пошуків у різних галузях знань. Найбільше теоретичне підґрунтя для систематизації навчальних рольових ігор знаходимо у працях з педагогіки, психології та теорії ігор (Game Studies), що свідчить про визнання науковою спільнотою високого евристичного потенціалу ігрових технологій. Низка англomовних дослідників у сфері ігрового навчання, зокрема Д. Сосерман (J. Saucerman), Д. Хатфілд (D. Hatfield), П. Неш (P. Nesh), Д. Шаффер (D. Shaffer) використовують поняття «епістемологічні ігри» (Epistemological Games) на позначення навчальних ігор, спрямованих на пізнання світу, в яких важливими є не стільки виграв чи програв, а процес дослідження та перевірки гіпотез. Р. Феррер-Коніль (R. Ferrer-Conill), один із провідних сучасних дослідників гейміфікації журналістики торкається питання підготовки журналістів за допомогою ігрового навчання, а М. Фоксман (M. Foxman) досліджує, як ігрові технології змінюють журналістську практику і чому гра стає серйозним інструментом комунікації. Відомий американський медіаексперт Е. Ньютон (E. Newton) є автором ідеї «навчальної лікарні» («teaching hospital») для журналістів, обґрунтовуючи необхідність навчання студентів-журналістів в максимально наближених до реальності умовах, а австралійська дослідниця В. Аїша (W. Aayeshah) присвятила наукову роботу питанню рольових ігор у викладанні журналістського розслідування для студентів.

В українському науковому просторі проблематику навчальних рольових ігор для студентів розглядають переважно в контексті педагогіки вищої школи та методики викладання фахових дисциплін. Теоретичні обґрунтування навчальної рольової гри знаходимо у працях таких дослідників, як К. Гнедіна, Н. Головка, Н. Дзеньджюра, О. Жукова, Н. Кравець, Т. Лященко, П. Нагорний, Н. Онищенко, М. Романова, Г. Скасків, П. Щербань та інші.

Безпосередньо у журналістикознавстві окремі аспекти використання ігрових симуляційних методів для формування професійних компетентностей досліджували Н. Білан, Н. Войтович, П. Дворянин, Т. Іванова, О. Мединська, М. Нетреба, Г. Нищик, А. Юричко, Г. Яценко та А. Яценко, чії роботи підтверджують ефективність креативних ігрових методик, але водночас вказують на брак єдиної типології, орієнтованої саме на специфіку соціально-комунікаційних завдань.

Методологічна основа дослідження. Аналіз і синтез використано для огляду наукової літератури із соціальних комунікацій, педагогіки, теорії ігор та інших дисциплін, порівняльний метод для зіставлення підходів дослідників у різних освітніх сферах. Методи класифікації та типологізації використано для формування структури типології навчальних рольових ігор. Також у дослідженні застосовано емпіричні методи, як от педагогічне спостереження під час проведення навчальних рольових

ігор зі студентами-журналістами під час лекційних та практичних занять. Аналіз власного педагогічного досвіду використано як інструмент для перевірки ефективності запропонованої типології.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасному науковому дискурсі спостерігаємо термінологічну варіативність поняття «навчальна рольова гра». Множинність авторських визначень, зумовлена міждисциплінарним характером феномену призводить до використання споріднених понять, як-от «імітаційна гра», «симуляція», «ділова гра», «кейс-метод» тощо. Ці та інші різновиди навчальних ігрових методик можна вважати рольовою грою, за умови, якщо вони передбачають розподіл за ролями і особливі правила щодо різних ролей.

Значно важливішим є розуміння відмінності між традиційним поняттям розважальної рольової гри і навчальної. Загальновживане поняття рольової гри, в якій учасники беруть на себе певні ролі для спільного створення історії або розігрування ситуації, у широкому соціокультурному контексті зазвичай трактують, як форму дозвілля з домінуванням гедоністичної функції. Натомість інтеграція рольової гри у навчальний простір докорінно трансформує її цілі та функції. У навчальній рольовій грі розважальний аспект відходить на другий план, поступаючись місцем пізнавальному та дидактичному. Ігрова форма тут стає не самоціллю, а ефективним інструментарієм для моделювання професійної реальності та активізації когнітивної діяльності студентів.

Як вже зазначалося, багато англомовних дослідників у сфері ігрового навчання використовують поняття «епістемологічні ігри», які надають студентам можливість вивчати складні практики в певній галузі, не маючи знань та досвіду, необхідних для участі в автентичному вирішенні проблем¹. З цією метою розробники навчальних ігор створюють як настільні, так і електронні середовища з метою допомогти студентам розвинути професійний спосіб мислення й ухвалення рішень.

Зокрема Д. Хатфілд, який досліджував методики ігрового навчання саме для студентів-журналістів, стверджує, що «думати як журналіст» означає більше, ніж просто володіти знаннями та навичками у сфері журналістики, які надає традиційна освіта. Це включає в себе розуміння ухвалення рішень та обґрунтування дій журналіста, що допомагає зрозуміти, що працює в журналістській практиці, а що ні і чому². Саме такий досвід може надати майбутньому журналісту навчальна рольова гра.

Основні функції навчальних ігор (освітня, розвивальна, мотиваційна, функція соціалізації та оцінювальна) ми обґрунтовували в іншій публікації³. Натомість аналіз наукових і методичних праць українських дослідників та викладачів у сфері журналістикознавчих дисциплін свідчить про те, що навчальні рольові ігри найчастіше застосовують для моделювання діяльності редакції або індивідуальної професійної роботи медійника, адже ігрові формати дозволяють наочно відтворити базові організаційні та професійні процеси медійної діяльності та є методично зручними

¹ Arastoopour, G., Saucerman, J. (2015), «Special Issue on Epistemological Games», *International Journal of Gaming and Computer-Mediated Simulations*, 7 (2), p. 5.

² Hatfield, D. (2015), «The Right Kind Of Telling: An Analysis of Feedback and Learning in a Journalism Epistemic Game», *International Journal of Gaming and Computer-Mediated Simulations*, 7 (2), p. 12.

³ Александров, П. (2025), «Навчальні ігри як інноваційний метод викладання журналістикознавчих дисциплін», *Вісник Львівського національного університету. Серія журналістика*, Вип. 57, с. 144-145.

для інтеграції в навчальні курси. Як зазначає П. Дворянин, «при викладанні журналістики найпоширеніший вид рольових ігор – моделювання редакцій – *newsroom*. Важливо наперед розписати правила та чітко розподілити ролі усіх учасників – від шеф-редактора та випускового редактора до координатора, який визначає порядок знімань та монтувань»⁴. У контексті рольової симуляції індивідуальної роботи медійника П. Дворянин пропонує семестрову квест-гру з окремими «станціями», на кожній із яких студент пробує себе у новій фаховій ролі, як от «журналіст», «SMM-менеджер», «прес-секретар». Водночас постійна зміна ролей спонукає студентів розвивати навички командної роботи⁵.

О. Мединська обґрунтовує доцільність використання таких рольових ігор, як «Інтерв'юер» (студенти виступають у ролі «інтерв'юера» та «інтерв'ююваного»), «Виробництво теленовін» (студенти грають ролі працівників телеканалу), «Знак якості» (студенти виступають у ролі «експертів»)»⁶.

Схожу практику проведення рольових ігор в рамках практичних занять описує Н. Войтович, зокрема створення зі студентами імпровізованих редакцій, в яких вони самі розподіляють між собою редакційні ролі, проводять нараду та визначають тематику видання. В кінці заняття усі редакції презентують та обґрунтовують концепції своїх видань⁷.

Рольову гру в онлайн-форматі у рамках модуля «Сучасна організація роботи прес-центру» досліджують Н. Білан і М. Нетреба, акцентуючи на широкому спектрі професійних навичок, які здобувають студенти завдяки цій методиці (модератор, прес-секретар, спічрайтер, копірайтер, журналіст, менеджер тощо)⁸.

Рольові ігри використовують не тільки для здобуття навичок у практично-орієнтованих дисциплінах, а й для кращого засвоєння студентами теоретичного матеріалу. Наприклад, Г. Яценко окреслює практику використання ділової гри «Редакція» в рамках курсу Історія української журналістики: «У малих групах студенти розподіляють ролі та розпрацьовують назву видання, концепцію видання, ідейне наповнення, проблематику, основні рубрики, верстку, види промоції видання в українському тогочасному суспільстві, фінансування та ін»⁹. Таким чином моделювання структури редакції в конкретний історичний період і розподіл ролей у відповідному антуражі можуть дати значно глибше розуміння тогочасного контексту студентам. Як стверджують А. Яценко і Г. Яценко, використання елементів рольової гри в рамках дисципліни Історія української журналістики «...допоможе зробити екскурс в

⁴ Дворянин, П. (2024), «Інновації у викладанні журналістики: інтерактивні методи та платформи», за ред. Казімова Ю. Р., *Інновації та особливості функціонування ЗМІ в демократичному суспільстві*, Львів, 30 жовтня 2024, с. 73.

⁵ Там само.

⁶ Мединська, О. (2019), «Використання інноваційних педагогічних технологій у підготовці майбутніх журналістів», *Обрії друкарства*, № 1 (7), с. 100-110.

⁷ Войтович, Н. (2022), «Гейміфікація у навчальному процесі: плюси та мінуси», за ред. Яценка, А. М., *Актуальні проблеми сучасного журналістознавства*, Львів, 3-4 лютого 2022, с. 21.

⁸ Білан, Н., Нетреба, М. (2024), «Інтеграція інтерактивних технологій у сучасній медіасфері», *Věda a perspektivy*, 10 (41), с. 197.

⁹ Яценко, Г. (2024), «Проектно-орієнтований метод навчання у викладанні дисципліни “історія української журналістики”», за ред. Яценко, А. М., Яценко Г. В., *Історія української журналістики: методологічні проблеми, перспективи досліджень, сучасні методи викладання*, Львів, 18 жовтня 2024, с. 81.

минуле, у межах гри «переписати» історичні події чи удосконалити діяльність редакції чи певного часопису»¹⁰.

У контексті особистого викладацького досвіду, окрім зазначених форматів, можемо навести приклади, які дають ширше уявлення про типи навчальних рольових ігор, зокрема:

- під час викладання дисципліни Цифрова журналістика: медіакритичні студії для 4 курсу бакалаврату використовуємо проєктну гру «Діджиталізуйся або помри», в якій студенти мають «модернізувати» застарілу редакцію газети під сучасні вимоги¹¹;
- першокурсникам в контексті теми «збереження соціальної пам'яті» пропонуємо зіграти роль громадського активіста, який намагається створити віртуальний музей рідного села на Донеччині, знищеного під час повномасштабної російсько-української війни;
- у рамках теми «медіафутурологія» для старших курсів розігруємо ігровий сценарій, який передбачає втілення студента у роль журналіста недалекого майбутнього, на прикладі якого розглядаємо гіпотетичні сценарії медіафутурологів щодо розвитку журналістики у найближче десятиліття;
- як одне з підсумкових завдань зі спецкурсу Розслідувальна журналістика використовуємо велику настільну рольову гру власної розробки, в якій студенти грають роль журналістів-розслідувачів, кожен зі своїми специфічними навиками¹².

Узагальнений досвід використання навчальних рольових ігор для студентів-журналістів наводимо у Таблиці 1.

Наведена типологія пропонує систематизований огляд основних форматів навчальних рольових ігор, однак не охоплює всього їхнього різноманіття, зумовленого швидкими змінами в медіасередовищі, появою нових педагогічних інструментів та міждисциплінарних підходів. Тому її варто розглядати як аналітичну рамку, відкрити до уточнень і доповнень, зокрема й тому, що на практиці навчальні ігри часто є гібридними (наприклад, під час гри типу «Newsroom» (тип 1) може виникнути етична дилема (тип 4), яку треба вирішити терміново (тип 3)). Відтак подальші дослідження, зокрема емпіричні порівняння ефективності окремих типів ігор у різних навчальних контекстах, є необхідними для поглиблення та розширення цієї типології.

Ми не враховуємо у цій таблиці технічні критерії, які визначають складність і можливості проведення рольових ігор, наприклад «за часом» (короткі – 15-20 хв., довгі – 40-60 хв., пролонговані – охоплюють декілька занять), «за кількістю активних учасників» (3-5, 10-20, 40-60 осіб), «за присутністю учасників» (наживо, онлайн, змішаний формат) тощо, оскільки організаційні параметри гри насамперед залежать від цілей і можливостей учасників навчального процесу. Також варто зауважити, що

¹⁰ Яценко Г. В., Яценко А. М. (2024), «Викладання журналістикознавчих дисциплін: онлайн-інструменти та креативні методи навчання», за Потятиник Б. В., Лозинський М. В. (Ред.), *Журналістика і медіа в умовах суспільних трансформацій*, ЛНУ ім. І. Франка, Львів, с. 152.

¹¹ Александров, П. (2025), «Навчальні ігри як інноваційний метод викладання журналістикознавчих дисциплін», *Вісник Львівського національного університету. Серія журналістика*, Вип. 57, с. 146-147.

¹² Александров, П. (2023), «Рольова гра живої дії в журналістській освіті: функції та специфіка проведення», *Журналістика майбутнього: виклики, тенденції, перспективи розвитку*, Львів, 18-19 жовтня 2022, с. 59-60.

Таблиця 1. Типологія навчальних рольових ігор у журналістській освіті за функціонально-компетентнісним підходом

Тип навчальних рольових ігор	Основна дидактична функція	Очікувані результати (компетентності)	Приклади ігор
1) Імітаційно-практичні / симуляційно-виробничі	Професійна соціалізація, занурення у процес створення медіапродукту.	Здатність знаходити, обробляти та аналізувати інформацію з різних джерел; професійно використовувати інформаційні та комунікаційні технології; працювати в команді.	«Журналіст на місці події»: моделювання типової роботи репортера. «Newsroom»: симуляція роботи конвергентної редакції в режимі реального часу. «Летючка»: планування випуску новин.
2) Комунікативно-психологічні / конфліктно-комунікативні	Психологічна адаптація, подолання комунікаційних бар'єрів та відпрацювання технік міжособистісної взаємодії.	Оволодіння навичками інтерв'ювання, активного слухання; вміння керувати діалогом та «розкривати» співрозмовника.	«Прес-конференція»: студенти грають ролі спікерів, журналістів, модераторів. «Важкий співрозмовник»: інтерв'ю з агресивним або мовчазним героєм. «Vox populi»: імітація вуличного опитування.
3) Проблемно-ситуативні / кризові	Стресостійкість, мобілізація когнітивних ресурсів для ухвалення рішень в екстремальних умовах.	Вміння оперативно реагувати на події; емоційна стійкість у стресових ситуаціях; навички фактчекінгу в умовах інформаційного шуму.	«Надзвичайна подія»: імітація роботи під час стихійного лиха, масових заворушень тощо. «Пряме включення»: репортаж без підготовки, імпровізація.
4) Нормативно-аксіологічні	Формування професійної свідомості, етичної позиції, розуміння правових норм в медіапросторі.	Здатність ідентифікувати етичні дилеми та аргументувати рішення з посиланням на етичний кодекс; правова грамотність.	«Публікувати чи ні?»: вирішення питання про публікацію чутливого контенту або непідтвердженої інформації. «Цензор»: ігрова реконструкція цензури у конкретних політичних умовах.
5) Проектно-презентаційні	Креативна активація, стимулювання стратегічного мислення та управлінських навичок.	Здатність генерувати та презентувати ідеї; стратегічне планування медіабізнесу; удосконалення роботи редакції.	«Медіастартап»: презентація концепції нового медіа перед «інвесторами». «Оновлення редакції»: трансформувати застаріле видання під вимоги часу.

попри високу універсальність рольових ігор, їх застосування залежить від специфіки освітньої програми і типу навчальної дисципліни. У теоретично орієнтованих курсах (як от медіаєтика, медіаправо, історія журналістики, теорія соціальних комунікацій) рольові ігри виконують передусім функцію моделювання професійних дилем, ціннісних конфліктів, історичних контекстів або правових колізій. Так, у курсі з медіаєтики доцільно буде застосувати симуляцію «Публікувати чи ні?», а у медіаправі – рольову гру «Судове засідання», яка змодельовує судову процедуру на актуальну для мас-медіа тему і допоможе студентам практично опрацювати правові позиції сторін. Натомість у практично орієнтованих дисциплінах (журналістська майстерність, цифрова журналістика, організація роботи редакції, розслідувальна журналістика) рольові ігри здебільшого виступають інструментом «професійного тренінгу», моделюючи реальні редакційні процеси, кризові події, польові умови або стріми.

Висновки. На основі функціонально-компетентнісного підходу ми здійснили систематизацію навчальних рольових ігор в журналістській освіті та виокремили п'ять базових типів: імітаційно-виробничі, комунікативно-психологічні, проблемно-ситуативні, нормативно-аксіологічні та проектно-презентаційні. Запропонована типологія є відкритою для доповнень та уточнень, однак на цьому етапі дослідження дозволяє чітко зіставити ігрову механіку з конкретними навчальними завданнями.

Універсальний характер навчальних рольових ігор уможливорює їхню ефективну інтеграцію як у практично орієнтовані дисципліни (насамперед для розвитку репортерських та редакторських навичок), так і в теоретичні курси (зокрема для контекстуалізації історичних подій та явищ, інтеріоризації етичних норм, аналізу правових колізій). На підставі аналізу українських та зарубіжних практик, а також з урахуванням особистої емпіричної апробації можемо стверджувати, що рольова гра є ефективним механізмом подолання розриву між академічною теорією та реаліями журналістського фаху. Вона є не лише універсальним елементом журналістської освіти, але й гнучким інструментом, що адаптується під завдання конкретної дисципліни.

Водночас виявлена фрагментарність застосування методів рольової гри у журналістській освіті (із домінуванням виробничих симуляцій) актуалізує необхідність подальшої науково-методичної розробки та емпіричної апробації запропонованих типів ігор, особливо у їхніх складніших формах. Пріоритетними напрямками подальших досліджень вважаємо створення деталізованих сценаріїв для нормативно-аксіологічних та проектних ігор, а також розробку критеріїв оцінювання та ефективності навчально-ігрової діяльності студентів.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Александров, П. (2023), «Рольова гра живої дії в журналістській освіті: функції та специфіка проведення», *Журналістика майбутнього: виклики, тенденції, перспективи розвитку*, Львів, 18-19 жовтня 2022, с. 59-61.
2. Александров, П. (2025), «Навчальні ігри як інноваційний метод викладання журналістскознавчих дисциплін», *Вісник Львівського національного університету. Серія журналістика*, Вип. 57, с. 144-151.
3. Білан, Н., Нетреба, М. (2024) «Інтеграція інтерактивних технологій у сучасній медіасфері», *Věda a perspektivy*, 10 (41), с. 186-199.

4. Войтович, Н. (2022), «Гейміфікація у навчальному процесі: плюси та мінуси», за ред. Яценко, А. М., *Актуальні проблеми сучасного журналістикознавства*, Львів, 3-4 лютого 2022, с. 20-22.
5. Головка, Н. (2015), «Ігрові технології як засіб активізації пізнавальної діяльності студентів», *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Педагогіка*, Т. 1, № 1, с. 17-20.
6. Дворянин, П. (2024), «Інновації у викладанні журналістики: інтерактивні методи та платформи», за ред. Казімова, Ю. Р., *Інновації та особливості функціонування ЗМІ в демократичному суспільстві*, Львів, 30 жовтня 2024, с. 69-74.
7. Дзеньджюра, Н. (2014), «Педагогічний досвід: рольова гра як метод активного навчання майбутніх економістів», *Український науковий журнал «Освіта регіону»: Політологія. Психологія. Комунікації*, URL: <https://social-science.uu.edu.ua/article/1248> (останній перегляд 15 грудня 2025).
8. Іванова, Т., Юричко, А. (2022), *Інтерактивні форми та методи у процесі викладання журналістських дисциплін*, за ред. Іванова В. Ф., Академія української преси, Центр вільної преси, Київ, 208 с.
9. Мединська, О. (2019), «Використання інноваційних педагогічних технологій у підготовці майбутніх журналістів», *Обрії друкарства*, № 1 (7), с. 100-110.
10. Нетреба, М., Нищик, Г. (2017), «Викладання журналістських дисциплін у вищій школі: специфіка та форми навчання», *Вісник Львівського національного університету. Серія журналістика*, Вип. 42, с. 33-38.
11. Романова, М. (2014), «Ділова гра як засіб формування професійної компетентності молодших спеціалістів», *Молодь і ринок*, № 2. с. 99-103.
12. Яценко, Г., Яценко, А. (2022), «Креативні методи навчання у викладанні журналісткознавчих дисциплін», *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, Т. 33 (72), №3, с. 362-366.
13. Яценко, Г., Яценко, А. (2024), «Викладання журналісткознавчих дисциплін: онлайн-інструменти та креативні методи навчання», *Журналістика і медіа в умовах суспільних трансформацій*, ЛНУ ім. І. Франка, Львів, с. 146-159.
14. Яценко, Г. (2024), «Проектно-орієнтований метод навчання у викладанні дисципліни “Історія української журналістики”», за ред. Яценко, А. М., Яценко Г. В., *Історія української журналістики: методологічні проблеми, перспективи досліджень, сучасні методи викладання*, Львів, 18 жовтня 2024, с. 71-82.
15. Aayeshah, W. (2015), «Playing with Journalism: Gaming Technology in Investigative Journalism education», Thesis (PhD) / Swinburne University of Technology. Australia, Melbourne, 371 p.
16. Arastoopour, G., Saucerman, J. (2015), «Special Issue on Epistemological Games», *International Journal of Gaming and Computer-Mediated Simulations*, 7 (2), p. 4-8.
17. Hatfield, D. (2015), «The Right Kind of Telling: An Analysis of Feedback and Learning in a Journalism Epistemic Game», *International Journal of Gaming and Computer-Mediated Simulations*, 7(2), p. 11-23.
18. Newton, E. (2012), «Promise, Peril of “Teaching Hospitals”», *International Journal of Communication* 6, p.2670-2673.

REFERENCE

1. Aleksandrov, P. (2023), «Rolova hra zhyvoi dii v zhurnalistskii osviti: funktsii ta spetsyfyka provedennia», *Zhurnalistyka maibutnoho: vyklyky, tendentsii, perspektyvy rozvytku*, Lviv, 18-19 zhovtnia 2022, s. 59-60.
2. Aleksandrov, P. (2025), «Navchalni ihry yak innovatsiinyi metod vykladannia zhurnalistykoznavchykh dystsyplin», *Visnyk Lvivskoho natsionalnoho universytetu. Serii zhurnalistyka*, Vyp. 57, s. 144-151.
3. Bilan, N., Natreba, M. (2024), «Intehratsiia interaktyvnykh tekhnolohii u suchasni mediasferi», *Věda a perspektivy*, 10 (41), s. 186-199.
4. Voitovych, N. (2022), «Heimifikatsiia u navchalnomu protsesi: pliusy ta minusy», za red. Yatsenko, A.M., *Aktualni problemy suchasnoho zhurnalistykoznavstva*, Lviv, 3-4 liutoho 2022, s. 20-22.
5. Holovko, N. (2015), «Ihrovi tekhnolohii yak zasib aktyvizatsii piznavalnoi diialnosti studentiv», *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Pedahohika*, T. 1, № 1, s. 17-20.
6. Dvorianyn, P. (2024), «Innovatsii u vykladanni zhurnalistyky: interaktyvni metody ta platformy», za red. Kazimova, Yu.R., *Innovatsii ta osoblyvosti funktsionuvannia ZMI v demokratychnomu suspilstvi*, Lviv, 30 zhovtnia 2024, s. 69-74.
7. Dzendziura, N. (2014), «Pedahohichnyi dosvid: rolava hra yak metod aktyvnoho navchannia maibutnikh ekonomistiv», *Ukrainskyi naukovyi zhurnal «Osvita rehionu»: Politolohiia. Psykholohiia. Komunikatsii*, URL: <https://social-science.uu.edu.ua/article/1248> (ostannii perehliad 15 hrudnia 2025).
8. Ivanova, T., Yurychko, A. (2022), *Interaktyvni formy ta metody u protsesi vykladannia zhurnalistykykh dystsyplin*, za red. Ivanova V.F., Akademiia ukrainskoi presy, Tsentr vilnoi presy, Kyiv, 208 s.
9. Medynska, O. (2019), «Vykorystannia innovatsiinykh pedahohichnykh tekhnolohii u pidhotovtsi maibutnikh zhurnalistiv», *Obrii drukarstva*, # 1 (7), s. 100-110.
10. Natreba, M., Nyshchuk, H. (2017), «Vykladannia zhurnalistykykh dystsyplin u vyshchii shkoli: spetsyfyka ta formy navchannia», *Visnyk Lvivskoho natsionalnoho universytetu. Serii zhurnalistyka*, Vyp. 42, s. 33-38.
11. Romanova, M. (2014), «Dilova hra yak zasib formuvannia profesiinoi kompetentnosti molodshykh spetsialistiv», *Molod i rynok*, # 2, s. 99-103.
12. Yatsenko, H., Yatsenko, A. (2022), «Kreatyvni metody navchannia u vykladanni zhurnalistykoznavchykh dystsyplin», *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Serii: Filolohiia. Zhurnalistyka*, T. 33 (72), #3, s. 362-366.
13. Yatsenko, H., Yatsenko, A. (2024), «Vykladannia zhurnalistykoznavchykh dystsyplin: onlain-instrumenty ta kreatyvni metody navchannia», *Zhurnalistyka i media v umovakh suspilnykh transformatsii*, LNU im. I. Franka, Lviv, s. 146-159.
14. Yatsenko, H. (2024), «Proiektno-oriietovanyi metod navchannia u vykladanni dystsypliny “istoriia ukrainskoi zhurnalistyky”», za red. Yatsenko, A.M., Yatsenko H.V., *Istoriia ukrainskoi zhurnalistyky: metodolohichni problemy, perspektyvy doslidzhen, suchasni metody vykladannia*, Lviv, 18 zhovtnia 2024, s. 71-82.
15. Aayeshah, W. (2015), «Playing with Journalism: Gaming Technology in Investigative Journalism education», Thesis (PhD) / Swinburne University of Technology, Australia, Melbourne, 371 p.

16. Arastoopour, G., Saucerman, J. (2015), «Special Issue on Epistemological Games», *International Journal of Gaming and Computer-Mediated Simulations*, 7 (2), p. 4-8.
17. Hatfield, D. (2015), «The Right Kind of Telling: An Analysis of Feedback and Learning in a Journalism Epistemic Game», *International Journal of Gaming and Computer-Mediated Simulations*, 7(2), p. 11-23.
18. Newton, E. (2012), «Promise, Peril of “Teaching Hospitals”», *International Journal of Communication* 6, p. 2670-2673.

TYPOLOGY OF EDUCATIONAL ROLE-PLAYING GAMES IN JOURNALISM EDUCATION

Pavlo Aleksandrov

Ivan Franko National University of Lviv
General Chuprynka Str., 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: pavlo.aleksandrov@lnu.edu.ua
<https://orcid.org/0000-0001-9812-3233>

This article examines the typology of educational role-playing games for students specialising in Journalism and identifies the optimal game-based models for achieving specific didactic goals in both theoretical and practical courses.

The key research method is a functional-competence approach, which allowed us to correlate the types of role-playing games with the expected learning outcomes.

The primary outcome of the research is the development of an original typology of educational role-playing games differentiated according to their didactic function. Five basic types are identified: simulation-based professional games (editorial newsroom simulations), communicative-psychological games (training interviews and interpersonal interaction), problem-based situational games (working under crisis conditions and deadlines), normative-axiological games (resolving ethical and legal dilemmas), and project-presentation games (strategic planning). It is established that in Ukrainian educational practice, simulation-based professional models (simulations and training exercises) prevail, whereas value-oriented role-playing games are used much less frequently.

The scientific novelty and practical significance of the study lie in substantiating the universality of game-based methodologies. The findings demonstrate that role-playing games are an effective tool not only for developing ‘hard skills’ (such as news writing and filming) but also for fostering critical thinking and professional ethics within theoretical courses (including the history of journalism and media law). The proposed typology enables educators to optimise their choice of pedagogical tools, thereby contributing to the training of competitive media professionals who are prepared to meet the challenges of the contemporary information market.

Keywords: journalism education, educational role-playing game, typology of educational games, interactive teaching methods, game-based format, game studies.

Отримано редакцією видання / Received: 15.12.2025

Прорецензовано / Revised: 19.12.2025

Схвалено до друку / Accepted: 22.12.2025

Опубліковано на сайті видання / Published on the publication's website: 29.01.2026

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2026: 58; 197–206 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2026.58.13922>

УДК 070:37.091.33:378

МЕДІАОСВІТА В РЕГІОНАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ДОСВІД ВІННИЦЬКОГО ДЕРЖАВНОГО ПЕДАГОГІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ МИХАЙЛА КОЦЮБИНСЬКОГО

Віталій Гандзюк

*Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського,
вул. К. Острозького, 32, 21001, Вінниця, Україна*

e-mail: v.o.handziuk@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-4312-6848>

У статті проаналізовано стан та особливості впровадження медіаосвіти у Вінницькому державному педагогічному університеті імені Михайла Коцюбинського (ВДПУ). Розглянуто специфіку підготовки журналістів у регіональному контексті, структуру освітніх програм, практикоорієнтовані модулі та матеріально-технічне забезпечення. Особливу увагу приділено академічній мобільності, міжнародній співпраці, ролі медіаграмотності у загальноосвітньому процесі. Підкреслюється унікальність ВДПУ як регіонального центру медіаосвіти, що поєднує академічну ґрунтовність із відкритістю до інновацій та цифрових медіа.

Ключові слова: медіаосвіта, журналістика, регіональні ЗВО, ВДПУ, освітні програми, медіаграмотність, академічна мобільність.

Вступ. Сучасне інформаційне суспільство ставить нові вимоги до якості професійної освіти, зокрема у сфері журналістики та масових комунікацій. З огляду на постійне зростання ролі медіа у демократичних трансформаціях, виклики цифрової доби та інформаційної безпеки, все більшої актуальності набуває впровадження медіаосвітніх практик у систему вищої освіти. Особливе значення в цьому контексті мають регіональні заклади вищої освіти, які не лише забезпечують підготовку фахівців, а й виконують просвітницьку та комунікаційну функції у своїх спільнотах.

У цьому контексті діяльність Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського є показовою. Як один із провідних осередків журналістської освіти центрального регіону України, ВДПУ здійснює системну, практикоорієнтовану та науково обґрунтовану підготовку медіафахівців, що поєднує академічні засади з інноваційними підходами до навчання.

Теоретичне підґрунтя та методологічна основа дослідження. Розвиток медіаосвіти в Україні сьогодні характеризується етапом становлення та пошуку ефективних моделей. Основна увага приділяється її інтеграції в освітній процес і роботу бібліотек. Водночас наукові дослідження в цій сфері розгортаються у різних напрямках

і демонструють швидку динаміку, прагнучи встигати за глобальними тенденціями. В українському контексті найбільш виразно простежуються педагогічний, інформаційний, культурологічний та соціально-психологічний підходи¹.

Вивчення медіаосвіти в педагогічному аспекті активно здійснюється українськими дослідниками, серед яких варто відзначити В. Андрущенка, І. Дичківську, Н. Духаніну, В. Кременя, В. Лозового, Г. Онкович, І. Чемерис. У психологічному напрямі цим питанням присвячують свої праці Г. Боришполець, Л. Найдюнова, Н. Череповська. Соціально-комунікаційний підхід до медіаосвіти висвітлюється в роботах О. Буріма, В. Іванова, Т. Іванової, В. Ільганаєвої, Г. Почепцова, В. Різуна.

Постановка проблеми. Проблематика дослідження зумовлена потребою теоретичного осмислення й практичного аналізу формування якісного освітнього середовища для підготовки журналістів у регіональних ЗВО, зокрема в умовах цифровізації медіа, зростання ролі критичного мислення, а також посилення викликів дезінформації й інформаційних загроз.

Незважаючи на загальнонаціональну тенденцію до централізації якісної журналістської освіти у столичних закладах, значна частина студентів обирає для здобуття фаху регіональні університети. Водночас інформація про рівень підготовки, матеріально-технічні ресурси, інноваційні підходи й інтеграцію в міжнародний освітній простір у таких ЗВО залишається недостатньо систематизованою².

Актуальність обраної теми зумовлена потребою дослідити, наскільки ефективно на регіональному рівні реалізується концепція медіаосвіти, які освітні моделі застосовуються для формування професійної журналістської компетентності та як забезпечується адаптація студентів до сучасних викликів медіаринку³.

Виклад основного змісту. У контексті розбудови інформаційного суспільства та зростання ролі медіа в демократичних процесах особливої актуальності набуває питання якісної журналістської освіти. Регіональні заклади вищої освіти, зокрема на Вінниччині, відіграють важливу роль у формуванні нового покоління фахівців медіагалузі.

На території Вінницької області журналістів готують переважно у Вінницькому державному педагогічному університеті імені Михайла Коцюбинського та у деяких інших ЗВО, зокрема Вінницькому національному технічному університеті (в межах комунікаційних або суміжних спеціальностей), Донецькому національному університеті імені Василя Стуса, а також Вінницькому торговельно-економічному інституті КНТЕУ у рамках дисциплін з медіакомунікацій та освітньої програми «Реклама та зв'язки з громадськістю». Однак лише ВДПУ імені Михайла Коцюбинського здійснює системну та повноцінну підготовку журналістів за фаховою спеціальністю 061 «Журналістика» відповідно до державного стандарту.

ВДПУ ім. М. Коцюбинського має кафедру журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю, яка спеціалізується виключно на підготовці журналістів і медіафа-

¹ “Медіаосвіта як чинник підвищення якості освіти та засіб протистояння гуманітарної агресії” (2015), Аналітична записка Національного інституту стратегічних досліджень, 15 трав. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/1795> (дата звернення: 23.03.2025).

² Дуцик, Д. Р. (2022), “Трансформація сфери медіаграмотності в умовах повномасштабної війни в Україні”, Аналітичний звіт, Український інститут медіа та комунікації, Київ, 23 с.

³ Огляд українських ініціатив з медіаграмотності за 2024 рік (2024), Фільтр, 33 с.

хівців. На відміну від інших регіональних закладів, де журналістика часто інтегрується в більш широкі гуманітарні напрями або викладається фрагментарно в межах спеціальностей зі зв'язків із громадськістю чи філології, у ВДПУ реалізується цілісний професійно орієнтований підхід, з акцентом на практичну підготовку, роботу з сучасними медіатехнологіями, а також розвиток критичного мислення та журналістської етики⁴.

У порівнянні з іншими ЗВО регіону, саме ВДПУ має власну телестудію, радіостудію, медіацентр, лабораторії та сучасні мультимедійні аудиторії, що використовуються в навчальному процесі; розгалужену мережу партнерств із локальними та національними медіа, що дозволяє студентам проходити практику в реальних умовах; міжнародну академічну співпрацю, зокрема участь у програмах Erasmus+ і публікації у міжнародних наукових виданнях, що поки що не є характерною рисою більшості інших регіональних ЗВО.

Для порівняння, у Вінницькому національному технічному університеті окремої журналістської спеціальності немає, однак окремі модулі з медіакомунікацій інтегруються до програм підготовки фахівців у сфері PR, маркетингу та цифрового дизайну. Це дозволяє студентам опанувати окремі інструменти медійної роботи, проте не передбачає ґрунтовної підготовки з журналістики як самостійної галузі.

Також у деяких коледжах Вінницької області пропонується передвища освіта з основ журналістики або інформаційної діяльності, однак ці програми є короткостроковими, мають обмежену фахову спрямованість і готують фахівців технічного рівня (наприклад, помічників редактора, коректорів, репортерів локальних медіа).

Таким чином, Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського виступає єдиним регіональним закладом вищої освіти на Вінниччині, який забезпечує повноцінну, системну та інноваційно спрямовану підготовку журналістських кадрів, що відповідає як національним освітнім стандартам, так і викликам сучасної інформаційної доби. У цьому контексті ВДПУ можна розглядати як центр медіаосвіти регіонального рівня, який виконує не лише освітню, але й про-світницьку, наукову та комунікаційну функції в медіасфері Поділля.

Фахову підготовку журналістів у ВДПУ здійснює кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю, що функціонує в межах факультету філології й журналістики. Підготовка здійснюється за спеціальністю 061 «Журналістика» за освітніми ступенями бакалавра та магістра, відповідно до затверджених стандартів вищої освіти. Освітній процес спрямований на формування у студентів як загальних, так і професійних компетентностей, необхідних для діяльності в різних секторах сучасного медіа.

Особливістю підготовки журналістів у ВДПУ є міждисциплінарний та практикоорієнтований підхід, що реалізується через поєднання теоретичних курсів із практичними навчальними модулями, тренінгами та проектною діяльністю. Навчальний план передбачає вивчення дисциплін, які охоплюють широкий спектр галузевих знань: історія та теорія журналістики, журналістська етика, медіаправо,

⁴ *Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю як освітньо-науковий осередок формування медіафахівців: досвід і перспективи : монографія* (2025), Укл.: В. О. Гандзюк, В. М. Каленич, С. Д. Гальчак, І. С. Одобецька, П. В. Слотюк, Т. О. Цепкало, І. М. Богачук, Видавничий дім «Гельветика», Одеса, 148 с.

газетно-журнальне, теле- та радіовиробництво, інтернет- і діджитал-журналістика, фотожурналістика, методика журналістської діяльності, зв'язки з громадськістю та реклама тощо. У ВДПУ імені Михайла Коцюбинського особливу увагу приділяють гармонійному поєднанню фундаментальних теоретичних знань із активним практичним досвідом, що дає змогу студентам глибше зрозуміти професію журналіста та бути готовими до реальної роботи у медіасфері. Запропоновані освітні компоненти дають студентам необхідний аналітичний інструментарій, розуміння структури медіа, ролі журналіста у суспільстві та етичних норм професії⁵.

Одночасно з теорією студенти активно залучаються до практичної діяльності. На заняттях з практичної журналістики та журналістського фаху студенти готують власні текстові матеріали, аудіо- і відеорепортажі, інтерв'ю, новини. Вони працюють над написанням статей, монтажем відео, створенням подкастів, що формує комплексні професійні навички. Університет має власні студентські медіа: газету, радіо, телестудію, онлайн-платформи. Студенти можуть долучатися до їх роботи, отримуючи досвід у редакційній діяльності, організації інформаційних кампаній, управлінні контентом⁶. Регулярно організовуються тематичні воркшопи, тренінги, майстер-класи від практиків журналістики, де студенти відпрацьовують навички інтерв'ювання, репортажу, фактчекінгу. ВДПУ співпрацює з провідними місцевими і національними медіа, що дає можливість студентам проходити практику в реальних редакціях, від газет і телеканалів до цифрових платформ. Це допомагає познайомитись із професійним середовищем, набути досвіду роботи у команді, зрозуміти вимоги ринку. У освітньому процесі використовують цифрові інструменти, редакторські системи, програми для обробки фото та відео, платформи для публікації та аналізу контенту, соцмережі, інструменти фактчекінгу і OSINT.

Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського активно долучається до процесу інтеграції медіаосвіти в освітні програми, що відповідає сучасним викликам інформаційного суспільства та потребам формування критичного мислення у студентів. Університет здійснює комплексний підхід до впровадження компетенцій з медіаграмотності. У навчальних планах факультетів, що готують майбутніх педагогів, психологів, юристів, менеджерів, передбачені дисципліни або окремі навчальні модулі, присвячені основам медіаграмотності, критичному аналізу інформації та роботі з медіаінструментами. Це дозволяє майбутнім фахівцям не лише отримати теоретичні знання, але й сформувати практичні навички, необхідні для подальшої професійної діяльності.

Окрім основних навчальних дисциплін, студенти мають можливість обирати факультативи, присвячені інформаційній безпеці, фактчекінгу, роботі з цифровими платформами, що дозволяє поглибити їхні знання з медіаграмотності та актуалізува-

⁵ Гандзюк, В. О., Одобецька, І. С. (2025), "Роль, значення та практичні аспекти впровадження медіаграмотності в університетській освіті: з досвіду Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського", *Інформаційна грамотність в умовах воєнного стану: обробка, захист та презентація даних: матеріали всеукраїнського науково-педагогічного підвищення кваліфікації*, 2 грудня – 12 січня 2025 року, Львів – Торунь, Liha-Pres, 188 с.

⁶ Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю як освітньо-науковий осередок формування медіафахівців: досвід і перспективи : монографія (2025), Укл.: В. О. Гандзюк, В. М. Каленич, С. Д. Гальчак, І. С. Одобецька, П. В. Слотюк, Т. О. Цепкало, І. М. Богачук, Видавничий дім «Гельветика», Одеса, 148 с.

ти їхні компетенції відповідно до сучасних інформаційних викликів. ВДПУ заохочує студентів брати участь у наукових дослідженнях, проєктній діяльності та ініціативах, пов'язаних із аналізом медіапростору, розробкою медіаінструментів або просвітницькими кампаніями з протидії дезінформації. Це сприяє не лише формуванню професійних навичок, а й активному громадянському позиціюванню майбутніх педагогів.

Поєднання теоретичних знань з практичними навичками та акцент на медіаграмотність забезпечують комплексну підготовку майбутніх журналістів у ВДПУ. Цей підхід дозволяє студентам не лише здобути професійні знання, але й розвинути критичне мислення та здатність ефективно працювати в сучасному медіа-просторі.

Важливою складовою освітнього процесу є організація виробничої практики. Студенти мають можливість проходити практику в редакціях регіональних та національних медіа, інформагентствах, телерадіокомпаніях, онлайн-медіа, пресслужбах органів державної влади й самоврядування. Серед постійних партнерів кафедри – редакції газет «Вінниччина», «Вінницька газета», телеканали «ВІТА», «Вінниччина», «Суспільне. Вінниця», телерадіокомпанія «ТАКТ», а також низка інших медіа Вінниччини, Житомирщини, Хмельниччини та Івано-Франківщини.

Ефективна підготовка журналістських кадрів у сучасних умовах неможлива без належної матеріально-технічної бази, яка забезпечує можливості для здобуття практичних навичок, апробації творчих ідей, а також розвитку цифрових і мультимедійних компетентностей студентів. У цьому контексті Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського демонструє послідовну роботу зі створення інфраструктури, необхідної для якісного навчання за спеціальністю 061 «Журналістика». Університет має аудіовізуальні лабораторії, телестудію, радіостудію, мультимедійні класи, медіацентр та освітній хаб NotBox, які активно використовуються у навчальному процесі та при реалізації студентських медіапроєктів.

Ключовим структурним підрозділом, що забезпечує практичну підготовку майбутніх журналістів, є Медіацентр ВДПУ. Підрозділ виконує функції навчально-виробничої лабораторної бази та водночас є креативним простором для студентських ініціатив у сфері медіавиробництва. Він оснащений сучасною аудіо- та відеотехнікою.

Журналістські студії та навчальні лабораторії, розміщені на базі кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю, облаштовані мультимедійними проєкторами, інтерактивними дошками, екранами, документ-камерами, що дозволяє ефективно демонструвати візуальний матеріал і реалізовувати модулі, орієнтовані на роботу з текстом, зображенням, відео.

Університет також має відкриту Wi-Fi-мережу, комп'ютеризовані навчальні аудиторії, доступ до інтернет-ресурсів та баз даних (у тому числі українських відкритих медіаархівів), що дає змогу використовувати цифрові джерела інформації під час підготовки журналістських матеріалів.

На базі університетської бібліотеки діє електронний репозиторій наукових, навчально-методичних матеріалів, а також створено відкритий доступ до навчальних курсів кафедри у вигляді Google-класів, відеолекцій, презентацій, методичних розробок. Ці ресурси активно використовуються як у межах аудиторних занять, так і в рамках самостійної роботи студентів.

Крім цього, університет має дружні партнерські зв'язки із регіональними медіа, завдяки чому студенти мають можливість працювати на реальному медіаобладнанні під час практик, стажувань і реалізації творчих проєктів. Серед таких партнерів –

телеканал «Віта», медіахолдинг «RIA», газети «33 канал», «Вінниччина», інтернет-платформи «НаПарижі», «Місто», «Вінниця.info».

Університет активно оновлює та модернізує свою технічну базу завдяки участі у грантових програмах, а також за рахунок внутрішнього фінансування. Важливу роль у забезпеченні технічних потреб виконує співпраця з донорськими організаціями, які підтримують розвиток медіаосвіти в регіонах.

Таким чином, матеріально-технічне забезпечення ВДПУ відповідає сучасним вимогам до журналістської освіти і створює передумови для формування в майбутніх фахівців професійних навичок роботи з інформацією в умовах цифрової трансформації медіа. Це забезпечує випускникам конкурентоспроможність як на регіональному, так і на всеукраїнському медіаринку.

Одним із важливих напрямів стратегічного розвитку сучасної медіаосвіти є інтернаціоналізація навчального процесу та наукової діяльності. Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського активно реалізує цю стратегію, розвиваючи міжнародне академічне партнерство, участь у спільних наукових ініціативах, а також залучення здобувачів освіти до освітніх програм за кордоном.

Студенти-журналісти ВДПУ мають можливість долучатися до міжнародних програм академічної мобільності, зокрема Erasmus+, що дозволяє пройти семестрове навчання в університетах Європейського Союзу та отримати унікальний досвід міжкультурної комунікації, порівняння журналістських стандартів, ознайомлення з європейською системою медіаосвіти. Університет також підтримує індивідуальні за洋ки студентів до інших короткострокових та довгострокових навчальних проєктів і літніх шкіл за кордоном.

Викладачі кафедри систематично проходять міжнародні науково-педагогічні стажування в закладах вищої освіти та наукових установах Європи. Серед основних партнерів – Куявський університет у Влоцлавеку (Польща), Інститут науково-дослідний Люблінського науково-технологічного парку (Польща), інші інституції, що займаються розвитком освіти у сфері соціальних комунікацій. Такі стажування сприяють професійному зростанню викладачів, впровадженню новітніх педагогічних методик і збагаченню навчального контенту кафедри міжнародним досвідом.

Викладачі та здобувачі кафедри є активними учасниками міжнародного наукового обміну: результати їхніх досліджень опубліковано в збірниках та журналах, що індексуються у наукометричних базах Scopus, Web of Science, Index Copernicus, DOAJ тощо. Це свідчить про високий науковий рівень досліджень у галузі медіаосвіти, журналістики, реклами та комунікацій⁷.

Щорічно викладачі кафедри беруть участь у міжнародних науково-практичних конференціях, де презентують результати досліджень з питань масової комунікації, цифрових медіа, журналістської освіти.

Кафедра є членом таких наукових об'єднань, як Центр українсько-європейського наукового співробітництва (Польща). Це дозволяє інтегруватися в європейський

⁷ Гандзюк, В. О. (2025), «Актуальні проблеми та перспективи підготовки журналістів у закладах вищої освіти», *Журналістика й мистецтво слова: збірник наукових статей*, гол. редактор Т. О. Цепкало; Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського, Вип. 17, ТОВ «Меркюрі-Поділля», с. 7-11.

науковий простір, брати участь у міжнародних грантах і дослідницьких ініціативах, обмінюватися методичними матеріалами та результатами досліджень із закордонними колегами.

Майбутні журналісти також долучаються до міжнародних навчальних програм, проходять курси та онлайн-лекції зарубіжних фахівців на таких платформах, як Prometheus, Coursera, edX, що дозволяє розширити спектр знань з міжнародних комунікацій, цифрової журналістики, медіаграмотності тощо. Значна кількість студентів бере участь у Міжнародній мультимедійній школі, де працюють з фахівцями із США, Німеччини, Польщі, Литви.

Отже, міжнародна співпраця кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю ВДПУ не лише сприяє оновленню змісту освітніх програм відповідно до європейських стандартів, а й відкриває широкі перспективи для академічної та професійної мобільності студентів і викладачів. Це є важливим чинником підвищення конкурентоспроможності випускників на глобальному ринку праці в галузі медіа та комунікацій.

Випускники кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського демонструють високу професійну затребуваність та успішно реалізуються у медіасфері як на регіональному, так і на загальнонаціональному рівнях. Географія їхньої журналістської діяльності охоплює як Вінниччину, так і провідні центри медіа України – Київ, Львів, Харків, Одесу. Вони не лише підтримують зв'язок з кафедрою, а й активно долучаються до освітнього процесу: проводять майстер-класи, лекції, беруть участь у перегляді та вдосконаленні навчальних програм.

Таким чином, Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського виступає як вагомий центр підготовки медіафахівців у центральному регіоні України. Його діяльність і досвід демонструють потенціал регіональних ЗВО в забезпеченні якісної журналістської освіти, що поєднує академічну ґрунтовність, практичну орієнтованість та відкритість до інновацій і міжнародних стандартів.

Висновки. Проведене дослідження засвідчило, що Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського є провідним регіональним осередком медіаосвіти, який забезпечує повноцінну підготовку журналістських кадрів згідно з державними стандартами та європейськими підходами. Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю ВДПУ реалізує комплексну освітню модель, що поєднує фундаментальну теоретичну базу, практикоорієнтовані навчальні модулі, матеріально-технічну інфраструктуру та міжнародну академічну мобільність.

Освітній процес у ВДПУ спрямований на формування критичного мислення, медіаграмотності та адаптивності студентів до викликів сучасного цифрового середовища. Завдяки потужній практичній базі, широкій мережі партнерських медіа, залученню до міжнародних проєктів і розвитку науково-дослідницької діяльності університет формує конкурентоспроможних, професійно орієнтованих та соціально відповідальних журналістів.

Таким чином, досвід ВДПУ може бути використаний як модель ефективної реалізації медіаосвіти у регіональних закладах вищої освіти України.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Гандзюк, В. О. (2025), “Актуальні проблеми та перспективи підготовки журналістів у закладах вищої освіти”, *Журналістика й мистецтво слова: збірник наукових статей*, гол. редактор Т. О. Цепкало; Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського, Вип. 17, ТОВ «Меркюрі-Поділля», с. 7-11.
2. Гандзюк, В. О., Одобецька, І. С. (2025), “Роль, значення та практичні аспекти впровадження медіаграмотності в університетській освіті: з досвіду Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського”, *Інформаційна грамотність в умовах воєнного стану: обробка, захист та презентація даних: матеріали всеукраїнського науково-педагогічного підвищення кваліфікації, 2 грудня – 12 січня 2025 року*, Львів – Торунь, Liha-Pres, 188 с.
3. Дуцик, Д. Р. (2022), “Трансформація сфери медіаграмотності в умовах повномасштабної війни в Україні”, *Аналітичний звіт*, Український інститут медіа та комунікації, Київ, 23 с.
4. *Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю як освітньо-науковий осередок формування медіафахівців: досвід і перспективи : монографія* (2025), Укл.: В. О. Гандзюк, В. М. Каленич, С. Д. Гальчак, І. С. Одобецька, П. В. Слотюк, Т. О. Цепкало, І. М. Богачук, Видавничий дім «Гельветика», Одеса, 148 с.
5. “Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція)” (2016), *Детектор медіа*, 24 квіт. URL: http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzheniya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya (дата звернення: 27.04.2025).
6. “Медіаосвіта як чинник підвищення якості освіти та засіб протистояння гуманітарної агресії” (2015), *Аналітична записка Національного інституту стратегічних досліджень*, 15 трав. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/1795> (дата звернення: 23.03.2025).
7. *Огляд українських ініціатив з медіаграмотності за 2024 рік (2024)*, Фільтр, 33 с.

REFERENCES

1. Handziuk, V. O. (2025), “Aktualni problemy ta perspektyvy pidhotovky zhurnalistiv u zakladyakh vyshchoi osvity”, *Zhurnalistyka y mystetstvo slova: zbirnyk naukovykh statei*, hol. redaktor T. O. Tsepkalo; Vinnytskyi derzhavnyi pedahohichnyi universytet imeni Mykhaila Kotsiubynskoho, Vyp. 17, TOV «Merk'iuri-Podillia», s. 7–11.
2. Handziuk, V. O., Odobetska, I. S. (2025), “Rol, znachennia ta praktychni aspekty vprovadzhenia mediahramotnosti v universytetskii osviti: z dosvidu Vinnytskoho derzhavnogo pedahohichnogo universytetu imeni Mykhaila Kotsiubynskoho”, *Informatsiina hramotnist v umovakh voiennoho stanu: obrobka, zakhyst ta prezentatsiia danykh: materialy vseukrainskoho nauково-pedahohichnogo pidvyshchennia kvalifikatsii, 2 hrudnia – 12 sichnia 2025 roku*, Lviv – Torun, Liha-Pres, 188 s.
3. Dutsyk, D. R. (2022), “Transformatsiia sfery mediahramotnosti v umovakh povnomasshtabnoi viiny v Ukraini”, *Analitychnyi zvit*, Ukrainskyi instytut media ta komunikatsii, Kyiv, 23 s.
4. *Kafedra zhurnalistyky, reklamy ta zviazkiv z hromadskistiu yak osvitno-naukovyi osередok formuvannia mediafakhivtsiv: dosvid i perspektyvy: monohrafiia* (2025),

- Ukl.: V. O. Handziuk, V. M. Kalenych, S. D. Halchak, I. S. Odobetska, P. V. Slotiuk, T. O. Tsepkalo, I. M. Bohachuk, Vydavnychiy dim «Helvetyka», Odesa, 148 s.
5. “Kontsepsiia vprovadzhennia mediaosvity v Ukraini (nova redaktsiia)” (2016), *Detektor media*, 24 kvitnia, URL: http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontsepsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya (data zvernennia: 27.04.2025).
 6. “Mediaosvita yak chynnyk pidvyshchennia yakosti osvity ta zasib protystoiannia humanitarnoi ahresii”, *Analychna zapyska Natsionalnoho instytutu stratehichnykh doslidzhen*, URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/1795> (data zvernennia: 23.03.2025).
 7. *Ohliad ukrainskykh initsiatyv z mediahramotnosti za 2024 rik (2024)*, *Filtr*, 33 s.

MEDIA EDUCATION IN REGIONAL HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS: THE EXPERIENCE OF MYKHAILO KOTSIUBYNSKYI STATE PEDAGOGICAL UNIVERSITY OF VINNYTSIA

Vitalii Gandziuk

Mykhailo Kotsiubynskyi State Pedagogical University of Vinnytsia

Kn. Ostrozkyi Str., 32, Vinnytsia, Ukraine, 21001

e-mail: v.o.handziuk@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-4312-6848>

The article examines the implementation of media education in higher education institutions through the case study of Vinnytsia Mykhailo Kotsiubynskyi State Pedagogical University (VSPU), one of the leading regional centers for journalism education in central Ukraine. The research focuses on the role of regional universities in training competitive media professionals under conditions of digital transformation, information threats, and the growing importance of media literacy in contemporary society.

The purpose of the study is to analyse organisational, educational, and infrastructural approaches to media education at VSPU, with particular attention to journalism training programs, practice-oriented learning models, and the integration of media literacy competencies into the educational process. The research methodology combines descriptive and analytical approaches, including the analysis of educational programs, institutional practices, and material and technical resources.

The article highlights the specificity of journalism education in regional higher education institutions, emphasising their educational, cultural, and communicative functions within local communities. It is argued that VSPU ensures a holistic professional training model that integrates fundamental theoretical knowledge with intensive practical training. Journalism students actively participate in creating media content through university media platforms, including television and radio studios, student publications, and digital media projects, which helps develop professional, ethical, and critical thinking skills.

Special attention is paid to the role of media literacy as a cross-cutting competence for students of journalism and other specialties. The article also outlines the importance of international academic cooperation, academic mobility programs, and participation in international research projects as factors enhancing the quality of media education and aligning it with European standards.

The findings demonstrate that Vinnytsia Mykhailo Kotsiubynskyi State Pedagogical University functions as a regional hub for media education, successfully combining academic traditions with innovation, practical orientation, and openness to global educational trends. The experience analysed in this study can serve as a model for the development of media education in other regional higher education institutions in Ukraine.

Key words: media education, journalism, regional higher education institutions, VSPU, educational programs, media literacy, academic mobility.

Отримано редакцією видання / Received: 19.12.2025

Порецензовано / Revised: 20.12.2025

Схвалено до друку / Accepted: 22.12.2025

Опубліковано на сайті видання / Published on the publication's website: 29.01.2026

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2026: 58; 207–219 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2026.58.13923>

УДК 378.014:371.3

ІНТЕРАКТИВНІ ГЕЙМІФІКОВАНІ ОСВІТНІ ЕЛЕМЕНТИ У ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ ЖУРНАЛІСТІВ (НА ПРИКЛАДІ ОП «ЖУРНАЛІСТИКА» ВІННИЦЬКОГО ДЕРЖАВНОГО ПЕДАГОГІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ МИХАЙЛА КОЦЮБІНСЬКОГО)

Ірина Одобецька

*Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського,
вул. К. Острозького, 32, 21001, Вінниця, Україна*

e-mail: odobetska99@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0006-2265-1842>

У статті проаналізовано досвід упровадження гейміфікованих інтерактивних освітніх елементів у процес професійної підготовки майбутніх журналістів на прикладі освітньої програми «Журналістика» Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Розглянуто використання коміксу, настільної гри та цифрових сервісів як інструментів активізації навчальної діяльності, розвитку професійних компетентностей, комунікативних навичок і критичного мислення студентів. Показано освітній потенціал гейміфікації як ефективного засобу підвищення мотивації та практикоорієнтованості журналістської освіти.

Ключові слова: гейміфікація, журналістська освіта, освітня програма «Журналістика», інтерактивні методи навчання, професійні компетентності, ВДПУ.

1. Постановка проблеми.

У підготовці майбутніх журналістів дедалі більшої ваги набувають методи навчання, орієнтовані на активну взаємодію, практичну діяльність та залучення здобувачів освіти до моделювання професійних ситуацій. Такі підходи спрямовані не лише на опанування теоретичних положень, а й на формування вмінь застосовувати фахові знання в умовах, максимально наближених до реального медіасередовища. У цьому контексті гейміфікація розглядається як результативний педагогічний інструмент, що передбачає використання ігрових механік у структурі освітнього процесу з метою підвищення навчальної мотивації, активності та стійкості засвоєння матеріалу.

Залучення цифрових платформ і сервісів, зокрема Kahoot, Classcraft, Miro, Mentimeter, Padlet, Canva, Trello, ChatGPT, Notion та інтерактивних курсів на базі Google, сприяє формуванню інноваційного формату навчальної комунікації. У межах такого підходу технології виконують не допоміжну, а системоутворювальну

функцію, забезпечуючи можливість створення інтерактивних завдань, спільних візуальних просторів, навчальних проєктів, карт знань, адаптивних форм контролю та середовищ командної роботи. Використання цих інструментів розширює доступ до навчального контенту, забезпечує оперативний зворотний зв'язок, стимулює творчу активність студентів і розвиває навички співпраці в цифровому середовищі. У результаті освітній процес набуває динамічного, практикоорієнтованого характеру та відповідає вимогам професійної діяльності сучасного журналіста, для якого цифрові технології є невід'ємним складником фахової компетентності.

2. Теоретичне підґрунтя.

Теоретичне підґрунтя дослідження сформовано на основі міждисциплінарного аналізу наукових, навчально-методичних та аналітичних джерел, у яких розглядаються ключові положення гейміфікації, професійної журналістської освіти, медіаграмотності та інтерактивних педагогічних технологій. Сукупність опрацьованих матеріалів дозволила вибудувати цілісне теоретичне бачення гейміфікації як сучасного освітнього інструмента та обґрунтувати її потенціал у контексті підвищення ефективності підготовки майбутніх журналістів.

Інформаційну базу дослідження становлять наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених, які висвітлюють концептуальні, методологічні й практичні аспекти впровадження ігрових механік у навчальний процес. Особливу увагу приділено дослідженням, у яких гейміфікація розглядається як інструмент активізації пізнавальної діяльності, формування мотивації та розвитку професійних компетентностей здобувачів освіти. У межах роботи було проаналізовано наукові напрацювання К. Вербаха¹, Х. Дічева, Д. Дічевої, О. Ткаченка², О. Коваленко³, О. Карабін, С. Толочко, О. Саган та інших авторів, які досліджують теоретичні засади, педагогічні умови та практичні моделі застосування гейміфікації в освітньому середовищі⁴.

Опрацювання зазначених джерел дало змогу узагальнити основні підходи до використання ігрових технологій у навчанні, визначити їх дидактичні можливості та окреслити перспективи адаптації гейміфікаційних моделей до специфіки журналістської освіти. Отримані теоретичні висновки стали основою для подальшого конструювання авторського гейміфікованого освітнього елементу та розроблення навчально-методичного забезпечення, спрямованого на формування медіаграмотності й професійних компетентностей майбутніх журналістів.

3. Методологічна основа дослідження

Методологічну основу дослідження становить комплекс загальнонаукових та спеціальних методів пізнання, що забезпечили всебічний аналіз процесу впрова-

¹ Werbach, K., & Hunter, D. (2012), *Gamification: How game elements motivate behavior*. In *The gamification of learning and instruction: Game-based methods and strategies for training and education*, pp. 3-31, Pfeiffer.

² Ткаченко, О. (2015), "Гейміфікація освіти: формальний і неформальний простір", *Актуальні питання гуманітарних наук*, Вип. 11, с. 303-309 : [Електронний ресурс]. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apgnd_2015_11_45 (дата звернення: 14.06.2025)

³ Коваленко, О. О., Паламарчук, С. А. (2023), *Моделі гейміфікації в системах управління навчанням*: монографія, ВНТУ, Вінниця, 85 с.

⁴ Клочко, А. О., Прокопенко, А. А. (2021), "Використання інструментів гейміфікації в освітньому процесі", *Міжнародна науково-практична конференція «Дослідження різних напрямків розвитку психології та педагогіки»*, Одеса, с. 111-113.

дження гейміфікованих освітніх елементів у професійну підготовку майбутніх журналістів у межах ОП «Журналістика» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

У процесі роботи застосовано теоретичні методи дослідження, зокрема аналіз і синтез наукових джерел, що дозволило узагальнити сучасні підходи до гейміфікації в освіті, визначити її дидактичні функції та освітній потенціал у контексті журналістської підготовки. Метод порівняння використовувався для зіставлення традиційних і інтерактивних форм навчання та виявлення їхніх переваг і обмежень у формуванні професійних компетентностей студентів-журналістів. Узагальнення дало змогу сформулювати концептуальні засади впровадження гейміфікованих елементів у навчальний процес.

Ключову роль у дослідженні відіграли емпіричні методи, що забезпечили отримання практичних результатів. Метод педагогічного спостереження застосовувався під час реалізації гейміфікованих елементів на заняттях із фахових дисциплін, зокрема «Історія журналістики», «Основи медіаграмотності» та «Фактчекінг». Спостереження дозволило зафіксувати рівень навчальної активності студентів, їхню залученість до роботи, характер комунікативної взаємодії та особливості виконання командних завдань у процесі використання коміксів, настільної гри «JournMan» і цифрових платформ⁵.

Метод педагогічного експерименту реалізовано у формі впровадження авторських гейміфікованих освітніх продуктів у навчальний процес. Експеримент передбачав поетапну розробку навчального коміксу, створення настільної гри «JournMan» та використання цифрових сервісів (Kahoot, Miro, Mentimeter, Padlet, Canva, Trello, ChatGPT, Notion) як інструментів організації навчальної діяльності. Результати експерименту оцінювалися через аналіз виконаних студентами завдань, якість підсумкових навчальних продуктів, рівень оперування професійною термінологією та здатність застосовувати знання в змодельованих професійних ситуаціях.

Для оцінювання освітнього ефекту гейміфікації використано метод аналізу результатів навчальної діяльності студентів, зокрема навчальних коміксів, ігрових матеріалів, презентацій і письмових рефлексій. Це дало змогу простежити динаміку засвоєння теоретичного матеріалу, розвиток аналітичного мислення, творчих і комунікативних умінь.

Допоміжним виступив метод моделювання, який застосовувався під час проектування гейміфікованих освітніх елементів. Він дозволив створити дидактичні моделі навчального коміксу та настільної гри, адаптовані до змісту журналістських дисциплін і спрямовані на досягнення конкретних освітніх цілей – розширення професійної лексики, формування критичного мислення, навичок командної роботи та швидкого ухвалення рішень.

Механізм реалізації дослідження передбачав кілька послідовних етапів: теоретичне обґрунтування гейміфікаційного підходу; проектування й розроблення геймі-

⁵ Гандзюк, В. (2025), «Особливості застосування інтерактивних методів навчання у викладанні журналістських дисциплін для здобувачів вищої освіти», *Collection of Scientific Papers with the Proceedings of the 3rd International Scientific and Practical Conference «New Horizons in Scientific Research: Challenges and Solutions»* (March 31 – April 2, 2025. Marseille, France). *European Open Science Space*, pp. 121-124.

фікованих освітніх елементів; їх упровадження в освітній процес; спостереження та аналіз навчальної діяльності студентів; узагальнення отриманих результатів. Саме комплексне застосування зазначених методів забезпечило достовірність висновків і дозволило оцінити ефективність гейміфікованих освітніх елементів у професійній підготовці майбутніх журналістів.

4. Виклад основного матеріалу дослідження.

У межах дослідження було проаналізовано практику впровадження гейміфікованих освітніх елементів у зміст та організацію освітніх компонентів освітньої програми «Журналістика» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Увагу зосереджено на тих формах навчальної діяльності, які поєднують ігрові механіки з професійно орієнтованими завданнями та сприяють активізації пізнавальної діяльності здобувачів освіти. Аналіз здійснювався на прикладі окремих дисциплін фахового спрямування, де гейміфікація виступає не допоміжним, а структурним елементом освітнього процесу⁶.

Одним із таких освітніх компонентів є дисципліна «Історія журналістики», у межах якої поряд із засвоєнням теоретичного та фактологічного матеріалу важливим завданням є розвиток умінь інтерпретувати історичні події, медійні практики та етапи становлення журналістики з урахуванням сучасних форм комунікації. З цієї метою зі студентами четвертого курсу було реалізовано гейміфікований творчий освітній проєкт, спрямований на створення навчального коміксу як інтегрованого медіапродукту.

Застосування формату коміксу як навчального інструменту зумовлене його здатністю поєднувати текстову й візуальну складові та створювати умови для багатовимірного опрацювання навчального контенту. Такий підхід дозволив студентам працювати з історією журналістики не лише на рівні відтворення фактів і хронології, а й через образно-нарративне осмислення ключових процесів, подій і постатей. У результаті здобувачі освіти мали змогу простежити логіку розвитку масових комунікацій, переосмислити роль журналістики в різні історичні періоди та візуалізувати ці процеси у доступній і сучасній формі⁷.

Реалізація проєкту відбувалася поетапно. На першому етапі студенти обирали тему або історичний період відповідно до змісту навчальної дисципліни. Далі здійснювалася розробка сценарію – стислої, але концептуально цілісної сюжетної лінії, що відображала ключові події, явища та причинно-наслідкові зв'язки. Важливим завданням було перетворення академічного матеріалу на структурований візуально-текстовий нарратив із чіткою логікою побудови кадрів, продуманими діалогами та смисловими акцентами.

Наступний етап передбачав візуальне оформлення навчального продукту. Студенти використовували різні художні та цифрові техніки, зокрема цифрове малювання, колажні рішення з використанням архівних зображень, а також стилізовану

⁶ Гандзюк, В. О. (2025), «Актуальні проблеми та перспективи підготовки журналістів у закладах вищої освіти», *Журналістика й мистецтво слова: збірник наукових статей*, гол. редактор Т. О. Цепкало; Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського, Вип. 17, ТОВ «Меркьюрі-Поділля», с. 7-11.

⁷ Гандзюк, В. О., Каленич, В. М., Гальчак, С. Д.. (2025). *Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю як освітньо-науковий осередок формування медіафахівців: досвід і перспективи*: монографія, Видавничий дім «Гельветика», Одеса, 148 с.

векторну графіку. Особлива увага приділялася дотриманню принципів візуальної комунікації, зокрема композиційній цілісності, зрозумілості образів і відповідності стилістики змістовому наповненню. Консультації з викладачем у процесі роботи були спрямовані на забезпечення фактологічної точності, коректності термінології та обґрунтованості історичних інтерпретацій⁸.

Робота над навчальним коміксом виступила ефективним засобом поглибленого опрацювання історичного матеріалу. У процесі виконання завдання студенти не обмежувалися відтворенням послідовності подій, а аналізували причинно-наслідкові зв'язки та соціокультурний контекст трансформацій у сфері журналістики, що сприяло розвитку аналітичного мислення. Водночас проєкт стимулював творчу активність, формував уміння візуального наративного конструювання, основи медіадизайну та навички роботи з контентом із використанням сучасних цифрових інструментів.

Практичний досвід засвідчив, що залучення коміксу як навчального продукту позитивно впливає на рівень навчальної мотивації та полегшує засвоєння матеріалу завдяки поєднанню історичного змісту з елементами творчої візуалізації. За відгуками студентів, такий формат сприяв сприйняттю історії журналістики як динамічного й інтерактивного процесу, а створення власного медіапродукту дозволяло поєднати дослідницьку діяльність із роллю активного творця контенту. Представлення підсумкових робіт у форматі мініпрезентацій створило умови для колективного обговорення різних інтерпретацій історичних подій та продемонструвало різноманіття авторських підходів.

Отже, реалізація проєкту зі створення навчального коміксу в межах дисципліни «Історія журналістики» підтвердила його ефективність як інноваційного освітнього інструменту, що інтегрує дослідницьку, творчу й аналітичну діяльність та сприяє поглибленому осмисленню історії журналістики і формуванню професійних компетентностей майбутніх фахівців медіасфери.

Паралельно в межах дослідження було розроблено авторський гейміфікований освітній продукт – інтелектуальну настільну гру «JournMan», концепція якої базується на ігровій механіці популярної гри Alias, але наповнена фаховим журналістським змістом і адаптована до освітніх потреб студентів спеціальності «Журналістика». Ігровий матеріал представлено у вигляді карток із професійними термінами, фразеологічними одиницями, елементами журналістського сленгу та ключовими поняттями медіагалузі, що забезпечує засвоєння професійної лексики в динамічному та інтерактивному форматі.

Розроблення цього елемента охоплювало завершений підготовчий цикл, від формулювання навчальних завдань до відбору відповідних ігрових механік і створення чіткої системи правил. Така послідовність дій дала змогу поєднати освітню складову з елементами гри в єдиному навчальному просторі, у межах якого студенти

⁸ Гандзюк, В. О., Одобецька, І. С. (2025), "Роль, значення та практичні аспекти впровадження медіаграмотності в університетській освіті: з досвіду Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського", *Інформаційна грамотність в умовах воєнного стану: обробка, захист та презентація даних: матеріали всеукраїнського науково-педагогічного підвищення кваліфікації*, 2 грудня – 12 січня 2025 року. Львів – Торунь, Liha-Pres, 188 с.

не лише вдосконалюють фахові компетентності, а й залучаються до емоційної взаємодії, формуючи позитивне ставлення до навчального процесу.

В основі концепції освітнього компонента лежить ідея розвитку професійно-мовленнєвої компетентності майбутніх журналістів через формат командної гри. Механізм пояснення понять без прямого їх називання створює ситуацію активного пізнавального пошуку, у якій студенти задіюють наявні знання, асоціативне мислення, здатність до імпровізації та глибоке розуміння спеціалізованої термінології. Такий підхід сприяє розширенню словникового запасу, оперативному відтворенню засвоєного матеріалу та надає навчанню динамічного й емоційно насиченого характеру.

У концептуальному вимірі настільна гра «JournMan» реалізує два взаємопов'язані рівні взаємодії. Комунікативний рівень передбачає роботу студентів у командах, що стимулює розвиток навичок співпраці, взаєморозуміння та ефективної професійної комунікації. Когнітивний рівень, своєю чергою, спрямований на активізацію мисленнєвих процесів: учасники не лише відтворюють відомі поняття, а й переосмислюють їх, вибудовуючи власні логічні та мовні стратегії для пояснення складних термінів.

Відмінною рисою розробленого ігрового блоку є наявність додаткових механік, відсутніх у класичній грі Alias, зокрема ігрового поля з елементами ускладнення, гнучкої системи правил для опрацювання складної термінології, а також можливості нарахування бонусних і штрафних балів. Зазначені елементи надають грі стратегічної багатовимірності та підвищують її дидактичну результативність.

Під час створення гейміфікованого освітнього продукту важливим завданням було не лише пристосування ігрової моделі до змісту журналістських дисциплін, а й чітке визначення педагогічних орієнтирів, на досягнення яких спрямоване використання настільної гри «JournMan». Саме формулювання навчальних цілей стало основою для вибудовування внутрішньої логіки гри, добору ігрових карток, розроблення правил та впровадження механік, що забезпечують стійкий освітній ефект. Орієнтація на професійну термінологію дозволяє розглядати гру як інструмент поглибленого засвоєння ключових понять і принципів журналістики, а її навчальні завдання сконструйовано з урахуванням необхідності розвитку базових і спеціалізованих компетентностей, важливих для фахової підготовки майбутніх журналістів.

Одним із ключових завдань упровадження гейміфікованого освітнього елементу стало цілеспрямоване розширення та впорядкування професійного словникового запасу студентів. Журналістська лексика, зокрема терміни, елементи професійного сленгу, жаргонні одиниці та англomовні запозичення, що є невід'ємною складовою фахової діяльності репортера чи редактора, оскільки забезпечує точність опису процесів, явищ і специфіки роботи в медіасередовищі. Ігровий формат дає змогу не лише ознайомити студентів із відповідними поняттями, а й залучити їх до активного мовленнєвого використання цієї лексики, що позитивно впливає на її усвідомлення та довготривале запам'ятовування. Процес пояснення слів без прямого називання активізує асоціативні, логічні та аналітичні механізми мислення, спонукає до побудови альтернативних мовних формулювань, добору синонімів і тренує здатність до «перекодування» інформації, що є надзвичайно важливим для журналістської практики.

Використання гейміфікації також сприяє реалізації ще однієї важливої освітньої мети – розвитку комунікативних умінь і навичок командної взаємодії. Процес пояснення та відгадування термінів відбувається в умовах інтенсивної колективної діяльності, що формує вміння ефективно працювати в групі, уважно сприймати думки інших, оперативно реагувати на висловлювання партнерів і узгоджувати спільну тактику. Це має суттєве значення для професійного становлення майбутніх журналістів, адже медіасфера за своєю природою передбачає постійну взаємодію між різними учасниками редакційного процесу: кореспондентами, редакторами, продюсерами та іншими фахівцями. Гра створює комфортне, але водночас конкурентне середовище, у межах якого зазначені навички формуються природно та без надмірного педагогічного тиску.

Окрему групу педагогічних завдань становить розвиток умінь швидкого мислення та оперативної актуалізації знань в умовах часових обмежень. Наявність чіткого таймінгу, притаманного ігровій механіці, моделює реальні обставини професійної діяльності журналіста, коли необхідно швидко ухвалювати рішення, структурувати інформацію та подавати її стисло й точно. Таке тренування є особливо цінним для студентів, орієнтованих на роботу в новинній журналістиці, репортажній практиці чи публіцистиці, де темп і чіткість викладу мають вирішальне значення.

Важливим аспектом застосування гейміфікованого елементу є також підвищення навчальної мотивації студентів. Ігрова форма сприяє виникненню стійкого інтересу, стимулює прагнення до досягнення результату, подолання складних завдань і покращення командних показників. У такий спосіб формується внутрішня мотивація до опанування журналістської термінології не через формальні вимоги, а завдяки емоційному залученню та змагальності. Водночас зростає рівень пізнавальної активності: учасники прагнуть запам'ятовувати нові поняття, звертаються до допоміжних матеріалів, обговорюють значення термінів після завершення гри, що сприяє розширенню їхнього професійного світогляду.

Окремим освітнім завданням у межах гейміфікованого елементу є розвиток толерантного ставлення до помилок і здатності до їх усвідомленого аналізу. Запроваджена система штрафних балів не має репресивного характеру, а виконує регулятивну та виховну функції, сприяючи формуванню уважності, самодисципліни та розуміння важливості точності у професійному мовленні. Учасники гри вчаться конструктивно працювати з власними помилками: обговорювати їх у команді, встановлювати причини виникнення та виробляти стратегії запобігання подібним неточностям у подальшій діяльності. Такий підхід є важливим складником формування професійної відповідальності майбутніх журналістів.

Отже, сукупність навчальних цілей і завдань гейміфікованого освітнього елементу «JournMan» охоплює когнітивний, соціально-комунікативний і мотиваційний виміри фахової підготовки студентів. Запропонована гра функціонує не лише як засіб урізноманітнення занять чи підвищення активності аудиторії, а як повноцінний дидактичний інструмент, здатний комплексно впливати на формування професійних компетентностей і поглиблювати розуміння закономірностей функціонування медіасфери. Саме це визначає її освітню цінність і дозволяє розглядати «JournMan» як ефективний приклад інтеграції гейміфікації в сучасну систему журналістської освіти.

Водночас результативне засвоєння навчального матеріалу з відповідних дисциплін потребує не лише використання інтерактивних форм роботи, а й чіткої систе-

матизації теоретичних знань та методологічних підходів до аналізу медіаконтенту. З огляду на це, паралельно з ігровою практикою було створено навчально-методичний посібник, який виконує функцію структурної основи курсу та забезпечує цілісне уявлення про механізми медіавпливу, критерії оцінювання достовірності інформації й принципи фактчекінгу.

Навчально-методичний посібник розширює можливості застосування інтерактивних технологій у навчальному процесі, оскільки поєднує узагальнені теоретичні положення з детальними прикладами аналітичної роботи з автентичними медіаматеріалами. Якщо ігровий компонент орієнтований передусім на формування навичок через моделювання ситуацій та практичну взаємодію, то посібник створює методологічне підґрунтя для усвідомленого, системного й аргументованого аналізу інформації. Такий комплексний підхід дозволяє сформуванню у студентів не лише зацікавлення предметом, а й глибоке розуміння принципів функціонування сучасного медіапростору. У зв'язку з цим наступний підрозділ присвячено аналізу змісту, структури та освітнього потенціалу розробленого навчально-методичного посібника⁹.

Розроблений навчально-методичний посібник із дисциплін «Основи медіаграмотності» та «Фактчекінг» спрямований на формування у здобувачів освіти навичок критичного сприйняття інформаційних повідомлень, виявлення маніпулятивних впливів і здійснення перевірки даних у сучасному медіасередовищі. Його актуальність зумовлена інтенсивним зростанням інформаційних потоків, поширенням недостовірних повідомлень, наявністю гібридних загроз та суспільною потребою у формуванні відповідальної й критично мислячої аудиторії.

Зміст посібника представлений різноманітними зразками медіаконтенту, зокрема новинними матеріалами, дописами із соціальних мереж, фотографіями, інфографікою, мемами, відеофрагментами та іншими поширеними форматами цифрових повідомлень. Кожен приклад супроводжується ґрунтовним аналізом з позицій медіаграмотності та фактчекінгу. У межах розгляду визначаються тип повідомлення, потенційні ознаки маніпуляції, фактичні помилки, приховані смислові акценти, емоційні тригери, порушення журналістських стандартів і можливі етичні ризики. Такий підхід забезпечує системне розуміння принципів функціонування сучасного медіаконтенту та механізмів його впливу на аудиторію.

Структурно посібник поєднує теоретичний і практичний складники. Теоретичний розділ висвітлює базові поняття медіаграмотності, особливості поширення дезінформації, основні методи перевірки фактів, типологію фейкових повідомлень і специфіку функціонування медіа в умовах війни. Практичний блок містить аналітичні завдання, вправи на виявлення маніпулятивних технік, елементи гейміфікованого навчання та кейси, побудовані на матеріалах українського й міжнародного інформаційного простору. Це сприяє формуванню не лише теоретичних знань, а й прикладних навичок роботи з медіаконтентом.

Змістове наповнення та структура посібника дозволяють ефективно використовувати його в різних моделях організації освітнього процесу. У традиційному форматі він може слугувати основним або допоміжним матеріалом під час лекційних, семінарських і практичних занять. Завдяки наявності готових прикладів і покроко-

⁹ Гандзюк, В. О., Одобецька, І. С. (2025), *Читати між рядків: практикум із медіаграмотності*, ВДПУ імені Михайла Коцюбинського, 74 с.

вого алгоритму аналізу викладач отримує можливість демонструвати різні типи маніпуляцій, організовувати колективні обговорення, порівняльні вправи та дискусії. Окремі завдання посібника також можуть застосовуватися як тренувальний матеріал під час підготовки до модульного чи підсумкового контролю.

Теоретичний матеріал у межах курсу опановується студентами переважно самостійно, тоді як виконання практичних завдань організовується в онлайн-середовищі з використанням платформ Google Classroom, Moodle, Viber Communities та інших цифрових інструментів. Такий формат надає здобувачам освіти можливість у зручному темпі працювати з навчальними матеріалами, а під час аудиторних занять зосереджуватися на розгляді найбільш складних або дискусійних прикладів, участі в дебатах і презентації результатів власних досліджень медіаконтенту. Запровадження цього підходу сприяє розвитку навчальної автономії студентів і забезпечує більш ґрунтовне засвоєння практичних умінь.

В умовах дистанційного навчання навчально-методичний посібник виконує функцію базового елемента курсу. Його логічна структура дозволяє ефективно організовувати онлайн-семінари, інтерактивні практичні заняття та віртуальні вправи з аналізу інформаційних повідомлень, а також використовувати матеріали посібника як основу для тестових завдань, форумних дискусій і відеолекцій. Чітко окреслені алгоритми фактчекінгу забезпечують можливість самостійного виконання завдань із дотриманням визначеної методології, що робить посібник зручним для індивідуальної роботи та легко адаптованим до формату онлайн-навчання.

5. Результати і перспективи подальших досліджень обговорення

Перспективи подальших досліджень пов'язані насамперед із розширенням цифрового компонента розробленого освітнього продукту. Доцільним є створення інтерактивної онлайн-платформи, яка поєднуватиме електронну версію посібника, актуальну базу медіаприкладів, мультимедійні пояснення та інструменти для колективного аналізу контенту. Подальший розвиток може передбачати трансформацію посібника в повноцінний онлайн-курс із відеолекціями, інтерактивними завданнями та системами зворотного зв'язку.

Окремим напрямом подальших досліджень є систематичне оновлення навчального контенту з урахуванням новітніх інформаційних викликів, зокрема поширення дезінформації, створеної за допомогою технологій штучного інтелекту. Важливою перспективою є також залучення до вдосконалення матеріалів практиків медіаіндустрії, що дозволить підвищити прикладну цінність курсу та його відповідність реальним умовам професійної діяльності.

6. Висновок

У ході дослідження було комплексно проаналізовано можливості застосування гейміфікації як інноваційного інструменту підвищення ефективності навчання у процесі професійної підготовки майбутніх журналістів. Теоретичне осмислення проблеми у поєднанні з практичним моделюванням освітніх рішень дозволило обґрунтувати доцільність інтеграції ігрових механік у викладання дисциплін, пов'язаних із медіаграмотністю, фактчекінгом та професійною мовною підготовкою.

Ключовим результатом роботи стало розроблення та апробація гейміфікованого освітнього елементу «JournMan», який поєднує навчальні цілі з ігровою логікою та створює умови для активного залучення студентів до освітнього процесу. Запропонована модель сприяє систематизації та розширенню професійної журналістської

лексики, розвитку асоціативного, логічного й аналітичного мислення, формуванню навичок точного та гнучкого мовлення. Важливою перевагою гри є її здатність стимулювати не механічне відтворення знань, а їх усвідомлене використання в умовах комунікативної взаємодії та часових обмежень, що наближає навчальний процес до реальних умов професійної діяльності журналіста.

Дослідження засвідчило, що гейміфікований формат позитивно впливає не лише на когнітивну, а й на соціально-комунікативну та мотиваційну складові навчання. Командна взаємодія, змагальний елемент і конструктивна робота з помилками сприяють формуванню відповідальності, саморефлексії, уміння працювати в колективі та приймати спільні рішення. У результаті гра функціонує як повноцінний дидактичний інструмент, здатний комплексно впливати на розвиток професійних компетентностей майбутніх журналістів.

Вагомим здобутком роботи є також створення навчально-методичного посібника з дисциплін «Основи медіаграмотності» та «Фактчекінг», який забезпечує систематизацію теоретичних знань і формування практичних навичок аналізу медіаконтенту. Поєднання структурованого теоретичного матеріалу з практичними кейсами та аналізом реальних інформаційних повідомлень дозволяє студентам опанувати методологію критичного мислення, верифікації інформації та виявлення маніпулятивних впливів у сучасному медіапросторі. Комплексне використання посібника та гейміфікованого елементу формує цілісну модель навчання, що поєднує інтерактивну практику з аналітичною глибиною.

Отримані результати підтверджують адаптивність розроблених освітніх матеріалів до різних форматів організації навчального процесу — аудиторного, змішаного та дистанційного. Це розширює можливості їх практичного застосування в умовах цифровізації освіти та підвищує їхню актуальність для сучасної журналістської підготовки.

Таким чином, проведене дослідження доводить, що інтеграція гейміфікації та системного навчально-методичного забезпечення є ефективним шляхом модернізації журналістської освіти. Запропоновані підходи сприяють формуванню професійно компетентного, критично мислячого та медіаграмотного фахівця, здатного адаптуватися до динамічних викликів сучасного інформаційного суспільства, що визначає практичну цінність і наукову значущість виконаної роботи.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Гандзюк, В. (2025), “Особливості застосування інтерактивних методів навчання у викладанні журналістських дисциплін для здобувачів вищої освіти”, *Collection of Scientific Papers with the Proceedings of the 3rd International Scientific and Practical Conference «New Horizons in Scientific Research: Challenges and Solutions» (March 31 – April 2, 2025. Marseille, France). European Open Science Space*, pp. 121-124.
2. Гандзюк, В. О., Каленич, В. М., Гальчак, С. Д. (2025), *Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю як освітньо-науковий осередок формування медіафахівців: досвід і перспективи*: монографія, Видавничий дім «Гельветика», Одеса, 148 с.
3. Гандзюк, В. О., Одобецька, І. С. (2025), “Роль, значення та практичні аспекти впровадження медіаграмотності в університетській освіті: з досвіду Вінницького

- державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського”, *Інформаційна грамотність в умовах воєнного стану: обробка, захист та презентація даних: матеріали всеукраїнського науково-педагогічного підвищення кваліфікації, 2 грудня – 12 січня 2025 року*. Львів – Торунь, Liha-Pres, 188 с.
4. Гандзюк, В. О. (2025), “Актуальні проблеми та перспективи підготовки журналістів у закладах вищої освіти”, *Журналістика й мистецтво слова: збірник наукових статей*, гол. редактор Т. О. Цепкало; Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського, Вип. 17, ТОВ «Меркьюрі-Поділля», с. 7-11.
 5. Гандзюк, В. О., Одобецька, І. С. (2025), *Читати між рядків: практикум із медіа-грамотності*, ВДПУ імені Михайла Коцюбинського, 74 с.
 6. Ключко, А. О., Прокопенко, А. А. (2021), “Використання інструментів гейміфікації в освітньому процесі”, *Міжнародна науково-практична конференція «Дослідження різних напрямків розвитку психології та педагогіки»*, Одеса, с. 111-113.
 7. Коваленко, О.О., Паламарчук, С. А. (2023), *Моделі гейміфікації в системах управління навчанням*: монографія, ВНТУ, Вінниця, 85 с.
 8. Ткаченко, О. (2015), “Гейміфікація освіти: формальний і неформальний простір”, *Актуальні питання гуманітарних наук*, Вип. 11, с. 303-309 : [Електронний ресурс]. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apgnd_2015_11_45 (дата звернення: 14.06.2025)
 9. Werbach, K., & Hunter, D. (2012), “Gamification: How game elements motivate behavior”, *In The gamification of learning and instruction: Game-based methods and strategies for training and education*, pp. 3-31, Pfeiffer.

REFERENCES

1. Handziuk, V. (2025), “Osoblyvosti zastosuvannya interaktyvnykh metodiv navchannia u vykladanni zhurnalistskykh dystsyplin dlia zdobuvachiv vyshchoi osvity”, *Collection of Scientific Papers with the Proceedings of the 3rd International Scientific and Practical Conference «New Horizons in Scientific Research: Challenges and Solutions»* (March 31 – April 2, 2025, Marseille, France), European Open Science Space, pp. 121–124.
2. Handziuk, V. O., Kalenych, V. M., Halchak, S. D. (2025), *Kafedra zhurnalistyky, reklamy ta zviazkiv z hromadskistiu yak osvitno-naukovyi oseredok formuvannia mediafakhivtsiv: dosvid i perspektyvy*: monohrafiia, Vydavnychiy dim «Helvetyka», Odesa, 148 p.
3. Handziuk, V. O., Odobetska, I. S. (2025), “Rol, znachennia ta praktychni aspekty vprovadzhennia mediahramotnosti v universytetskii osviti: z dosvidu Vinnytskoho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu imeni Mykhaila Kotsiubynskoho”, *Informatsiina hramotnist v umovakh voiennoho stanu: obrobka, zakhyst ta prezentatsiia danykh: materialy vseukrainskoho naukovogo-pedahohichnoho pidvyshchennia kvalifikatsii, 2 hrudnia – 12 sichnia 2025 roku*, Lviv – Torun, Liha-Pres, 188 p.
4. Handziuk, V. O. (2025), “Aktualni problemy ta perspektyvy pidhotovky zhurnalistiv u zakladakh vyshchoi osvity”, *Zhurnalistyka y mystetstvo slova: zbirnyk naukovykh statei*, hol. red. T. O. Tsepkało; Vinnytskyi derzhavnyi pedahohichnyi universytet imeni Mykhaila Kotsiubynskoho. Issue 17, TOV «Merkiuri-Podillia», pp. 7–11.
5. Handziuk, V. O., Odobetska, I. S. (2025), *Chytaty mizh riadkiv: praktykum iz media-hramotnosti*, VDPU imeni Mykhaila Kotsiubynskoho, 74 p.

6. Klochko, A. O., Prokopenko, A. A. (2021), “Vykorystannia instrumentiv heimifikatsii v osvithnomu protsesi”, *Mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia “Doslidzhennia riznykh napriamkiv rozvytku psykholohii ta pedahohiky”*, Odesa, pp. 111–113.
7. Kovalenko, O. O., Palamarchuk, S. A. (2023), *Modeli heimifikatsii v systemakh upravlinnia navchanniam*: monohrafiia, VNTU, Vinnytsia, 85 p.
8. Tkachenko, O. (2015), “Heimifikatsiia osvity: formalnyi i neformalnyi prostir”, *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk*, Issue 11, pp. 303–309. [Elektronnyi resurs]. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apgnd_2015_11_45 (data zvernennia: 14.06.2025).
9. Werbach, K., Hunter, D. (2012), “Gamification: How game elements motivate behavior”, In *The Gamification of Learning and Instruction: Game-Based Methods and Strategies for Training and Education*, pp. 3–31, Pfeiffer.

**INTERACTIVE GAMIFIED EDUCATIONAL ELEMENTS
IN THE TRAINING OF FUTURE JOURNALISTS
(BASED ON THE EXAMPLE OF 'JOURNALISM'
EDUCATIONAL PROGRAM OF MYKHAILO KOTSIUBYNSKYI
STATE PEDAGOGICAL UNIVERSITY OF VINNYTSIA)**

Iryna Odobetska

Mykhailo Kotsiubynskyi State Pedagogical University of Vinnytsia

Kn. Ostrozkyi Str., 32, Vinnytsia, Ukraine, 21001

e-mail: odobetska99@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0006-2265-1842>

The article examines the experience of implementing interactive gamified educational elements in the professional training of future journalists, using the educational program 'Journalism' at Mykhailo Kotsiubynskyi State Pedagogical University of Vinnytsia as a case study. The relevance of the research is determined by the need to modernise journalism education in response to the digital transformation of the media sphere, the growing demand for practice-oriented learning, and the necessity to increase student motivation and engagement.

The study focuses on gamification as a pedagogical approach that integrates game mechanics into the educational process in order to enhance learning outcomes, stimulate cognitive activity, and support the development of professional competencies. Particular attention is paid to the use of creative and interactive formats, including educational comics, a gamified board game based on journalistic terminology, and digital tools such as online platforms and collaborative services. These elements are analysed as components of a holistic learning environment that combines theoretical knowledge with practical application.

The article describes the stages of designing and implementing gamified educational products, emphasising their role in developing professional language competence, critical thinking, teamwork skills, and the ability to operate effectively under time constraints. The use of visual storytelling and game-based interaction encourages students to reinterpret academic content, actively engage with journalistic concepts, and apply them in simulated professional situations. This approach contributes to deeper understanding, better retention of material, and the formation of media-related analytical skills.

The findings demonstrate that the integration of gamified elements into the educational program enhances student motivation, fosters creative and communicative abilities, and supports a learner-centered model of education. Gamification is presented not merely as a tool for increasing engagement, but as an effective didactic mechanism that strengthens the practical orientation of journalism education and aligns academic training with the realities of contemporary media practice.

Keywords: gamification, journalism education, educational program 'Journalism', interactive teaching methods, professional competencies, Mykhailo Kotsiubynskyi Vinnytsia State Pedagogical University.

Отримано редакцією видання / Received: 19.12.2025

Прорецензовано / Revised: 20.12.2025

Схвалено до друку / Accepted: 22.12.2025

Опубліковано на сайті видання / Published on the publication's website: 29.01.2026

МЕДІАПРАВО

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2026: 58; 220–230 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2026.58.13924>

УДК 342.7:347.78:316.77:355.4

ПРАВОВА МЕЖА ДОПУСТИМОСТІ ВОЄННОГО КОНТЕНТУ У МЕДІА ТА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Наталія Шайда

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

*e-mail: nataliia.shaida@lnu.edu.ua
<https://orcid.org/0009-0003-3322-6583>*

У статті проаналізовано правову межу допустимості воєнного контенту у медіа та соціальних мережах у контексті сучасного українського інформаційного простору. Розкрито нормативні та етичні обмеження, ризики поширення чутливої інформації та значення правового регулювання для забезпечення інформаційної безпеки держави.

Ключові слова: контент, медіаправо, соціальні мережі, правове регулювання, журналістика воєнного часу.

Постановка проблеми. В умовах повномасштабної війни, розв'язаної російською федерацією проти України, питання поширення військового контенту в медіа та соціальних мережах набуло критичної актуальності. Воєнний медіаконтент став одним із найвпливовіших чинників формування суспільної свідомості в умовах повномасштабної збройної агресії проти України. Його обіг у медіа та соціальних мережах безпосередньо впливає на інформаційну безпеку держави, психологічний стан громадян, ефективність стратегічних комунікацій та рівень суспільної стійкості.

Медійний простір став невід'ємною частиною збройного конфлікту, перетворившись на поле битви за свідомість та інформаційну безпеку. Неконтрольоване або недбале висвітлення військових подій, переміщення військ, наслідків обстрілів чи роботи протиповітряної оборони (ППО) несе пряму загрозу національній безпеці, життю військових та цивільного населення. З одного боку, демократичне суспільство вимагає прозорості та оперативного інформування, що є основою права громадян на інформацію, гарантованого Конституцією України. З іншого боку, правовий режим воєнного стану зумовлює необхідність запровадження жорстких обмежень на поширення певних видів інформації, які можуть бути використані ворогом для коригування ударів, деморалізації суспільства або поширення дезінформації. Як зазначає дослідниця Л. Богуш, сучасні медіа в умовах війни «стають як ресурсом

інформування, так і потенційним інструментом впливу на перебіг конфлікту»¹, що зумовлює необхідність чіткої правової регламентації меж допустимості контенту.

У період воєнного стану особливо загострюється питання відповідальності журналістів, блогерів і користувачів соціальних мереж за оприлюднення чутливої інформації. Про це наголошує Г. Красноступ, підкреслюючи, що діяльність блогерів і лідерів думок «набуває ознак суспільної значущості та впливає на безпекові процеси держави»². У відкритому цифровому середовищі, де контент поширюється миттєво, межа між суспільно важливим інформуванням та порушенням правового режиму воєнного стану стає надзвичайно тонкою. Одночасно міжнародні стандарти свободи слова вимагають пропорційності обмежень, що, на думку Л. Тимофєєвої, є ключовим принципом правового регулювання інформації у надзвичайних умовах³.

Метою статті є визначення правової межі допустимості поширення воєнного контенту у медіа та соціальних мережах з урахуванням правових стандартів, а також аналіз практичних викликів, які виникають у цифровому середовищі. **Завдання** дослідження: з'ясувати теоретико-правові засади обмеження інформації під час війни; проаналізувати етичні кодекси та професійні стандарти журналістів щодо висвітлення військових конфліктів; визначити основні види воєнного контенту, поширення якого підпадає під обмеження та окреслити критерії правомірного та неправомірного воєнного контенту; запропонувати рекомендації щодо забезпечення балансу між свободою слова та інформаційною безпекою в умовах війни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій показує, що проблема правової межі допустимості воєнного контенту досліджується у декількох взаємопов'язаних тематичних напрямках: військова журналістика та медіапрактики воєнного часу; етичні та професійні стандарти; інформаційна безпека; правове забезпечення діяльності журналістів; адміністративно-правові механізми захисту свобод; специфіка цифрового середовища, зокрема соцмереж.

Воєнну журналістику та особливості інформаційної роботи у період збройної агресії досліджували вчені К. Акоюн, Л. Богуш, О. Мітчук, Г. Горбенко. Аналіз висвітлення суспільно значущих криз, зокрема революційних подій, продемонстровано у дослідженні О. Мітчук, І. Крупського та В. Прокопця.

Професійні, етичні та ціннісні засади журналістики супроводжуються нормативною джерельною базою такою як: Кодекс професійної етики українського журналіста⁴, Законом України «Про державну підтримку медіа»⁵ та Указ Президента про

¹ Богуш, Л. (2021), «Роль засобів масової інформації у висвітленні збройних конфліктів у світі: теоретичний підхід», *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, т. 32 (71), №4, с. 291–295. URL: <http://surl.li/iytjno>

² Красноступ, Г. (2023), «Блогери: статус, засади діяльності та відповідальності під час правового режиму воєнного стану», *Law of Ukraine / Право України*, №10, с. 138–151. URL: DOI: [10.33498/louu-2023-10-138](https://doi.org/10.33498/louu-2023-10-138)

³ Тимофєєва, Л.Ю. (2023), «Пропорційність обмежень поширення інформації в умовах воєнного режиму», *Вісник Асоціації кримінального права України*, №1 (19), с. 53–69.

⁴ Кодекс професійної етики українського журналіста. Комісія з журналістської етики. URL: <https://cje.org.ua/ethics-codex/>

⁵ Про державну підтримку медіа, гарантії професійної діяльності та соціальний захист журналіста (1997), Закон України від 23 вересня 1997 р. № 540/97-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/540/97-%D0%B2%D1%80#Text>

Раду з питань свободи слова визначають інституційні гарантії діяльності журналістів, включно з механізмами захисту професійних прав у складних умовах. Аксіологічний аспект журналістської діяльності відображено у праці А. Матвійчук, О. Мітчук та І. Сипченко. Правове регулювання і захист свободи слова в умовах надзвичайного стану досліджували Л. Тімофєєва, Є. Соболев та О. Звенигородська. Специфіка цифрового середовища була предметом дослідження Г. Красноступ.

Узагальнення цих наукових позицій демонструє, що питання допустимості воєнного контенту перебуває на перетині кількох дослідницьких напрямів медіапрактик війни, етики, інформаційної безпеки, адміністративного та медіаправа. Однак попри значний обсяг напрацювань недостатньо дослідженими залишаються практичні механізми застосування правових норм до цифрових платформ і користувачів, а також критерії розмежування суспільно корисної інформації та контенту, який може завдати загрози обороні держави.

Методологічна основа дослідження. Методологія дослідження ґрунтується на комплексному поєднанні загальнонаукових і спеціально-правових методів, що дало змогу цілісно проаналізувати правову межу допустимості воєнного контенту у медіа та соціальних мережах у контексті сучасного українського медіапростору. Застосування методу нормативно-правового аналізу дозволило визначити юридичні рамки поширення воєнного контенту, виявити нормативні обмеження, встановлені для журналістів, блогерів і користувачів цифрових платформ, а також зрозуміти логіку запровадження цих обмежень у період збройної агресії. Метод контент-аналізу застосовано до емпіричного матеріалу українського медіапростору. Для дослідження соціальних мереж і цифрових платформ застосовано метод аналізу комунікаційних практик. Метод системного аналізу використано для інтеграції отриманих результатів і встановлення взаємозв'язків між правовими нормами, етичними вимогами, інформаційно-безпековими факторами та практикою модерації контенту в цифровому середовищі. Це забезпечило можливість комплексного бачення межі допустимості воєнного контенту та формування пропозицій щодо вдосконалення правового регулювання. Застосування методологічного комплексу дозволило не лише окреслити теоретичні засади правової регуляції, а й виявити реальні практичні виклики, що постають перед журналістами й користувачами соціальних мереж у сучасних умовах війни, та визначити критерії, за якими контент може розглядатися як допустимий або такий, що становить загрозу національній безпеці.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний інформаційний простір України функціонує в умовах повномасштабної війни та є багатовимірною комунікаційною системою, у якій одночасно діють традиційні медіа, цифрові платформи, соціальні мережі та користувацькі канали. Він характеризується високою динамічністю, фрагментованістю аудиторій і регіональною варіативністю подачі контенту. Воєнний контент у цьому середовищі не лише інформує, а й конструює суспільні настрої, формує колективні інтерпретації подій та відображає специфіку сприйняття війни в окремих регіонах.

Особливістю українського інформаційного простору є його регіональна локаційна залежність, яка впливає на інтенсивність та характер вироблення контенту. У прифронтових областях комунікація зорієнтована на оперативність, фіксацію подій, попередження населення та документування військової реальності. У центральних і західних регіонах медійна активність спрямована здебільшого на аналітичну ін-

терпетацію, пояснення суспільних процесів, створення підтримувального чи мобілізаційного контенту. Така геокомунікаційна неоднорідність впливає на те, як саме формується та циркулює воєнний контент, особливо в соціальних мережах, де регіональні спільноти мають власні канали, інформаційні маркери та комунікативні пріоритети. Функціонування соціальних мереж посідає ключове місце у цьому інформаційному середовищі, оскільки вони (соціальні мережі) створюють умови для миттєвої генерації, масштабування та модифікації воєнного контенту, а також для його інтерпретації аудиторією. Вони формують нову модель комунікації, у якій кожен користувач стає потенційним виробником даних, що можуть містити чутливу військову інформацію. У цих умовах взаємодія між контентом і аудиторією відбувається не за лінійною схемою «медіа → споживач», а у форматі багатоканального обміну, який ускладнює контроль за поширенням воєнних матеріалів.

Специфіка функціонування сучасного українського інформаційного простору його швидкість, географічна диференційованість, домінування цифрових платформ і активність користувацького контенту визначає потребу у правовій регламентації меж допустимості воєнної інформації. Лише врахувавши реальну структуру та динаміку інформаційних потоків, можна окреслити, де проходить межа між суспільно корисним інформуванням і контентом, що становить загрозу обороні держави.

Правова межа допустимості воєнного контенту в медіа є комплексною категорією, що поєднує нормативні приписи, етичні вимоги та особливості функціонування сучасного українського інформаційного простору. Її сутність полягає у визначенні таких параметрів поширення воєнної інформації, які не створюють загрози для обороноздатності та безпеки держави, життя військових і цивільних, а також не порушують стратегічні комунікаційні процеси. У наукових дослідженнях підкреслюється, що воєнний контент у цифрову добу виступає не лише результатом журналістської діяльності, а й інструментом впливу на хід збройного протистояння та стан суспільної свідомості (Акопян; Богуш, с. 292). Тому правове регулювання не може зводитися до заборон: воно спрямоване на забезпечення балансу між інформуванням та безпековими потребами держави.

Обґрунтування необхідності встановлення таких меж впливає з їхньої безпечної природи. Українське законодавство визначає, що інформація, здатна завдати шкоди обороні або стати елементом ворожих інформаційно-психологічних операцій, підлягає обмеженню, що узгоджується з принципом пропорційності, на який звертає увагу Л. Тимофєєва⁶, підкреслюючи важливість ретельного зважування між свободою слова та ризиками у воєнний час. Етичний вимір меж задається також Кодексом професійної етики українського журналіста, який наголошує на обов'язку не завдавати шкоди національній безпеці й гарантувати відповідальність під час висвітлення тем війни.

Емпіричний аналіз стану українського медіапростору підтверджує практичну актуальність таких обмежень. Дослідження Інституту масової інформації фіксують численні випадки передчасного поширення фото- і відеоматеріалів з місць обстрілів, демонстрації роботи ППО чи переміщення техніки, що створює ризики коригування

⁶ Тимофєєва, Л. Ю. (2023), «Пропорційність обмежень поширення інформації в умовах воєнного режиму», *Вісник Асоціації кримінального права України*, № 1 (19), с. 53–69.

ударів противником⁷. У цифрових платформах ці ризики зростають: соціальні мережі, особливо Telegram, стають простором неконтрольованої циркуляції чутливої інформації, де швидкість заміщує верифікацію, а анонімність сприяє масштабуванню дезінформаційних потоків⁸. Дослідники наголошують, що саме користувацький контент, а не професійна журналістика, найчастіше стає джерелом небезпечних витоків інформації, оскільки аудиторія не завжди усвідомлює правові та етичні наслідки публікацій.

У цьому контексті правова межа допустимості воєнного контенту виконує не лише обмежувальну, а й стабілізаційну та виховну функції. Вона формує інформаційну дисципліну, сприяє підвищенню критичного сприйняття контенту та захищає суспільство від панічних настроїв, що є однією з цілей ворожих інформаційних атак. Дослідження щодо трансформації українського інформаційного суспільства показують, що комунікаційне середовище стає все більш емоційно насиченим, швидким і алгоритмічно керованим, що збільшує вплив контенту на аудиторію⁹. У межах такої екосистеми нормативно визначені обмеження стають інструментом захисту не лише держави, а й психологічної стійкості громадян.

Правова межа допустимості воєнного контенту є необхідною складовою безпечного функціонування інформаційного простору України. Вона дозволяє поєднати право суспільства на отримання достовірної та своєчасної інформації з потребою держави захищати життя людей і зберігати інформаційну перевагу в умовах війни. Це робить її невід'ємним елементом інформаційної культури та відповідальної комунікації у період збройного протистояння.

Нормативно-правовий аналіз дає змогу окреслити межі правомірного поширення воєнного контенту в українському медіапросторі, де свобода слова коригується вимогами безпеки, визначеними законодавством. Закон України «Про інформацію» встановлює, що інформація, поширення якої здатне завдати шкоди обороноздатності та безпеці держави, підлягає обмеженню. Закон «Про медіа» конкретизує відповідальність редакцій, журналістів і медіаорганізацій за оприлюднення чутливих даних, а Закон «Про правовий режим воєнного стану» визначає особливі обмеження щодо розкриття відомостей про переміщення військових підрозділів, наслідки атак чи технічні характеристики оборонних об'єктів. Норми щодо гарантій діяльності журналістів, визначені у Законі України «Про державну підтримку медіа»¹⁰, підкреслюють, що навіть за умов обмежень держава зобов'язана забезпечувати належні умови для професійної роботи медіа, але в межах правового режиму, встановленого воєнним часом.

Аналізуючи правові норми у їх взаємозв'язку, можна стверджувати, що законодавець будує механізм допустимості контенту на принципі пропорційності, який,

⁷ «Новини під час війни. Аналіз професійних стандартів провідних онлайн-медіа в грудні 2023 року» (2023), *Інститут масової інформації*. URL: <http://surl.li/pfoehx>

⁸ «How journalists can address misinformation on Telegram (2021), *Reuters Institute for the Study of Journalism*. URL: <http://surl.li/nngcea>

⁹ Мітчук, О. та Горбенко, Г. (2024), «Сучасне інформаційне суспільство та новий період журналістики», *Образ*, вип. 1 (44), с. 150–157. URL: DOI: [https://doi.org/10.21272/Obraz.2024.1\(44\)-150-157](https://doi.org/10.21272/Obraz.2024.1(44)-150-157)

¹⁰ *Про державну підтримку медіа, гарантії професійної діяльності та соціальний захист журналіста* (1997), Закон України від 23 вересня 1997 р. № 540/97-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/540/97-%D0%B2%D1%80#Text>

як слушно зазначає Л. Тимофєєва, є ключовим критерієм визначення правомірності обмеження свободи слова¹¹. Цей принцип вимагає, щоб обмеження застосовувалися лише тоді, коли інформація може становити реальну загрозу обороні, життю військових або цивільних, а також коли мету безпеки неможливо досягнути менш інтенсивними засобами. Відтак нормативна база не передбачає тотальної цензури, а натомість запроваджує специфічні категорії інформації, що підлягають обмеженню: дані про дислокацію військ, планування операцій, результати ударів до публікації офіційних джерел, а також матеріали, які можуть сприяти поширенню панічних настроїв або дезінформації.

У цьому контексті важливою є позиція етичного саморегулювання. Кодекс професійної етики українського журналіста наголошує, що журналіст зобов'язаний «не завдавати шкоди національній безпеці» та уникати ситуацій, у яких контент може становити загрозу життю людей [Кодекс професійної етики]. Це положення повністю корелює з міжнародними стандартами, згідно з якими свобода слова має обмеження, якщо йдеться про захист інших фундаментальних прав.

Для виявлення практичних проявів порушення межі допустимого воєнного контенту ми використовували метод контент-аналізу емпіричних матеріалів українського медіапростору. Моніторинг Інституту масової інформації демонструє, що типовими порушеннями є передчасні публікації фото- та відеоматеріалів з місць обстрілів, де фіксуються деталі роботи ППО, масштаби руйнувань та маршрут руху спецтехніки. Як зазначають аналітики, значна частина таких матеріалів «з'являється раніше, ніж надходять офіційні дані, що може створювати ризики для сил оборони»¹². ІМІ фіксує також приклади, коли журналісти або редакції, прагнучи оперативності, нехтують необхідністю перевірки походження відео з фронту, що сприяє поширенню маніпулятивних матеріалів та фейкових повідомлень.

Аналіз комунікаційних практик у цифрових платформах показує, що найбільш ризиковим середовищем для неконтрольованого поширення воєнного контенту є соціальні мережі, насамперед Telegram, TikTok та Facebook. Особливістю Telegram є те, що користувацький контент часто подається як «ексклюзив» без верифікації, а анонімні канали можуть транслювати інформаційні атаки. Reuters Institute вказує, що журналісти повинні активно впроваджувати стратегії перевірки джерел, оскільки саме Telegram «є простором, де дезінформація поширюється швидше, ніж у традиційних медіа»¹³. Аналіз практик TikTok демонструє інший вимір проблеми: швидкість циркуляції відеоконтенту та алгоритмічна перевага емоційних матеріалів створюють високі ризики ненавмисного поширення чутливої військової інформації.

Одночасно з цим важливо враховувати феномен цифрових лідерів думок. Як зазначає Г. Красноступ, діяльність блогерів у період воєнного стану часто має суспільно значущий характер, проте залишається поза правовим полем, оскільки їх статус

¹¹ Тимофєєва, Л.Ю. (2023), «Пропорційність обмежень поширення інформації в умовах воєнного режиму», *Вісник Асоціації кримінального права України*, №1 (19), с. 53–69.

¹² «Новини під час війни. Аналіз професійних стандартів провідних онлайн-медіа в грудні 2023 року» (2023), *Інститут масової інформації*. URL: <http://surl.li/pfoehx>

¹³ «How journalists can address misinformation on Telegram» (2021), *Reuters Institute for the Study of Journalism*. URL: <http://surl.li/nngeca>

відрізняється від статусу професійних журналістів¹⁴. Водночас їхні канали можуть мати аудиторію, значно більшу за традиційні медіа, що посилює загрози поширення чутливої інформації.

Застосування системного аналізу дало змогу інтегрувати нормативно-правові, етичні та емпіричні дані у цілісну картину. Поєднання норм законодавства, положень професійної етики та практики модерації контенту у цифровому середовищі дозволяє виокремити ключові критерії допустимості воєнного контенту: відсутність ризику для оборонних операцій; відповідність принципу пропорційності; перевіреність джерел; дотримання етичних норм щодо приватності та гідності цивільних і військових; узгодженість із правилами взаємодії з військовими структурами¹⁵.

Комплексний аналіз також дає змогу виявити прогалини у правовому регулюванні. Зокрема, відсутність чіткого статусу блогерів, неоднозначність відповідальності адміністраторів каналів у соціальних мережах, недостатність механізмів контролю за алгоритмічним поширенням контенту та складність реагування держави на масовий користувацький контент створюють виклики, які вимагають оновлення нормативної бази.

Сучасна функціональна правова межа допустимості воєнного контенту є багатовимірною категорією, що інтегрує правові обмеження, етичні стандарти, інформаційно-безпекові ризики та особливості цифрових комунікаційних практик є не досконалою. Її дотримання залежить не лише від нормативної визначеності, а й від професійної відповідальності журналістів, цифрових платформ та аудиторії, а також від здатності держави підтримувати баланс між свободою слова і національною безпекою.

Результати і перспективи подальших досліджень. Отримані результати засвідчили, що правова межа допустимості воєнного контенту в українському інформаційному просторі формується у взаємодії трьох ключових компонентів: нормативно-правових обмежень, етичних стандартів та цифрових комунікаційних практик. Аналіз медіаматеріалів і соціальних мереж показав, що найбільші порушення виникають у середовищах із високою швидкістю поширення інформації, де користувачі не усвідомлюють правових наслідків публікації чутливих даних. Системний характер виявлених ризиків доводить необхідність удосконалення державної політики щодо регулювання контенту у воєнний час, а також розроблення чіткіших правил для блогерів і адміністраторів онлайн-спільнот.

Перспективи подальших досліджень полягають у глибшому аналізі алгоритмічної модерації платформ, вивченні механізмів швидкого реагування на появу небезпечного контенту та розробленні моделей співрегулювання держави й цифрових сервісів. Окремого наукового опрацювання потребують питання відповідальності користувачів, стандарти для нових медіаформ та способи підвищення рівня інформаційної грамотності аудиторії у період війни.

¹⁴ Красноступ, Г. (2023), «Блогери: статус, засади діяльності та відповідальності під час правового режиму воєнного стану», *Law of Ukraine / Право України*, №10, с. 138–151. DOI: [10.33498/loou-2023-10-138](https://doi.org/10.33498/loou-2023-10-138)

¹⁵ «Правила для журналістів щодо поведінки з військовими» (2023), *Інститут масової інформації*. URL: <http://surl.li/sgkrhl>

Висновки. Дослідження підтвердило, що правова межа допустимості воєнного контенту в українському медіапросторі визначається комплексом взаємодіючих чинників, серед яких ключову роль відіграють нормативно-правові приписи, етичні стандарти журналістики та особливості комунікаційних процесів у цифрових середовищах. Воєнний контент функціонує в умовах високої інформаційної динаміки, регіональної специфіки подачі матеріалів і активізованого користувацького виробництва даних, що вимагає від журналістів і аудиторії підвищеної відповідальності.

Нормативний аналіз засвідчив, що українське законодавство вибудоване за принципом пропорційності обмежень і спрямоване на запобігання розголошенню інформації, здатної зашкодити обороноздатності держави. Водночас емпіричні дані підтвердили існування системних ризиків у соціальних мережах, де швидкість поширення повідомлень та відсутність належної верифікації створюють умови для появи матеріалів, які можуть ставати небезпечними.

Синтез правових, етичних та інформаційно-безпекових аспектів дозволив виокремити критерії, за якими визначається допустимість поширення воєнного контенту: відсутність загрози військовим операціям, відповідність суспільному інтересу, достовірність та перевіреність даних, дотримання норм взаємодії з військовими структурами, гуманне ставлення до цивільних і військових як об'єктів висвітлення. У цих межах забезпечується баланс між свободою слова та безпекою держави.

Отримані результати засвідчують необхідність подальшого розвитку нормативної бази, посилення практик саморегуляції медіа та формування відповідальної культури користувацького контентотворення. Лише за умов комплексного підходу можливо забезпечити безпечне, достовірне й етично виважене функціонування воєнного контенту в сучасному інформаційному просторі України.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Акопян, К. (2023), *Медіатека воєнного часу: військова журналістика в українсько-російській війні*, Izdevnīcia Baltija Publishing. URL: <http://surl.li/fzlqyd>
2. Богуш, Л. (2021), «Роль засобів масової інформації у висвітленні збройних конфліктів у світі: теоретичний підхід», *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, т. 32 (71), №4, с. 291–295. URL: <http://surl.li/iytjno>
3. *Кодекс професійної етики українського журналіста (б.р.)*, Комісія з журналістської етики. URL: <https://cje.org.ua/ethics-codex/>
4. Красноступ, Г. (2023), «Блогери: статус, засади діяльності та відповідальності під час правового режиму воєнного стану», *Law of Ukraine / Право України*, №10, с. 138–151. URL: DOI: [10.33498/louu-2023-10-138](https://doi.org/10.33498/louu-2023-10-138)
5. Матвійчук, А., Мітчук, О. та Сипченко, І. (2025), «Аксіологічна культура і ціннісний інтелект: значення і перспективи для кризової журналістики», *Інтегровані комунікації*, №1 (19), с. 98–106.
6. Мітчук, О., Крупський, І. та Прокопеч, В. (2025), «Інформаційно-комунікаційні особливості висвітлення подій Революції Гідності (2013–2014 рр.)», *Образ*, вип. 1 (47), с. 99–107. URL: DOI: [https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.1\(47\)-99-107](https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.1(47)-99-107)
7. Мітчук, О. та Горбенко, Г. (2024), «Сучасне інформаційне суспільство та новий період журналістики», *Образ*, вип. 1 (44), с. 150–157. URL: DOI: [https://doi.org/10.21272/Obraz.2024.1\(44\)-150-157](https://doi.org/10.21272/Obraz.2024.1(44)-150-157)

8. «Новини під час війни. Аналіз професійних стандартів провідних онлайн-медіа в грудні 2023 року» (2023), *Інститут масової інформації*. URL: <http://surl.li/pfoehx>
9. Остроухов, В. (б.р.), *Інформаційна безпека*. URL: <http://surl.li/ltpuax>
10. *Правила для журналістів щодо поведінки з військовими* (2023), Інститут масової інформації. URL: <http://surl.li/sgkrhl>
11. *Про державну підтримку медіа, гарантії професійної діяльності та соціальний захист журналіста* (1997), Закон України від 23 вересня 1997 р. № 540/97-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/540/97-%D0%B2%D1%80#Text>
12. *Про Раду з питань свободи слова та захисту журналістів* (2019), Указ Президента України від 6 листопада 2019 р. № 808/2019. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/8082019-30265>
13. Соболь, Є.Ю. та Звенигородська, О.В. (2022), «Основні складові елементи адміністративно-правового забезпечення прав і свобод людини», *Право та правоохоронна діяльність*, №13, с. 70–74, URL: DOI: [10.36550/2522-9230-2022-13-70-74](https://doi.org/10.36550/2522-9230-2022-13-70-74)
14. Стратегії дослідження екранних медіа (2013), за ред. Г. Скрипник, НАН України, Київ, 356 с. URL: https://www.etnolog.org.ua/pdf/ns/ns_2013.pdf
15. Тимофєєва, Л.Ю. (2023), «Пропорційність обмежень поширення інформації в умовах воєнного режиму», *Вісник Асоціації кримінального права України*, №1 (19), с. 53–69.
16. *How journalists can address misinformation on Telegram* (2021), Reuters Institute for the Study of Journalism. URL: <http://surl.li/nngeea>

REFERENCES

1. Akopyan, K. (2023), *War-time Media Library: Military Journalism in the Ukrainian-Russian War*, Izdevnicia Baltija Publishing. URL: <http://surl.li/fzlqyd>
2. Bohush, L. (2021), «The role of mass media in covering armed conflicts in the world: a theoretical approach», *Scientific Notes of TNU named after V.I. Vernadsky. Series: Philology. Journalism*, vol. 32 (71), no. 4, pp. 291–295. URL: <http://surl.li/iytjno>
3. *Code of Professional Ethics of the Ukrainian Journalist* (n.d.), *Commission on Journalistic Ethics*. URL: <https://cje.org.ua/ethics-codex/>
4. Krasnostup, H. (2023), «Bloggers: status, activity principles and liability under martial law», *Pravo Ukrainy / Law of Ukraine*, no. 10, pp. 138–151. URL: DOI: [10.33498/louu-2023-10-138](https://doi.org/10.33498/louu-2023-10-138)
5. Matviichuk, A., Mitchuk, O. & Sypchenko, I. (2025), «Axiological culture and value-based intelligence: meaning and perspectives for crisis journalism», *Integrated Communications*, no. 1 (19), pp. 98–106.
6. Mitchuk, O., Krupskyi, I. & Prokopets, V. (2025), «Information and communication peculiarities of covering the events of the Revolution of Dignity (2013–2014)», *Obraz*, issue 1 (47), pp. 99–107. URL: DOI: [https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.1\(47\)-99-107](https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.1(47)-99-107).
7. Mitchuk, O. & Horbenko, H. (2024), «Modern information society and the new period of journalism», *Obraz*, issue 1 (44), pp. 150–157. URL: DOI: [https://doi.org/10.21272/Obraz.2024.1\(44\)-150-157](https://doi.org/10.21272/Obraz.2024.1(44)-150-157).
8. *Institute of Mass Information* (2023), «News During the War: Analysis of Professional Standards of Leading Online Media in December 2023». URL: <http://surl.li/pfoehx>
9. Ostroukhov, V. (n.d.), *Information Security*. URL: <http://surl.li/ltpuax>

10. Institute of Mass Information (2023), *Rules for Journalists on Communication with the Military*. URL: <http://surl.li/sgkrhl>
11. Verkhovna Rada of Ukraine (1997), *Law of Ukraine «On State Support of Media, Guarantees of Professional Activity and Social Protection of a Journalist»*, 23 September 1997. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/540/97-%D0%B2%D1%80#Text>
12. President of Ukraine (2019), *Decree No. 808/2019 «On the Council on Freedom of Speech and Protection of Journalists»*. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/8082019-30265>
13. Sobol, Ye.Yu. & Zvenyhorodska, O.V. (2022), «Key elements of administrative and legal support of human rights and freedoms», *Law and Law-Enforcement Activity*, no. 13, pp. 70–74. URL: DOI: [10.36550/2522-9230-2022-13-70-74](https://doi.org/10.36550/2522-9230-2022-13-70-74)
14. Skrypnyk, H. (Ed.) (2013), *Strategies for Screen Media Research*, National Academy of Sciences of Ukraine, Kyiv, 356 p. URL: https://www.etnolog.org.ua/pdf/ns/ns_2013.pdf
15. Timofieieva, L.Yu. (2023), «Proportionality of restrictions on information dissemination under martial law», *Bulletin of the Association of Criminal Law of Ukraine*, no. 1 (19), pp. 53–69.
16. Reuters Institute for the Study of Journalism (2021), *How Journalists Can Address Misinformation on Telegram*. URL: <http://surl.li/nngeea>

LEGAL LIMIT OF PERMISSIBILITY OF MILITARY CONTENT IN MEDIA AND SOCIAL NETWORKS

Nataliia Shaida

Ivan Franko National University of Lviv
General Chuprynka Str., 49, Lviv, Ukraine, 79044
e-mail: nataliia.shaida@lnu.edu.ua
<https://orcid.org/0009-0003-3322-6583>

The article examines the legal boundaries of the permissible dissemination of war-related content in the media and social networks in the modern Ukrainian information space. The main goal of the study is to determine the scope and boundaries of the legal circulation of wartime information in digital communication environments, as well as to identify practical challenges arising from the interaction between legal norms, journalistic ethics, platform dynamics and information security requirements during armed conflict. The methodology combines regulatory and legal analysis, content analysis of Ukrainian media products, analysis of communication practices in social networks and system analysis. The results demonstrate that the boundaries of legitimate wartime communication depend on the interaction between legal prohibitions, ethical standards, and the high-speed, decentralised nature of digital information flows. The results of the study identify key categories of content that require restrictions, such as materials revealing military movements, the aftermath of attacks, or operational data, as well as criteria that distinguish between permissible and impermissible wartime information. The conclusions emphasise that effective legal regulation of wartime content should balance freedom of speech with national security imperatives, while strengthening the information literacy of the audience and promoting responsible communication practices. The significance of the study lies in its contribution to the development of media law and information security in Ukraine, offering a comprehensive analytical framework for regulating wartime communication in the digital environment. The results are valuable for politicians, media professionals, scholars, and institutions involved in the formation of sustainable and secure information ecosystems in conditions of armed aggression.

Keywords: wartime content, media law, social networks, legal regulation, information security, military journalism.

Отримано редакцією видання / Received: 09.12.2025

Прорецензовано / Revised: 11.12.2025

Схвалено до друку / Accepted: 22.12.2025

Опубліковано на сайті видання / Published on the publication's website: 29.01.2026

МЕДІАСТИЛІСТИКА

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2026: 58; 231–240 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2026.58.13925>

УДК 811.161.2'373.612.2:070

ПРЕЦЕДЕНТНІ ФЕНОМЕНИ КУЛЬТУРИ ТА ЛІТЕРАТУРИ В МЕДІАТЕКСТІ: КОМУНІКАТИВНО-ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ

Христина Дацишин

*Львівський національний університет імені Івана Франка
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна
e-mail: chrystyna.datsyshyn@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-3308-8307>*

Борис Потятиник

*Львівський національний університет імені Івана Франка
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна
e-mail: borys.potyatynik@lnu.edu.ua
<https://orcid.org/0000-0002-7828-036X>*

Прецедентні феномени можуть бути дієвим інструментом у реалізації різноманітних комунікативних завдань журналіста, дозволяють поглибити взаємодію між автором та реципієнтом друкованого та онлайн-медіатексту на основі діалогу, сприяти формуванню читачької аудиторії як спільноти, стимулювати зацікавленість у поглибленні знань, популяризувати твори культури та літератури.

Ключові слова: медіатекст, масова комунікація, прецедентний феномен, діалог, діалогізація, інтертекстуальність, функції прецедентних феноменів, журналіст.

Постановка проблеми

Ефективна комунікація між журналістом та реципієнтом базується, зокрема, на створенні якісного медіатексту, за яким «стоїть мовна особистість журналіста, його світосприйняття, інтелектуальний рівень, когнітивна здатність»¹. Попри це для медіатексту притаманна інтертекстуальність, яка полягає у його створенні в «процесі ді-

¹ Яцимірська, М., Драган, Н. (2007), «Медіатекст як продукт журналістської творчості (психолінгвістичний аналіз логічного сприйняття та емоцій)», *Вісник Львівського університету, Серія журналістика*, вип. 30, с. 268.

алогу з іншими текстами»². Одним із різновидів інтертекстуальності є використання прецедентних феноменів, які вимагають бази знань журналіста та реципієнта в галузі культури та літератури. Як стверджує В. Михайленко, використання таких елементів «зумовлено прагненням авторів заявити про свою культурну, соціальну, політичну, естетичну позицію, зорієнтувати текст на певну категорію, можливо, трохи розважити її, дискредитувати традиційні цінності й ствердити цінності альтернативні»³.

Комунікативну доцільність використання прецедентних феноменів можна оцінити як негативно, так і позитивно. Існує думка, що фрагменти медіатексту, які вимагають додаткових інтелектуальних зусиль від реципієнтів, є комунікативною перешкодою в сучасних умовах, коли важливе прагнення до швидкості, простоти, неускладненості, орієнтація «на миттєве засвоєння індивідом інформації, а не на її інтерпретацію»⁴; помітною є тенденція до зменшення кількості таких одиниць. М. Триняк зазначає: «Наразі склалася ситуація «замкненого кола»: з одного боку, засоби масмедіа орієнтуються на когнітивну базу споживача і тому істотно «спрощують» свій текст, звільняючи його від усього, що може перешкоджати розумінню, передусім від інтертекстуальних одиниць, з іншого – формують свого майбутнього споживача, який не обтяжений тягарем культури як активної пам'яті людства»⁵.

Справді, прецедентність може сприйматися як перешкода для комунікації за умови недостатнього інтелектуального рівня реципієнта, адже важливою характеристикою якісного журналістського тексту є його зрозумілість. Однак такий підхід у довгостроковій перспективі може призвести до поступової деградації у середовищі як реципієнтів, так творців журналістських текстів, недостатньої запотребованості української та світової культурної спадщини, втрати можливостей для розвитку думки через призму надбань культури та літератури. Щоб цього не сталося, варто усвідомити, що використання прецедентних феноменів може бути корисним для реалізації різноманітних комунікативних завдань.

Мета статті – виявити комунікативні функції прецедентних феноменів у медіатексті. Для досягнення мети передбачено виконати **завдання**: порівняти значення і використання таких одиниць в медіатекстах і в текстах-оригіналах, визначити труднощі, пов'язані з розумінням прецедентних феноменів у медіатексті та особливості їхнього сприйняття, окреслити способи подолання комунікативних перешкод.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

Прецедентні тексти перебувають у фокусі наукових зацікавлень дослідників, які здійснюють їхній філософсько-культурологічний аналіз (М. Триняк⁶), вивчають

² Михайленко, В. (2022), *Теорія твору і тексту: Курс лекцій (електронний посібник)*, Навчально-науковий інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Київ, 130 с. URL: http://labs.journ.univ.kiev.ua/travel_journalism/wp-content/uploads/2022/12/Kurs-lektsiy_Teoriia-tvoru_elektronnyy-posibnyk.pdf, с. 20.

³ Там само, с. 26.

⁴ Триняк, М. (2024), «Прецедентність у невербальних практиках сучасного медіапростору: філософсько-культурологічний аналіз», *Humanities studies: Collection of Scientific Papers*, вип. 20 (97), Видавничий дім «Гельветика», Запоріжжя, с. 127.

⁵ Там само.

⁶ Триняк, М. (2024), «Прецедентність у невербальних практиках сучасного медіапростору: філософсько-культурологічний аналіз», *Humanities studies: Collection of Scientific Papers*, вип. 20 (97), Видавничий дім «Гельветика», Запоріжжя, с. 122–130.

способи введення в текст (О. Полумисна⁷), проводять лінгвістичний аналіз прецедентності та інтертекстуальності як ознаки мови медіа (О. Ільченко⁸). У контексті вивчення сугестивного потенціалу медіадискурсу прецедентні одиниці розглядає І. Богданова⁹; як засіб формування комунікативної компетентності – А. Буднік А. та І. Хижняк¹⁰. Джерела, структуру та рецепцію прецедентних феноменів у заголовках досліджує А. Петренко¹¹, прецедентні феномени в політичному дискурсі аналізує Т. Соловйова¹². Водночас бракує досліджень, які зосереджували б увагу на ролі прецедентних феноменів у діалогізації друкованого та цифрового медіатексту, на функціях цих одиниць, важливих для реалізації різноманітних комунікативних завдань.

Методологічна основа дослідження

У статті використано комплекс методів наукового дослідження. Метод контент-аналізу застосовано для виявлення прецедентних феноменів у медіатекстах, за допомогою методу опитування визначено, наскільки зрозумілими для аудиторії є використані в медіа прецедентні феномени, за допомогою методу порівняння зіставлено прецедентні феномени у медіатекстах та творах-джерелах. Метод аналізу дозволив виявити значення прецедентних феноменів у новому соціально-культурному контексті, метод синтезу було використано для формулювання висновків. Визначення функцій прецедентних феноменів було здійснене завдяки методам спостереження та аналізу мовних явищ, методів структурного аналізу, що показав, як мова структурує думку. Також було застосовано функціональний підхід, який дозволив виокремити функції, гносеологічний підхід, завдяки якому мовні одиниці розглянуто в контексті пізнання і накопичення досвіду автора чи реципієнта медіатексту, культурологічний підхід дав змогу проаналізувати мовні одиниці крізь призму завоювання цінностей.

Дослідження проведене на матеріалі текстів українських медіа «Українська правда» (УП), «Дзеркало тижня» (ДТ), NV впродовж 2024–2025 років.

Виклад основного матеріалу дослідження. До прецедентних феноменів належать цитата, назва тексту, ім'я автора та персонажа¹³. Журналісти використовують

⁷ Полумисна, О. О. (2016), «Прецедентні висловлювання в українських мас-медіа (на прикладі сайтів «Українська правда», «Дзеркало тижня», «Україна молода»)», *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, Серія «Соціальні комунікації»*, вип. 9, с. 16–20.

⁸ Ільченко, О. А. (2012), «Прецедентність як ознака текстів сучасної преси (на матеріалі метафоричних словосполучень)», *Вісник Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди*, Харків, вип. 34, с. 97–100.

⁹ Богданова, І. В. (2016), *Сугестивний потенціал прецедентних одиниць в українському медійному дискурсі початку ХХІ ст.*, Дисертація д. філософ. (035 філол. 03 гуманітарні науки), Вінниця, 191 с.

¹⁰ Буднік, А. О., Хижняк, І. А. (2013), «Прецедентні тексти як засіб формування комунікативної компетенції у мовно-літературній освіті майбутніх словесників», *Science and Education a New Dimension: Pedagogy and Psychology*, vol. 7, pp. 27–31.

¹¹ Петренко, А. С. (2021), *Прецедентні феномени в заголовках сучасних засобів масової комунікації: джерела, структура, рецепція*, дисертація д. філософ. (035 Філологія 03 Гуманітарні науки), К., 332 с.

¹² Соловйова, Т. О. (2022), *Типологія та прагматика прецедентних феноменів в українськомовному політичному дискурсі 2014–2019 рр.*, Дисертація д. філософ. (035 Філологія 03 Гуманітарні науки), Криворізький державний педагогічний університет, Кривий Ріг, 236 с.

¹³ Триняк, М. (2024), «Прецедентність у невербальних практиках сучасного медіапростору: філософсько-культурологічний аналіз». *Humanities studies: Collection of Scientific Papers*, вип. 20 (97), Видавничий дім «Гельветика», Запоріжжя, с. 124.

назви літературних персонажів, які мають чітко окреслені конотації і є впізнаваними для аудиторії, набули усталеного переносного значення. Наприклад, Дон Кіхот як лицар з уявними високими ідеалами, боротьба якого марна, Санчо Панса як носій народного здорового глузду: *Україна на суді історії. Дон Кіхоти і Санчо Панси в формулі нашої ідентичності* (УП, 16.09.25); *армія теракотових воїнів з гробниці імператора Китаю Цінь Ши Хуан-ді як захист монарха: Армія теракотових бовванців. Що змінилось в ОП після нових призначень* (УП, 10.10.24). Складніші для розуміння назви в тексті можуть бути пояснені: *Люди у формі опинилися в ролі Кассандри. Їхнім прогнозам ніхто не вірить, їхні заклики ніхто не чує* (УП, 20.10.24).

Використання загальновідомих прецедентних феноменів робить текст інтелектуально насиченим, створює напругу, що дозволяє регулювати ритмічність. На думку М. Феллера, «заміна слова з бідним поняттєвим змістом словом з багатим поняттєвим змістом... уникнення пояснень логічних зв'язків, які читач може відновити сам, підвищують напругу викладу і передбачають більшу активність сприймання і кваліфікацію читача»¹⁴. Відбувається активізація мисленнєвої та емоційної сфери реципієнта, у якого можуть з'являтися інтелектуально-логічні асоціації чи емоції. Умовою використання і розуміння прецедентних феноменів є відповідний інтелектуальний рівень і база знань як реципієнта, так і журналіста. З огляду на це деякі твори неодноразово стають джерелом прецедентних феноменів, інші ж залишаються поза увагою. Наприклад, кілька заголовків побудовано на назві роману Е. Л. Джеймс «50 відтінків сірого» і знятого за ним фільму: *Війна – 50 відтінків зелено-коричневого* (NV, 12.09.24); *5 відтінків антикорупційного правосуддя* (УП, 05.09.24); назві роману-епопеї Марселя Пруста «У пошуках втраченого часу»: *У пошуках втраченого Дмитрука. Хто і як допоміг нардепу втекти з країни* (УП, 05.09.24); *В пошуках втраченої довіри* (УП, 22.06.24).

Використовуючи прецедентні феномени з менш відомих творів, журналіст виявляє певну інтелектуальну сміливість, демонструє повагу до аудиторії, спільність інтелектуального досвіду, що забезпечує функцію інтелектуальної близькості. Прецедентний феномен стає своєрідною «перепусткою» для входу в інтелектуальний простір медіатексту, маркером-визначником у дихотомії «свій-чужий»: реципієнт є «своїм», якщо здатний розшифрувати фрагмент, зрозуміти його глибші сенси; це можливо для підготовленої аудиторії. Усне опитування 52 студентів другого курсу спеціальності «Журналістика» НУЛП виявило, що троє з них знали книгу Р. П. Воррена «Вся королівська рать» чи знятий за нею фільм (*Уся енергетична рать. Як попри гучні корупційні скандали Галущенко збільшує свій вплив на енергетику України*, УП, 06.09.24), шістьом був знайомий фільм «Жахиття на вулиці в'язів» (*Кошмар на вулиці Буків: Сили оборони вразили три ворожі ЗРК за тиждень*, УП, 05.01.24); по одному впізнали казку С. Лагерлеф «Чудесна мандрівка Нільса Гольгерсона з дикими гусьми» (*Чи довго гратиме сонілка Нільса?* NV, 19.08.25), оркестрову частину «Танець з шаблями» з балету А. Хачатуряна (*Танець із шаблями. Що залишилося за лаштунками легендарної перемоги українських фехтувальниць на Олімпіаді-2024*, NV, 04.08.24) та «Левіафан» Т. Гоббса (*Левіафан воєнного часу*, УП, 23.03.24). Ті сту-

¹⁴ Феллер, М.Д. (2001), «Основні вимоги до структури і тексту повідомлення (стандарти, рекомендації)», *Наукові записки*, Інститут журналістики, Київ, URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=127>

денти, які зуміли розшифрувати прецедентний феномен, зазначали, що мають подібну до авторів текстів зацікавленість книжками й фільмами, наголосили на відчутті гордості за свою ерудицію; інші почали шукати в інтернеті інформацію про твори – джерела прецедентних феноменів.

Усвідомлення реципієнтом здатності інших читачів розшифрувати прецедентні феномени є основою для формування аудиторії як спільноти з подібним запасом знань та спільним досвідом, ідентифікації реципієнта як члена цієї спільноти. «Стійкі вислови... виступають маркерами інтертекстуальних зв'язків, своєрідними культуремами, які викликають певні текстові та позатекстові асоціації»¹⁵, тому на основі здатності зрозуміти зміст прецедентного феномена формується група «своїх», об'єднана спільним досвідом чи знаннями. Поняття «формування спільноти» набуває вужчого змісту, ніж, наприклад, запропоноване в публікаціях І. Михайлина, який пише, що «формуючи громадську думку навколо найважливіших проблем суспільного буття, журналістика сприяє об'єднанню людей за поглядами й інтересами»¹⁶. Наприклад, заголовок *Одіссея лейтенанта Маляревича. Як на війні винайти порох і знайти те, чого не існує* (УП, 14.07.24) дозволяє реципієнтові ідентифікувати себе як людину, яка в дитинстві чи в юнацькому віці захоплювалася пригодами, описаними в романі Р. Сабатіні «Одіссея капітана Блада». Ця функція виявляє приховані маніпулятивні загрози, адже дає змогу утримувати реципієнта в межах спільноти, якої вже не існує, до якої реципієнт фізично ніколи не належав або яку, ймовірно, вже давно би покинув з огляду на обставини. Наприклад, через високочастотне використання цитат із радянських фільмів українські медіа тривалий час штучно формували групу «своїх» на пострадянському просторі¹⁷, унаслідок цього навіть особи, народжені в незалежній Україні, мимоволі ставали частиною групи «радянські люди». Такі прецедентні тексти виявлено і в матеріалах аналізованого періоду, де використано назву радянського фільму 1963 року «Оптимістична трагедія» (*Світ без ідей: оптимістична трагедія*, УП, 10 серп. 2025) чи дитячої книжки та фільму радянських часів «Тимур і його команда» (*Героїні Парижа: Харлан та її Команда. Репортаж з переможного турніру українських шаблісток*, УП, 04.08.24).

Через ці функції реалізується функція діалогізації друкованого та цифрового медіатексту. Насамперед вибудовується діалог автора і читача, які мають спільні знання з літератури та культури, автори «дбають про діалог з читачем, комунікуючи з ним через багату історичну, літературну, народну, фольклорну спадщину»¹⁸. Також це може бути «діалог одного реципієнта з іншим як представників спільноти «своїх», діалог автора журналістського твору з автором літературного чи мистецького твору, діалог читача з автором літературного чи мистецького твору»¹⁹. Додатково в процесі

¹⁵ Там само, с. 200.

¹⁶ Михайлин, І. Л. (2011), *Основи журналістики. Підручник. 5-те вид. перероб. та доп.*, Центр учбової літератури, Київ, с.120.

¹⁷ Дацишин, Х. (2010), «Фразеологізми в заголовках друкованих видань: проблема мовно-культурної ідентифікації», *Теле- та радіожурналістика*, вип. 9, т. 2, с. 200–204.

¹⁸ Табінська, І. (2025), «Прецедентний текст у матеріалах газети «День», *Сучасні медіа: тематично-змістові моделі та трансформації: збірник матеріалів звітної наукової конференції за 2024 рік (секція «Журналістики»)*, ЛНУ, Львів, с. 20.

¹⁹ Дацишин, Х. (2025), «Функції прецедентних текстів зі світової культури та літератури як одного із засобів діалогізації у заголовках друкованих та онлайн-медіа», *Інновації та особливості*

цього діалогу можуть виникати особисті почуття та переживання реципієнта, пов'язані з індивідуальним сприйняттям художнього твору, обставинами, у яких воно відбувалося.

Така багатовекторність діалогу сприяє реалізації ще однієї функції – актуалізувати твір у сучасних умовах, перевести його з пасиву знань (якщо такі є) в актив, стимулювати до нього інтерес. Унаслідок цього твір літератури чи культури виходить за межі інтересу окремих поціновувачів, отримує нове життя, набуває нової актуальності, підтверджуючи саме значення слова «класика» на позначення творів, що описують вічні проблеми і вічні цінності, а тому є актуальними у будь-які періоди історичного розвитку. Використання прецедентних текстів у незмінному або трансформованому вигляді, екстраполяція образів з культури та літератури на реалії сьогодення дає широкі можливості для висловлення думки та інтелектуального розвитку. Прецедентні тексти можуть бути стимулом для розширення бази знань, певною мірою забезпечуючи реалізацію деяких спеціальних функцій журналістики, зокрема, освітньої та культурної (культурутвірної), яка виявляється, зокрема, і в тому, що журналістика є «способом...створення попиту на явища культури та мистецтва»²⁰.

З іншого боку, твір літератури чи культури, який всі знають, про який говорять, легко стає прецедентним феноменом в медіатексті, як, наприклад, назва особливо модної восени 2025 року вистави Національного українського академічного драматичного театру імені Марії Заньковецької за твором Ілларіона Павлюка «Вас цікавить п'ятьма?», що була використана з іншим значенням у заголовку *Вас цікавить п'ятьма? Як Україна опинилася перед загрозою нових блекаутів* (УП, 16.10.25).

Також слід виокремити функцію розважальності. Наприклад, не заглиблюючись в сенси образів чи думок, журналіст в іронічному контексті використовує імена та прізвища письменників чи митців: *Коли природна схильність людини до трижовності... стикається з розділом F міжнародного класифікатора хвороб (психічні розлади та порушення поведінки), то Гомер з Шекспіром нервово курять на балконі і гірко плачуть. Бо куди їм до такого?* (ДТ, 15.08.25). Іронічного відтінку надають назви відомих творів світової літератури, використані у трансформованому вигляді: *На ужгородському напрямку. Пригоди бравого депутата Тищенка* (УП, 15.03.24); мовна гра виявляється у прецедентному тексті, який одночасно актуалізує переносне значення, закладене у творі-джерелі, та пряме значення в сучасних обставинах: *Бій з вітряками. Як вітроенергетика загрожує дикій природі українських Карпат* (УП, 11.02.24).

Результати і перспективи подальших досліджень. Дослідження виявило основні функції прецедентних феноменів у медіатексті: забезпечення інтелектуальної насиченості, напруги медіатексту, демонстрація поваги до реципієнта, поділ на «своїх» і «чужих», формування групи «своїх» як своєрідної спільноти, об'єднаної досвідом та знаннями, ідентифікація реципієнта як члена тієї чи іншої спільноти, діалогізація друкованого та цифрового медіатексту, актуалізація творів культури та

функціонування ЗМІ в демократичному суспільстві: збірник матеріалів XI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, 29 жовтня 2025 р.), Видавництво Львівської політехніки, Львів, с. 43.

²⁰ Михайлин, І. Л. (2011). *Основи журналістики. Підручник. 5-те вид. перероб. та доп.*, Центр учбової літератури, Київ, с. 218.

літератури, розважальність. Перспективним вважаємо поглиблене вивчення окремих функцій, дослідження того, як медіатекст може сприяти формуванню спільноти реципієнтів і того, які засоби в сучасних умовах для цього можна використовувати; як актуалізувати твори української культури та літератури для формування спільноти на основі національних цінностей та культурних надбань.

Висновки. Актуалізація прецедентних феноменів зі світової культури та літератури виявляє не тільки високий рівень мовної майстерності журналіста, а й високий рівень ерудиції. Усвідомлення функцій прецедентних феноменів дає журналістові додаткові інструменти реалізації комунікативних стратегій, що дозволяють поглибити взаємодію між автором та реципієнтом друкованого та онлайн-медіатексту на основі діалогу, сприяти формуванню читацької аудиторії як спільноти. Також з'являються нові можливості щодо популяризації творів літератури та культури, формування зацікавленості читацької аудиторії у розвитку знань.

«Зачароване коло» зниження інтелектуального рівня журналістських творів можна розірвати, пропонуючи розшифрування прецедентного феномена через гіперпосилання (в цифровому медіатексті) чи примітку (як в друкованому, так і в цифровому медіатексті). Це не надто збільшить час читання, але сприятиме розширенню бази знань реципієнта і реалізації комунікативних переваг, які забезпечує використання прецедентних феноменів.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Богданова, І. В. (2016), *Сугестивний потенціал прецедентних одиниць в українському медійному дискурсі початку XXI ст.*, Дисертація д. філософ. (035 філол. 03 гуманітарні науки), Вінниця, 191 с.
2. Буднік, А. О., Хижняк, І. А. (2013), «Прецедентні тексти як засіб формування комунікативної компетенції у мовно-літературній освіті майбутніх словесників», *Science and Education a New Dimension: Pedagogy and Psychology*, vol. 7, pp. 27–31.
3. Дацишин, Х. (2010), «Фразеологізми в заголовках друкованих видань: проблема мовно-культурної ідентифікації», *Теле- та радіожурналістика*, вип. 9, т. 2, с. 200–204.
4. Дацишин, Х. (2025), «Функції прецедентних текстів зі світової культури та літератури як одного із засобів діалогізації у заголовках друкованих та онлайн-медіа», *Інновації та особливості функціонування ЗМІ в демократичному суспільстві: збірник матеріалів XI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, 29 жовтня 2025 р.)*, Видавництво Львівської політехніки, Львів, с. 42–44.
5. Ільченко, О. А. (2012), «Прецедентність як ознака текстів сучасної преси (на матеріалі метафоричних словосполучень)», *Вісник Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди*, Харків, вип. 34, с. 97–100.
6. Михайленко, В. (2022), *Теорія твору і тексту: Курс лекцій (електронний посібник)*, Навчально-науковий інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Київ, 130 с. URL: http://labs.journ.univ.kiev.ua/travel-journalism/wp-content/uploads/2022/12/Kurs-lektsiy_Teoriia-tvoru_elektronnyy-posibnyk.pdf (останній перегляд 25 грудня 2025 р.)
7. Михайлин, І. Л. (2011), *Основи журналістики. Підручник. 5-те вид. перероб. та доп.*, Центр учбової літератури, Київ, 496 с.

8. Петренко, А. С. (2021), *Прецедентні феномени в заголовках сучасних засобів масової комунікації: джерела, структура, рецепція*, дисертація д. філософ. (035 Філологія 03 Гуманітарні науки), К., 332 с.
9. Полумисна, О. О. (2016), «Прецедентні висловлювання в українських мас-медіа (на прикладі сайтів «Українська правда», «Дзеркало тижня», «Україна молода»)», *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, Серія Соціальні комунікації*, вип. 9, с. 16–20.
10. Соловйова, Т. О. (2022), *Типологія та прагматика прецедентних феноменів в українськомовному політичному дискурсі 2014–2019 рр.*, Дисертація д. філософ. (035 Філологія 03 Гуманітарні науки), Криворізький державний педагогічний університет, Кривий Ріг, 236 с.
11. Табінська, І. (2025), «Прецедентний текст у матеріалах газети «День». *Сучасні медіа: тематично-змістові моделі та трансформації: збірник матеріалів звітної наукової конференції за 2024 рік (секція «Журналістики»)*, ЛНУ, Львів, с. 18–20.
12. Триняк, М. (2024), «Прецедентність у невербальних практиках сучасного медіа-простору: філософсько-культурологічний аналіз», *Humanities studies: Collection of Scientific Papers*, вип. 20 (97), Видавничий дім «Гельветика», Запоріжжя, с. 122–130.
13. Феллер, М. Д. (2001), «Основні вимоги до структури і тексту повідомлення (стандарти, рекомендації)», *Наукові записки*, Інститут журналістики, Київ, URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=127> (останній перегляд 29 грудня 2025).
14. Яцимірська, М., Драган, Н. (2007), «Медіатекст як продукт журналістської творчості (психолінгвістичний аналіз логічного сприйняття та емоцій)», *Вісник Львівського університету, Серія журналістика*, вип. 30, стор. 267–276.

REFERENCES

1. Bohdanova, I. V. (2016), *Suggestive potential of precedent units in Ukrainian media discourse of the early 21st century*, PhD diss. (035 Philology 03 Humanities), Vinnytsia, 191 p.
2. Budnik, A. O. & Khyzhniak, I. A. (2013), «Precedent texts as a means of forming communicative competence in language and literary education of future linguists», *Science and Education a New Dimension: Pedagogy and Psychology*, vol. 7, pp. 27–31.
3. Datsyshyn, Kh. (2010), «Phraseologisms in the titles of printed publications: the problem of linguistic and cultural identification», *Tele- and radio journalism*, vol. 9 (2), pp. 200–204.
4. Datsyshyn, Kh. (2025), «Functions of precedent texts from world culture and literature as one of the means of dialogization in the headlines of printed and online media», *Innovations and features of the functioning of the media in a democratic society: collection of materials of the XI International Scientific and Practical Conference (Lviv, October 29, 2025)*, Lviv Polytechnic Publishing House, Lviv, pp. 42–44.
5. Ilchenko, O. A. (2012), «Precedence as a feature of the texts of the modern press (based on metaphorical phrases)», *Bulletin of the Kharkiv National Pedagogical University named after G.G. S. Skovoroda*, Kharkiv, vol. 34, pp. 97–100.

6. Mykhailenko, V. (2022), *Theory of the work and text: Course of lectures (electronic manual)*, Educational and Scientific Institute of Journalism of Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, 130 p. URL: http://labs.journ.univ.kiev.ua/travel_journalism/wp-content/uploads/2022/12/Kurs-lektsiy_Teoriia-tvoru_elektronnyy-posibnyk.pdf (last viewed December 25, 2025).
7. Mykhailyn, I. L. (2011), *Fundamentals of Journalism. Textbook. 5th ed. revised and supplemented*, Center for Educational Literature, Kyiv, 496 p.
8. Petrenko, A. S. (2021), *Precedent phenomena in the headlines of modern mass media: sources, structure, reception*, PhD diss. (035 Philology 03 Humanities), Kyiv, 332 p.
9. Polumysna, O. O. (2016), «Precedent statements in Ukrainian mass media (on the example of the sites “Ukrainska Pravda”, “Dzerkalo Tyzhnia”, “Ukraine Moloda”)», *Bulletin of the V. N. Karazin Kharkiv National University, Series Social Communications*, vol. 9, pp. 16–20.
10. Soloviova, T. O. (2022), *Typology and pragmatics of precedent phenomena in Ukrainian-language political discourse 2014–2019*, PhD diss. (035 Philology 03 Humanities), Kryvyi Rih State Pedagogical University, Kryvyi Rih, 236 p.
11. Tabinska, I. (2025), «Precedent text in the materials of the newspaper “Den”. *Modern media: thematic and content models and transformations: collection of materials of the reporting scientific conference for 2024 (section “Journalism”)*», Lviv National University, Lviv, pp. 18–20.
12. Tryniak, M. (2024), «Precedent in non-verbal practices of the modern media space: philosophical and culturological analysis», *Humanities: Collection of scientific works*, vol. 20 (97), Helvetica Publishing House, Zaporizhzhia, pp. 122–130.
13. Feller, M. D. (2001), «Basic requirements for the structure and text of the message (standards, recommendations)», *Scientific notes*, Institute of Journalism, Kyiv, URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=127> (last viewed December 29, 2025).
14. Yatsymirska, M. & Dragan, N. (2007), «Media text as a product of journalistic creativity (psycholinguistic analysis of logical perception and emotions)», *Bulletin of Lviv University, Journalism Series*, vol. 30, pp. 267–276.

PRECEDENT PHENOMENA OF CULTURE AND LITERATURE IN MEDIA TEXT: COMMUNICATIVE-FUNCTIONAL ASPECT

Khrystyna Datsyshyn

Ivan Franko National University of Lviv
Generala Chyprynky Str. 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: khrystyna.datsyshyn@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-3308-8307>

Borys Potiatynyk

Ivan Franko National University of Lviv
Generala Chyprynky Str. 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: borys.potyatynyk@lnu.edu.ua
<https://orcid.org/0000-0002-7828-036X>

Precedent phenomena could be an important tool in journalism, but recently they have often been perceived as a communicative obstacle; the number of media texts that require additional intellectual effort is decreasing. The consequence of this may be a decrease the journalist's and reader's intellectual level, a loss of opportunities for actualization of meanings through the prism of cultural and literary achievements.

Instead, awareness of the functions of precedent phenomena in mass communication can be useful for achieving various journalistic tasks.

Main objective of the study is to identify the communicative functions of precedent phenomena in media texts. Methodology. The methods of content analysis, comparison, survey, analysis and synthesis, observation, structural analysis; functional epistemological, cultural approaches were used.

Results and conclusions. The study revealed that the functions of precedent phenomena are to ensure intellectual richness, tension of the media text, demonstrate respect for the recipient, divide into "their own" and "alien", form a community of "their own", identify the recipient as a member of this community, dialogize printed and digital media text, update works of culture and literature, and entertain. Precedent phenomena can be effective tools in the implementation of various journalist's communicative tasks, which allows to deepen the interaction between the author and the recipient of printed and online media text based on dialogue, to contribute the formation of the readership as a community, to stimulate interest in deepening knowledge, to popularize works of culture and literature. Possible communicative obstacles associated with difficulties in understanding and deciphering precedent phenomena can be eliminated by using hyperlinks (in digital media text), notes, explanations.

Significance. The results of the study demonstrate to journalists the possibilities of using precedent phenomena to achieve various communicative tasks.

Key words: media text, mass communication, precedent phenomenon, dialogue, dialogization, intertextuality, functions of precedent phenomena, journalist.

Отримано редакцією видання / Received: 26.12.2025

Порецензовано / Revised: 28.12.2025

Схвалено до друку / Accepted: 29.12.2025

Опубліковано на сайті видання / Published on the publication's website: 29.01.2026

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2026: 58; 241–252 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2026.58.13926>

УДК 070.4 + 070.654.197

МАРКЕРИ СПЕЦПРОПАГАНДИСТСЬКОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ ПЕРІОДУ ХОЛОДНОЇ ВІЙНИ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

Анатолій Капелюшний

Львівський національний університет імені Івана Франка
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна
e-mail: anatoliy.kapelyushnyy@lnu.edu.ua
<https://orcid.org/0000-0001-8998-7857>

Олександр Лічманов

Львівський національний університет імені Івана Франка
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна
e-mail: oleksandr.lichmanov@lnu.edu.ua
<https://orcid.org/0009-0001-2017-3457>

У статті проаналізовано маркери спецпропагандистського інструментарію, що застосовувався в період Холодної війни, геополітичного протистояння (1946–1991 рр.). З'ясовано основні компоненти цього інструментарію. Особливу увагу приділено використанню спецпропагандистського інструментарію в сучасному українському медійному дискурсі. Названо основні маркери, що вказують на застосування засобів з цього інструментарію в сучасних журналістських текстах.

Ключові слова: спецпропаганда, спецпропагандистський інструментарій, Холодна війна, медіадискурс, журналістський текст, жанрово-стильовий різновид тексту.

1. Актуальність та постановка проблеми.

Геополітичне протистояння між США та СРСР у другій половині ХХ століття супроводжувалося спецпропагандистськими інформаційно-психологічними операціями, характерними й для нинішніх гібридних війн¹. Варто зазначити, що багато методів, які сьогодні визначають як гібридні – від інформаційних «активних заходів» до використання проксі-сил – були розроблені та випробувані саме в період біполярного світу².

¹ Hoffman, F. G. (2007), *Conflict in the 21st Century: The Rise of Hybrid Wars*, VA, Potomac Institute for Policy Studies, Arlington, 72 p.

² Світова гібридна війна: український фронт: монографія (2017), за заг. ред. В. П. Горбуліна, НІСД, Київ, 496 с. https://shron1.chtyvo.org.ua/Horbulin_Volodymyr/Svitova_hibrydna_viina_ukrainskyi_front.pdf?PHPSESSID=dt8gqja5npula9gnpbjm2k6c1

Актуальність ретроспективного аналізу американських та радянських стратегій у цьому контексті є високою, оскільки розуміння коріння, еволюції та ефективності цих інструментів є ключем до розробки дієвих механізмів протидії сучасним загрозам. Особливо це стосується інформаційно-психологічних інструментів впливу на аудиторію, платформою для яких найчастіше тоді було радіо, тепер для маніпуляцій використовують цифрові медіа та соціальні мережі.

Мета наукової статті – проаналізувати особливості використання компонентів спецпропагандистського інструментарію в сучасному журналістському дискурсі та виявити маркери, які вказують на них.

Предмет дослідження полягає у з'ясуванні впливу спецпропагандистського інструментарію на сучасний український медійний дискурс.

Об'єкт дослідження – тексти сучасних українських публіцистів, оприлюднені на провідних новинних сайтах, які належать до «якісної» журналістики, – «Українська правда» та «Еспресо».

2. Теоретичне підґрунтя. Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Фундаментальні аспекти Холодної війни розкрито у працях Дж. Л. Геддіса³, Г. Кіссінджера⁴ та В. М. Зубка⁵. Концепцію «гібридної війни» розроблено провідними теоретиками, серед яких виокремлюємо таких, як Ф. Гоффман⁶, а в українському контексті – В. П. Горбулін⁷ та Н. І. Полторакова⁸.

Окремі спецпропагандистські інструменти, що є складниками гібридної війни, також стали предметом спеціалізованих досліджень: таємні операції КДБ та «активні заходи» проаналізовані К. Ендрю та В. Мітрохіним⁹, а також Т. Богхардтом¹⁰ на прикладі операції «Інфекція». Культурний вимір протистояння розкрито у працях Ф. С. Сондерс¹¹ та В. Л. Хіксона¹².

Аналіз останніх досліджень (2018–2025 рр.) свідчить про зміщення фокусу на інформаційний та медійний аспекти. Сучасні науковці С. Ажир і К. Валліант¹³ розглядають інформаційну війну в доктрині РФ як перманентний стратегічний процес,

³ Геддіс, Дж. Л. (2017), *Холодна війна: Історія однієї епохи*, вид-во «КМ-Букс», Київ, 360 с.

⁴ Кіссінджер, Г. (2004), *Дипломатія*, Основи, Київ, 891 с.

⁵ Zubok, V. M. (2007), *A Failed Empire: The Soviet Union in the Cold War from Stalin to Gorbachev*, University of North Carolina Press, Chapel Hill, 467 p.

⁶ Hoffman, F. G. (2007), *Conflict in the 21st Century: The Rise of Hybrid Wars*, VA, Potomac Institute for Policy Studies, Arlington, 72 p.

⁷ *Світова гібридна війна: український фронт: монографія* (2017), за заг. ред. В. П. Горбуліна, НІСД, Київ, 496 с. https://shron1.chtyvo.org.ua/Horbulin_Volodymyr/Svitova_hibrydna_viina_ukrainskyi_front.pdf?PHPSESSID=dt8ggja5npula9gnpbjm2k6cl

⁸ Полторакова, Н. І. (2016), “‘Гібридна війна’ як сучасний виклик міжнародній безпеці: теоретичний аспект”, *Вісник Львівського університету. Серія Міжнародні відносини*, вип. 39, с. 25–32.

⁹ Andrew, C., Mitrokhin, V. (1999), *The Sword and the Shield: The Mitrokhin Archive and the Secret History of the KGB*, Basic Books, New York, 700 p.

¹⁰ Boghardt, T. (2009), “Operation INFEKTION: Soviet Bloc Intelligence and Its Active Measures”, *Studies in Intelligence*, vol. 53, no. 4, p. 1–24.

¹¹ Saunders, F. S. (2000), *The Cultural Cold War: The CIA and the World of Arts and Letters*, The New Press, New York, 509 p.

¹² Hixson, W. L. (1997), *Parting the Curtain: Propaganda, Culture, and the Cold War, 1945-1961*, St. Martin's Press, New York, 304 p.

¹³ Ajir, S., Vailliant, K. (2018), “Russia's Military Doctrine and Information Warfare: A Perpetual Strategic Tool”, *Journal of Strategic Studies*, vol. 41, p. 101–125.

що функціонує навіть за відсутності конвенційного конфлікту. Дослідження І. Чуранової¹⁴ та аналітичні звіти CIGI підкреслюють, що гібридна війна інтегрувала новітні цифрові технології та штучний інтелект (AI) для генерації «дипфейків» та маніпуляції громадською думкою, що є прямою еволюцією радянських спецпропагандистських практик. У цьому контексті масмедіа перетворилися на новий тип зброї, лише підкресливши еволюційний зв'язок між інформаційно-психологічними спецпропагандистськими інструментами часів Холодної війни та сучасними цифровими інформаційними операціями.

3. Методологічна основа дослідження.

Дослідження базується на комплексі загальнонаукових та спеціальних методів:

- Системний підхід дозволив розглянути геополітичне протистояння як складну систему взаємопов'язаних гібридних інструментів, зокрема й спецпропагандистських.
- Компаративний метод застосовано для прямого зіставлення спецпропагандистського інструментарію часів Холодної війни та застосування його компонентів у сучасних медіа.
- Історико-генетичний метод використано для простеження еволюції інструментів спецпропаганди.
- Контент-аналіз наукових праць та сучасного медіадискурсу був ключовим у з'ясуванні впливів спецпропагандистського інструментарію на сучасні медіатексти.
- Методи аналізу й синтезу та дедукції застосовано для розгляду конкретних текстів та формування узагальнювальних висновків щодо використання спецпропагандистського інструментарію в сучасному українському медійному дискурсі.

4. Виклад основного матеріалу дослідження.

Спецпропагандистський інструментарій, що досі якоюсь мірою справляє вплив на український медійний дискурс, базується переважно на двох джерелах: на діяльності армійських підрозділів спецпропаганди часів Другої світової війни й на досвіді спецпідрозділів інформаційно-психологічних операцій у геополітичному протистоянні періоду Холодної війни. Геополітичне протистояння 1946–1991 рр. було визначене біполярною архітектурою світу та доктриною «стримування» (Containment)¹⁵, яку сформулював Дж. Кеннан. В умовах ядерного паритету, конфронтацію було перенесено в «сіру зону» – у простір, де військова сила поєднується не лише з економічними, політичними, а й з інформаційними складниками¹⁶.

Радянську спецпропагандистську інформаційну війну централізував та жорстко контролював КДБ, використовуючи термін «активні заходи» (активные мероприятия). Американська гібридна модель базувалася на тріаді «економіка – технології – м'яка сила», тоді як радянська – на тріаді «ідеологія – спецслужби – військово-проксі». Стратегічна перевага США полягала в тому, що її «м'яка сила» та економіч-

¹⁴ Churanova, I. (2024), "The AI Factor in Russian Hybrid Warfare: From Disinformation to Deepfakes", *International Security Review*, vol. 15, no. 3, p. 45–60.

¹⁵ Бовк, Р. В. (2015), "Еволюція зовнішньої політики США: від «стримування» до «розширення»", *Вісник Львівського університету. Серія: Міжнародні відносини*, вип. 37, ч. 2, с. 65–73.

¹⁶ Hoffman, F. G. (2007), *Conflict in the 21st Century: The Rise of Hybrid Wars*, VA, Potomac Institute for Policy Studies, Arlington, 72 p.; Кадоб'янський, П. О. (2017), "Інформаційно-психологічні операції як інструмент зовнішньої політики США та СРСР в період Холодної війни", *Вісник Львівського університету. Серія: Міжнародні відносини*, вип. 42, с. 112–120.

на привабливість створили стійку систему, тоді як централізована та заідеологізована радянська стратегія виявилася крихкою та призвела до системного виснаження.

Сучасна агресія РФ демонструє пряму спадковість радянських «активних заходів», але з використанням новітніх технологій. з метою підризу довіри до демократичних інститутів¹⁷. Кіберсфера стала новим полем для промислового шпигунства та дезінформаційних кампаній, де використання штучного інтелекту (AI) дозволяє генерувати «дипфейки» та посилювати дезінформацію в безпрецедентних масштабах¹⁸.

Підсумовуючи приклади спецпропагандистських вкидів, заходів, кампаній, інформаційних спецоперацій, назвемо й основний, за нашими спостереженнями, тодішній спецпропагандистський інструментарій (без урахування традиційних чотирьох методів спецпропаганди, що увійшли в підручники):

- тенденційний добір відфільтрованих фактів, переважання позитивних фактів про свою діяльність і негативних – про діяльність противника;
- домінування емоційно-оцінних структур у тексті над раціонально-логічними;
- подання одиничних, випадкових фактів як типових з наступним створенням на цій основі наративів, що мають утвердити громадськість держави-противника в думці, нібито саме це явище є панівним у житті країни;
- спершу створення потрібних наративів – умоглядно, безпідставно, базуючись лише на якихось вигаданих вадах противника, – а вже потім підшукування, штучне добирання до них фактів;
- наведення думок відомих людей, моральних авторитетів, інфлюенсерів, селебриті або з невеликою правкою (можливо, навіть в одну літеру), або виголошених із зовсім іншого приводу;
- роздобування за допомогою психологічного тиску або підкупу потрібної думки, цитати від цих людей;
- створення фейкових новин, повідомлень, дипфейків, сцен-постановок і часте повторення їх у різних джерелах для того, щоб переконати аудиторію в їх правдивості;
- навішування ярликів на всіх незгодних, на тих, хто не дотримується їхніх поглядів (усіх опонентів, наприклад, називають фашистами, нацистами, терористами);
- применшення досягнень противника й перебільшування власних успіхів;
- підміна тези або плавне переведення розмови з невигідної теми (наприклад, про те, де противника має успіхи) на вигідну (де противник має лише поразки).

На наш погляд, саме з таким інструментарієм спецпропаганди завершилася ера глобального протистояння в біполярному світі, протистояння часів Холодної війни. Ясна річ, що нинішня російська спецпропаганда широко використовує цей інструментарій, щедро запозичуючи методи й засоби переважно в колишніх радянських спецслужб.

Проте не можемо не зауважити й вплив деяких методів спецпропаганди на журналістику. Звісно, насамперед на українську, бо виникають сумніви щодо того,

¹⁷ Ajir, S., Vaillant, K. (2018), "Russia's Military Doctrine and Information Warfare: A Perpetual Strategic Tool", *Journal of Strategic Studies*, vol. 41, p. 101–125.

¹⁸ Churanova, I. (2024), "The AI Factor in Russian Hybrid Warfare: From Disinformation to Deepfakes", *International Security Review*, vol. 15, no. 3, p. 45–60.

чи є взагалі журналістика в сучасній росії. А що є в ній точно, так це саме пропаганда й спецпропаганда.

Найперше, що впадає в око, так це те, що, на відміну від спецпропаганди, українська журналістика розраховує свій уплив не на «війська й населення противника», а в найкращому випадку на всіх, але здебільшого все-таки на внутрішню аудиторію. Проте й сучасні українські журналісти інколи використовують інструменти спецпропаганди. Зрозуміло, що здебільшого це спричинено суто воєнною мотивацією. Набагато менш популярним був спецпропагандистський інструментарій у медійному середовищі України довоєнного часу.

Використання спецпропагандистського інструментарію в сучасному українському медійному дискурсі має низку специфічних рис. Насамперед частота його застосування чи незастосування взагалі найбільшою мірою пов'язана з двома чинниками.

Перший такий чинник – це специфічні риси, спричинені жанрово-стильовим різновидом дискурсу. Найчастіше окремі засоби спецпропагандистського інструментарію пов'язують із офіційно-інформативним різновидом тексту воєнної тематики. Причому тематика тут не відіграє визначальної ролі. Просто такі тексти здебільшого мають одним зі своїх завдань дезорієнтацію противника. Переважно для таких текстів дібрано фактичний матеріал, що в найкращому вигляді виставляє представників і підрозділи своїх військ. Негативні ж факти замовчують. Наприклад розглянемо офіційно-інформативний текст з «Української правди» за 28 листопада 2025 року «Росіяни атакували Покровський і ще два напрямки фронту понад 100 разів – Генштаб», автором якого є Станіслав Погорілов: «За минулу добу на фронті відбулося 247 бойових зіткнень, найгарячіша ситуація – на Покровському напрямку, який росіяни штурмували 59 разів. Також ворог атакував Лиманський і Костянтинівський напрямки загалом 60 разів.

Джерело: зведення Генштабу ЗСУ».

І далі перелічено докладно відомості про бойові дії на кожному з 14 напрямків. Автор завершує розповідь фразою: «Воїни ЗСУ завдають окупаційним військам відчутних втрат у живій силі та техніці й активно підривають наступальний потенціал ворога у тилу» (УП, 2025, 28 листопада).

Тут ідеться лише про перемоги ЗСУ цього дня. І жодного слова немає про будь-який негатив у діяльності наших частин чи підрозділів, про будь-які проблеми.

Найбільша кількість випадків використання елементів спецпропагандистського інструментарію припадає на інформаційні різновиди текстів, значно менша – на аналітичні.

Другим чинником, що найпомітніше впливає на застосування спецпропагандистського інструментарію в сучасному українському медійному дискурсі є особистість автора, його творча манера. Звісно, будь-який автор надає перевагу тому чи тому жанрово-стильовому різновиду. Та й сам фактологічний матеріал підштовхує журналіста до того, щоб він надав перевагу якомусь певному різновидові тексту, проте все одно риси творчої особистості автора домінують тут над будь-якими іншими частковими, а часом і над випадковими факторами.

Характерним щодо цього є експресивно-публіцистичний текст Віталія Портникова «Війна як ракова пухлина» (Еспресо, 2025, 12 жовтня): «І от ви кажете: є ракова пухлина, її треба вилікувати, потрібна хіміотерапія, якісь агресивні ліки. Інакше

воно буде поширюватися. А хворий вам каже: *«Треба бути дуже обережним, бо невідомо, як подіє хімієтерапія, невідомо, як подіють агресивні ліки, може бути тільки гірше»*. Давайте, мовляв, поп'ємо настоянки й подивимося.

У результаті з'являються метастази. Це історичний процес. Війна починає поширюватися на інші території. Особливо, коли вона перебуває – у воєнному плані – в глухому куті.

Путін не може окупувати територію України. Що, він сам цього не бачить? Бачить, звісно. Як виходити з глухого кута, з погляду агресора? Поширювати війну на більшу територію. Показувати союзникам ворога, що їм може бути гірше, якщо вони не припинять надавати допомогу» (Еспресо, 2025, 12 жовтня).

Багато що пояснює тут покликання на одну з попередніх публікацій Віталія Портникова: **«Читайте також:** Програючи в Україні, Путін відіграється на Європі». Ми починаємо розуміти, що це загальна концепція автора. Загальна теза, щодо якої цей текст є лише одним з аргументів на її підтвердження.

Прикінцеве зауваження автора переносить наголос на те, що будь-якому авторові приємно, коли його передбачення справджуються, його прогнози збуваються: *«Тож це абсолютно нормальний процес – глобалізації великої війни. Це те, про що я говорив у 2022 році: якщо цю війну швидко не зупинити, вона перекинеться на інші території, обов'язково»* (Еспресо, 2025, 12 жовтня).

Щоправда цей прогноз ще не справдився, але автор гадає, що вже справдився.

Якщо говорити про фактологічну базу дискурсу Віталія Портникова, то неодмінно розумієш, що вона є типовою для його журналістських виступів, і звісно, аналітичних. І загалом Віталій Портников чи не найвідоміший український політичний аналітик, лауреат Національної премії України імені Тараса Шевченка в галузі журналістики. Ми аж ніяк не можемо віднести його тексти до інформаційно-аналітичного різновиду, адже в жодному разі їх метою не є інформування аудиторії про якісь факти чи події. У наведеному вище фрагменті тексту також навіть натяків на якісь уже відомі публіці факти чи події немає. Автор базується на узагальнених мало не до абстракції фактах. Причому прямого покликання в тексті, власне, й на такі узагальнені факти немає. А є здогади й висновки автора з цих узагальнених фактів, які й узагальнив-то переважно сам автор. Але все одно читачі розуміють, що все це – правда. І це навіть не питання художньої чи публіцистичної віри, довіри до журналіста. Так, журналіст переконливий, логічно послідовний у своїх роздумах, і читач здебільшого доходить висновку, що він так само, як і автор, думає чи просто так само відчуває ці події та явища. Але й не тільки це. Переважно аудиторія Віталія Портникова знає про його попередні публіцистичні виступи. Якщо сама їх не читала, то чула відгуки про них. І знає, що здебільшого журналіст мав рацію у своїх висновках і прогнозах.

Якщо дуже прискіпливо почати препарувати кожен з таких аналітико-експресивно-публіцистичних структур, якщо мати на меті з усією силою своєї упереженості неодмінно спростувати твердження й передбачення Віталія Портникова, то зробити це буде не дуже й складно, але вже через кілька місяців, а то й тижнів виявиться, що саме він мав рацію. Тому окремі засоби зі спецпропагандистського інструментарію, які нібито виявимо в дискурсі Віталія Портникова, можна буде вже кваліфікувати інакше. До речі, Віталій Портников закінчив факультет журналістики московського держуніверситету в період Холодної війни й здобув військово-облікову спеціальність «Спецпропаганда».

Зовсім інше ставлення до засобів зі спецпропагандистського інструментарію в дискурсі Богдана Буткевича. Наприклад, в експресивно-публіцистичному тексті «Записи Віткоффа-Дмитрієва-Ушакова злили росіяни» (Еспreso. 2025. 26 листопада) використано й конкретний факт, і конспірологічні припущення самого автора. Текст наскрізь суб'єктивний. Дискурс Богдана Буткевича базується на конкретних фактах, але автор щедро долучає до них авторську уяву, домисел:

«Оскільки на всіх розмовах присутній Ушаков, логічно припустити, що слухали саме його [припущення – А.К.].

І слухали саме російські спецслужби. Тому **впевнений на 99 %, що злили – теж** [припущення – А.К.].

Точніше, їх так звана «партія війни». Яка бачить небезпеку в можливому успіху угруповання, яке представляє Дмитрієв. І піднесенні самого Дмитрієва в такому разі [припущення – А.К.].

Ця умовна «партія війни» не хоче зупинки війни, бо під її тлом вони проводять гігантський перерозподіл активів. Забираючи заводи й пароплави у тих, хто далі від Путіна. А гроші на війну потрібні. Тому наразі ріжуть «кормлення» у всіх хоч трохи не лояльних чи не зі своєї клієнтелі [припущення – А.К.].

Ось звідки масові випадіння з вікон і дивні самогубства чиновників, директорів компаній та депутатів [факт – А.К.].

Це не означає, що в рашці є «партія миру» [припущення – А.К.].

Просто умовні ліберал-чекісти, з-поміж яких Дмитрієв, хочуть трошечки менше відкритої війни, щоб підтягти економіку. Ото і вся різниця [припущення – А.К.] (Еспreso, 2025, 26 листопада).

Завершує цей один факт і низку авторських припущень покликання на суто спецпропагандистську заспокійливу для української аудиторії тезу-прогноз очільника Головного розвідувального управління Міністерства оборони України Кирила Буданова: «Тож, я тут погоджуся з оцінкою керівника ГУР Буданова. **Вікно можливостей для реальних домовленостей – лютий**» (Еспreso, 2025, 26 листопада).

Текст цікаво читати, бо яскрава вигадка завжди цікавіша за невиразну, сіру реальність. Авторіві хочеться вірити, бо прогнози Богдана Буткевича сприятливі для України й для кожного читача зокрема, адже аудиторія цього автора – люди, які дбають про незалежну, суверенну, демократичну українську державу. Але водночас читачі розуміють: все це лише думка автора, його припущення.

І суб'єктивний Богдан Буткевич, й об'єктивний Віталій Портников вдаються тією чи тією мірою до використання окремих компонентів спецпропагандистського інструментарію, проте насправді ця міра різна. Незважаючи на воєнний стан, який спонукає до використання таких часто прямолінійних, відвертих і нерідко спеціально експлікованих у тексті спецпропагандистських засобів, їх усе одно набагато менше в сучасному українському медіадискурсі, ніж можна було б припустити. На нашу думку, це саме тому, що такий медіадискурс розрахований насамперед не на «війська й населення противника», а на внутрішньоукраїнську аудиторію. А якраз ця аудиторія найчастіше обізнана з реальними фактами, її не ошукаєш спецпропагандистськими вигадками про біолабораторії, отруйних комарів, жажливих «бендерівців», розіп'ятого «мальчика в трусіках», винищених снігурів кольору прапора РФ тощо. Цій аудиторії треба говорити правду. Після Помаранчевої революції, Революції Гідності, після АТО й ООС, повномасштабного російського вторгнення залиша-

ється небагато шансів на довіру в того автора, який вдаватиметься до «випробуваних» і колись «ефективних» інструментів спецпропаганди. На відміну, до речі, від російської й західноєвропейської аудиторії, на яку ці інструменти поки що впливають. Проте все залежить вирішальною мірою (як ми вище говорили про особистість автора тексту, так і тут) від індивідуального сприйняття кожного читача.

На використання засобів зі спецпропагандистського інструментарію періоду Холодної війни в сучасному українському медіадискурсі вказують переважно такі маркери: тенденційний добір відфільтрованих фактів, переважання позитивних фактів про свою діяльність і негативних – про діяльність противника; домінування емоційно-оцінних структур у тексті над раціонально-логічними; спершу створення потрібних наративів – уможлядно, безпідставно, базуючись лише на якихось вигаданих вадах противника, – а вже потім підшукування, штучне добирання до них фактів. Є й деякі часто повторювані в окремого автора, тобто суто індивідуально-авторські прийоми на кшталт відштовхування від конкретного факту й наступний перехід у сферу власної фантазії й припущень (як у Богдана Буткевича) чи видавання прогнозу, нерідко суто інтуїтивного, який, проте, базується на відомій лише авторові логіці (як у Віталія Портникова) тощо. Але їх не можна вважати маркерами спецпропагандистського інструментарію вищезгаданого періоду.

5. Результати і перспективи подальших досліджень

Практичне значення одержаних результатів полягає в поглибленому розумінні природи й походження деяких журналістських методів у сучасному медіадискурсі. Повернення до колишнього спецпропагандистського інструментарію в російському медійному дискурсі спричинене насамперед особливостями праці в масмедіа рф. Це не журналістська, а спецпропагандистська діяльність. В українських масмедіа помітні лише окремі спецпропагандистські ремінісценції

Надалі, гадаємо, варто варто пильнішу увагу під час досліджень приділяти саме психологічним засадам сприймання журналістського тексту. Варто зосередити увагу на еволююванні колишніх спецпропагандистських методик інформаційно-психологічного впливу в українському масмедійному дискурсі.

6. Висновки

Провівши дослідження маркерів спецпропагандистського інструментарію періоду Холодної війни в сучасному українському медійному дискурсі, доходимо таких висновків:

1. Спецпропагандистський інструментарій періоду Холодної війни налічує низку засобів, які за їх виявлення в сучасному українському медіадискурсі стають маркерами належності до цього інструментарію. Це насамперед такі засоби-маркери: тенденційний добір відфільтрованих фактів, переважання позитивних фактів про свою діяльність і негативних – про діяльність противника; домінування емоційно-оцінних структур у тексті над раціонально-логічними; подання одиничних, випадкових фактів як типових з наступним створенням на цій основі наративів, що мають утвердити громадськість держави-противника в думці, нібито саме це явище є панівним у житті країни; спершу створення потрібних наративів – уможлядно, безпідставно, базуючись лише на якихось вигаданих вадах противника, – а вже потім підшукування, штучне добирання до них фактів; наведення думок відомих людей, моральних авторитетів, інфлюенсерів, селебриті або з невеликою правкою (можливо, навіть в одну літеру), або виголошених із зовсім іншого приводу; роздобування

за допомогою психологічного тиску або підкупу потрібної думки, цитати від цих людей; створення фейкових новин, повідомлень, дипфейків, сцен-постановок і часте повторення їх у різних джерелах для того, щоб переконати аудиторію в їх правдивості; навішування ярликів на всіх незгодних, на тих, хто не дотримується їхніх поглядів (усіх опонентів, наприклад, називають фашистами, нацистами, терористами); применшення досягнень противника й перебільшування власних успіхів; підміна тези або плавне переведення розмови з невигідної теми (наприклад, про те, де противник має успіхи) на вигідну (де противник має лише поразки).

2. Використання спецпропагандистського інструментарію в сучасному українському медійному дискурсі має низку специфічних рис. Насамперед частота його застосування чи незастосування взагалі найбільшою мірою пов'язана з двома чинниками. Перший такий чинник – це специфічні риси, спричинені жанрово-стильовим різновидом дискурсу. Найчастіше окремі засоби спецпропагандистського інструментарію пов'язують із офіційно-інформативним різновидом тексту воєнної тематики. Причому тематика тут не відіграє визначальної ролі. Просто такі тексти переважно мають одним зі своїх завдань дезорієнтацію противника. Переважно для таких текстів дібрано фактичний матеріал, що в найкращому вигляді виставляє представників і підрозділи своїх військ. Негативні ж факти замовчують.

3. Другим чинником, що найпомітніше впливає на застосування спецпропагандистського інструментарію в сучасному українському медійному дискурсі є особистість автора, його творча манера. Звісно, будь-який автор надає перевагу тому чи тому жанрово-стильовому різновиду. Та й сам фактологічний матеріал підштовхує журналіста до того, щоб він надав перевагу якомусь певному різновидові тексту, проте все одно риси творчої особистості автора домінують тут над будь-якими іншими частковими, а часом і над випадковими факторами.

4. Незважаючи на воєнний стан, який спонукає до використання таких часто прямолинійних, відвертих і нерідко спеціально експлікованих у тексті спецпропагандистських засобів, їх усе одно набагато менше в сучасному українському медіадискурсі, ніж можна було б припустити. На нашу думку, це саме тому, що такий медіадискурс розрахований насамперед не на «війська й населення противника», а на внутрішньоукраїнську аудиторію.

5. На використання засобів зі спецпропагандистського інструментарію періоду Холодної війни в сучасному українському медіадискурсі вказують переважно такі маркери: тенденційний добір відфільтрованих фактів, переважання позитивних фактів про свою діяльність і негативних – про діяльність противника; домінування емоційно-оцінних структур у тексті над раціонально-логічними; спершу створення потрібних наративів – уможлядно, безпідставно, базуючись лише на якихось вигаданих вадах противника, – а вже потім підшукування, штучне добирання до них фактів. Є й деякі часто повторювані в окремого автора, тобто суто індивідуально-авторські прийоми. Але їх не можна вважати маркерами спецпропагандистського інструментарію вищезгаданого періоду.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Вовк, Р. В. (2015), “Еволюція зовнішньої політики США: від «стримування» до «розширення»”, *Вісник Львівського університету. Серія: Міжнародні відносини*, вип. 37, ч. 2, с. 65–73.
2. Геддіс, Дж. Л. (2017), *Холодна війна: Історія однієї епохи*, вид-во «КМ-Букс», Київ, 360 с.
3. *Світова гібридна війна: український фронт: монографія* (2017), за заг. ред. В. П. Горбуліна, НІСД, Київ, 496 с. https://shron1.chtyvo.org.ua/Horbulin_Volodymyr/Svitova_hibrydna_viina_ukrainskyi_front.pdf?PHPSESSID=dt8gqja5npula9gnpbjm2k6cl
4. Кадоб'янський, П. О. (2017), “Інформаційно-психологічні операції як інструмент зовнішньої політики США та СРСР в період Холодної війни”, *Вісник Львівського університету. Серія: Міжнародні відносини*, вип. 42, с. 112–120.
5. Кіссінджер, Г. (2004), *Дипломатія, Основи*, Київ, 891 с.
6. Полторакова, Н. І. (2016), “‘Гібридна війна’ як сучасний виклик міжнародній безпеці: теоретичний аспект”, *Вісник Львівського університету. Серія Міжнародні відносини*, вип. 39, с. 25–32.
7. Ajir, S., Vailliant, K. (2018), “Russia’s Military Doctrine and Information Warfare: A Perpetual Strategic Tool”, *Journal of Strategic Studies*, vol. 41, p. 101–125.
8. Andrew, C., Mitrokhin, V. (1999), *The Sword and the Shield: The Mitrokhin Archive and the Secret History of the KGB*, Basic Books, New York, 700 p.
9. Boghardt, T. (2009), “Operation INFEKTION: Soviet Bloc Intelligence and Its Active Measures”, *Studies in Intelligence*, vol. 53, no. 4, p. 1–24.
10. Churanova, I. (2024), “The AI Factor in Russian Hybrid Warfare: From Disinformation to Deepfakes”, *International Security Review*, vol. 15, no. 3, p. 45–60.
11. Hixson, W. L. (1997), *Parting the Curtain: Propaganda, Culture, and the Cold War, 1945-1961*, St. Martin’s Press, New York, 304 p.
12. Hoffman, F. G. (2007), *Conflict in the 21st Century: The Rise of Hybrid Wars*, VA, Potomac Institute for Policy Studies, Arlington, 72 p.
13. Saunders, F. S. (2000), *The Cultural Cold War: The CIA and the World of Arts and Letters*, The New Press, New York, 509 p.
14. Zubok, V. M. (2007), *A Failed Empire: The Soviet Union in the Cold War from Stalin to Gorbachev*, University of North Carolina Press, Chapel Hill, 467 p.

REFERENCES

1. Vovk, R. V. (2015), “Evoliutsiia zovnishnoi polityky SSHA: vid «strymuвання» do «rozshyrennia»”, *Visnyk Lvivskoho universytetu, Serii: Mizhnarodni vidnosyny*, vyp. 37, ch. 2, s. 65–73.
2. Heddis, Dzh. L. (2017), *Kholodna viina: Istoriia odniiei epokhy*, vyd-vo «KM-Buks», Kyiv, 360 s.
3. *Svitova hibrydna viina: ukrainskyi front: monohrafiia* (2017), za zah. red. V. P. Horbulina, NISD, Kyiv, 496 s. https://shron1.chtyvo.org.ua/Horbulin_Volodymyr/Svitova_hibrydna_viina_ukrainskyi_front.pdf?PHPSESSID=dt8gqja5npula9gnpbjm2k6cl

4. Kadobianskyi, P. O. (2017), "Informatsiino-psykholohichni operatsii yak instrument zovnishnoi polityky SShA ta SRSR v period Kholodnoi viiny", *Visnyk Lvivskoho universytetu. Serii: Mizhnarodni vidnosyny*, vyp. 42, s. 112–120.
5. Kissindzher, H. (2004), *Dyplomatiia, Osnovy*, Kyiv, 891 s.
6. Poltorakova, N. I. (2016), "'Hibrydna viina' yak suchasnyi vyklyk mizhnarodnii bezpetsi: teoretychnyi aspekt", *Visnyk Lvivskoho universytetu. Serii Mizhnarodni vidnosyny*, vyp. 39, s. 25–32.
7. Ajir, S., Vailliant, K. (2018), "Russia's Military Doctrine and Information Warfare: A Perpetual Strategic Tool", *Journal of Strategic Studies*, vol. 41, p. 101–125.
8. Andrew, C., Mitrokhin, V. (1999), *The Sword and the Shield: The Mitrokhin Archive and the Secret History of the KGB*, Basic Books, New York, 700 p.
9. Boghardt, T. (2009), "Operation INFEKTION: Soviet Bloc Intelligence and Its Active Measures", *Studies in Intelligence*, vol. 53, no. 4, p. 1–24.
10. Churanova, I. (2024), "The AI Factor in Russian Hybrid Warfare: From Disinformation to Deepfakes", *International Security Review*, vol. 15, no. 3, p. 45–60.
11. Hixson, W. L. (1997), *Parting the Curtain: Propaganda, Culture, and the Cold War, 1945-1961*, St. Martin's Press, New York, 304 p.
12. Hoffman, F. G. (2007), *Conflict in the 21st Century: The Rise of Hybrid Wars*, VA, Potomac Institute for Policy Studies, Arlington, 72 p.
13. Saunders, F. S. (2000), *The Cultural Cold War: The CIA and the World of Arts and Letters*, The New Press, New York, 509 p.
14. Zubok, V. M. (2007), *A Failed Empire: The Soviet Union in the Cold War from Stalin to Gorbachev*, University of North Carolina Press, Chapel Hill, 467 p.

MARKERS OF SPECIAL PROPAGANDA TOOLS FROM THE COLD WAR PERIOD IN THE MODERN UKRAINIAN MEDIA DISCOURSE

Anatoliy Kapelyushnyi

Ivan Franko National University of Lviv
General Chuprynka Str., 49, Lviv, Ukraine, 79044
e-mail: anatoliy.kapelyushnyy@lnu.edu.ua
<https://orcid.org/0000-0001-8998-7857>

Oleksandr Lichmanov

Ivan Franko National University of Lviv
General Chuprynka Str., 49, Lviv, Ukraine, 79044
e-mail: oleksandr.lichmanov@lnu.edu.ua
<https://orcid.org/0009-0001-2017-3457>

The article analyses the markers of the special propaganda toolkit used during the Cold War and geopolitical confrontation (1946–1991). The main components of this toolkit are identified. Special attention is paid to the use of special propaganda tools in modern Ukrainian media discourse. The main markers indicating the use of tools from this toolkit in modern journalistic texts are named.

The purpose of the scientific article is to analyse the features of the use of components of special propaganda tools in modern journalistic discourse and to identify markers that indicate them. The subject of the study is to clarify the influence of special propaganda tools on modern Ukrainian media discourse. The object of the study is the texts of modern Ukrainian publicists published on leading news websites that belong to ‘quality’ journalism – ‘Ukrainian Truth’ and ‘Espresso’.

The practical significance of the results obtained lies in the in-depth understanding of the nature and origin of some journalistic methods in modern media discourse. The return to the former special propaganda tools in Russian media discourse is caused primarily by the peculiarities of work in the Russian mass media. This is not journalistic, but a special propaganda activity. Only isolated special propaganda reminiscences are noticeable in the Ukrainian mass media. In the future, we believe, it is worth paying closer attention during research to the psychological principles of perceiving journalistic texts.

The use of special propaganda tools in modern Ukrainian media discourse has a number of specific features. First of all, the frequency of its use or non-use in general is largely related to two factors. The first factor is the specific features caused by the genre-style variety of discourse. The second factor that most noticeably influences the use of special propaganda tools in modern Ukrainian media discourse is the author’s personality and his creative style.

Keywords: special propaganda, special propaganda tools, Cold War, media discourse, journalistic text, genre-style type of text, creative personality.

Отримано редакцією видання / Received: 11.12.2025

Прорецензовано / Revised: 17.12.2025

Схвалено до друку / Accepted: 22.12.2025

Опубліковано на сайті видання / Published on the publication’s website: 29.01.2026

УДК [070:659.4]:005.92-051:81'373.48'38'42]

КАНЦЕЛЯРИТ У МЕДІАТЕКСТАХ: ПРИЧИНИ ПОЯВИ ТА СПОСОБИ УНИКНЕННЯ

Наталія Лебеденко

Львівський національний університет імені Івана Франка

вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна

e-mail: Nataliya.Mykhaylychenko@lnu.edu.ua

<https://orcid.org/0000-0003-3599-3914>

У статті проаналізовано мову сучасного телевізійного інформаційного медіатексту на використання засобів вираження канцеляриту. Окреслено відмінності між мовними кліше і штампами, причини вживання кліше, штампів, з'ясовано сутність поняття канцелярит та наведено приклади вияву канцеляриту в сучасних медійних текстах на прикладі інформаційного телемарафону «Єдині новини».

Ключові слова: медіатекст, діалогічність, мовні кліше, штампи, канцелярит.

Постановка проблеми. Мова медійних текстів є віддзеркаленням особливостей сучасної української літературної мови. Це основне джерело літературної мови на сьогодні. Тому так важливо дбайливо ставитися до вибору мовних засобів в об'єктивному висвітленні подій та вираженні думок. Науковці, журналісти нерідко наголошують на тому, що потрібно уникати мовних кліше, штампів та канцеляриту в медійних текстах, часто плутаючи ці поняття. В умовах російської військової агресії проти України важливо називати речі об'єктивними назвами, не завуальовуючи їх лексичними штампами чи канцеляритом. З огляду на це тема пропонованого дослідження є актуальною і важливою.

Мета пропонованої статті – проаналізувати мовні кліше, штампи і канцелярит, уживані в теперішніх медійних текстах; сформулювати рекомендації щодо їхнього використання/невикористання.

Теоретичне підґрунтя. Дослідження спирається на низку наукових праць. Мовні кліше в телевізійному мовленні (в позитивному і негативному аспектах) досліджувала Н. Шарманова. Особливості конструювання образу ворога за допомогою мовних штампів проаналізовано в статті І. Галак. А. Печерський досліджує мову як засіб вибудовування реальності в період війни та пропонує деякі рекомендації щодо вживання канцеляриту. Особливості канцелярщини в сучасній українській мові стали предметом аналізу в статті О. Довженка. В основі нашого дослідження концепція Вільгельма фон Гумбольдта про принцип діалогічної природи мови, за яким «у первинній сутності мови наявний незмінний дуалізм, і сама можливість мовлення

зумовлюється зверненням і відповіддю»¹. За цим принципом текст є посередником діалогу між адресантом і адресатом. Це означає, що використання мови завжди спрямоване на партнера в комунікації, реально присутнього, такого, що має на увазі автор, або такого, що ототожнюється з автором. Отже, на основі стверджуємо, що всі тексти є діалогічними, хоча вони не завжди реалізовані формально діалогічно². Через діалогічний характер текстів вбачаємо, що медіамова формує реальність реципієнта, який починає мислити та говорити її категоріями.

Методологічна база. За допомогою методу дедукції проаналізовано явища мовних кліше, штампів та канцеляриту в медіатекстах. Всебічному та ґрунтовному висвітленню теоретичної частини дослідження сприяло застосування методу вивчення та аналізу літератури, а виокремити конкретні приклади використання в медіа мовних кліше, штампів та канцеляриту вдалось за допомогою методу контент-моніторингу. Описовий метод використано для пояснення особливостей та відмінностей мовних кліше, штампів та канцеляриту.

Виклад основного матеріалу. Однією з визначальних рис мови масмедіа є прагнення до логізації викладу, раціоналізму, лаконічності. А однією з рис журналістської професії є її оперативність. Саме тому журналісти часто використовують готові мовні одиниці, представлені канцеляритом, що нерідко охоплює мовні кліше, штампи. Мовні кліше науковці називають по-різному: прецедентними текстами, усталеними комунікативними фрагментами, клішованими висловами, комунікативними фразеологічними висловами, «стійкими формулами спілкування», шаблонними фразами, стереотипними висловленнями, реченнями-формулами, усталеними фразами спілкування, фразеологізованими або стаціонарними реченнями, «стандартизованими словосполученнями», «канцелярським зворотом», «мовною формулою-штампом», «канцелярським висловом-кліше», «канцелярським шаблоном», «мовною формулою», «стійким сполученням слів» тощо³.

Саме поняття мовне кліше не зовсім визначене. Його розуміють як різні семантичні чи синтаксичні єдності. Для офіційно-ділового стилю мовлення вживання кліше є доречним, оскільки стислість, точність й уніфікованість документів зумовлено використанням мовних кліше. Якщо в інших функціональних стилях кліше є стилістичним недоліком, помилкою, то в офіційно-діловому стилі це звичайний, обов'язковий компонент. Наявність стандартних висловів полегшує, скорочує процес створення текстів. Для кліше властивий постійний склад компонентів, закріпленість за певними ситуаціями: *встановити контроль; у зв'язку з; з метою перевірки; мати на увазі*⁴.

¹ Humboldt, W. (1963). v., "Über den Dualis. Gelesen in der Akademie der Wissenschaften am April 1827 ders", *Schriften zur Sprachphilosophie*, Darmstadt: Fink, p. 138.

² Назаренко, О. М., Занько, О. В. (2022), "Діалог і категорія діалогічності в українському мас-медійному дискурсі", *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Філологічні науки*, вип. 3 (98), с. 152.

³ Шарманова, Н. М. (2012), "Кліше в українському телепросторі: прагматичний і метакомунікативний вияви", *Мовознавство*, №5, с. 82-83.

⁴ *Українська мова професійного спрямування: навчальний посібник для здобувачів вищої освіти бакалавра всіх спеціальностей* (2024), Авт.: М. В. Стасик, О. О. Стадніченко, О. О. Шульга, Ю. В. Ласкава, Запорізький національний університет, с. 77-78.

Використання кліше в текстах медіа ґрунтується загалом на тих позиціях, що мовне продукування адресанта й мовна апперцепція адресата регулюють постійну суперечність між властивими людині потребами спілкування та її прагненням звести до мінімуму власні розумові й фізичні зусилля. Зважаючи на це, позитивна оцінка актуалізації кліше зумовлена відповідністю ментальним стереотипам як відображенню у свідомості людей часто повторюваних явищ дійсності; автоматизацією процесу відтворення готових зручних уніфікованих формул; прагненням скоротити саму форму вираження; економією мисленнєвих зусиль та часу; використанням готових словесних комплексів для вираження нових смислів⁵.

У медіатекстах мовні кліше репрезентують медіаподії (*голове за сьогодні; новини тижня* тощо). Кліше співвідносяться з топіками у виборі аргументів і джерел інформації. Дискурс масової комунікації має властиві тільки йому знаки фактуальності (*на думку незалежних експертів*) і маркери нефактуального статусу інформації (*говорять, що; ходять чутки про*). Лаконізм і місткість назв телепередач, телеанонсів, відеосюжетів, за допомогою готових структурно-змістових блоків виразно репрезентують мовні і стильові ознаки медійного дискурсу. В усному телевізійному мовленні актуалізується метакомунікативна функція етикетних кліше – мовні, рутинні, етикетні кліше чи формули, прагматичні формативи чи ідіоми, комунікативні фразеологізми, звороти ввічливості тощо, які розуміємо як стереотипні фрази, що передають суспільні взаємини (*вітаю, студіє; залишайтеся з нами*)⁶.

Важливим є розмежування понять мовне кліше і штамп. Кліше за механічного перенесення в неприродні для них стилі перетворюються на штампи. Надмірне вживання образного кліше в мові медіа трансформує його у штамп. У журналістиці штампи образного походження, можливо, внаслідок оперативності професії, особливо живучі. Перехід до розряду штампів дає підстави для виокремлення критеріїв негативної оцінки використання кліше в текстах масмедіа. Серед них – утрата мінімального інформаційного «руху» смислів (Ф. С. Бацевич); ситуативна неспіввіднесеність, недоцільність актуалізації в текстах; висока частотність уживання, що зумовлює перехід до розряду штампів: *На зв'язку; Далі буде* тощо.

Мовні, стильові й композиційні штампи, визначені стандартними механізмами побудови медійного матеріалу, виникають унаслідок журналістського калькування (іноді з порушенням професійної етики). Проте деколи це відбувається через обмеженість часу і простору, тому комунікатор зводить велику частину інформації до найпростіших елементів. Авдиторія також не має достатньо часу та енергії, аби занурюватися в усі подробиці⁷.

Використання мовних засобів, закріплених за офіційно-діловим стилем, за його межами призводить до засмічення мови – канцеляриту. Це слова, словосполучення, граматичні форми й конструкції, властиві офіційно-діловому стилю. Вони позбавляють документ образності та емоційності, надають безособового характеру, наприклад: *доводжу до вашого відома* (замість *повідомляю*), *необхідно вжити термінових*

⁵ Шарманова, Н. М. (2012), "Кліше в українському телепросторі: прагматичний і метакомунікативний вияви", *Мовознавство*, №5, с. 84.

⁶ Там само, с. 85.

⁷ Шарманова, Н. М. (2012), "Кліше в українському телепросторі: прагматичний і метакомунікативний вияви", *Мовознавство*, №5, с. 86.

заходів (замість *треба*), в результаті ретельного розслідування (замість *розслідуючи*), мали місце (замість *було*)⁸. Канцелярит в інформаційних текстах використовують для маніпуляції аудиторією, евфемізації реальності⁹. Зазвичай вони перетворюють речення на шаблонні, позбавлені індивідуального стилю фрази. Такі вислови часто трапляються в офіційних повідомленнях. Наприклад, *осінньо-зимовий період* замість усім зрозумілого, більш людяного *восени й узимку*¹⁰.

Зловживання канцеляризмами та іншими словесними штампами призводить до багатослів'я. Намагаючись надати висловлюванню значущості, часто прості думки виражають складною словесною формою, унаслідок чого зміст речення втрачає свою чіткість та зрозумілість.

Штампи та канцеляризми почали активно функціонувати в мові суспільства ще з царських часів. Вони були поширеними за радянських часів не тільки в письмовій, а й у розмовній мові. Пафосні і громіздкі мовні кліше радянської літератури та журналістики були покликані створювати в людей ілюзію добробуту, оптимізму та соціально-економічного розвитку. Література письменників-соцреалістів так само була наповнена стандартними фразами, які задовольняли політичні потреби радянської влади¹¹. Функція мовних кліше і штамів особливо значуща в країнах з диктатурою влади, колись у Радянському Союзі, фашистській Німеччині, пізніше в Китаї, Північній Кореї, в Республіці Куба тощо. Насамперед поширені такі штампи в офіційному спілкуванні, у журналістиці, у літературі, згодом вони переходять і в побутове мовлення.

Після анексії Криму у 2014 році спостерігаємо посилення сугестивної функції мовних штамів на півострові. Загарбницька влада агресивно вплинула на характер офіційного мовлення. Загальновживані поняття замінюють громіздкими, нелогічними структурами: замість *місто* – «*муніципальне поселення міського типу*», замість *дитячий садок* – *муніципальний дошкільний учбовий заклад*, слова *свято, ранок, фестивалі* замінили словосполученням «*торжественне заходження*», а *люди* – на «*ліца*». Мова стає сірою та невиразною. Мовні штампи, напрацьовані ще за радянських часів, проникають в офіційне мовлення.

Ю. Каганов, характеризуючи особливості мовного дискурсу радянських часів, у своїй статті вживає поняття «новояз» («новомова») як синонім до слова «совєтізми». «Термін «новояз», – пише дослідник, – набув поширення після перекладу російською мовою романа-антиутопії Джорджа Оруелла «1984». Це мова обслуговування

⁸ Українська мова професійного спрямування: навчальний посібник для здобувачів вищої освіти бакалавра всіх спеціальностей (2024), Авт.: М. В. Стасик, О. О. Стадніченко, О. О. Шульга, Ю. В. Ласкава, Запорізький національний університет, с. 77.

⁹ Степчук, Ю., Вербицька, Л., Вихор, В. (2022), «Проблеми канцеляризму в українській діловій мові», *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*, редактори-упорядники: М. Пантюк, А. Душний, В. Ільницький, І. Зимомря, Видавничий дім «Гельветика», Дрогобич, вип. 57, том 3, с. 181.

¹⁰ Фещенко, Ю. (2024), Листуйтеся без канцеляриту: як кліше впливають на вашу ділову українську та що її покращить. *MC.today*, 10 червня. URL: <https://mc.today/uk/listujtesya-bez-kantselyaritu-yak-klishe-vplivayut-na-vashu-dilovu-ukrayinsku-ta-shho-yiyi-pokrashhit/>

¹¹ Галак, І. (2019), «Мовні штампи як засіб творення образу загарбника (на матеріалі повісті Федора Одрача «На непевному ґрунті）」, *Науковий часопис НПУ ім. М. П. Драгоманова. Серія 8. Філологічні науки (мовознавство та літературознавство)*, вип. 12, с. 71.

ідеології суспільства. У гуманітаристиці вживають як синоніми такі слова: *нюєспік, тоталітарна мова, дубль-новомова, радянський політичний жаргон, мова радянської бюрократії (номенклатури)*¹².

У сучасних інформаційних повідомленнях українських органів влади райтери та спікери зазвичай використовують нечіткі, далекі від суті абстрактні формулювання. Є випадки, коли уникнути усталених формулювань дійсно неможливо, тому в офіційних текстах їх уживають як сталі конструкти. Часто їх підхоплюють медіа, й у написаних (та й усних також) на основі офіційних повідомлень текстах зберігається кострубатий канцелярит, який до того ж приховує справжню сутність повідомлення¹³.

А. Печерський наводить як приклад повідомлення офіційного органу влади про те, що *«українські діти загинули й дістали поранення саме «внаслідок збройної агресії РФ в Україні»*. Журналісти переказують його тими самими словами. Українських дітей убила Російська Федерація, вчинивши неспровоковану агресію проти українського народу й держави Україна. Тож у заголовках і текстах новинних повідомлень, підготовлених журналістами на основі офіційної інформації Офісу Генерального прокурора, варто вжити інше формулювання: *«російська федерація (або загарбницька армія рф) убила 377 українських дітей»*. Таких формулювань у телемовленні багато: *«Чоловік загинув на Чернігівщині через ворожий обстріл», «Двоє людей загинули внаслідок обстрілу росіянами Харківщини»* («Єдині новини»: 08.12.2025).

На думку А. Печерського (і ми з цим погоджуємося), пропонуване переформулювання аж ніяк не грішитиме проти об'єктивності, оскільки до повномасштабного нападу Російської Федерації на Україну жодна українська дитина не гинула внаслідок обстрілів і бойових дій. Росія буквально вбиває українських дітей, і на цьому слід загострювати увагу як українського суспільства, так і світової спільноти¹⁴.

Дбайливе ставлення до цивільних громадян України й рідної землі, високий рівень підготовки й ефективність дій у бойових умовах, якісна зброя й ощадливе ставлення до боєприпасів – характерні риси українських артилеристів. Натомість рашисти мають гірші зброю й рівень підготовки, а до місцевих мешканців та української землі ставляться як до чужих і ворожих. Тож це українські артилеристи здійснюють точне вогневе ураження, тоді як російські загарбники – обстрілюють¹⁵. Так і потрібно формулювати новини.

У телевізійному інформаційному мовленні зауважуємо зловживання словом *пошкодили* у новинах про російську війну в Україні: *пошкодили будинки, пошкоджено автівки, пошкодили інфраструктуру* тощо. На нашу думку, оскільки не завжди йдеться про пошкодження, в таких повідомленнях варто вживати об'єктивніші та точніші синоніми: *зруйнували, знищили, понівечили* тощо. Пор.: *«Інфраструктуру та з десяток приватних будинків окупанти пошкодили на Дніпропетровщині», «В селі Івашки Богородухівського району пошкоджено багатоквартирний будинок»* («Єдині новини»: 08.12.2025).

¹² Там само, с. 71.

¹³ Печерський, А. (2022), «Як мова конструє реальність війни», *АрміяInform*, 26 серпня. URL: <https://armyinform.com.ua/2022/08/26/yak-mova-konstruyuye-realnist-vijny/>

¹⁴ Там само.

¹⁵ Там само.

Ще одним виявом канцелярщини в медіатекстах є вживання пасивних дієслівних конструкцій з дієсловами на *-ся* та безособових форма на *-но, -то*. Такі вислови знеособлюють мовлення, роблять його неживим, що не властиво українській мові. Проникнення пасивних конструкцій у журналістське мовлення відбулося під впливом наукового стилю мовлення, який тривалий час перебував під впливом російського наукового стилю. А російська мова успадкувала пасивні конструкції з церковнослов'янської. Такі речення, як-от: «Сьогодні в усіх регіонах України **застосовуються заходи обмеження споживання електроенергії через наслідки масованих російських ракетно-дронових атак на енергооб'єкти**», «В селі Івашки Богодухівського району **пошкоджено багатоквартирний будинок**» («Єдині новини»: 08.12.2025) – варто перетворювати на активні, в яких суб'єкт дії перебуватиме на першому плані.

Аудиторія легко сприймає і засвоює лексичні штампи, оскільки вони не вимагають глибокого осмислення, але при цьому впливають на формування ціннісних орієнтирів адресата (*слуги народу, взяти під контроль, стрімкі темпи, передові позиції*)¹⁶. Однак, на наш погляд, такі лексичні штампи зневизначають телевізійне мовлення, роблять його монотонним і нецікавим: «...не хотіла **піддавати дітей небезпеці**», «**Фахівці проводять виїзні прийоми**», «Місце може **становити небезпеку**», «Місце **зазнало якогось втручання**», «**Безпечкові питання винесені на переговори з союзниками**» («Єдині новини»: 08.12.2025).

Кострубатю звучать у медіатекстах віддієслівні іменники замість дієслів дійсного способу, наприклад, «**забезпечення оповіщення військовозобов'язаних**», «**налагодження торгівлі**», «**виконання зобов'язання**» тощо. У таких конструкціях іменник краще замінити інфінітивом. Ю. Степчук та співавтори називають такі творення віддієслівних іменників номіналізацією¹⁷. Сутність процесу номіналізації – у заміні дієслова віддієслівними іменниками, дієприкметниками, складеними дієслівно-іменними сполученнями. Наприклад: «Сьогодні в усіх регіонах України **застосовуються заходи обмеження споживання електроенергії через наслідки масованих російських ракетно-дронових атак на енергооб'єкти**», «**Час і обсяг застосування обмежень може змінюватись**» («Єдині новини»: 08.12.2025). Часто віддієслівні іменники вживають у сполученні з відіменними прийменниками *у справі, у відношенні, в плані, в силу, за рахунок, згідно з, в результаті, з метою, по лінії*. Номіналізація орієнтована здебільшого на норми документа. Сьогодні подібна заміна дієслівних форм іменними функціонує у мовленні професійних журналістів, політиків та пересічних громадян: *зростання цін, здорожчання пального, нормалізація обстановки, збиття літака, зняття блокади, здешевлення вартості, регулювання цін, відновлення роботи, моніторинг ситуації, звернення громадян* тощо¹⁸. Уживання віддієслівних іменників у текстах медіа обтяжує усне мовлення, робить його громіздким та абстрактним. Найпростіший спосіб їхнього уникнення – перетворити їх на активні дієслова дійсного способу.

Головною причиною породження штампів є відсутність в авторській мові тих засобів, які допомогли б швидко, зручно й економно висловити думку. Тому й спостерігаємо вживання кількох абстрактних слів поряд: *питання підвищення; забез-*

¹⁶ Степчук, Ю., Вербицька, Л., Вихор, В. (2022), Проблеми канцеляризму..., вип. 57, том 3, с. 183.

¹⁷ Там само, с. 182.

¹⁸ Там само.

печення виконання; здійснення завдання. Слово *питання* взагалі радять уникати, зважаючи на широкий діапазон його значення (предмет думки, завдання, навіть проблема). Не рекомендують вживати це слово, розмірковуючи про прості, буденні речі, наприклад, *питання придбання комп'ютерів розглядатиметься пізніше; питання про озеленення міста не розглядалося*. Іноді в основу таких словосполучень вводять слова *робота, боротьба, експеримент, дослідження* та ін., за якими йде не властивий загальнонародній мові прийменник **по**. Повторюючись у багатьох словосполученнях, він також штампує мову: *робота по впровадженню..., боротьба по винищенню..., які треба змінювати словосполученням з прийменником з або зовсім змінювати*¹⁹.

Поширеними є також слова-означення, що не виражають корисного навантаження. Ідеться насамперед про слова *певний і даний*. Стилістично краще замінювати їх на конкретні прикметники та займенники – *невеликий, незначний, цей*. Часом непотрібними означеннями можуть виступати прикметники, за допомогою яких ми хочемо підсилити висловлювання: *мати велике значення, відігравати важливу роль, викликають значний інтерес*²⁰. Однак, по суті, це також штампи.

Потрібно також зважувати, чи використовувати конструкції «прийменник + іменник»: *в силу, за допомогою, з метою, у зв'язку з, у справі, на випадок, в інтересах, за винятком, у вигляді, на відміну від, у разі, з огляду на, за рахунок, з приводу* тощо. Вважаємо, в телевізійних медіатекстах краще вживати прості прийменники чи сполучники, як-от: *для замість з метою, через замість у зв'язку, якщо замість у разі, на випадок* тощо.

Вважаємо, що завдання журналістів – просити чи вимагати від посадовців говорити зрозумілою мовою або розтлумачувати їхні повідомлення самостійно. Не варто копіювати тексти офіційних органів влади в тексти медіа. Це загрозово не лише для писемної, а й усної української комунікації.

Результати і перспективи подальших досліджень. Сучасні тенденції функціонування української мови в медіатекстах зумовлені насамперед російською військовою агресією проти України. Інформаційні журналістські повідомлення часто містять офіційні повідомлення влади та Генштабу ЗСУ, наповнені офіційно-діловою лексикою, абстрактними формулюваннями та синтаксичними конструкціями, які без змін потрапляють у мову медіа. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на осмислення потреби/непотреби використання мови офіційних повідомлень у медіатекстах, рекомендацій щодо їхнього розтлумачення для аудиторії, оскільки це загрожує потраплянням канцеляриту не лише в писемну й усну журналістську мову, а й у побутове мовлення.

Висновки. Штампи та канцеляризми функціонують у мові ще з радянських часів. Основною їхньою метою тоді було створити ілюзію добробуту та соціально-економічного зростання за допомогою мови. Сьогодні канцелярит виявився живучим у медіамові, що зумовлено звучанням інформаційних зведень офіційних органів влади у новинних повідомленнях. Засобами вираження канцеляриту в сучасних інформаційних медіатекстах є: лексичні штампи, евфемізми, неточні стандартні фрази, віддієслівні абстрактні іменники, пасивні конструкції та безособові дієслівні форми,

¹⁹ Українська мова професійного спрямування: навчальний посібник для здобувачів вищої освіти бакалавра всіх спеціальностей (2024).

²⁰ Там само.

конструкції прийменник + іменник тощо. На наш погляд, у новинному телевізійному повідомленні варто уникати зазначених сполук, подаючи інформацію простіше, точніше та лаконічніше. Журналістам потрібно просити офіційних осіб пояснювати їхні повідомлення зрозумілою мовою або ж самостійно розтлумачувати їх для аудиторії.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Галак, І. (2019), “Мовні штампи як засіб творення образу загарбника (на матеріалі повісті Федора Одрача «На непевному ґрунті»”, *Науковий часопис НПУ ім. М. П. Драгоманова. Серія 8. Філологічні науки (мовознавство та літературознавство)*, вип. 12, с. 70-76.
2. Довженко, О. (2024), “Канцелярщина. Чому бюрократична мова така живуча й що поганого в тому, що люди сприймають її як норму”, *Texty.org.ua*, 19 грудня, доступно за адресою: <https://texty.org.ua/articles/111375/kancelaryshyna-chomu-byurokratychna-mova-taka-zhyvucha-j-sho-pohanoho-v-tomu-sho-lyudy-sprymayut-yiyi-yak-normu/> (дата перегляду 02 грудня 2025).
3. Назаренко, О. М., Занько, О. В. (2022), “Діалог і категорія діалогічності в українському мас-медійному дискурсі”, *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Філологічні науки*, вип. 3 (98), с. 149-158. DOI [10.35433/philology.3\(98\).2022.149-158](https://doi.org/10.35433/philology.3(98).2022.149-158)
4. Нановська, В. (2024), “«Ну, розумієте, тут усе просто!»». Пояснюємо, як оформлювати розмови в журналістський текст”, *Медіамейкер*, 10 липня, доступно за адресою: <https://mediamaker.me/nu-ponimayete-tut-uso-ponyatno-poyasnyuyemo-yak-oformlyuvaty-rozmovy-v-zhurnalistykyj-tekst-10873/> (дата перегляду 04 грудня 2025).
5. Печерський, А. (2022), “Як мова конструює реальність війни”, *АрміяInform*, 26 серпня, доступно за адресою: <https://armyinform.com.ua/2022/08/26/yak-mova-konstruyuye-realnist-vijny/> (дата перегляду 02 грудня 2025).
6. *Українська мова професійного спрямування: навчальний посібник для здобувачів вищої освіти бакалавра всіх спеціальностей* (2024), Авт.: М. В. Стасик, О. О. Стадніченко, О. О. Шульга, Ю. В. Ласкава, Запорізький національний університет, 219 с.
7. Степчук, Ю., Вербицька, Л., Вихор, В. (2022), “Проблеми канцеляризму в українській діловій мові”, *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*, Редактори-упорядники: М. Пантюк, А. Душний, В. Ільницький, І. Зимомря, Видавничий дім «Гельветика», Дрогобич, вип. 57, том 3, с. 180-184.
8. Фещенко, Ю. (2024), “Листуйтеся без канцеляриту: як кліше впливають на вашу ділову українську та що її покращить”, *MC.today*, 10 червня, доступно за адресою: <https://mc.today/uk/listujtesya-bez-kantselyaritu-yak-klishe-vplivayut-na-vashu-dilovu-ukrayinsku-ta-shho-yiyi-pokrashhit/> (дата перегляду 04 грудня 2025).
9. Шарманова, Н. М. (2012), “Кліше в українському телепросторі: прагматичний і метакомунікативний вияви”, *Мовознавство*, №5, с. 81-86.
10. Humboldt, W. v. (1963), “Über den Dualis. Gelesen in der Akademie der Wissenschaften am April 1827 ders”, *Schriften zur Sprachphilosophie*. Darmstadt: Fink, p. 113–143.

REFERENCES

1. Halak, I. (2019), "Movni shtampy yak zasib tvorennia obrazu zaharbnyka (na materialy povisti Fedora Odracha «Na nepevnomu grunti»)", *Naukovyi chasopys NPU im. M. P. Drahomanova. Serii 8. Filolohichni nauky (movoznavstvo ta literaturoznavstvo)*, vyp. 12, s. 70-76.
2. Dovzhenko, O. (2024), "Kantseliarshchyna. Chomu biurokratychna mova taka zhyvucha y shcho pohanoho v tomu, shcho liudy sprymaiut yii yak normu", *Texty.org.ua*, 19 hrudnia, dostupno za adresoiu: <https://texty.org.ua/articles/111375/kancelyarshyna-chomu-byurokratychna-mova-taka-zhyvucha-j-sho-pohanoho-v-tomu-sho-lyudy-sprymayut-yiyi-yak-normu/> (data perehliadu 02 hrudnia 2025).
3. Nazarenko, O. M., Zanko, O. V. (2022), "Dialoh i katehoriia dialohichnosti v ukrainskomu mas-mediinomu dyskursi", *Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnoho universytetu imeni Ivana Franka. Filolohichni nauky*, vyp. 3 (98), s. 149-158. DOI [10.35433/philology.3\(98\).2022.149-158](https://doi.org/10.35433/philology.3(98).2022.149-158)
4. Nanovska, V. (2024), "«Nu, ponimaiete, tut uso poniatno!». Poiasniuiemo, yak oformliuvaty rozmovy v zhurnalistskyi tekst", *Mediameiker*, 10 lypnia, dostupno za adresoiu: <https://mediamaker.me/nu-ponimayete-tut-uso-ponyatno-poyasnyuyemo-yak-oformlyuvaty-rozmovy-v-zhurnalistskyj-tekst-10873/> (data perehliadu 04 hrudnia 2025).
5. Pecherskyi, A. (2022), "Yak mova konstruiuje realnist viiny", *ArmiiaInform*, 26 serpnia, dostupno za adresoiu: <https://armyinform.com.ua/2022/08/26/yak-mova-konstruyuye-realnist-viiny/> (data perehliadu 02 hrudnia 2025).
6. *Ukrainska mova profesiinoho spriamuvannia: navchalnyi posibnyk dlia zdobuvachiv vyshchoi osvity bakalavra vsikh spetsialnostei* (2024), M. V. Stasyk, O. O. Stadnichenko, O. O. Shulha, Yu. V. Laskava, Zaporizkyi natsionalnyi universytet, 219 s.
7. Stepchuk, Yu., Verbytska, L., Vykhov, V. (2022), "Problemy kantseliaryzmu v ukrainskii dilovii movi", *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk: mizhvuzivskyi zbirnyk naukovykh prats molodykh vchenykh Drohobyskoho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu imeni Ivana Franka*, Redaktery-uporiadnyky: M. Pantiuk, A. Dushnyi, V. Ilnytskyi, I. Zymomria, Vydavnychiy dim «Helvetyka», Drohobych, vyp. 57, tom 3, s. 180-184.
8. Feshchenko, Yu. (2024), "Lystuitiesia bez kantseliarytu: yak klishe vplyvaiut na vashu dilovu ukrainsku ta shcho yii pokrashchyt", *MC.today*, 10 chervnia, dostupno za adresoiu: <https://mc.today/uk/listujtesya-bez-kantselyaritu-yak-klishe-vplyvayut-na-vashu-dilovu-ukrayinsku-ta-shho-yiyi-pokrashhit/> (data perehliadu 04 hrudnia 2025).
9. Sharmanova, N. M. (2012), "Klishe v ukrainskomu teleprostori: prahmatychnyi i metakomunikatyvnyi vyivay", *Movoznavstvo*, № 5, s. 81-86.
10. Humboldt, W. v. (1963), "Über den Dualis. Gelesen in der Akademie der Wissenschaften am April 1827 ders", *Schriften zur Sprachphilosophie*. Darmstadt: Fink, p. 113–143.

OFFICIALESE IN MEDIA TEXTS: CAUSES AND PREVENTION METHODS

Nataliia Lebedenko

Ivan Franko National University of Lviv
General Chuprynka Str., 49, Lviv, Ukraine, 79044
e-mail: Nataliya.Mykhaylychenko@lnu.edu.ua
<https://orcid.org/0000-0003-3599-3914>

The article examines the language used in contemporary television news media, focusing specifically on officialese (also called bureaucratic language). It distinguishes between linguistic clichés and stock phrases, explains their use, clarifies the concept of bureaucratic language, and provides examples from the news telethon ‘Yedyni Novyny’ (Unified News).

The goal of this article is to analyse linguistic clichés, stock phrases, and bureaucratic language in contemporary media texts, and to offer recommendations on when to use or avoid them.

To investigate the phenomena of linguistic clichés, stock phrases, and officialese in media texts, the study employs a deductive method. The theoretical framework is thoroughly developed through literature review and analysis, while specific instances of linguistic clichés, stock phrases, and bureaucratic language in the media are identified using content monitoring. Additionally, the descriptive method is used to explain the characteristics and distinctions among linguistic clichés, stock phrases, and bureaucratic language.

Stock phrases and officialese have been prevalent since Soviet times, primarily to create the illusion of prosperity and socio-economic growth. Today, this bureaucratic language remains resilient in media discourse, largely due to the tone of official government reports featured in news broadcasts. Modern media texts often express bureaucratic language through various means, including lexical clichés, euphemisms, vague standard phrases, abstract nouns derived from verbs, passive constructions, impersonal verb forms, and preposition + noun constructions. In our opinion, news reports should avoid these convoluted combinations and instead present information in a simpler, clearer, and more concise manner.

Key words: language clichés, stamps, stationery, media text, dialogicity.

Отримано редакцією видання / Received: 14.12.2025

Прорецензовано / Revised: 30.12.2025

Схвалено до друку / Accepted: 02.01.2026

Опубліковано на сайті видання / Published on the publication's website: 29.01.2026

МЕДІАТЕХНОЛОГІЇ

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2026: 58; 263–277 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2026.58.13928>

УДК: 070:004.8:316.774

FROM CENSORSHIP TO BLIND SPOTS: THE EVOLUTION OF INFORMATION CONTROL IN THE AGE OF ALGORITHMS

Vladyslav Bilozarov

*Ivan Franko National University of Lviv
General Chuprynka Str., 49, Lviv, Ukraine, 79044
e-mail: Vladyslav.Bilozarov@lnu.edu.ua
<https://orcid.org/0009-0004-4556-8916>*

Yana Shekeriak-Kushka

*Ivan Franko National University of Lviv
General Chuprynka Str., 49, Lviv, Ukraine, 79044
e-mail: Yana.Shekeriak@lnu.edu.ua
<https://orcid.org/0000-0002-8187-4062>*

This article examines the hidden (missing) variable as an informational blind spot in contemporary media systems. It analyzes the shift from direct censorship to algorithmic and AI-driven control of visibility, conceptualized as the AI Curtain. In this regime, information is shaped through ranking, filtering, and predictive suppression rather than explicit bans. The study highlights risks for journalism and public discourse and proposes mitigation mechanisms, including algorithmic transparency, pluralistic access to information, and strengthened human editorial oversight.

Keywords: new media, algorithmic control, artificial intelligence, big data, algorithmic censorship, informational blind spots, AI Curtain, data journalism, media, media propaganda, journalism, mass communication.

Relevance and Problem Statement. Throughout history, information has been recognized as a valuable resource. The informational ecosystem manifested itself in every state, and after a considerable period of time, a significant proportion of the population came to recognize the importance of effective information dissemination. The ability to regulate the dissemination of information can yield numerous opportunities.

Even more, information has become a central resource shaping political decision-making, public discourse, and individual perceptions of reality. The rapid expansion

of digital technologies, open data initiatives, and AI-driven information systems has significantly increased both the volume and accessibility of information. However, this apparent abundance of data has not resulted in greater transparency. On the contrary, it has contributed to the emergence of new forms of informational opacity, where critical elements are systematically obscured, deprioritized, or rendered invisible.

The evolution of information control demonstrates a clear transition from direct, state-imposed censorship toward algorithmic and AI-mediated governance of visibility. In contrast to traditional censorship, which relied on explicit bans and legal restrictions, contemporary information control operates through ranking systems, recommendation algorithms, automated moderation, and predictive suppression. These mechanisms do not prohibit content directly but shape what is seen, amplified, or ignored, creating structural “blind spots” in the information space. Such blind spots function independently of journalistic intent or content quality, and increasingly determine the boundaries of public knowledge.

The growing reliance on open data and large-scale datasets further complicates this dynamic. While open data is often framed as a tool for transparency and democratic accountability, its interpretation and circulation are mediated by closed algorithms and AI systems. As a result, visibility is unevenly distributed, and certain narratives, social groups, or types of information remain underrepresented or excluded altogether. Artificial intelligence amplifies this process by learning from historically filtered data, reinforcing prior exclusions and transforming temporary visibility decisions into long-term structural absences.

For contemporary journalism, and particularly for data journalism, these transformations pose fundamental challenges. Data-driven reporting is commonly associated with objectivity, neutrality, and evidentiary strength. Yet, when the data itself is shaped by algorithmic selection and AI-driven omission, journalists risk reproducing invisible biases and informational gaps. This is especially critical in contexts of political conflict, propaganda, and war, where algorithmic systems may suppress documentation of violence, marginalize non-dominant narratives, or amplify coordinated disinformation.

Thus, the relevance of this study lies in the urgent need to critically examine how big data and artificial intelligence contribute to the production and normalization of informational blind spots. Understanding these mechanisms is essential for assessing the evolving nature of censorship, safeguarding epistemic diversity, and redefining the professional responsibility of journalists and media institutions in AI-mediated information environments.

The purpose of this article is to examine the transformation of information control in contemporary media systems, focusing on the emergence of informational blind spots produced by algorithmic, big data, and AI-driven mechanisms. Particular attention is given to the concept of the AI Curtain as a structural form of soft censorship that governs visibility and access to information without explicit prohibitions.

To achieve this purpose, the article addresses the following objectives:

- to analyze the historical evolution of censorship from direct state-imposed restrictions to algorithmic and AI-mediated forms of visibility control;
- to conceptualize the hidden (missing) variable as an informational blind spot independent of content production or journalistic intent;
- to examine how big data practices and AI systems reinforce, scale, and stabilize these blind spots through ranking, moderation, and informational cannibalization;

- to outline potential approaches to mitigating algorithmic blind spots, emphasizing transparency, pluralistic access to information, and the preservation of human editorial judgment.

Methodology. The study combines general scientific and specialized methods tailored to the analysis of algorithmic influence on information visibility. Descriptive and comparative approaches were used to examine scientific literature, media reports, and journalistic practices, with particular attention to algorithmic ranking, AI moderation, and their role in creating informational blind spots. Comparative analysis enabled evaluation of Ukrainian and international cases, highlighting differences in algorithmic transparency, content visibility, and ethical considerations.

Systems and structural-functional methods were applied to investigate the interplay between technological design, media practices, and public access to information, identifying how algorithmic and AI-driven mechanisms shape what is seen or hidden in digital environments. Generalization and synthesis were employed to formulate conclusions regarding the structural and ethical implications of algorithmic information control, and to propose measures for enhancing transparency, pluralistic access, and human editorial oversight.

Literature review. Early research on information control conceptualized censorship as a direct exercise of state power designed to limit access to undesirable content. Classic media studies emphasize how traditional censorship operated through overt legal restrictions and institutional suppression of speech to shape public perception (e.g., state media control in authoritarian contexts). However, the rise of digital media has prompted scholars to reconsider gatekeeping beyond explicit bans, focusing instead on how visibility is mediated by socio-technical systems.

For example, contemporary research made in The Autonomous University of Barcelona highlights the role of algorithmic gatekeeping, where recommender systems and ranking algorithms on platforms like YouTube and TikTok determine which content is foregrounded or relegated, effectively shaping public discourse in ways that transcend human editorial judgment (Nigar Garajamirli, 2025¹). These systems prioritize engagement and business incentives, redistributing attention away from diverse or critical perspectives and undermining democratic ideals of equal participation in the public sphere.

With the rise of digital platforms, the nature of censorship has shifted. Algorithmic gatekeeping – where ranking, personalization, and recommendation systems determine what users see – creates conditions in which content is not banned but rendered obscure or invisible due to system-level optimization for engagement and commercial priorities. These dynamics contribute to structural informational blind spots that operate independently of formal censorship and human editorial decisions. Studies in communication and media theory also indicate that algorithmic structures create informational asymmetries – not through overt censorship, but by controlling visibility via opaque and proprietary mechanisms (Dan Valeriu Voinea. 2025²; Joseph, J., Babu, J., Rajasekar, F. V., Philip, S. R., Thomas, R. та V,

¹ Garajamirli, N. (2025), “Algorithmic Gatekeeping and Democratic Communication: Who Decides What the Public Sees?”, *European Journal of Communication and Media Studies*, Vol. 4, No. 3, p. 1–20. URL: <https://eu-opensci.org/index.php/media/article/view/554?utm> (date of access: 1.12.2025)

² Dan, Valeriu Voinea (2025), “Reconceptualizing gatekeeping in the age of artificial intelligence: A theoretical exploration of artificial intelligence-driven news curation and automated journalism”, *MDPI*. URL: <https://www.mdpi.com/2673-5172/6/2/68?utm> (date of access: 02.12.2025)

R. P. 2025³). This transformation complicates traditional gatekeeping theory by introducing non-human agents into the processes that determine what audiences see and know.

Artificial intelligence further entrenches these patterns, as models trained on historically filtered and biased data reproduce exclusions, narrow the informational horizon, and shape discourse through predictive suppression and feedback loops. Research on AI-driven information ecosystems shows that algorithmic interventions can amplify misinformation, reinforce dominant narratives, and obscure less engaging but socially significant voices, underscoring algorithmic control as a form of soft censorship in networked media environments.

AI's integration into these systems introduces additional layers of complexity. Research on AI-driven disinformation demonstrates that generative models and engagement-optimization algorithms can amplify false or manipulated content, distorting public discourse and exacerbating informational inequalities. These AI components not only shape what information spreads but also embed biases from training data into the structures that govern visibility, making algorithmic influence a central concern for democratic resilience. (Romanishyn A., Malytska O., Goncharuk V. 2025⁴; Shaojing Sun, Zhiyuan Liu, David Waxman, 2024⁵).

The literature reflects a shift from understanding censorship as legal suppression toward recognizing algorithmic and AI-mediated control of visibility as a form of soft censorship. However, despite this growing body of work on digital media ecosystems, there remains a significant gap in research that explicitly theorizes and empirically investigates how algorithmic and AI-driven mechanisms produce and sustain informational blind spots – the conditions in which certain perspectives, events, or narratives become systematically obscured even without direct censorship. This gap underscores the relevance of the present study, which seeks to conceptualize the hidden variable as an informational blind spot and analyze how big data and AI complicate the distribution and visibility of information in contemporary media systems

Main Body of the Research. Censorship is a practice utilized by governments across various ideological and historical periods. It is a method that can be considered both simple and widespread. It is reasonable to hypothesize that people would not revolt or demonstrate their concerns if they were simply unaware of the problem. Censorship comes in many forms and can have direct or indirect (also known as soft censorship) approaches. The period known as the ‘prime of direct censorship’ is generally considered to have begun in the 20th century, coinciding with the rise of authoritarian regimes.

It is evident that both the National Socialist German Workers’ Party (NSDAP) and the Soviet Union, upon attaining authority, proceeded to dismantle any resistance to their rule. Newspapers were closed down, and those voices that were not deemed acceptable were silenced. In the aforementioned countries, governments functioned as the preeminent

³ Joseph, J. et al. (2025), “Digital silence: how algorithmic censorship undermines academic freedom in the Global South”, *Frontiers*. URL: <https://www.frontiersin.org/journals/communication/articles/10.3389/fcomm.2025.1640244/full?utm> (date of access: 03.12.2025).

⁴ Romanishyn, A., Malytska, O., Goncharuk, V. (2025), “AI-driven disinformation: policy recommendations for democratic resilience”, *PMC Home*. URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC12351547/?utm> (date of access: 03.12.2025).

⁵ Sun, S., Liu, Z., Waxman, D. (2024), “A dynamical measure of algorithmically infused visibility”, *arXiv.org*. URL: <https://arxiv.org/abs/2412.04735?utm> (date of access: 5.12.2025).

purveyors of information, with hundreds of them available to the public (even though there were many). Consequently, people were only exposed to the information that had been deemed acceptable by the relevant authorities, which emphasized the accomplishments of the favorable image of the German nation and the newly established Soviet era. This censorship was not only limited to the media but also extended to cultural spheres.

The Nazi German ideas and propaganda were destroyed on the battlefields of WWII but the Soviets did not suffer that. A salient exemplification of post-WWII censorship in the USSR pertains to the theme of veterans and individuals living with disabilities. The majority of researchers concur that the Soviet Union suffered an estimated 30 million fatalities during the Second World War. Consequently, a significant number of individuals from both military and civilian backgrounds sustained physical disabilities and amputations. However, it is not possible to provide an exact figure as this information was classified and not publicly available. The absence of media coverage and public appearances by veterans with such injuries is indicative of a policy that, in the words of a Soviet joke, encapsulates a half-truth: “There are no invalids in the USSR” (Max Elgot, 2020⁶). It is important to note that other significant examples of censorship in the Soviet Union include the Holodomor and the deportation of Crimean Tatars to Central Asia. The policy of renaming cities and destroying or reclaiming cultural heritage in the USSR can also be viewed as an act of censorship. The successful execution of such a campaign in Crimea, which involved the renaming of even the smallest villages with Crimean Tatarian names to nameless Soviet-Russian ones, such as Shchastye and Vesyoloe, is a prime example of this instrument. The implementation of such a censorship policy would have consequences that extend beyond the destruction of connections with previous owners. Indeed, it would also prevent the articulation of numerous questions regarding the history of the location.

In nations where a single source of information is available, the establishment of effective censorship is a relatively straightforward process, particularly during the 20th century. In the context of WWII, the United States of America exercised restraint in the dissemination of information pertaining to the atrocities attributed to the Soviet Union, given the alliance with the communists (Ted Lipien, 2022⁷). However, the combination of this policy with the rise in popularity of communism, precipitated by the defeat of Nazi Germany, engendered a novel predicament: namely, the emergence of pro-Soviet sentiment among the populace. Consequently, a swift and efficacious approach was imperative to address this prevailing attitude. The solution to this problem was a campaign that was later given the name Red Scare. In order to successfully execute such an extensive campaign, the government was required to exercise comprehensive control over the dissemination of information. The US government identified a method for achieving this objective; however, direct non-war censorship was not a viable option. In the United States of America, the First Amendment to the Constitution provides that the government is prohibited from directly censoring the media (although it does not specify what form this censorship might take):

⁶ Igot, M. (2020), “Soviet attitudes toward disability and the lasting effect on Nagorno-Karabakh”, *Humanitarian Aid Relief Trust (HART UK)*. URL: <https://www.hart-uk.org/blog/soviet-attitudes-toward-disability-and-the-lasting-effect-on-nagorno-karabakh/> (date of access: 05.12.2025).

⁷ Lipien, T. (2022), “Protecting communists from embarrassment: a history of censorship at the Voice of America”, *Tadeusz (Ted) Lipien*. URL: <https://www.tedlipien.com/2022/11/22/protecting-communists-from-embarrassment-a-history-of-censorship-at-the-voice-of-america/> (date of access: 05.12.2025).

“Congress shall make no law respecting an establishment of religion, or prohibiting the free exercise thereof; or abridging the freedom of speech, or of the press; or the right of the people peaceably to assemble, and to petition the Government for a redress of grievances”.⁸ At the time, government institutions were not yet strong enough to monitor the compliance of the media with this amendment. Nevertheless, the exercise of control over the media is not the sole means by which this objective can be achieved. The indirect approach to censorship was successfully applied to the information ecosystem of the USA during the Cold War. During the period of the Red Scare, a number of instruments of indirect censorship were employed, including the bribing of journalists and the media, as well as speculation surrounding government funding of the media. Life threats to journalists and the creation of blacklists of influencers were also used as instruments of indirect censorship, and were found to be effective (Matthew Valdespino, 2013⁹).

Algorithms Replacing Censorship. The practice of censorship has been historically linked to the concept of state power, the imposition of legal restrictions, and the overt suppression of speech. Conversely, the early internet was celebrated for its potential to circumvent centralized control and facilitate free expression. However, as the internet evolved – particularly with the rise of social media platforms in the early 2000s – new forms of censorship emerged, embedded not in law but in code. In the early days of the internet, the prevailing emphasis was on openness, chronological ordering, and user-driven discovery. Forums and the nascent form of blogging primarily presented content in linear or user-curated formats. During periods of moderation, this was often characterized by human presence, localized implementation, and a high degree of transparency.

The advent of algorithmic gatekeeping signified a radical paradigm shift. Search engines such as Google have introduced ranking algorithms (e.g., PageRank) that privilege certain sources over others. Subsequently, social media platforms adopted feed-ranking systems, thereby replacing chronological order with relevance-based sorting. These systems effectively transformed platforms into private gatekeepers of public discourse. In contradistinction to conventional censorship, the practice of algorithmic gatekeeping does not entail the direct removal of content. Instead, it exerts a control over the visibility of information, determining which information is amplified and which is relegated to a lesser prominence. This form of censorship is characterized by its subtlety, complexity, and frequent perception as neutral or technical rather than political.

Early social media algorithms were primarily optimized for engagement metrics such as clicks, likes, shares, and time spent on the platform. Content that did not align with these metrics was systematically deprioritized. Consequently, politically sensitive, minority, or non-mainstream perspectives frequently encountered diminished reach, even in instances where they did not violate platform regulations. This phenomenon can be understood as soft censorship, where speech is not banned but rendered effectively invisible. In contrast to state censorship, soft censorship functions without the imposition of formal prohibitions, adherence to due process, or the establishment of accountability mechanisms. It is rare

⁸ First Amendment, *Constitution of the United States*, URL: <https://constitution.congress.gov/constitution/amendment-1/> (date of access: 05.12.2025).

⁹ Valdespino, M. (2013), *American Communism and Cold War Censorship: The Creation of a New American Citizen: thesis for the degree of Bachelor of Arts with Distinction in Political Science*, University of Pennsylvania; advisor J. Green, Philadelphia.

for users to be informed that their content has been down-ranked or filtered, creating an illusion of free expression while structurally limiting its impact.

As the platforms grew in scale, the need for human moderation became apparent. The advent of early algorithmic moderation systems was driven by the necessity to detect a range of online harms, including spam, hate speech, and copyright violations. Subsequent iterations of these systems have also been developed to address the dissemination of misinformation. However, these systems relied on pattern recognition, keyword matching, and probabilistic models that lacked contextual understanding. This situation gave rise to a systematic process of censorship, which had a particular impact on activists engaged in the pursuit of political change, journalists, minority language communities, and content discussing violence, war, or extremism in critical or journalistic contexts. Automated moderation has thus been demonstrated to amplify censorship by prioritizing risk avoidance over the promotion of free expression. Platforms, motivated by legal liability and reputational concerns, demonstrated a preference for false positives (the removal of legitimate speech) over false negatives.

A fundamental attribute of algorithmic censorship is its privatization. Decisions regarding the expression of ideas are made by corporate entities rather than by democratic institutions. The earliest social media companies were responsible for the establishment of community guidelines and algorithmic rules. These were implemented as de facto speech laws, with no public oversight.

Furthermore, these algorithms have historically been, and continue to be, opaque. It is challenging for users to audit, comprehend, or contest the decisions made by these algorithms. This opacity deepens the censorship by removing the possibility of accountability and informed resistance. Censorship becomes entrenched within the very fabric of society rather than being imposed by a visible authority.

Data and Algorithmic Blind Spots. The rise of big data in media has also huge impact on algorithmic blindness. While big data is often promoted as a tool for transparency and democratic accountability, its deployment through opaque algorithms can create structural blind spots that limit public knowledge. Algorithmic systems that rank, filter, or prioritize content often operate as opaque “black boxes,” shaping which information reaches audiences and which remains hidden. Errors, biases, or incomplete datasets can amplify informational gaps, creating structural blind spots that function independently of content quality or journalistic intent.

For example, predictive algorithms in finance, such as those analyzed by Cathy O’Neil (2019¹⁰), use indirect indicators like postal codes to assess creditworthiness, systematically disadvantaging residents of economically marginalized areas. This creates self-reinforcing cycles where excluded groups remain invisible to institutions and opportunities, illustrating how data-driven systems can perpetuate inequality and exclusion. Similar dynamics appear in predictive policing systems like PredPol, where data-driven “high-crime zones” attract increased police presence, producing more arrests and reinforcing the perception of danger in those areas. These cases demonstrate how algorithms can create feedback loops that entrench exclusion or misrepresentation.

¹⁰ О’Ніл, К. (2017), *Зброя математичного знищення: як великі дані збільшують нерівність і загрожують демократії*, Кеті О’Ніл; пер. з англ., Penguin, Лондон, 259 с.

In media contexts, these issues manifest when algorithms prioritize certain content over others. AI-driven recommendation systems, social media feeds, and conversational agents (e.g., chatbots) often operate as “black boxes,” with journalists and audiences unable to fully understand how visibility is determined. Incomplete or biased training data can amplify historical exclusions, producing informational blind spots that persist over time. Practices such as anonymization, verification, and transparency in methodology can mitigate these risks, but they remain contingent on human oversight¹¹.

Thus, while big data enables deeper insight and analysis, it simultaneously introduces new forms of structural censorship. The opaque operation of ranking, filtering, and predictive systems can inadvertently produce “blind spots” in public knowledge, underscoring the need for critical oversight and transparency in AI-mediated media environments.

AI-Driven Biases. As digital platforms grew in scale and complexity, traditional algorithmic systems became inadequate in managing the sheer volume of user-generated content. The implementation of artificial intelligence, particularly machine learning and natural language processing, was proposed as a solution to automate the process of moderation, personalize information flows, and facilitate the detection of harmful content. Nevertheless, this transition did not merely enhance efficiency; it fundamentally transformed the nature of censorship. AI does not merely replicate earlier forms of algorithmic control, but rather serves to intensify them. By facilitating predictive, adaptive, and large-scale intervention in speech, AI-driven systems serve to deepen censorship in less visible ways, even more difficult to contest than algorithmic, and more structurally entrenched.

Early algorithms were characterized by the utilization of relatively fixed rules, ranking formulas, and explicit thresholds. In contrast, AI systems function through probabilistic inference, pattern recognition, and continuous learning. This shift denotes the transition from algorithmic filtering to AI governance of speech.

AI models are capable of not only categorizing content based on its inherent nature, but also on its potential to become harmful, misleading, or controversial. Consequently, content may be preemptively suppressed, before any harm occurs or any rules are formally violated. This predictive logic has the potential to expand the scope of censorship beyond the confines of explicit prohibition. The advent of artificial intelligence has enabled digital platforms to moderate an immense volume of content, including billions of posts, images, and videos, in real time. Although scale is frequently presented as a technical necessity, it comes at the cost of contextual judgment. AI systems have been observed to encounter challenges in processing irony, satire, political nuance, cultural specificity, and the manner in which journalism is framed. The consequence of this phenomenon is the systematic application of censorship, particularly in contexts involving: the practice of reporting on warfare and documenting conflict, expression of opposition to prevailing political beliefs and the active involvement in political activities, minority languages and dialects, and visual evidence of violence used for accountability. AI moderation systems have a tendency to suppress content, as false positives are considered to be safer than allowing controversial content to

¹¹ Шекеряк-Кушка, Я. В. (2025), “Штучний інтелект у журналістиці даних: можливості, загрози та етичні дилеми”, *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського, серія: Філологія. Журналістика*, т. 36, № 4, частина 2, УДК 070:004.8+004.6(477) (304-314), DOI: <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.4.2/48>.

spread. This phenomenon has a disproportionate impact on journalists, researchers, and civil society activists, whose work frequently involves dealing with sensitive material.

One of the most significant ways in which AI worsens censorship is through the implementation of predictive suppression. AI systems do not merely react to content; they shape user behavior by anticipating and steering future actions. Recommendation algorithms have been developed to deprioritize content that is deemed risky, controversial, or non-conforming to platform norms. This form of governance has been shown to encourage self-censorship. It has been demonstrated that users learn – often subconsciously – to adapt their speech to algorithmic preferences, avoiding topics, language, or imagery that might trigger suppression. This process, when prolonged, has the effect of producing a homogenisation of discourse and a narrowing of the public sphere. This phenomenon is exemplified by Meta's proactive suppression of posts related to the Russo-Ukrainian War after 2022¹².

So we can say that in the context of the Russian-Ukrainian war, algorithmic curation has demonstrated vulnerabilities to manipulation and misinformation. Studies of web search engines during propaganda campaigns reveal that a considerable share of search results can include false or misleading content, with exposure varying by language and location, pointing to systemic biases in algorithmic outputs. Platforms themselves have also been observed to classify posts about Ukraine as “undesirable” or suppress them under misinformation labels, effectively obscuring war-related reporting from wider audiences.

AI-driven moderation systems are particularly vulnerable to political instrumentalization. There is an increasing tendency for states to exert pressure on social media platforms to suppress content that falls under broad categories such as “extremism”, “misinformation”, or “national security.” The utilization of artificial intelligence within platforms facilitates the enforcement of compliance on a large scale, while concurrently ensuring the maintenance of plausible deniability. An exemplification of this was provided by the case of Chinese AI DeepSeek, which was found to be intentionally filtering information related to Taiwan and the anti-communist events¹³.

In the context of information warfare, AI censorship mechanisms have the potential to be exploited for the purpose of stifling critical narratives whilst permitting the proliferation of coordinated propaganda¹⁴. It is evident that sophisticated actors are able to circumvent AI systems, while independent journalists and grassroots voices are disproportionately filtered out. During the Russo-Ukrainian war, the Russians established a disinformation network with news sites utilizing open-source search AI to disseminate false information¹⁵.

¹² Kling, J., Poliakoff, S. (2025), “Facebook, the EU and Russia's war: challenges of moderating authoritarian news”, *Internet Policy Review*. URL: <https://policyreview.info/articles/analysis/russias-war-moderating-authoritarian-news> (date of access: 05.12.2025).

¹³ Qiu, P., Zhou, S., Ferrara, E. (2025), “Information suppression in large language models: auditing, quantifying, and characterizing censorship in DeepSeek”, *arXiv.org*. URL: <https://arxiv.org/abs/2506.12349> (date of access: 05.12.2025).

¹⁴ Білозеров, В. В. (2025), “Штучний інтелект як інструмент інформаційної російсько-української війни”, *Сучасні медіа: тематично-змістові моделі та трансформації*, Збірник матеріалів звітної наукової конференції за 2024 рік (секція «Журналістики»), Львів, Україна, с. 68-70. <https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2025/09/Zbirnyk-tez-zvitnoi-konferentsii-za-2024-rik.pdf>

¹⁵ Sadeghi, M., Blachez, I. (2024), “A well-funded Moscow-based global ‘news’ network has infected Western artificial intelligence tools worldwide with Russian propaganda, NewsGuard's Reality Check”, *Substack*. URL: <https://www.newsguardrealitycheck.com/p/a-well-funded-moscow-based-global>

It is evident that AI systems are characterised by the embedding of normative judgments concerning the definition of acceptable speech. The aforementioned judgments are encoded by private companies, which have been trained on biased datasets and are optimized for corporate risk management as opposed to democratic values. Moreover, private companies possess the capacity to regulate the dissemination of information in a manner analogous to Grok, Elon Musk's AI, and the X/Twitter feed¹⁶. As artificial intelligence becomes the primary arbiter of visibility and legitimacy online, platforms assume quasi-sovereign power over public discourse. This privatization of normative authority signifies a substantial shift in the governance of speech, characterized by a lack of transparency, accountability, and public consent.

An additional risk introduced by artificial intelligence is the phenomenon of informational cannibalism, wherein AI systems are increasingly trained on data generated by earlier algorithmic and AI-mediated environments. As platforms rely on historical datasets shaped by prior moderation decisions, ranking biases, and censorship practices, AI models do not merely reflect the informational ecosystem – they recursively consume and reproduce it. This self-referential learning process serves to amplify earlier errors, exclusions, and silences. Content that was previously down-ranked, removed, or rendered invisible becomes underrepresented in training data, thus reinforcing its marginalization in future AI decisions. Conversely, dominant narratives are frequently optimized for engagement, safety or political convenience, and are disproportionately preserved and amplified. Consequently, AI systems are imbued with and perpetuate the censorship logics of earlier platforms. Such internal processes of ‘cannibalisation’¹⁷ have the effect of limiting ‘epistemic diversity’ and creating a ‘path-dependent information environment’ in which alternative perspectives have great difficulty in re-emerging once they have been suppressed. In lieu of rectifying antecedent missteps in the domain of algorithmic governance, there is a risk that artificial intelligence (AI) will serve to entrench them within the technical infrastructure. This recursive dynamic has the effect of transforming temporary moderation choices into long-term structural constraints on knowledge production and public discourse.

The increasing utilisation of AI chatbots as alternatives to conventional search engines has the potential to exacerbate the issues of informational cannibalism and algorithmic censorship¹⁸. In contradistinction to search engines, which present multiple sources and allow users to compare perspectives, conversational AI systems provide synthesized, singular responses. This shift from pluralistic retrieval to authoritative summarization centralizes interpretive power within the AI system itself. Chatbots are heavily dependent on content that has previously been indexed, ranked, and moderated, a significant proportion of which has already been shaped by earlier algorithmic biases and censorship regimes. Consequently, viewpoints that have been repressed or marginalized – especially those that have previously been subject to downranking or removal – are less likely to manifest in the responses generated by chatbots. The system effectively recycles the outcomes of

¹⁶ Ncube, M. (2025), “Grok AI: A conduit for misinformation in the digital age”, *IDRC – Resisting Information Disorder in the Global South*. URL: <https://idrc.sun.ac.za/grok-ai-a-conduit-for-misinformation-in-the-digital-age/> (date of access: 5.12.2025).

¹⁷ Belenguer, L. (2022), “AI bias: exploring discriminatory algorithmic decision-making models and the application of possible machine-centric solutions adapted from the pharmaceutical industry - PMC”, *PMC Home*, <https://doi.org/10.1007/s43681-022-00138-8>

¹⁸ Crestodina, A. (2025), “Are AI chatbots replacing search engines? AI vs Google [new research]”, *Orbit Media Studio*. URL: <https://www.orbitmedia.com/blog/ai-vs-google/> (date of access: 04.12.2025).

earlier visibility decisions, further narrowing the informational horizon. However, given the assumption that a considerable amount of information has already been inaccurately designated as false, this problem is only exacerbated.

Furthermore, conversational interfaces obscure the processes of selection and omission. It is rare for users to be presented with information regarding excluded data, deprioritized sources, or areas of uncertainty. This opacity fosters an illusion of completeness and neutrality while reinforcing dominant narratives. In contexts characterized by political conflict, propaganda, or contested knowledge, the utilization of chatbot-based search engines poses a significant risk of becoming a potent mechanism of epistemic closure. This is due to the propagation of historical biases and prior censorship on a large scale, masked by the facade of helpful automation.

A further dimension of concern in conversational search lies in the incentive structures governing AI chatbots, particularly their optimization for user satisfaction, retention, and perceived helpfulness. In contrast to conventional search engines, which are designed to rank and retrieve external sources, conversational AI systems are engineered to produce coherent, confident, and agreeable responses. This design priority creates pressure to minimize uncertainty, controversy, and cognitive friction – often at the expense of epistemic plurality. In their endeavor to satisfy users, chatbots may be inclined to prioritize simplified, mainstream, or socially acceptable narratives while avoiding contentious or niche perspectives that could provoke discomfort or dissatisfaction. Such alignment incentives subtly shape knowledge access by privileging answers that feel authoritative and reassuring, rather than those that reflect genuine complexity or contestation. It is important to note that, over time, this dynamic risk may reinforce dominant viewpoints and suppress critical or dissenting information, thus further centralizing interpretive authority within AI-mediated systems.

Discussion and Conclusions The challenges posed by algorithmic and AI-mediated censorship are structural rather than incidental, requiring interventions at technical, institutional, and normative levels. The presentation of a solitary solution is inadequate in this case. Rather, a multi-layered response is necessary.

Conversational AI systems should complement pluralistic search rather than replace it. Design choices must prioritize source diversity, explicit citation, and the presentation of competing perspectives. It is imperative that users are exposed not only to synthesized answers but also to the range of interpretations and uncertainties that are characteristic of contested knowledge. Nevertheless, it must be noted that this is a delicate situation, due to the possibility of displaying content that may be potentially damaging, with the intention of offering an alternative perspective.

In order to confront the phenomenon of informational cannibalism, it is imperative that AI systems are trained on datasets that deliberately reintroduce content that has been disregarded, archived, or historically suppressed. It is imperative that periodic audits are implemented in order to identify feedback loops that reinforce earlier censorship decisions. Furthermore, it is essential to correct for path-dependent bias.

It is incumbent upon platforms to provide meaningful explanations for AI-driven visibility decisions, including down-ranking and shadow suppression. It is vital to establish transparent appeal mechanisms and independent oversight to reinstate procedural fairness and accountability in speech governance.

It should be noted that AI systems should not be optimized exclusively for the purpose of eliciting user satisfaction, agreement, or retention. Instead, epistemic responsibility –

that is, accuracy, uncertainty disclosure, and representational balance – must be regarded as core performance metrics, even when this is likely to cause discomfort or complexity.

In domains such as war reporting, political analysis, and historical interpretation, the role of AI should be to assist rather than arbitrate. It is imperative that human editorial judgment remains central to the process, with the utilization of AI tools operating under the parameters of clearly defined and limited mandates.

It was evident that the most challenging aspect of the proposed solutions was not even of a technical nature. The focus of this discussion is on major AI start-ups that voluntarily sacrifice a proportion of their profits with the aim of enhancing the quality of life for individuals around the globe. This constitutes the genesis of efforts to combat the concealment of information in the digital era.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Belenguer, L. (2022), “AI bias: exploring discriminatory algorithmic decision-making models and the application of possible machine-centric solutions adapted from the pharmaceutical industry – PMC”, *PMC Home*, <https://doi.org/10.1007/s43681-022-00138-8>
2. Crestodina, A. (2025), “Are AI chatbots replacing search engines? AI vs Google [new research]”, *Orbit Media Studio*. URL: <https://www.orbitmedia.com/blog/ai-vs-google/> (date of access: 04.12.2025).
3. Dan, Valeriu Voinea (2025), “Reconceptualizing gatekeeping in the age of artificial intelligence: A theoretical exploration of artificial intelligence-driven news curation and automated journalism”, *MDPI*. URL: <https://www.mdpi.com/2673-5172/6/2/68?utm> (date of access: 02.12.2025)
4. First Amendment, *Constitution of the United States*, URL: <https://constitution.congress.gov/constitution/amendment-1/> (date of access: 05.12.2025).
5. Joseph, J. et al. (2025), “Digital silence: how algorithmic censorship undermines academic freedom in the Global South”, *Frontiers*. URL: <https://www.frontiersin.org/journals/communication/articles/10.3389/fcomm.2025.1640244/full?utm> (date of access: 03.12.2025).
6. Garajamirli, N. (2025), “Algorithmic Gatekeeping and Democratic Communication: Who Decides What the Public Sees?”, *European Journal of Communication and Media Studies*, Vol. 4, No. 3, p. 1–20. URL: <https://eu-opensci.org/index.php/media/article/view/554?utm> (date of access: 1.12.2025)
7. Kling, J., Poliakoff, S. (2025), “Facebook, the EU and Russia’s war: challenges of moderating authoritarian news”, *Internet Policy Review*. URL: <https://policyreview.info/articles/analysis/russias-war-moderating-authoritarian-news> (date of access: 05.12.2025).
8. Lipien, T. (2022), “Protecting communists from embarrassment: a history of censorship at the Voice of America”, *Tadeusz (Ted) Lipien*. URL: <https://www.tedlipien.com/2022/11/22/protecting-communists-from-embarrassment-a-history-of-censorship-at-the-voice-of-america/> (date of access: 05.12.2025).
9. Ncube, M. (2025), “Grok AI: A conduit for misinformation in the digital age”, *IDRC – Resisting Information Disorder in the Global South*. URL: <https://idrc.sun.ac.za/grok-ai-a-conduit-for-misinformation-in-the-digital-age/> (date of access: 5.12.2025).
10. Qiu, P., Zhou, S., Ferrara, E. (2025), “Information suppression in large language models: auditing, quantifying, and characterizing censorship in DeepSeek”, *arXiv.org*. URL: <https://arxiv.org/abs/2506.12349> (date of access: 05.12.2025).

11. Romanishyn, A., Malyska, O., Goncharuk, V. (2025), "AI-driven disinformation: policy recommendations for democratic resilience", *PMC Home*. URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC12351547/?utm> (date of access: 03.12.2025).
12. Sadeghi, M., Blachez, I. (2024), "A well-funded Moscow-based global 'news' network has infected Western artificial intelligence tools worldwide with Russian propaganda, NewsGuard's Reality Check", *Substack*. URL: <https://www.newsguardrealitycheck.com/p/a-well-funded-moscow-based-global>
13. Sun, S., Liu, Z., Waxman, D. (2024), "A dynamical measure of algorithmically infused visibility", *arXiv.org*. URL: <https://arxiv.org/abs/2412.04735?utm> (date of access: 5.12.2025).
14. Valdespino, M. (2013), *American Communism and Cold War Censorship: The Creation of a New American Citizen: thesis for the degree of Bachelor of Arts with Distinction in Political Science*, University of Pennsylvania; advisor J. Green, Philadelphia.
15. Igot, M. (2020), "Soviet attitudes toward disability and the lasting effect on Nagorno-Karabakh", *Humanitarian Aid Relief Trust (HART UK)*. URL: <https://www.hart-uk.org/blog/soviet-attitudes-toward-disability-and-the-lasting-effect-on-nagorno-karabakh/> (date of access: 05.12.2025).
16. Білозеров, В. В. (2025), "Штучний інтелект як інструмент інформаційної російсько-української війни", *Сучасні медіа: тематично-змістові моделі та трансформації*, Збірник матеріалів звітної наукової конференції за 2024 рік (секція «Журналістики»), Львів, Україна, с. 68-70. <https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2025/09/Zbirnyk-tez-zvitnoi-konferentsii-za-2024-rik.pdf>
17. О'Ніл, К. (2017), *Зброя математичного знищення: як великі дані збільшують нерівність і загрожують демократії*, Кеті О'Ніл; пер. з англ., Penguin, Лондон, 259 с.
18. Шекеряк-Кушка, Я. В. (2025), "Штучний інтелект у журналістиці даних: можливості, загрози та етичні дилеми", *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського, серія: Філологія. Журналістика*, т. 36, № 4, частина 2, УДК 070:004.8+004.6(477) (304-314), DOI: <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.4.2/48>.

REFERENCES

1. Belenguer, L. (2022), "AI bias: exploring discriminatory algorithmic decision-making models and the application of possible machine-centric solutions adapted from the pharmaceutical industry – PMC", *PMC Home*, <https://doi.org/10.1007/s43681-022-00138-8>
2. Crestodina, A. (2025), "Are AI chatbots replacing search engines? AI vs Google [new research]", *Orbit Media Studio*. URL: <https://www.orbitmedia.com/blog/ai-vs-google/> (date of access: 04.12.2025).
3. Dan, Valeriu Voinea (2025), "Reconceptualizing gatekeeping in the age of artificial intelligence: A theoretical exploration of artificial intelligence-driven news curation and automated journalism", *MDPI*. URL: <https://www.mdpi.com/2673-5172/6/2/68?utm> (date of access: 02.12.2025)
4. First Amendment, *Constitution of the United States*, URL: <https://constitution.congress.gov/constitution/amendment-1/> (date of access: 05.12.2025).
5. Joseph, J. et al. (2025), "Digital silence: how algorithmic censorship undermines academic freedom in the Global South", *Frontiers*. URL: <https://www.frontiersin.org/journals/communication/articles/10.3389/fcomm.2025.1640244/full?utm> (date of access: 03.12.2025).

6. Garajamirli, N. (2025), "Algorithmic Gatekeeping and Democratic Communication: Who Decides What the Public Sees?", *European Journal of Communication and Media Studies*, Vol. 4, No. 3, p. 1–20. URL: <https://eu-opensci.org/index.php/media/article/view/554?utm> (date of access: 1.12.2025)
7. Kling, J., Poliakoff, S. (2025), "Facebook, the EU and Russia's war: challenges of moderating authoritarian news", *Internet Policy Review*. URL: <https://policyreview.info/articles/analysis/russias-war-moderating-authoritarian-news> (date of access: 05.12.2025).
8. Lipien, T. (2022), "Protecting communists from embarrassment: a history of censorship at the Voice of America", *Tadeusz (Ted) Lipien*. URL: <https://www.tedlipien.com/2022/11/22/protecting-communists-from-embarrassment-a-history-of-censorship-at-the-voice-of-america/> (date of access: 05.12.2025).
9. Ncube, M. (2025), "Grok AI: A conduit for misinformation in the digital age", *IDRC – Resisting Information Disorder in the Global South*. URL: <https://idrc.sun.ac.za/grok-ai-a-conduit-for-misinformation-in-the-digital-age/> (date of access: 5.12.2025).
10. Qiu, P., Zhou, S., Ferrara, E. (2025), "Information suppression in large language models: auditing, quantifying, and characterizing censorship in DeepSeek", *arXiv.org*. URL: <https://arxiv.org/abs/2506.12349> (date of access: 05.12.2025).
11. Romanishyn, A., Malyska, O., Goncharuk, V. (2025), "AI-driven disinformation: policy recommendations for democratic resilience", *PMC Home*. URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC12351547/?utm> (date of access: 03.12.2025).
12. Sadeghi, M., Blachez, I. (2024), "A well-funded Moscow-based global 'news' network has infected Western artificial intelligence tools worldwide with Russian propaganda, NewsGuard's Reality Check", *Substack*. URL: <https://www.newsguardrealitycheck.com/p/a-well-funded-moscow-based-global>
13. Sun, S., Liu, Z., Waxman, D. (2024), "A dynamical measure of algorithmically infused visibility", *arXiv.org*. URL: <https://arxiv.org/abs/2412.04735?utm> (date of access: 5.12.2025).
14. Valdespino, M. (2013), *American Communism and Cold War Censorship: The Creation of a New American Citizen: thesis for the degree of Bachelor of Arts with Distinction in Political Science*, University of Pennsylvania; advisor J. Green, Philadelphia.
15. Igot, M. (2020), "Soviet attitudes toward disability and the lasting effect on Nagorno-Karabakh", *Humanitarian Aid Relief Trust (HART UK)*. URL: <https://www.hart-uk.org/blog/soviet-attitudes-toward-disability-and-the-lasting-effect-on-nagorno-karabakh/> (date of access: 05.12.2025).
16. Bilozero, V. V. (2025), "Artificial Intelligence as an Instrument of the Information Russia–Ukraine War", *Contemporary media: thematic and content models and transformations*, Proceedings of the annual academic conference for 2024 (Journalism Section). Lviv, Ukraine, pp. 68–70. URL: <https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2025/09/Zbirnyk-tez-zvitnoi-konferentsii-za-2024-rik.pdf> (date of access: 06.12.2025).
17. O'Neil, C. (2017), *Weapons of Math Destruction: How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy*, Cathy O'Neil, translated from English, Penguin, London, 259 p. (date of access: 06.12.2025).
18. Shekeriak-Kushka, Ya. V. (2025), "Artificial Intelligence in Data Journalism: Opportunities, Risks, and Ethical Dilemmas", *Scientific Notes of V. I. Vernadsky Taurida National University, series: Philology. Journalism*, Vol. 36, No. 4, part 2, (304-314), DOI: <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.4.2/48> (date of access: 06.12.2025).

ВІД ЦЕНЗУРИ ДО СЛІПИХ ЗОН: ЕВОЛЮЦІЯ КОНТРОЛЮ ІНФОРМАЦІЇ В ЕПОХУ АЛГОРИТМІВ

Владислав Білозеров

Львівський національний університет імені Івана Франка,

вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна

e-mail: Vladyslav.Bilozarov@lnu.edu.ua

<https://orcid.org/0009-0004-4556-8916>

Яна Шекеряк-Кушка

Львівський національний університет імені Івана Франка,

вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна

e-mail: Yana.Shekeriak@lnu.edu.ua

<https://orcid.org/0000-0002-8187-4062>

Статтю присвячено дослідженню трансформації механізмів контролю інформації в умовах цифрових медіа та поширення алгоритмічних і AI-орієнтованих систем. Проаналізовано перехід від прямої цензури до непрямих форм управління видимістю інформації, що реалізуються через алгоритми ранжування, фільтрації та прогнозування контенту. Особливу увагу приділено феномену інформаційних «сліпих зон», які виникають унаслідок алгоритмічного відбору даних без явної заборони або обмеження доступу.

Розкрито поняття прихованої (відсутньої) змінної, що впливає на формування публічного порядку денного та суспільне сприйняття реальності. Запропоновано концепт AI Curtain для опису режиму алгоритмічного контролю, за якого інформація не блокується напряму, а стає малопомітною або маргіналізованою через технічні рішення платформ. Проаналізовано роль великих даних, автоматизованої модерації та рекомендаційних систем у відтворенні упереджень і стабілізації інформаційної нерівності.

Окрему увагу приділено наслідкам алгоритмічного контролю для журналістики та публічного дискурсу. Показано, що журналісти, зокрема в галузі журналістики даних, стикаються з ризиком відтворення невидимих викривлень, зумовлених обмеженням доступом до даних, алгоритмічно сформованими пріоритетами та зворотними петлями навчання AI-систем. Виявлено, що зростання ролі чатботів і AI-посередників як джерел інформації звужує плюралізм інтерпретацій та посилює концентрацію влади над знанням. Окреслено можливі механізми пом'якшення негативного впливу алгоритмічної цензури, зокрема підвищення прозорості алгоритмів, забезпечення множинності джерел інформації, проведення аудиту даних і збереження ролі людського редакторського контролю.

Ключові слова: нові медіа, алгоритмічний контроль, штучний інтелект, великі дані, алгоритмічна цензура, інформаційні сліпі зони, AI Curtain, журналістика даних, медіа, медіа пропаганда, журналістика, масові комунікації.

Отримано редакцією видання / Received: 11.12.2025

Прорецензовано / Revised: 17.12.2025

Схвалено до друку / Accepted: 22.12.2025

Опубліковано на сайті видання / Published on the publication's website: 30.01.2026

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2026: 58; 278–291 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2026.58.13929>

УДК [070.447:33]:316.6/.7]:303.6

DATA-DRIVEN STORYTELLING AS AN ANALYSIS TOOL IN ECONOMIC JOURNALISM

Tetyana Viytovych

*Ivan Franko National University of Lviv
General Chuprynka Str., 49, Lviv, Ukraine, 79044*

e-mail: tetyana.viytovych@lnu.edu.ua

<https://orcid.org/0000-0001-7416-3863>

This article is dedicated to the analysis of the use of data and sociological information in economic journalism, with an emphasis on the mechanisms for forming narratives within data-driven storytelling. It examines how the combination of sociological research, statistics, and visualisations influences the creation of economic content and contributes to a deeper understanding of social processes. The article explores ways to transform complex data sets into journalistic stories accessible to a wide audience through contextualisation, interpretation, and the integration of human experiences. It also clarifies the role of sociological analysis in modern media and defines data-driven storytelling as a cognitive tool that allows for the combination of empirical facts with narrative techniques to create evidence-based and socially significant material.

Keywords: data-driven storytelling, data interpretation, data journalism, narrative, sociology, human stories, storytelling.

Statement of the Problem. In the 21st century, journalism is undergoing a profound transformation, driven by the rapid development of digital technologies, expanded access to data sets, and a growing public demand for analytical, evidence-based material. These changes are particularly evident in economic journalism, which increasingly combines traditional forms of presentation with sociological analysis, statistical argumentation, and data visualisation.

In modern media, data is no longer just illustrative material: it becomes the foundation for forming the journalistic story, determining the logic of the presentation, the structure of the problem, and the method of interpreting social processes. This is why the importance of data-driven storytelling is growing an approach where data is transformed into narratives capable of explaining social patterns through human experiences.

In the context of the war in which the Ukrainian media landscape currently operates, the role of data and sociological methods becomes even more significant. Economic journalists are forced to work with unstable markets, inconsistent statistical series, the results of numerous sociological surveys, as well as information about the behavior of

businesses and households during a crisis period. In such conditions, data helps to identify trends, confirm or refute public perceptions, and create materials that form an objective vision of the situation. At the same time, combining data with storytelling provides an empathetic dimension to journalistic materials: figures 'come alive' in people's testimonies, allowing for a better understanding of the social consequences of economic processes.

The aim of the article is to define the role of data-driven storytelling as an analysis tool in economic journalism and to clarify the mechanisms for integrating sociological methods into the journalistic narrative.

Theoretical Foundations of the Research. The theoretical foundations of the research are based on modern approaches to the use of data in journalism and social sciences. Starting with A. Howard's work 'The Art and Science of Data-Driven Journalism'¹ which is one of the fundamental works that outlined the conceptual framework of data journalism in the early 2010s, to publications by contemporary researchers who argue that data journalism goes beyond merely collecting figures and involves interpreting data within a broader social and economic context, building cause-and-effect relationships, and analytically comprehending information.

H. Gans emphasises the convergence of journalism and sociology, stating that modern journalists increasingly use surveys, statistical methods, and trend analysis, which makes journalism a tool for social cognition².

An important contribution to the understanding of data-based narratives was made by researcher Cole Nussbaumer Knaflc (Storytelling with Data)³, who argues that data gains persuasiveness only when presented in the form of a thoughtful visual and textual narrative focused on audience perception. Her approach reinforces the concept of data-driven storytelling as a way to transform complex statistics into accessible and meaningful stories.

Drawing on the research by Cole Nussbaumer Knaflc, the authors of the publication 'Data-driven Storytelling to Support Decision Making in Crisis Settings: A Case Study'⁴ indicate that a good visual story should combine: a logical structure (plot), a focus on key insights, minimalism and clean graphics, and explanatory texts. The article presents an empirical case study in which the authors explore how applying the principles of data-driven storytelling in data visualisation can improve decision-making in crisis settings specifically, during the COVID-19 pandemic. The focus is on real government software that monitored citizens' isolation and passes during quarantine. The authors emphasise that during the rapid development of the system (unstable requirements, tight deadlines), the visual and narrative aspects were neglected. This case study, therefore, allowed for

¹ Howard, A. B. (2014), *The Art and Science of Data-Driven Journalism*, Tow Center for Digital Journalism, Columbia University, New York. URL: <https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8Q531V1> (accessed 5 September 2025).

² Gans, H. J. (2018), «Sociology and Journalism: A Comparative Analysis», *Contemporary Sociology: A Journal of Reviews*, vol. 47, no. 1, pp. 3-10. <https://doi.org/10.1177/0094306117744794> (accessed 7 September 2025).

³ Knaflc, C. (2021), *Storytelling danych: A Guide to Data Visualization for Professionals*, trans. from English by K. Krzyżanowski, Onepress, Gliwice, 272 p.

⁴ Lezcano Airdi, A., Diaz-Pace, J.A. & Irrazábal, E. (2021), «Data-driven Storytelling to Support Decision Making in Crisis Settings: A Case Study», *JUCS – Journal of Universal Computer Science*, vol. 27, no. 10, pp. 1046-1068. <https://doi.org/10.3897/jucs.66714> (accessed 9 November 2025).

an assessment of how the implementation of best visualisation practices is capable of improving the understanding of information.

Methodological Framework. The methodological framework of the article is based on a combination of qualitative and analytical methods, which corresponds to the nature of the phenomenon under study the transformation of data into journalistic narratives. Firstly, a content analysis of economic journalism materials that use sociological indicators, statistics, or survey data was applied.

The case study method was also used, allowing for a detailed examination of selected journal and online publications (including materials from the Pulitzer Center, LB.ua, 'Slidstvo.Info,' etc.).

Particular attention was paid to the mechanism of constructing journalistic stories through the sequence: 'figure → context → human experience → consequence'. This made it possible to trace how sociological data acquires an emotional and explanatory function. The method of comparative analysis was applied to compare different models of data usage in Ukrainian and international economic media. This allowed for the determination that Ukrainian journalists are significantly more active in incorporating sociology into their materials during wartime, as data becomes a key tool for trust and justification.

Presentation of the Main Material of the Research. The methodological arsenal of contemporary journalism is actively expanding through the use of data as a foundation for creating persuasive and evidence-based stories. Today, journalists increasingly combine analytical approaches with tools from sociology, economics, statistics, and digital analytics in order to explain social processes through the language of numbers and narratives.

This tendency is particularly evident in economic journalism, which extends far beyond dry indicators and official reports. Data-driven storytelling enables journalists not merely to operate with data, but to build narratives around it by demonstrating how economic trends affect people, businesses, and communities. For example, figures from sociological surveys on living standards, inequality, or the labor market often serve as the starting point for journalistic materials in which data comes to life through concrete human experiences.

The study by Alexander Benjamin Howard 'The Art and Science of Data-Driven Journalism'⁵ is one of the foundational works that outlined the conceptual framework of data journalism in the early 2010s. Howard emphasised that the use of data in journalism should not be based on the mechanical collection of numbers, but on their conscious application for identifying patterns, verifying facts, and constructing well-grounded conclusions.

He stressed that journalists must interpret data within a broader context, combining analytics, visualisation, and explanatory narrative. Howard also described in detail how newsrooms can organise their work with data, which competencies are considered essential, and which practices of leading media organisations have become benchmarks for the field.

He further emphasised that high-quality data journalism is possible only under conditions of source transparency, responsible analysis, and interdisciplinary collaboration. At the same time, the contemporary development of data journalism and new technologies provides grounds to argue that data today 'comes alive' through specific human experiences, transforming into stories that allow for a deeper understanding of social processes.

⁵ Howard, A. B. (2014), *The Art and Science of Data-Driven Journalism*, Tow Center for Digital Journalism, Columbia University, New York.

In Ukrainian journalism, this integration became particularly noticeable after 2014 and gained new momentum during the period of the full-scale war. Economic journalists are increasingly using large volumes of open data, the results of sociological research, consumer surveys, data from state statistics, and information provided by international organisations.

This approach makes it possible not only to document events on the ‘economic front’, but also to identify systemic patterns, including changes in consumer behavior, the ways in which industries adapt to wartime conditions, and how businesses respond to market losses and labor migration.

The application of a data-driven approach in journalism transforms the very logic of content creation. The journalist is no longer merely an observer, but simultaneously an analyst, a researcher, and a storyteller.

Data becomes a plot-forming element. It defines the thematic focus of the material, structures its composition, and, through visualisations such as charts, maps, diagrams, and interactive elements, helps audiences see what often remains hidden.

Visualisation in journalism is becoming increasingly important. Therefore, illustrations and interactive graphics must convey information accurately and clearly, and must also be optimised for mobile devices, as audiences frequently consume content through them⁶. This approach enables the creation of in-depth, well-argued, and socially significant journalistic texts in which numbers are transformed into stories about real decisions, losses, choices, and challenges faced by the people behind the statistics.

The combination of a data-driven approach with a sociological dimension adds additional depth to journalism. Data points to trends, while sociology helps explain the causes and consequences of these trends for different groups within society. It is precisely sociological analysis that allows journalists to perceive the living social fabric behind large numerical datasets, including motivations, fears, and behavioral patterns that shape social processes.

Thus, data-driven storytelling⁷, when combined with sociological approaches, ensures not only factual accuracy but also empathetic understanding of reality, transforming journalism into a tool for deep social insight.

The American sociologist Herbert J. Gans, widely known for his research on media and society, has repeatedly drawn parallels between sociology and journalism in his scholarly work. One of the key texts in which he examines this relationship in detail is ‘Sociology and Journalism: A Comparative Analysis’⁸.

Gans emphasises a clear tendency toward the convergence of journalism and sociology observed over recent decades. He argues that this convergence occurs largely due to the increasingly active use of sociological data and analytical approaches in journalistic materials.

⁶ Russ-Mohl, S. & Schulz, T. (2025), *Journalism: A Handbook*, trans. from German by V. Klymchenko and V. Oliynyk, scientific ed. V. Ivanov, Academy of Ukrainian Press, Free Press Center, Kyiv, p. 15.

⁷ Reveal Embedded Analytics (no date), «What Is Data-driven Storytelling», *Reveal Embedded Analytics*. URL: <https://www.revealbi.io/glossary/data-driven-storytelling> (accessed 5 October 2025).

⁸ Gans, H. J. (2018), «Sociology and Journalism: A Comparative Analysis», *Contemporary Sociology: A Journal of Reviews*, vol. 47, no. 1, pp. 3-10. <https://doi.org/10.1177/0094306117744794> (accessed 7 September 2025).

In particular, Gans notes that in recent years journalists, especially those media outlets that serve highly educated audiences, have become more analytical by offering causal explanations and interpretations that at times resemble sociological analysis. In addition, they have begun to include news reporting and analytical content based on large datasets and big data.

This observation highlights key aspects of the transformation of contemporary journalism. First, it points to the growing analytical orientation of journalistic practice, as journalists increasingly move beyond the simple reporting of facts and seek to uncover cause and effect relationships between events and phenomena. They aim to explain not only what has happened, but why it has happened.

Second, it underscores the growing role of sociological approaches grounded in analytical reasoning. These approaches often intersect with the methods and objectives of sociological research, which likewise seeks to identify patterns in social processes, understand group motivations, and examine the influence of social structures.

Third, it highlights the expanding role of data in journalism, particularly the use of large datasets and big data. This allows journalists to identify non-obvious trends, conduct deeper analysis of social problems, and present information based on empirical evidence rather than isolated facts or opinions.

Thus, Gans emphasises that contemporary journalism, especially journalism oriented toward educated audiences, is increasingly transforming into an important instrument of social analysis that actively integrates sociological tools to achieve a deeper understanding and representation of social processes.

Sociology and journalism represent distinct yet deeply interconnected fields of knowledge and social practice. Their interaction has a long history that dates back to the formative periods of both disciplines. Although their primary goals and methods differ, their shared object of study inevitably leads to continuous intersection and mutual enrichment. Journalism is one form of public activity. Therefore, in addition to its core functions, such as informing and shaping public opinion, it can also be understood as influencing social processes and performing the role of a specific ‘mirror’ of society by reflecting its dynamics in real time⁹.

In the context of economic journalism, this ‘mirror of society’ not only reflects economic dynamics but also performs a navigational function, helping citizens and businesses orient themselves within complex economic conditions.

Sociology, in contrast, is a systematic science that studies society, including its structure, development, patterns of functioning, social groups, institutions, and human behavior. Its aim is not merely to record facts, but to reveal the underlying causes and consequences of social phenomena, construct theoretical models, and identify general patterns.

Despite these differences in forms and final outputs, journalism and sociology share numerous common features, as they work with the same material – human society and its complex social reality. This shared ‘material’ encompasses a wide range of phenomena, from mass movements and political processes to changes in everyday life, consumer preferences, cultural trends, and personal stories. When covering a particular event or issue,

⁹ Mykhailyn, I. L. (2011), *Fundamentals of Journalism*, 5th ed., revised and expanded, Tsentr Uchbovoi Literatury, Kyiv, 496 p.

a journalist often – consciously or unconsciously – draws on categories and concepts that lie at the core of sociological analysis: social roles, groups, conflicts, norms, values, and public opinion.

In this context, sociological analysis and journalistic storytelling operate in tandem: sociology explains patterns and regularities, while storytelling gives these patterns a human face and voice. Thus, this ‘shared material’ is not only an object of study for sociologists, but also a narrative resource for journalists, who create vivid and emotionally engaging stories based on data-driven foundations¹⁰.

After selecting relevant figures that characterise sociological indicators, it is important to integrate them into a narrative that is understandable to the audience. This can be done through data visualisation (charts, diagrams, infographics), which structures complex processes, or through narrative formats in which numbers are embedded in the stories of particular social groups or individuals¹¹.

Let us examine several journalistic narratives in which sociological data is embedded. One such example is the article ‘On the Front Lines of the Ukrainian Media’s Fight for Funding in Wartime’¹².

In this material, sociological data is integrated directly into the narrative structure. Let us consider the key elements of how sociology is used within the narrative. The article mentions that media managers “calculate risk probability in percentages”. This is a small but illustrative example of how a numerical indicator, a percentage, activates sociological logic within the text, even when the primary focus remains on human stories. Further in the article, the results of an IMI survey (Institute of Mass Information) are cited. According to the survey, 59.2% of respondents believe that the termination of U.S. support would have a catastrophic effect on independent media. This figure functions as a ‘point of gravity’ for the reader, demonstrating that the concerns of individual newsrooms are not isolated cases but part of a broader shared trend.

The article does not rely solely on numbers. It also includes interviews with media professionals, such as the head of Gwara Media and other editors, which provide emotional grounding for the story. For example, an editor explains that they ‘calculate risk probability in percentages’ in order to cope with uncertainty in a combat zone. This combined logic of number plus human voice represents a classic storytelling technique that makes sociology ‘come alive’.

In other words, by understanding how audiences perceive and process information, journalists increase their chances of communicating effectively with readers¹³.

The material also presents not only financial data, but an emotional dimension, including proximity to the front line, frequent shelling, and the risks faced by media

¹⁰ Storr, W. (2023), *The Science of Storytelling: Why Stories Influence Us and How to Influence Others*, trans. from English by M. Hosovska, 2nd ed., Nash Format, Kyiv, p. 183.

¹¹ Vytovych, T. (2024), «From Data to Narratives: The Art of Storytelling in Economic Journalism», *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 October 2025).

¹² Hylton, A. (2025), «On the Front Lines of the Ukrainian Media’s Fight for Funding in Wartime», *Pulitzer Center*. URL: <https://pulitzercenter.org/stories/front-lines-ukrainian-medias-fight-funding-wartime> (accessed 14 September 2025).

¹³ Knaflig, C. (2021), *Storytelling danych: A Guide to Data Visualization for Professionals*, trans. from English by K. Krzyżanowski, Onepress, Gliwice, p. 109.

workers during wartime. Numbers related to budgets and grant dependence emphasise that media organisations in such conditions are not merely businesses, but institutions engaged in a struggle for survival.

Survey results from IMI further reinforce this narrative. For instance, data showing that many newsrooms received a significant share of their budgets from U.S. grants, including cases where 35% of editorial teams relied on such grants for more than 75% of their funding, highlights the critical dependence of independent media on external support. This dependence makes the system highly vulnerable to changes in political decisions and international relations.

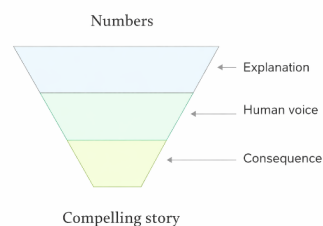
The publication also notes that only 14% of editorial teams would be able to survive for more than a year without additional funding, while approximately 45.5% could last only three to six months. These timeframes function as an element of narrative tension, showing that the situation is not only difficult, but also marked by critical temporal thresholds beyond which the consequences would become irreversible.

Let us consider the project ‘Challenges to Freedom of Speech and Journalists in Wartime: A Sociological Study’¹⁴ which serves as a clear example of what can be described as ‘sociology within narrative’. An analysis of this material shows that the use of such data provides journalists with a ready-made framework for strong storytelling: figure → explanation → human voice → consequence, as defined by the author. Let us examine this chain in more detail. The starting point in data-driven storytelling is numerical data. At the initial stage, journalists identify data that is interesting and socially significant. This may include statistical indicators, survey results, financial reports, or any other information presented in numerical form. It is essential that such data is relevant to the audience and reflects important trends or pressing social issues.

Turning to other academic sources, the authors of the publication ‘Datanarrative: Automated Data-Driven Storytelling with Visualisations and Texts’ define data-driven storytelling as a method of presenting data that combines narrative techniques, textual explanations, and visualisations in order to communicate key insights and causal relationships embedded in the data¹⁵.

Such stories are based on identifying the most significant trends and deviations within datasets and transforming them into a clear, coherent narrative supported by charts and diagrams. The authors emphasise that effective data-driven storytelling follows the structure ‘insight → visualisation → explanation’, which allows abstract data tables to be transformed into an accessible, logically organised, and persuasive narrative.

Turning Data into Compelling Stories



¹⁴ Bondarenko, P., Pechonchuk, T., Sukharina, A. & Yavorskyi, V. (2023), *Challenges to Freedom of Speech and Journalists in Wartime: A Sociological Study*, ZMINA Human Rights Center, Kyiv, 56 p.

¹⁵ Islam, M. S., Laskar, M.T.R., Parvez, M.R., Hoque, E. & Joty, S. (2024), «DataNarrative: Automated Data-Driven Storytelling with Visualizations and Texts», *Proceedings of the 2024 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing (EMNLP)*, Miami, Florida, USA, Stroudsburg, PA: Association for Computational Linguistics, pp. 19253–19286. <https://doi.org/10.18653/v1/2024.emnlp-main.1073> (accessed 1 November 2025).

As an example, the article ‘The Number of Complications Among People with Type 2 Diabetes Has Increased in Ukraine, Study Finds’¹⁶ presents statistical data indicating a rise in diabetes cases among young people. On its own, this figure may be alarming, but it does not tell the full story. The next step, therefore, involves providing context and explaining the significance of the numbers.

At this stage, the journalist investigates the underlying causes behind the data and clarifies their importance for the audience. This may include an analysis of social, economic, or political factors influencing the situation. In the case of diabetes, the journalist examines changes in dietary habits, increased stress levels, and insufficient physical activity among young people, and also turns to expert voices, such as doctors and dietitians, to obtain professional commentary and explanation.

The most crucial element in this framework is the inclusion of the human voice. Numbers can be abstract and distant, but the stories of real people make them tangible and emotionally resonant. Journalists must identify individuals directly affected by the issue being covered and tell their stories. In the case of diabetes, this involves speaking with young people living with the condition and presenting their everyday challenges, the impact of the disease on their lives, and their hopes for the future. These narratives make the problem more real and encourage empathy among audiences.

The final step is to demonstrate the consequences of the problem and articulate a call to action. Journalists should explain the potential outcomes if the current situation persists and propose possible solutions. In the case of diabetes, this may involve advocating for improvements in the healthcare system, the implementation of educational campaigns, or support for research in prevention and treatment.

There are numerous examples of successful data-driven storytelling across different fields. Among them are investigations into corruption, where journalists use data on financial transactions, asset declarations, and official documents to uncover corrupt schemes and hold those responsible accountable. Environmental journalism relies on data related to air, water, and soil pollution to demonstrate the impact of human activity on the environment and to advocate for environmental protection. Crime analysis uses crime statistics to identify trends and patterns and to assess the effectiveness of law enforcement agencies.

One such publication is ‘Slidstvo.Info: NACP Will Not Verify the Lifestyle of MP Kuznetsov’¹⁷. In this investigation, journalists established that the deputy’s wife had purchased land and a residential property for a substantial amount, using asset data and official documentation. Analysing the way data was used, we can see that the first step involved identifying the object and the value of the assets. Journalists determined that the deputy’s wife acquired a land plot and a partially constructed house in Kyiv. An expert estimated the value of the estate at over USD 400,000.

In its response to journalists, the National Agency on Corruption Prevention (NACP) also indicated that the value of the acquired property, according to expert monetary

¹⁶ Korniienko, V. (2025), «The Number of Complications among People with Type 2 Diabetes Has Increased in Ukraine – Study», *LB.ua*, 10 November. URL: https://lb.ua/health/2025/11/10/706104_ukraini_zrosla_kilkist.html (accessed 25 October 2025).

¹⁷ Korniiichuk, Ya. (2025), «NACP Will Not Verify the Lifestyle of MP Kuznetsov, Whose Family Owns a Mansion in Kyiv Worth Over \$400,000», *Slidstvo.info*. URL: <https://www.slidstvo.info/news/nazk-ne-pereviriatyme-sposib-zhyttia-nardepa-kuznetsova-sim-ia-iakoho-volodiie-maietkom-u-kyievi-zapnad-400-tysiach/> (accessed 25 October 2025).

valuation, amounted to 2.64 million UAH for the land plot purchased in 2021. Thus, data on asset value automatically created ‘markers’ of suspicion. A large sum required comparison with declared income. The next step involved comparing income and legally obtained funds. In its response, the NACP explained that to verify lifestyle or asset declarations, it is necessary to demonstrate a discrepancy between the value of assets and lawful income exceeding a specific threshold of 1,505,250 UAH.

During the investigation, journalists also relied on official responses and documents. The publication includes an excerpt from the NACP’s response to a journalistic inquiry, in which the agency explains why it would not conduct verification or monitoring. This response references the legal framework, including legislative changes and the rules governing the acquisition of unjustified assets, as well as the thresholds that determine the agency’s jurisdiction.

This represents a classic journalistic technique: data combined with an official response from a state authority adds objectivity to the material. Through contrast, logical sequencing, and the use of legal mechanisms, data in this investigation shaped both the narrative and the argumentation.

Let us also examine the investigation by Bihus.Info ‘A People’s Deputy Who Declared a Land Cruiser at 20,000 UAH Moved into a Mansion Worth Several Million Dollars’¹⁸.

This investigation uses asset declarations, public registries, and open data to construct a narrative about the discrepancy between officially declared income and actual property ownership. In preparing the material, journalists relied on the following data sources: electronic declarations, public real estate registries, land registries, business information, financial reports, observations, documentary evidence, and official responses.

Data-driven storytelling has several advantages compared to traditional journalistic methods. In terms of objectivity, data provides a factual foundation for storytelling and reduces the influence of subjective opinions and bias. In addition, data can be visualised through charts, diagrams, and interactive tools, making stories more engaging and easier for audiences to understand. This, in turn, can have a significant social impact by raising awareness, influencing behavior, and supporting informed decision-making.

Despite these advantages, data-driven storytelling also faces certain challenges. Access to relevant data is not always easy, particularly when information is confidential or not available in open sources. Moreover, incorrect interpretation of data can lead to erroneous conclusions and the dissemination of misleading information.

Overall, data-driven storytelling represents a powerful tool for journalists, enabling them to transform dry numbers into compelling narratives that resonate with audiences. By using data as the basis for storytelling and supplementing it with context, analysis, and human voices, journalists can communicate important messages to society and contribute to positive social change. Despite existing challenges, data-driven storytelling is becoming an increasingly important approach in contemporary journalism, and its role is expected to continue growing in the future.

¹⁸ Opanasenko, M. (2025), «An MP from the ‘OPZZh’ Party Who Declared Land Cruisers at UAH 20,000 Moved into a Mansion Worth Several Million Dollars», *Bihus.info*. URL: <https://bihus.info/nardep-vid-opzzh-yakyj-deklaruvav-land-cruisery-po-20-tysyach-gryven-pereyihav-v-mayetok-za-kilka-miljoniv-dolariv/> (accessed 28 October 2025).

From their perspective, sociologists can use journalistic materials as a source of primary information about public sentiment, social challenges, and current debates. This allows them to respond more rapidly to changes in the social environment and to formulate new research questions. Such interaction between journalism and sociology is particularly evident in economic journalism, where data becomes not merely illustrative but foundational for narrative construction.

Journalists strive to convey reality, or specific aspects of it, accurately and impartially. To achieve this, they require verified and precise information, which is often obtainable only through the application of scientific methods, including sociological research techniques. As a result, data-oriented journalism increasingly aligns with the principles of sociological inquiry, from data collection to the interpretation of findings.

“Obviously, the conscious application of the core elements of sociological methodology in journalism enhances the quality of journalistic output, making it more substantiated and objective”¹⁹.

As noted by the author of the article ‘Journalism and Sociology: Uneasy Bedfellows’²⁰, although journalists and sociologists use similar tools, such as interviews, surveys, and statistics, journalists, unlike scholars, operate under constraints of time and audience attention. Consequently, they must transform data into narrative form in order to make it accessible and meaningful to readers.

The results and prospects of further research are discussed. The study reveals that the integration of sociological methods, including surveys, interpretation of large datasets, and analysis of behavioral trends, shapes a new type of journalistic thinking. This type of thinking is oriented not only toward informing audiences but also toward explaining the causes and consequences of economic phenomena.

The research also demonstrates that data ‘comes alive’ when combined with human stories, which increases empathy and improves the accessibility of complex socio-economic topics for a broad audience. Prospects for further research are associated with analysing the impact of algorithmic tools and artificial intelligence on journalists’ work with data, comparing models of data-driven storytelling across different countries, and examining how these approaches transform the structure of media content in conditions of war and social crises. An important direction for future studies is also the assessment of audience perception of such materials.

Economic journalism today goes beyond the description of dry financial indicators or macroeconomic trends, since economics is primarily about people, their needs, decisions, and interactions. Sociological methods, including surveys, focus groups, and statistical analysis, help journalists understand the deeper patterns underlying economic processes and translate these patterns into clear, evidence-based stories.

In contemporary journalism, sociological research is becoming not only a source of data, but also a mechanism for creating narratives that combine empirical facts with human experience. This combination serves as the foundation for producing high-quality, evidence-based, and socially significant journalistic materials.

¹⁹ Lubkovych, I. M. (2005), *Sociology and Journalism: Textbook*, PAIS, Lviv, p.114.

²⁰ Mohammad, A. (no date), «Journalism and Sociology: Uneasy Bedfellows», *Al Jazeera Media Institute*. URL: <https://institute.aljazeera.net/en/ajr/article/1477> (accessed 7 October 2025).

Within the framework of data-driven storytelling, journalists work as researchers. They do not merely cite survey results or sociological reports, but interpret them through human stories, creating a bridge between numbers and emotional experience. This process gives rise to a ‘sociological narrative’, in which data on income, employment, or inequality is combined with concrete life examples that demonstrate how macro-level processes affect everyday realities.

Thus, the synergy between sociology and data-driven journalism creates a deeper and more human-centered media discourse. In this discourse, facts do not merely inform, but also explain, helping audiences grasp the cause-and-effect relationships underlying social phenomena.

REFERENCES

1. Bondarenko, P., Pechonchyk, T., Sukharina, A. & Yavorskyi, V. (2023), *Challenges to Freedom of Speech and Journalists in Wartime: A Sociological Study*, ZMINA Human Rights Center, Kyiv, 56 p. URL: https://zmina.ua/wp-content/uploads/sites/2/2024/03/freedomofspeechandjournalistsatwar_socialresearchua-web.pdf (accessed 21 October 2025).
2. Gans, H. J. (2018), «Sociology and Journalism: A Comparative Analysis», *Contemporary Sociology: A Journal of Reviews*, vol. 47, no. 1, pp. 3-10. <https://doi.org/10.1177/0094306117744794> (accessed 7 September 2025).
3. Howard, A. B. (2014), *The Art and Science of Data-Driven Journalism*, Tow Center for Digital Journalism, Columbia University, New York. URL: <https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8Q531V1> (accessed 5 September 2025).
4. Hylton, A. (2025), «On the Front Lines of the Ukrainian Media’s Fight for Funding in Wartime», *Pulitzer Center*. URL: <https://pulitzercenter.org/stories/front-lines-ukrainian-medias-fight-funding-wartime> (accessed 14 September 2025).
5. Islam, M. S., Laskar, M.T.R., Parvez, M.R., Hoque, E. & Joty, S. (2024), «DataNarrative: Automated Data-Driven Storytelling with Visualizations and Texts», *Proceedings of the 2024 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing (EMNLP)*, Miami, Florida, USA, Stroudsburg, PA: Association for Computational Linguistics, pp. 19253–19286. <https://doi.org/10.18653/v1/2024.emnlp-main.1073> (accessed 1 November 2025).
6. Knaflc, C. (2021), *Storytelling danych: A Guide to Data Visualization for Professionals*, trans. from English by K. Krzyżanowski, Onepress, Gliwice, 272 p.
7. Korniiichuk, Ya. (2025), «NACP Will Not Verify the Lifestyle of MP Kuznietsov, Whose Family Owns a Mansion in Kyiv Worth Over \$400,000», *Slidstvo.info*. URL: <https://www.slidstvo.info/news/nazk-ne-pereviriatyme-sposib-zhyttia-nardepa-kuznietsova-sim-ia-iaakoho-volodiie-maietkom-u-kyievi-za-ponad-400-tysiach/> (accessed 25 October 2025).
8. Korniienko, V. (2025), «The Number of Complications among People with Type 2 Diabetes Has Increased in Ukraine – Study», *LB.ua*, 10 November. URL: https://lb.ua/health/2025/11/10/706104_ukraini_zroslo_kilkist.html (accessed 25 October 2025).
9. Lezcano Airaldi, A., Diaz-Pace, J.A. & Irrazábal, E. (2021), «Data-driven Storytelling to Support Decision Making in Crisis Settings: A Case Study», *JUCS – Journal of Universal Computer Science*, vol. 27, no. 10, pp. 1046-1068. <https://doi.org/10.3897/jucs.66714> (accessed 9 November 2025).

10. Lubkovych, I. M. (2005), *Sociology and Journalism: Textbook*, PAIS, Lviv, 176 p.
11. Mohammad, A. (no date), «Journalism and Sociology: Uneasy Bedfellows», *Al Jazeera Media Institute*. URL: <https://institute.aljazeera.net/en/ajr/article/1477> (accessed 7 October 2025).
12. Mykhailyn, I. L. (2011), *Fundamentals of Journalism*, 5th ed., revised and expanded, Tsentr Uchbovoi Literatury, Kyiv, 496 p.
13. Opanasenko, M. (2025), «An MP from the ‘OPZZh’ Party Who Declared Land Cruisers at UAH 20,000 Moved into a Mansion Worth Several Million Dollars», *Bihus.info*. URL: <https://bihus.info/nardep-vid-opzzh-yakyj-deklaruvav-land-cruisery-po-20-tysyach-gryven-pereyihav-v-mayetok-za-kilka-miljoniv-dolariv/> (accessed 28 October 2025).
14. Reveal Embedded Analytics (no date), «What Is Data-driven Storytelling», *Reveal Embedded Analytics*. URL: <https://www.revealbi.io/glossary/data-driven-storytelling> (accessed 5 October 2025).
15. Russ-Mohl, S. & Schulz, T. (2025), *Journalism: A Handbook*, trans. from German by V. Klymchenko and V. Oliinyk, scientific ed. V. Ivanov, Academy of Ukrainian Press, Free Press Center, Kyiv, 393 p.
16. Storr, W. (2023), *The Science of Storytelling: Why Stories Influence Us and How to Influence Others*, trans. from English by M. Hosovska, 2nd ed., Nash Format, Kyiv, 224 p.
17. Viytovych, T. (2024), «From Data to Narratives: The Art of Storytelling in Economic Journalism», *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 October 2025).

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Бондаренко, П., Печончик, Т., Сухарина, А., та Яворський, В. (2023), *Виклики для свободи слова та журналістів в умовах війни: соціологічне дослідження*, Центр прав людини ZMINA, Київ, 56 с. URL: https://zmina.ua/wp-content/uploads/sites/2/2024/03/freedomofspeechandjournalistsatwar_socialresearchua-web.pdf (дата перегляду 21 жовтня 2025).
2. Gans, H. J. (2018), «Sociology and Journalism: A Comparative Analysis», *Contemporary Sociology: A Journal of Reviews*, vol. 47, no. 1, pp. 3-10. URL: <https://doi.org/10.1177/0094306117744794> (дата перегляду 7 вересня 2025).
3. Howard, A. B. (2014), «The Art and Science of Data-Driven Journalism», *Tow Center for Digital Journalism, Columbia University, New York*. URL: <https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8Q531V1> (дата перегляду 5 вересня 2025).
4. Hylton, A. (2025), «On the Front Lines of the Ukrainian Media’s Fight for Funding in Wartime», *Pulitzer Center*. URL: <https://pulitzercenter.org/stories/front-lines-ukrainian-medias-fight-funding-wartime> (дата перегляду 14 вересня 2025).
5. Islam, M. S., Laskar, M. T. R., Parvez, M. R., Hoque, E. & Joty, S. (2024), «DataNarrative: Automated Data-Driven Storytelling with Visualizations and Texts», *Proceedings of the 2024 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing (EMNLP)*, Miami, Florida, USA, Stroudsburg, PA: Association for Computational Linguistics, pp. 19253-19286. URL: <https://doi.org/10.18653/v1/2024.emnlp-main.1073> (дата перегляду 1 листопада 2025).

6. Knaflíc, C. (2021), *Storytelling danych. Poradnik wizualizacji danych dla profesjonalistów*, tłum. з англ. Krzysztof Krzyżanowski, Onepress, Gliwice, 272 s.
7. Корнійчук, Я. (2025), «НАЗК не перевірятиме спосіб життя нардепа Кузнецова, сім'я якого володіє маєтком у Києві за понад \$400 тисяч», *Slidstvo.info*. URL: <https://www.slidstvo.info/news/nazk-ne-pereviriaty-me-sposib-zhyttia-nardepa-kuznietsova-sim-ia-iaakoho-volodiie-maietkom-u-kyievi-za-ponad-400-tysiach/> (дата перегляду 25 жовтня 2025).
8. Корнієнко, В. (2025), «В Україні зросла кількість ускладнень серед людей із цукровим діабетом 2-го типу, – дослідження», *LB.ua*, 10 листопада. URL: https://lb.ua/health/2025/11/10/706104_ukraini_zroslo_kilkist.html (дата перегляду 25 жовтня 2025).
9. Lezcano Airaldi, A., Diaz-Pace, J.A. and Irrazábal, E. (2021), «Data-driven Storytelling to Support Decision Making in Crisis Settings: A Case Study», *JUCS – Journal of Universal Computer Science*, vol. 27, no. 10, pp. 1046-1068. URL: <https://doi.org/10.3897/jucs.66714> (дата перегляду 9 листопада 2025).
10. Лубкович, І. М. (2005), *Соціологія і журналістика: підручник*, ПАІС, Львів, 176 с.
11. Mohammad, A., «Journalism and sociology: uneasy bedfellows», *Al Jazeera Media Institute*. URL: <https://institute.aljazeera.net/en/ajr/article/1477> (дата перегляду 7 жовтня 2025).
12. Михайлин, І. Л. (2011), *Основи журналістики*, 5-те вид., доповн. і доопрац., Центр учбової літератури, Київ, 496 с.
13. Опанасенко, М. (2025), «Нардеп від «ОПЗЖ», який декларував Land Cruiser'и по 20 тисяч гривень, переїхав в маєток за кілька мільйонів доларів», *Bihus.info*. URL: <https://bihus.info/nardep-vid-opzzh-yakyj-deklaruvav-land-cruisery-po-20-tysyach-gryven-pereyihav-v-mayetok-za-kilka-miljoniv-dolariv/> (дата перегляду 28 жовтня 2025).
14. Reveal Embedded Analytics, «What Is Data-driven Storytelling», *Reveal Embedded Analytics*. URL: <https://www.revealbi.io/glossary/data-driven-storytelling> (дата перегляду 5 жовтня 2025).
15. Рус-Моль, Ш. та Шульц, Т. (2025), *Журналістика: посібник*, пер. з нім. В. Климченко та В. Олійник; наук. ред. В. Іванов, Академія української преси, Центр вільної преси, Київ, 393 с.
16. Сторп, В. (2023), *Наука сторітелінгу. Чому історії впливають на нас і як ними впливати на інших*, пер. з англ. М. Госовська, 2-ге вид., Наш Формат, Київ, 224 с.
17. Viytovych, 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 жовтня 2025).

DATA-DRIVEN STORYTELLING ЯК ІНСТРУМЕНТ АНАЛІЗУ В ЕКОНОМІЧНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ

Тетяна Війтович

Львівський національний університет імені Івана Франка,

вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна

e-mail: tetyana.viytovych@lnu.edu.ua

<https://orcid.org/0000-0001-7416-3863>

Стаття присвячена аналізу data-driven storytelling як одного з основних інструментів сучасної економічної журналістики та досліджує, як поєднання соціологічних даних, статистики, візуалізацій і людських історій формує нову якість медійного контенту. У дослідженні розглянуто механізми трансформації великих масивів даних у переконливі журналістські наративи, що поєднують доказову базу з емоційним і соціальним виміром. Особливу увагу приділено ролі соціологічних методів – опитувань, інтерпретації поведінкових тенденцій, аналізу масових даних – які стають фундаментом для пояснення складних економічних та суспільних процесів у зрозумілій для аудиторії формі.

У статті підкреслено, що підхід data-driven storytelling структурує журналістський матеріал через послідовність «цифра → пояснення → людський голос → наслідок», дозволяючи поєднати аналітику з емпатійним оповіданням. На прикладах українських та міжнародних медіа показано, як цифрові дані «оживають» у поєднанні з реальними історіями людей, розкриваючи соціальний контекст економічних явищ – від фінансової нестабільності до змін у поведінці бізнесу в умовах війни. У публікації окреслено перспективи застосування алгоритмічних інструментів та штучного інтелекту у створенні дата-наративів, а також підкреслює зростаюче значення соціологічного підходу для підвищення доказовості, глибини та суспільної значущості економічних журналістських матеріалів.

Ключові слова: data-driven storytelling, інтерпретація даних, журналістика даних, наратив, соціологія, людські історії, сторітелінг.

Отримано редакцією видання / Received: 17.12.2025

Прорецензовано / Revised: 23.12.2025

Схвалено до друку / Accepted: 25.12.2025

Опубліковано на сайті видання / Published on the publication's website: 30.01.2026

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2026: 58; 292–303 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2026.58.13932>

УДК [070:316.77]:81'27:004.738.5/004.8]

КОМУНІКАТИВНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ДІАЛОГУ «АВТОР-ЧИТАЧ» У МЕДІА В ЕПОХУ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

Ірина Табінська

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

e-mail: iryna.tabinska@lnu.edu.ua

<https://orcid.org/0000-0001-8052-5162>

У статті проаналізовано трансформацію діалогу «автор-читач» через появу генеративного штучного інтелекту з урахуванням досвіду світових та українських медіа. Опираючись на заяви та опубліковані принципи використання ШІ у сучасних редакціях, також на прогнози та висновки теоретиків, окреслено тенденцію до збереження людського інтелекту в медіакомунікації, що гарантуватиме функціонування діалогу «автор-читач», а також дотримання етичних норм та журналістських стандартів. Зроблено припущення, що поширення штучного інтелекту в медіакомунікації несе ризик зміни діалогу «автор-читач» на «ШІ-читач», а ще утвердження синтетичного автора замість індивідуального, персоналізованого, що може зумовити кризу авторства.

Ключові слова: комунікація, діалог, медіа, текст, штучний інтелект (ШІ), блог, автор, наратив, аудиторія.

Постановка проблеми. Класичні уявлення про діалог передбачають двох учасників взаємодії: «того, хто говорить» і «того, хто відповідає», тому вони найчастіше аплікуються на поширену форму діалогу «автор-читач». Зв'язок «автор-читач» у медіакомунікації десятками років існував майже незмінно. Змінювалися канали передачі повідомлення, але сама паритетна пара автора й читача була сталою. Доки на початку 2023 року OpenAI не представили чат GPT в Україні, уможливіючи існування діалогу з читачем без автора. Замість автора тепер може бути генерований ШІ, а це означає, що формується новий діалог – «ШІ-читач», який якщо не витісняє, то існує як альтернатива до діалогу «автор-читач». Тому **метою** цієї статті є вивчення комунікативних змін у діалозі «автор-читач» у час штучного інтелекту. **Завдання** для досягнення мети: 1. Визначити політику світових та українських редакцій стосовно впровадження ШІ у роботі медіа. 2. Проаналізувати вплив генеративного штучного інтелекту на діалогічний зв'язок «автор-читач» у сучасному медійному тексті. 3. Прослідкувати за трансформацією ролі автора в епоху генеративного ШІ.

Методологічна основа дослідження: діалогічний, комунікативний, лінгвістичний та прагматичний підходи. **Основні методи, застосовані у дослідженні:**

аналіз, дедукція, індукція, синтез, контент-аналіз, порівняльний метод, метод експерименту.

Актуальність теми. Про діалог «автор-читач» у журналістиці почали говорити лише тоді, коли збагнули партисипативність учасників комунікації. Це почалося у І половині XX століття за Гарольда Лассвела, коли в пріоритеті була ефективна передача повідомлення, а лінійна модель комунікації мала вигляд «комунікатор-повідомлення-канал-авдиторія-ефект»¹, що і можна вважати прототипом зв'язку «автор-читач». Варто зазначити, що модель «адресант-адресат», «комунікатор-реципієнт/авдиторія» є фактично умовною моделлю, на відміну від форми «автор-читач», де читач є не тільки потенційним учасником комунікації, але формує доконану дію і нову дійсність – прочитання². Діалог «автор-читач» неодноразово ставав об'єктом наукових досліджень, має відображення у літературознавчих і журналістикознавчих працях Олексія Анхима, Наталії Астрахан, Мар'яни Барабаш (Челецької), Наталії Більовської, Лесі Бурич, Оксани Вертипорох, Олени Кір'янової, Оксани Назаренко, Тетяни Чонки.

У XX столітті велика увага філософів і літературознавців того часу прикута до ролі автора як до суб'єкта літературного процесу. Але саме у XX столітті автора намагаються знести з трону слави і панування у літературному тексті, бо з'являються нові і досить революційні бачення, що авторові слід померти. Літературознавиця Марія Зубрицька на запитання «Якщо немає автора, то хто ж говорить? Як виглядає місце, що залишилося після автора?»³ шукає відповіді у Мішеля Фуко, який вбачає автора лише як функціонала, автор для філософа не є джерелом значень. Тому Фуко переконаний, що суспільство може обійтися без автора-особи. Натомість функціональний автор може перебувати у певних обмеженнях і винятках. Думки стосовно автора, який на межі життя і смерті, можемо знайти в промовистому есе Ролана Барта «Смерть автора», який фактично ліквідував, ампутував автора з тріади «Автор-Текст-Читач», перетворивши її на діаду «Текст-Читач». Але як би не намагалися постструктуралісти «похоронити» автора як суб'єкта комунікації, все ж без нього процес створення тексту неможливий, тому питання ролі і функцій автора тексту відкрите, особливо це стосується авторів медійних текстів.

Дослідження про діалог «автор-читач» у медіакомунікації не мають широкого поширення чи достатнього наукового опису серед українських науковців. Процес написання, створення тексту і процес сприймання тексту є вже діалогічним. Це працює як у літературі, так і журналістиці, проте літературознавча база не може достеменно і цілком пояснювати процеси, які стосуються масової комунікації. Автор художнього тексту та автор медійного тексту мають зовсім різні функції та обов'язки, створюючи діалог «автор-читач». Автор художнього тексту може запросто разом з персонажами

¹ Житарюк, М. (2018), *Теорії та моделі масової інформації (Масова комунікація): навч.-метод. посібник*, ЛНУ імені Івана Франка, Львів, с. 206. URL: <https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/S-959-LNU-Zhytariuk-BLOK.pdf>

² Табінська, І. (2025), «Діалог «автор-читач» у медіакомунікації в епоху штучного інтелекту», *Інновації та особливості функціонування ЗМІ в демократичному суспільстві: збірник матеріалів XI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, 29 жовтня 2025 р.)*, Видавництво Львівської політехніки, Львів, с. 255-256.

³ Слово. Знак. Дискурс (1996), Антологія світової літературно-критичної думки XX століття (за ред. М. Зубрицької), Літопис, Львів, 433 с.

і новими текстами формувати собі нові образи. Фактично за автором художнього тексту може бути лише образ, а не реальна людина зі своїми світобаченнями, переконаннями. Автор медійного тексту мусить опиратися на факти, деталі, аргументи. До нього більше вимог, його відразу сприймають через політичні, релігійні, гендерні та світоглядні приналежності, прогнозують, як це відобразатиметься у тексті та як текст конкретного автора сприйматиме читач. Різниця автора художнього тексту і медійного тексту у ролі, яку він виконує відносно тексту, і функції, яка переважає, коли твориться текст. У словнику «Медіалінгвістика» упорядниця Лариса Шевченко дає визначення, що *«Автор (у медіа) – журналіст, укладач, творець медійного тексту. Авторство – приналежність медійного тексту автору; факт створення конкретною особою (індивідуальне А.) або групою осіб (колективне А.) оригінального медійного тексту, що представлений на паперових або електронних носіях»*.⁴ Все ж питання авторства у журналістиці є актуальним, тому що особа автора у час геополітичних змін є під особливою увагою з боку читацької аудиторії, дослідниця Олена Іщенко зауважує, що *«за час повномасштабного вторгнення Росії в Україну питання доречності авторських проявів у текстах медіа, а особливо у текстах інформаційних жанрів, є у кожного свідомого споживача контенту»*.⁵ Наскільки доречними є авторські прояви в інформаційних жанрах, наприклад, у новині, це ще запитання, проте в інших жанрах автор медійного тексту може бути не лише його творцем, але промоутером і популяризатором, оскільки до особи автора велика увага з боку аудиторії. Мирослава Мамич звертає увагу на те, що автором медіатексту може бути як професійний журналіст, так науковець, фахівець з різних галузей, будь-хто з громадян, що бажає висловити свою позицію, це так само може бути колективний чи анонімний автор, але *«усі ці автори мають одну мету – досягнення ефективного комунікативного впливу і забезпечення інформаційних потреб аудиторії»*.⁶ Вольфганг Ізер має думку, що автор і його життєві позиції мають залишатися поза текстом, але і вподобання читача не повинні впливати на процес читання. Лише тоді читач буде готовим сприймати автора і навпаки. *«...Текст повинен роздумуватися як свідомість, бо тільки так може існувати адекватна основа для взаємозв'язку «автор-читач», взаємозв'язку, який може відбуватися тільки через відкидання життєпису автора та читачьких уподобань»*.⁷ У журналістиці неможливо відкинути авторський життєпис, а також досвід та уподобання, які має автор. За суб'єктом/автором мусить йти власна приналежність поглядів та історія буття. Зрештою в аналітичних і художньо-публіцистичних жанрах, а особливо в блогосфері, переважають зацікавлення до персони автора з боку читача, тому що за кожним авторським текстом є позиція,

⁴ Медіалінгвістика: словник термінів і понять (2014), за ред. Л. І. Шевченко, Вид. 2-ге, ВП «Київський університет», Київ, 17 с.

⁵ Іщенко, О. А., Оропай, А. (2023), «Доречність проявів авторства у медіатексті», *Сучасний масовокомунікаційний простір: історія, реалії, перспективи, збірник наукових праць II Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців*, м. Суми, 25–26 травня 2023 р. с. 27.

⁶ Мамич, М. (2024), «Текст як складник медійного контенту», *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*, Одеса, с. 70, URL: <http://vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v70/17.pdf>

⁷ Ізер, В. (1996), «Процес читання, феноменологічне наближення», *Слово. Знак. Дискурс: Антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст.*, за ред. М. Зубрицької, Літопис, Львів, с. 275.

яку читач бажає знати. Але варто зазначити, що з епохою ІІІ настає криза авторства, постає і роль автора настільки розмита, що з'являється навіть його знецінення⁸.

Наталія Громова у статті «Психологія діалогічної взаємодії автора газетного тексту і читача» розглядає діалогічність газетного тексту як двосторонню комунікацію між автором і читачем. У цій комунікації сходяться дві смислові позиції, породжуючи нові смисли у процесі інтерпретації⁹. Вищеописані особливості цілком відображають діалог «автор-читач», але якщо замість автора генеративний ІІІ, тоді комунікація не може залишатися двосторонньою, залишається лише одна смислова позиція. Мирослава Мамич припускає, що ключовим аспектом комунікації є адресність, оскільки *«забезпечує зв'язок між автором, текстом і читачем, виступаючи інструментом формування ефективної комунікації»*¹⁰. Тобто вся комунікаційна тріада утворюється лише заради того, щоби необхідні сенси потрапили до читача. Процес читання спонукає до взаємодії двох світів, висунення гіпотез, емоційних реакцій, сумнівів, погодження і спротиву. Якщо таке відбувається, медійний текст перестає бути лише накопиченням інформації, а перетворюється на платформу для нових інтерпретацій. Оксана Вертипорох у статті «Діалог між автором і читачем у сучасному художньому тексті: психосемантична та рецептивна проблема» виокремлює аксіоми діалогу «автор-читач», які стосуються художнього тексту, але не обмежуються ним, тому деякі притаманні також медіатексту: *«відкритість і множинність інтерпретацій, символічність художнього тексту, рівноправність трьох учасників взаємодії: Автор, Текст, Читач, ускладненість наративу»*¹¹. Вертипорох вказує на паритет між автором, текстом та читачем, але що ж відбувається з комунікацією в медіатексті, якщо автор як конкретний образ відсутній.

Програми на кшталт GPT від OpenAI чи Gemini від Google є лінгвістичними застосунками, які запрограмовані на читання сотень, тисяч текстів і генерування нових текстів з тих, що наявні у мережі. Цей новий безособовий чи скоріше синтетичний (зібраний з частин) автор насправді вводить в оману, що справжній автор як такий непотрібен, хоча правдиво генерує тексти на основі авторських доробків. ІІІ будує собі образ колективного автора-всезнайки, але насправді за цим винаходом людства настає криза авторства. Хоча дослідниця Надія Баловсяк припускає, що ІІІ може змінити чимало професій, якщо у них потрібна автоматизація, але водночас ІІІ не стане конкурентом людині, тому що її праця буде кваліфікованішою, дорожчою: *«Продукт, створений автором-людиною, стане елітним, новим сегмен-*

⁸ Табінська, І. (2025), «Діалог «автор-читач» у медіакомунікації в епоху штучного інтелекту», *Інновації та особливості функціонування ЗМІ в демократичному суспільстві: збірник матеріалів XI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, 29 жовтня 2025 р.)*, Видавництво Львівської політехніки, Львів, с. 256.

⁹ Громова, Н. (2011), «Психологія діалогічної взаємодії автора газетного тексту і читача», *Collection of Research Papers «Problems of Modern Psychology»*, (13), с. 52. URL: <https://doi.org/10.32626/2227-6246.2011-13.%p>

¹⁰ Мамич, М. (2024), «Текст як складник медійного контенту», *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*, Одеса, с. 70, URL: <http://vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v70/17.pdf>

¹¹ Вертипорох, О. (2018), «Діалог між автором і читачем у сучасному художньому тексті: психосемантична та рецептивна проблема», *Літературознавство. Фольклористика. Культурологія*, Вип. 27-28, с. 85, URL: http://nou.gov.ua/UJRN/Lfk_2018_27-28_10.

том розкоші, який буде доступним далеко не всім»¹². Так само оптимістично думає редактор Bloomberg News Джон Міклтвейт, який у січні 2025 року написав, що ШІ більше змінить роботу журналістів, аніж замінить її¹³.

За даними Інституту масової інформації, у 2024 році 22% українських редакцій використовують ШІ на постійній основі.¹⁴ Про використання ШІ в медіа проводять трегінги (ГО «Жінки в медіа», «Медіабаза ІМІ» в Україні, JournalismAI у світі), навчають, як журналістам покращити ефективність власної роботи, як ним грамотно користуватися для автоматизації процесів, узагальнення чи пошуку даних, для опрацювання великих масштабів інформації, транскрибування, генерування тегів, для коректури, дистрибуції новин. Але світові редакції, які цінують власний авторитет та свою аудиторію, не спішають використовувати штучний інтелект у роботі. Наприклад, видання The Guardian¹⁵ у 2023 році опублікувало принципи використання генеративного ШІ у роботі редакції, які базуються на користі читачів, на користі співробітників та всієї організації, з повагою до авторів, творців та власників контенту. Редакція вказує, що інструменти ШІ є захопливими, проте ненадійними, а ненадійність несумісна з оригінальною журналістикою, тому якщо використовуватимуть GenAI з конкретними підставами, повідомлятимуть про це читачів. Також використання ШІ не може суперечити цінностям видання, де в пріоритеті факти й аргументи. *«Ми ще не знаємо повного впливу, який ці нові технології матимуть на суспільство, але ми впевнені: авторитетні медіа, які ставлять у пріоритет інтелектуальну оригінальну журналістику, встановлення фактів, контроль за владою та дослідження ідей, будуть важливими як ніколи»*¹⁶. Принципи використання ШІ затвердили у редакціях BBC, Reuters, Associated Press та інших світових медіа. Редакція BBC запевнила, що *«завжди віддаватиме пріоритет таланту й креативності, оскільки жодна технологія не відтворить і не замінить людську творчість»*¹⁷. Українська редакція «Суспільного» у лютому 2024 року вказала¹⁸ серед принципів використання ШІ пріоритет команди та захист інтелектуальної власності. Фактично оприлюдненими принципами редакції запевнили, що діалог «автор-читач» буде функціонувати й надалі за участі персоналізованого автора. У жовтні 2025 року Ангеліна Карякіна, радниця голови правління Суспільного та членкиня новинного комітету EBU, в інтерв'ю зазначила, що світові і доброчесні медіа не мають захисту

¹² Баловсяк, Н. (2023), «Синтетичний автор. Чи стане ChatGPT початком технологічної революції», *Український тиждень*, URL: <https://tyzhden.ua/syntetychnyj-avtor-chy-stane-chatgpt-pochatkom-tekhnohichnoi-revoliutsii/>

¹³ Micklethwait, J. (2025), «How Journalism Will Adapt in the Age of AI», *Bloomberg*, URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2025-01-10/8-ways-ai-will-transform-journalism>

¹⁴ Машкова, Я. (2024), «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-stvorenniya-kontentu-i62217>

¹⁵ Viner, K., Bateson, A. (2023), «The Guardian's approach to generative AI», *The Guardian*, URL: <https://www.theguardian.com/help/insideguardian/2023/jun/16/the-guardians-approach-to-generative-ai>

¹⁶ Там само.

¹⁷ BBC (2023), «Generative AI at the BBC», URL: https://www.bbc.co.uk/mediacentre/articles/2023/generative-ai-at-the-bbc/?utm_source=themediaroundup.beehiiv.com&utm_medium=newsletter&utm_campaign=tuesday-10th-october-the-bots-have-come-for-podcasts

¹⁸ Суспільне (2024), «Принципи Суспільного щодо використання штучного інтелекту», URL: <https://suspilne.media/ai-policy/>

від впливу ШІ, оскільки немає загального регулювання у використанні іструментів ШІ. Тому всі зусилля медійників, що входять до ЕВУ, будуть зосереджені на діалозі з розробниками програм штучного інтелекту, щоб втримати стандарти та принципи журналістики й уникнути «галюцинування» чатботів: *«Як і будь-який інструмент, ШІ може працювати в обидва боки. Можна полегшити багато технічних завдань: розшифровку, переклад, аналіз великих масивів даних. Ми на Суспільному теж застосовуємо ці інструменти. Але повна відповідальність та інтелектуальний контроль має залишатися за людиною»*¹⁹.

Вікторія Шевченко у статті «Використання штучного інтелекту в редакційній роботі світових та українських медіа» аналізує чимало світових сайтів, а також українські медіа з «білого» списку, за даними ІМІ, зазначаючи, наприклад, що «Бабель» успішно застосовує штучний інтелект для розшифрування аудіо в текст, перекладу, модифікації чи створення нових зображень, пошуку інформації, роботи з грантовими заявками. Для їх укладання використовують важку канцелярську мову, і ChatGPT навчається її стилю й структури на прикладах попередніх заявок і пропонує нові ідеї та концепції в потрібному форматі»²⁰. Але, читаючи «Бабель», ми зауважили використання GPT з галюцинацією у написанні новини на сайт і в соцмережі. Йдеться про новину за 24 жовтня 2025 року «Треба жити!»: оголошено назву цьогорічного Радіодиктанту національної єдності»²¹, де вказано, що авторка тексту Євгенія Кузнецова відома за романами «Спитайте Мієчку» та «Дорога під ясеними». Але Євгенія Кузнецова ніколи не писала книги з назвою «Дорога під ясеними». До часів ШІ таку помилку можна було сприйняти за авторську, але текст новини не є авторською роботою, лише генеруванням штучного інтелекту. Щоби підтвердити гіпотезу, що новина є згенерованою, ми використали власний акаунт GPT з проханням написати новину про Всеукраїнський радіодиктант. На це отримали новий фрагмент з галюцинацією: «Цьогорічний текст має назву «Треба жити!». Його авторка – українська письменниця та перекладачка Євгенія Кузнецова, відома за романами «Дім для Дома» та «Спитайте Мієчку». Якщо Євгенія Кузнецова дійсно авторка книжки «Спитайте Мієчку», то авторкою «Дім для Дома» є Вікторія Амеліна, а це означає, що якраз на назві другої книги ШІ галюцинує, фактично формуючи фейкову інформацію. Ми також вирішили спробувати ще один акаунт для генерування новини про радіодиктант, результатом стала наступна згенерована інформація у GPT: «Євгенія Кузнецова – авторка романів «Спитайте Мієчку» та «Дорога до моря». Українська авторка не написала жодного роману під назвою «Дорога до моря». Це означає, що у формуванні «тіла новини» GPT має «зламаний ген», який видає галюциновану інформацію. А також цей приклад свідчить, що видання не виправляє і не редагує оприлюднених матеріалів, а також нехтує рекомендаціями Комісії з журналіст-

¹⁹ Суспільне Новини (2025), «Як медіа зберігати етику в епоху ШІ: інтерв'ю з Ангеліною Карякіною», URL: <https://corp.suspilne.media/novyny/53692-yak-media-zberigaty-etyku-v-epokhu-shi-intervyu-z-angelinoyu-karyakinoyu/> (дата перегляду 16 листопада 2025).

²⁰ Шевченко, В. (2025), «Використання штучного інтелекту в редакційній роботі світових та українських медіа», *Вісник Книжкової палати*, № 5, с. 7, URL: [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2025.5\(346\).3-9](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2025.5(346).3-9)

²¹ Завадська, Ю. (2025), «Треба жити!»: оголошено назву цьогорічного Радіодиктанту національної єдності», *Бабель*, URL: <https://babel.ua/news/122502-treba-zhiti-ogolosheno-nazvu-cogorichnogo-radiodiktantu-nacionalnoji-yednosti> (дата перегляду 13 грудня 2025).

ської етики стосовно використання ШІ у створенні журналістських матеріалів від 31 жовтня 2023 року. У рекомендаціях чітко зазначено, що «використання штучного інтелекту не звільняє журналістів від обов'язку перевіряти факти в надійних джерелах, перевіряти гіперпосилання на джерела, згенеровані ШІ, на їх існування та релевантність до теми, на яку створено текст», «Комісія з журналістської етики вважає неприпустимим, коли згенеровані ШІ матеріали автоматично, без будь-якої перевірки чи редагування, з'являються в медіа», «потрібно повідомляти аудиторії про матеріали, в яких автори використовували штучний інтелект для часткового або повного написання тексту...»²² КЖЕ пропонує редакціям маркувати матеріал за принципом закордонних медіа, вказуючи, що матеріал повністю або частково написаний ШІ, але додати, що всі дані перевірені/відредаговані журналістом/редактором. Авторкою новини «Бабеля» на сайті вказана Юлія Завадська, а факт генерування новини через лінгвістичну програму можна розцінювати як порушення доброчесності, також маніпулювання фактами й взагалі створення фейку. Редактори «Бабель» представили 11 жовтня 2025 року доповнені і змінені стандарти редакції²³, проте про використання ШІ нічого не додали. Хоча редакція декларує, що дотримується журналістських стандартів та етично-правових норм. Але зникнення автора, а разом з ним джерела інформації у медіакомунікації підриває існування журналістських стандартів, етичних норм, може породжувати більшу кількість фейків, неперевіреної інформації та спровокує підрив довіри читачів до медіа²⁴. І як зазначає головний редактор Bloomberg News Джон Міклтвейт: *«У найгіршому випадку, у таких місцях, як Китай та Росія, уряди можуть використовувати штучний інтелект для подальшого перешкодження незалежній журналістиці – щоб переслідувати наші джерела, цензурувати те, що ми робимо, та плести власні складні мережі фейкових новин»*²⁵. Діалог «автор-читач» означає у певній мірі відповідальність автора перед читачем. У діалозі «ШІ-читач» немає авторської відповідальності: синтетичний автор творить синтетичний текст. Фактично у такий спосіб можна пояснити, чому світові редакції закривають свій контент, роблять платним доступ, вводять персоналізацію читачів: вони не хочуть, щоби ШІ програми використовували тексти їхніх авторів і щоби на їхніх текстах вчилися копіювати стиль написання²⁶.

Висновок. У II половині XX століття Мішелю Фуко і Роланові Барту не вдалося «вбити» автора, але у XXI столітті штучний інтелект може призвести до занепаду ролі індивідуального автора і комунікативної трансформації діалогу «автор-читач».

²² Рекомендації Комісії з журналістської етики щодо використання штучного інтелекту для створення журналістських матеріалів (2023), URL: <https://cje.org.ua/statements/rekomendatsii-komisii-z-zhurnalistskoi-etyky-shchodo-vykorystannia-shtuchnoho-intelektu-dlia-stvorennia-zhurnalistskykh-materialiv/> (дата перегляду 13 грудня 2025).

²³ Якісна журналістика в сучасному світі. Стандарти «Бабеля» (2025), URL: <https://babel.ua/rules> (дата перегляду 13 грудня 2025).

²⁴ Табінська, І. (2025), «Діалог «автор-читач» у медіакомунікації в епоху штучного інтелекту», *Інновації та особливості функціонування ЗМІ в демократичному суспільстві: збірник матеріалів XI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, 29 жовтня 2025 р.)*, Видавництво Львівської політехніки, Львів, с. 257.

²⁵ Micklethwait, J. (2025), «How Journalism Will Adapt in the Age of AI», *Bloomberg*, URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2025-01-10/8-ways-ai-will-transform-journalism> (дата перегляду 19 жовтня 2025).

²⁶ Табінська, І. (2025), Там само, с. 257.

Генеративний ШІ у деяких випадках перестає бути лише технічним інструментом у комунікації, адже редакції покладають на нього більші уповноваження. ШІ може виступати синтетичним автором, що не має справжніх інтенцій стосовно читача: штучний автор творить штучний діалог, оскільки він не має комунікативних намірів, в такий спосіб руйнуючи усю діалогічну природу медіатексту. Діалог «автор-читач» може нівелюватися через взаємодію читача з лінгвістичною програмою. Редакції можуть це зупиняти чи вноормовувати, підкреслюючи важливість персони автора у створенні контенту, відвівши для ШІ технічні ролі. Криза авторства може породити брак сенсів у медіа, верховенство штучного голосу над справжнім і руйнування читачької довіри до медіа через синтетичних авторів.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Баловсяк, Н. (2023), «Синтетичний автор. Чи стане ChatGPT початком технологічної революції», *Український тиждень*, URL: <https://tyzhden.ua/syntetychnyj-avtor-chy-stane-chatgpt-pochatkom-tekhnologichnoi-revoliutsii/>
2. Вертипорох, О. (2018), «Діалог між автором і читачем у сучасному художньому тексті: психосемантична та рецептивна проблема», *Літературознавство. Фольклористика. Культурологія*, Вип. 27-28, с. 85, URL: http://nou.gov.ua/UJRN/Lfk_2018_27-28_10 (дата перегляду 13 грудня 2025).
3. Громова, Н. (2011), «Психологія діалогічної взаємодії автора газетного тексту і читача», *Collection of Research Papers «Problems of Modern Psychology»*, (13), с. 52 URL: <https://doi.org/10.32626/2227-6246.2011-13.%p> (дата перегляду 13 грудня 2025).
4. Житарюк, М. (2018), *Теорії та моделі масової інформації (Масова комунікація): навч.-метод. посібник*, ЛНУ імені Івана Франка, Львів, 244 с. URL: <https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/S-959-LNU-Zhytariuk-BLOK.pdf>
5. Завадська, Ю. (2025), «Треба жити!»: оголошено назву цьогорічного Радіодиктанту національної єдності», *Бабель*, URL: <https://babel.ua/news/122502-treba-zhiti-ogolosheni-nazvu-cogorichnogo-radiodiktantu-nacionalnoji-yednosti> (дата перегляду 13 грудня 2025).
6. Ізер, В. (1996), «Процес читання, феноменологічне наближення», *Слово. Знак. Дискурс: Антологія світової літературно-критичної думки XX ст.*, за ред. М.Зубрицької, Літопис, Львів, с. 261-277.
7. Іщенко, О. А., Оропай, А. (2023), «Доречність проявів авторства у медіатексті», *Сучасний масовокомунікаційний простір: історія, реалії, перспективи*, збірник наукових праць II Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців, м. Суми, 25–26 травня 2023 р. с. 27-32.
8. Левченко, Д. (2023), «ChatGPT: штучний інтелект в Україні та можливості його використання», *Gwara media*, URL: <https://gwaramedia.com/chatgpt-shtuchnij-intelekt-v-ukraini-ta-mozhливosti-jogo-vikoristannya/> (дата перегляду 15 грудня 2025).
9. Мамич, М. (2024), «Текст як складник медійного контенту», *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*, Одеса, с. 70, URL: <http://vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v70/17.pdf> (дата перегляду 18 липня 2025).
10. Машкова, Я. (2024), «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-stvorenniya-kontentu-i62217 (дата перегляду 11 грудня 2025).
11. *Медіалінгвістика: словник термінів і понять* (2014), за ред. Л. І. Шевченко, Вид. 2-ге, ВП «Київський університет», Київ, 380 с.
 12. Нановська, В. (2023), «Виклики й очікування. Що редакції думають про впровадження штучного інтелекту – опитування JournalismAI», *Медіамейкер*, URL: <https://mediamaker.me/shho-redaktsiyi-dumayut-pro-vprovadzheniya-shtuchnogo-intelektu-opytuvannya-journalismai-5368/> (дата перегляду 15 листопада 2025).
 13. Рекомендації Комісії з журналістської етики щодо використання штучного інтелекту для створення журналістських матеріалів (2023), URL: <https://cje.org.ua/statements/rekomendatsii-komisii-z-zhurnalistskoi-etyky-shchodo-vykorystannia-shtuchnogo-intelektu-dlia-stvorennia-zhurnalistskykh-materialiv/> (дата перегляду 13 грудня 2025).
 14. *Слово. Знак. Дискурс* (1996), Антологія світової літературно-критичної думки ХХ століття (за ред. М. Зубрицької), Літопис, Львів, 633 с.
 15. *Суспільне Новини* (2025), «Як медіа зберігати етику в епоху ШІ: інтерв'ю з Ангеліною Карякіною», URL: <https://corp.suspilne.media/novyny/53692-yak-media-zberigaty-etyku-v-epokhu-shi-intervyu-z-angelinoyu-karyakinoyu/> (дата перегляду 16 листопада 2025).
 16. *Суспільне* (2024), «Принципи Суспільного щодо використання штучного інтелекту», URL: <https://suspilne.media/ai-policy/> (дата перегляду 11 грудня 2025).
 17. Табінська, І. (2025), «Діалог «автор-читач» у медіакомунікації в епоху штучного інтелекту», *Інновації та особливості функціонування ЗМІ в демократичному суспільстві: збірник матеріалів XI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, 29 жовтня 2025 р.)*, Видавництво Львівської політехніки, Львів, с. 255–259.
 18. Фуко, М. (1996), «Що таке автор?», *Слово. Знак. Дискурс: Антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст.*, За ред. М. Зубрицької, Літопис, Львів, с. 442–456.
 19. Шевченко, В. (2025), «Використання штучного інтелекту в редакційній роботі світових та українських медіа», *Вісник Книжкової палати*, № 5, с. 7, URL: [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2025.5\(346\).3-9](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2025.5(346).3-9) (дата перегляду 11 грудня 2025).
 20. *Якісна журналістика в сучасному світі. Стандарти «Бабеля»* (2025), URL: <https://babel.ua/rules> (дата перегляду 13 грудня 2025).
 21. *BBC* (2023), «Generative AI at the BBC», URL: https://www.bbc.co.uk/mediacentre/articles/2023/generative-ai-at-the-bbc/?utm_source=themediaroundup.beehiiv.com&utm_medium=newsletter&utm_campaign=tuesday-10th-october-the-bots-have-come-for-podcasts (дата перегляду 27 листопада 2025).
 22. Micklethwait, J. (2025), «How Journalism Will Adapt in the Age of AI», *Bloomberg*, URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2025-01-10/8-ways-ai-will-transform-journalism> (дата перегляду 19 жовтня 2025).
 23. Viner, K., Bateson, A. (2023), «The Guardian's approach to generative AI», *The Guardian*, URL: <https://www.theguardian.com/help/insideguardian/2023/jun/16/the-guardians-approach-to-generative-ai> (дата перегляду 19 жовтня 2025).

REFERENCES

1. Balovsiak, N. (2023), «Syntetychnyi avtor. Chy stane ChatGPT pochatkom tekhnolohichnoi revoliutsii», *Ukrainskyi tyzhden* URL: <https://tyzhden.ua/syntetychnyj-avtor-chy-stane-chatgpt-pochatkom-tekhonolohichnoi-revoliutsii/>
2. Vertyporokh, O. (2018), «Dialoh mizh avtorom i chytachem u suchasnomu khudozhnomu teksti: psykhosemantychna ta retseptivna problema», *Literaturoznavstvo. Folklorystyka. Kulturolohiia*, Vyp. 27-28, s. 85-96, URL: http://nou.gov.ua/UJRN/Lfk_2018_27-28_10 (data perehliadu 13 hrudnia 2025).
3. Hromova, N. (2011), «Psykholohiia dialohichnoi vzaiemodii avtora hazetnoho tekstu i chytacha», *Collection of Research Papers «Problems of Modern Psychology»*, (13). URL: <https://doi.org/10.32626/2227-6246.2011-13.%p> (data perehliadu 13 hrudnia 2025).
4. Zhytariuk, M. (2018), *Teorii ta modeli masovoi informatsii (Masova komunikatsiia): navch.-metod. posibnyk*, LNU imeni Ivana Franka, Lviv, 244 s. URL: <https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/S-959-LNU-Zhytariuk-BLOK.pdf>
5. Zavadskaya, Yu. (2025), «Treba zhyty!»: oholosheno nazvu tsohorichnoho Radiodyktantu natsionalnoi yednosti», *Babel*, URL: <https://babel.ua/news/122502-treba-zhiti-ogolosheno-nazvu-cogorichnogo-radiodiktantu-nacionalnoji-yednosti> (data perehliadu 13 hrudnia 2025).
6. Izer, V. (1996), «Protses chytannia, fenomenolohichne nablyzhennia», *Slovo. Znak. Dyskurs: Antolohiia svitovoi literaturno-krytychnoi dumky XX st.*, za red. M. Zubrytskoi, Litopys, Lviv, s. 261-277.
7. Ishchenko, O. A., Oropai, A. (2023), «Dorechnist proiaviv avtorstva u mediateksti», *Suchasnyi masovokomunikatsiinyi prostir: istoriia, realii, perspektyvy, zbirnyk naukovykh prats II Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii studentiv, aspirantiv ta molodykh naukovtsiv*, m. Sumy, 25–26 travnia 2023 r. s. 27-32.
8. Levchenko, D. (2023), «ChatGPT: shtuchnyi intelekt v Ukraini ta mozhlyvosti yoho vykorystannia», *Gwara media*, URL: <https://gwaramedia.com/chatgpt-shtuchnij-intelekt-v-ukraini-ta-mozhlyvosti-jogo-vikoristannya/> (data perehliadu 15 hrudnia 2025).
9. Mamych, M. (2024), «Tekst yak skladnyk mediinoho kontentu», *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu*, Odesa, c. 70, URL: <http://vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v70/17.pdf> (data perehliadu 18 lypnia 2025).
10. Mashkova, Ya. (2024), «Ukrainski media ta shtuchnyi intelekt. Yak redaktsii zaluchaiut ShI dlia stvorennia kontentu?», *Instytut masovoi informatsii*, URL: <https://imi.org.ua/monitorings/ukrayinski-media-ta-shtuchnyi-intelekt-yak-redaktsiyyi-zaluchayut-shi-dlya-stvorennia-kontentu-i62217> (data perehliadu 11 hrudnia 2025).
11. *Medialinhvistyka: slovnyk terminiv i poniat* (2014), za red. L. I. Shevchenko, Vyd. 2-he, VP «Kyivskyi universytet», Kyiv, 380 s.
12. Nanovska, V. (2023), «Vykylyky y ochikuvannia. Shcho redaktsii dumaiut pro vprovadzhennia shtuchnoho intelektu – opytuvannia JournalismAI», 2023, *Mediameiker*, URL: <https://mediamaker.me/shho-redaktsiyyi-dumayut-pro-vprovadzhennia-shtuchnogo-intelektu-opytuvannia-journalismai-5368/> (data perehliadu 15 lystopada 2025).
13. Rekomendatsii Komisii z zhurnalistskoi etyky shchodo vykorystannia shtuchnoho intelektu dlia stvorennia zhurnalistskykh materialiv (2023), URL: <https://cje.org.ua/>

- [statements/rekomendatsii-komisii-z-zhurnalistskoi-etyky-shchodo-vykorystannia-shtuchnoho-intelektu-dlia-stvorennia-zhurnalistskykh-materialiv/](#) (data perehliadu 13 hrudnia 2025).
14. *Slovo. Znak. Dyskurs* (1996), Antolohiia svitovoi literaturno-krytychnoi dumky XX stolittia (za red M. Zubrytskoi), Litopys, Lviv, 633 s.
 15. *Suspilne Novyny* (2025), «Iak media zberihaty etyku v epokhu ShI: interviiu z Anhelinoiu Kariakinoiu», URL: <https://corp.suspilne.media/novyny/53692-yak-media-zberigaty-etyku-v-epokhu-shi-intervyu-z-angelinoyu-karyakinoyu/> (data perehliadu 16 lystopada 2025).
 16. *Suspilne* (2024), «Pryntsypy Suspilnoho shchodo vykorystannia shtuchnoho intelektu», URL: <https://suspilne.media/ai-policy/> (data perehliadu 11 hrudnia 2025).
 17. Tabinska, I. (2025), «Dialoh «avtor-chytach» u mediakomunikatsii v epokhu shtuchnoho intelektu», *Innovatsii ta osoblyvosti funktsionuvannia ZMI v demokratychnomu suspilstvi: zbirnyk materialiv KhI Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii (m. Lviv, 29 zhovtnia 2025 r.)*, Vydavnytstvo Lvivskoi politekhniki, Lviv, s. 255-259.
 18. Fuko, M. (1996), «Shcho take avtor?», *Slovo. Znak. Dyskurs: Antolohiia svitovoi literaturno-krytychnoi dumky XX st.*, Za red. M. Zubrytskoi, Lviv, Litopys, s. 442–456.
 19. Shevchenko, V. (2025), «Vykorystannia shtuchnoho intelektu v redaktsiinii roboti svitovykh ta ukrainskykh media», *Visnyk Knyzhkovoi palaty*, № 5, URL: [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2025.5\(346\).3-9](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2025.5(346).3-9) (data perehliadu 11 hrudnia 2025).
 20. Yakisna zhurnalistyka v suchasnomu sviti. Standarty «Babelia» (2025), URL: <https://babel.ua/rules> (data perehliadu 13 hrudnia 2025).
 21. BBC (2023), «Generative AI at the BBC», URL: https://www.bbc.co.uk/mediacentre/articles/2023/generative-ai-at-the-bbc/?utm_source=themediaroundup.beehiiv.com&utm_medium=newsletter&utm_campaign=tuesday-10th-october-the-bots-have-come-for-podcasts (data perehliadu 27 lystopada 2025).
 22. Micklethwait, J. (2025), «How Journalism Will Adapt in the Age of AI», *Bloomberg*, URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2025-01-10/8-ways-ai-will-transform-journalism> (data perehliadu 19 zhovtnia 2025).
 23. Viner, K., Bateson, A. (2023), «The Guardian's approach to generative AI», *The Guardian*, URL: <https://www.theguardian.com/help/insideguardian/2023/jun/16/the-guardians-approach-to-generative-ai> (data perehliadu 19 zhovtnia 2025).

COMMUNICATIVE TRANSFORMATION OF THE 'AUTHOR-READER' DIALOGUE IN MEDIA IN THE AGE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Iryna Tabinska

*Ivan Franko National University of Lviv,
General Chuprynka Str., 49, Lviv, Ukraine, 79044*

e-mail: iryna.tabinska@lnu.edu.ua

<https://orcid.org/0000-0001-8052-5162>

The 'author-reader' dialogue in media communication has remained virtually unchanged for decades. The channels for transmitting messages have changed, but the author-reader pairing itself has remained stable. Until early 2023, OpenAI introduced GPT chat in Ukraine, which made it possible to communicate with readers without the author. Instead of the author, it is now possible to generate AI, which means the formation of a new 'AI-reader' dialogue, which, if not replacing, then exists as an alternative to the 'author-reader' dialogue.

The article analyses the transformation of the 'author-reader' dialogue due to the emergence of generative artificial intelligence, taking into account the experience of world and Ukrainian media. Based on the statements and published principles for the use of AI in modern editorial offices, as well as on the predictions and conclusions of theorists, the tendency to preserve human intelligence in media communication is outlined, which guarantees the functioning of the 'author-reader' dialogue, as well as compliance with ethical norms and journalistic standards. It is assumed that the spread of artificial intelligence in media communication carries the risk of replacing the 'author-reader' dialogue with an 'AI-reader', as well as the establishment of a synthetic author instead of an individual, personalised one, which may lead to a crisis of authorship. It is assumed that the crisis of personalised authorship may generate a lack of meaning in the media, the supremacy of the artificial voice over the real one, and the destruction of reader trust in the media due to synthetic authors.

Key words: communication, dialogue, media, text, artificial intelligence (AI), blog, author, narrative, audience.

Отримано редакцією видання / Received: 16.12.2025

Прорецензовано / Revised: 19.12.2025

Схвалено до друку / Accepted: 22.12.2025

Опубліковано на сайті видання / Published on the publication's website: 31.01.2026

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2026: 58; 304–313 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2026.58.13933>

УДК 070:654.19:004:796.032

ТЕХНОЛОГІЇ МАЙБУТНЬОГО: ОЛІМПІЙСЬКЕ МОВЛЕННЯ З ПАРИЖА-2024

Людмила Федорчук

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

бул. Юрія Іллєнка, 36/1, 04119, Київ, Україна

e-mail: lfedorchuk@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0001-6485-9496>

Стаття присвячена дослідженню сучасних технологій телетрансляцій на основі аналізу висвітлення Олімпійських ігор 2024 року у Парижі. Детально описано сфери застосування і результати використання штучного інтелекту, нові технології у зніманні відеоконтенту, каналів передачі відео та виробничого процесу спортивних трансляцій загалом. Метою дослідження є визначення результативності всіх описаних технологій для залучення аудиторії та їх вплив на роботу спортивних журналістів як під час висвітлення Олімпіади-2024, так і в майбутньому.

Ключові слова: телемовлення, комп'ютерні технології, відеоконтент, олімпіада, штучний інтелект.

1. Постановка проблеми. Трансляції олімпіад – це демонстрація останніх розробок та винаходів у сферах комп'ютерних технологій, телемовлення та зв'язку. Саме олімпійське телебачення вже не одне десятиліття є стартовим майданчиком для модернізації всього телемовлення. Технології, що пройшли випробування олімпіадою, поступово впроваджуються у виробництво телесеріалів, шоу різного типу, інформаційного і публіцистичного мовлення. Тож досліджуючи надбання спортивних трансляцій, ми маємо шанс побачити майбутнє всього телебачення.

2. Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Олімпіада активно досліджується науковцями різних сфер. В англomовному сегменті Гугл Академії є дослідження історичні та порівняльні¹²³, окремих олімпій-

¹ Antunovic, D., Bartoluci S. (2023), «Sport, gender, and national interest during the Olympics: A comparative analysis of media representations in Central and Eastern Europe», *Review for the Sociology of Sport*. Vol. 58, Issue 1, URL: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/10126902221095686> (accessed date 21 October 2025)

² Delast-Voinea-Popovici, S. (2023), «The Olympic Games between politics and sports», *Acta Marisiensis. Seria Historia*, №5, pp. 11-23. URL: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=1231912> (accessed date 21 October 2025)

³ Jovanovic, Z. (2021), «A Cultural History of the 1984 Winter Olympics: The Making of Olympic Sarajevo», available at: <https://books.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=aLg-EAAAQBAJ&oi=fnd&p->

ських видів спорту⁴, економічних аспектів проведення олімпіад⁵, зв'язки спорту та політики, спорту і культури загалом⁶. Але опису технологій мовлення з Паризької олімпіади академічному середовищу бракує.

На відміну від науковців, фахівці з телемовлення активно і в різний спосіб обговорювали, описували і порівнювали технологічні знахідки Олімпійської служби мовлення (Olympic Broadcasting Services, далі – OBS) на останній літній олімпіаді.

В Україні центром поширення знань і навичок з інноваційних технологій телевізійного мовлення став цикл вебінарів на Ютубі Vision Board, який створила технологічна коаліція професіоналів^{7,8}.

3. Виклад основного матеріалу дослідження

Олімпійські ігри в Парижі зібрали близько 10 500 спортсменів із 206 національних олімпійських комітетів (НОК). За перебігом цих змагань стежила понад половина населення світу⁹. Такий результат став можливим завдяки впровадженню найновіших технологій трансляції, обробки і зберігання відеоконтенту.

Організація трансляції Олімпійських ігор – це зона відповідальності однієї потужної і загальноновизнаної компанії Olympic Broadcasting Services (OBS). Вона була створена з ініціативи Міжнародного Олімпійського Комітету (МОК) ще у 2001 році і відтоді тільки ця компанія займається трансляцією всіх ігор.

Відеокамери. На Іграх у Парижі працювало понад 1000 камер. Було відзнято сукупно 11 000 годин контенту¹⁰. Це масштаби, про які ще 10 років тому ніхто би не повірив.

Тільки на церемонії відкриття працювало понад 100 різних камерних систем, включаючи стабілізаційні човни. А ще понад 200 мобільних телефонів на човнах спортсменів.

[g=PP7&dq=olimpic+broadcast+technology&ots=USZ9dUYCJ1&sig=-zx_OHIMj7nq1kbxMFIHA-GYFv6U&redir_esc=y#v=onepage&q=olimpic%20broadcast%20technology&f=false](https://www.researchgate.net/publication/358111111_Media_representation_of_women_athletes_at_the_olympic_games_A_systematic_review) (accessed date 25 October 2025)

⁴ Salido-Fernández, J., Muñoz-Muñoz, A. (2021), «Media representation of women athletes at the olympic games: A systematic review», *Apunts Educación Física y Deportes*, 146, pp. 32-41. URL: [https://doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.\(2021/4\).146.04](https://doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.(2021/4).146.04) (accessed date 18 October 2025)

⁵ Jastrzabek, J. (2022), «Third time lucky: An analysis of Paris' bids for the Olympic Games in 2008, 2012 and 2024», *Research Papers in Economics and Finance*. №6. pp. 86-106. URL: <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=1128691> (accessed date 20 October 2025)

⁶ Rolf, J. (2021), «Olympism, cosmopolitanism, nationalism: the many face(t)s of the Olympics», available at: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13569317.2021.1916206> (accessed date 18 October 2025)

⁷ VisionBoard(2024), «Париж2024. Broadcast Centre», доступно за адресою: <https://www.youtube.com/watch?v=8i1C2cm4ZIY&list=PLUMmnaPhrTQB36PewoDSJ2jBR0TEfAS6x&index=14&t=904s> (дата перегляду 12 грудня 2025)

⁸ Vision Board (2024), «5G технології для інформаційних, розважальних та спортивних медіа», доступно за адресою: <https://www.youtube.com/watch?v=GKJOLmxODL4&list=PLUMmnaPhrTQB-36PewoDSJ2jBR0TEfAS6x&index=24> (дата перегляду 12 грудня 2025)

⁹ Lin, C., Tung, C. (2024), «How Digital Technologies Powered the Olympic Games», available at: <https://knowledge.insead.edu/strategy/how-digital-technologies-powered-olympic-games> (accessed date 21 October 2025)

¹⁰ Pro light sound blog (2024), «2024 Olympics: New Dimensions in Sports Broadcasting», available at: <https://prolight-sound-blog.com/technology-at-the-opening-ceremony-of-the-2024-olympic-games/> (accessed date 12 October 2025)

Саме на цій Олімпіаді вперше були використані об'єктиви кінематографічного типу для всіх видів спорту. Це суттєвий крок у підвищенні якості відео, особливо крупних планів. Також використовувались, зокрема у пресзонах, PTZ-камери (Pan-Tilt-Zoom), які є більш плавними під час нахилів-поворотів і зміни крупності плану. Поширеними у Парижі були і камери Insta360. Їх використовували спортсмени, але аудиторії це дає унікальний шанс побачити все, що відбувається навколо спортсмена.

Канали передачі відео. Якщо раніше для висвітлення основних олімпійських подій було достатньо двох каналів, то зараз таких каналів десятки і кожен з них має свою логістику та виклики. Телекомпанії Discovery+ в Європі та Peacock у США транслювали з Парижа одночасно до 55 прямих ефірів олімпійських змагань¹¹.

Загалом робота понад тисячі камер передавалася через 81 UHD-канал. Було створено 70 продакшн-галерей. Використовувалось понад 20 мультикамерних систем відтворення та понад 3800 мікрофонів.

Такі обсяги задіяних каналів передачі відео означають не тільки очевидний кінець традиційної логістики телемовлення, але й породжує новаторські технології для камер та нові методи зйомки спортивних подій. Це доказ того, що сучасні Олімпійські ігри створені для цифрової ери.

Стримінг і технології 5G. Лондонська Олімпіада 2012 року стала першою, на якій було широко використано потокову передачу відео (або стримінг). Хоча на той час оминати проблем з якістю відео не вдалося. Олімпіада у Токіо 2021 року вже повністю перейшла на технологію мобільного потокового передавання та використання стільникових мереж для висвітлення подій.

Ігри 2024 року в цьому контексті стали називати Олімпіадою 5G. У Парижі було використано найсучасніші можливості мобільних пристроїв, особливо варіант SA (автономний) на основі мережевих ядер 5G, а також радіомереж 5G (RAN). Технологія 5G була присутня протягом усього життєвого циклу відео та протягом усієї тривалості ігор. Якщо, наприклад, говорити про церемонію відкриття, то Samsung розгорнув свої смартфони Galaxy S24 Ultra на флешках, щоб зафіксувати події, що відбувалися вздовж річки Сена. Французький телекомунікаційний оператор Orange, як офіційний оператор мобільного зв'язку ігор, розгорнув антени вздовж Сени, щоб створити те, що, за його словами, було першою у Франції комерційною мережею 5G SA¹².

Дрони. Окремий підхід було знайдено для трансляції віддалених від Парижа змагань. Тут транслятор використав комбінацію традиційних камер, оснащених пристроями 4G/5G, та дронів. Це стало проривом у висвітленні змагань з вітрильного спорту. Адже традиційно зйомка цього виду спорту обмежувалась лише краєвидами далеких яхт, не передаючи драматизму чи напруги. Але для Ігор 2024 року базові станції 5G були розміщені на буях для перегонів, щоб дрони, оснащені камерами та 5G-пристроями, могли стежити за яхтами та забезпечувати близький огляд дій на

¹¹ Pro light sound blog (2024), «2024 Olympics: New Dimensions in Sports Broadcasting», available at: <https://prolight-sound-blog.com/technology-at-the-opening-ceremony-of-the-2024-olympic-games/> (accessed date 12 October 2025)

¹² Hunter, P. (2024), «Broadcasting Innovations at Paris 2024 Olympic Games», available at: <https://www.thebroadcastbridge.com/content/entry/20852/broadcasting-innovations-at-paris-2024-olympic-games> (accessed date 25 October 2025)

борту. Це передавалося не лише віддаленим глядачам, а й перехожим у гавані через величезний 15-метровий плаваючий екран.

Дрони були використані і у відеозаписах гравців на турнірі з гольфу, що передавалися через 5G. Вперше глядачі турніру могли орендувати пристрої для спостереження за гравцями і бачити їх дії на різних лунках, де змінюючи власної локації. France Télévisions (FTV) вже заявила, що цей підхід буде включено до висвітлення будь-яких подій у прямому ефірі¹³.

Хмарні технології. Всі трансляції з Олімпіади-2024 передавалися виключно через хмару. Ці технології забезпечила компанія Alibaba, всесвітній партнер Олімпійських ігор. OBS зарезерувала для цього 4,2 Тбіт/с пропускної здатності міжнародної телекомунікаційної мережі.

Як результат, OBS зафіксувала 279% зростання бронювань хмарних послуг порівняно з Tokyo-2020¹⁴.

Штучний інтелект. Технології на основі штучного інтелекту (далі – ШІ) використовувались на різних етапах виготовлення відеоконтенту. По-перше, для аналізу показників спортсменів та надання статистики в режимі реального часу. Це дає можливості спортивним коментаторам, за умови доступу до цих даних, одразу озвучувати реальну картину щосекундних змін під час змагання.

По-друге, OBS на основі ШІ розробила віртуальні студії. Найсучасніші графічні та анімаційні технології в таких студіях створюють неймовірні можливості для коментаторів і захоплюючу атмосферу для аудиторії.

Ще масштабнішим було використання графіки, продюкованої за допомогою ШІ, під час прямої трансляції змагань. Саме графіка допомагала глядачам ідентифікувати спортсменів, пояснювати результати за допомогою візуалізації швидкості та дистанції в режимі реального часу, а також надавати додатковий контекст для підрахунку очок у більш технічних видах спорту або там, де поле для гри не одразу очевидне. Фахівці зазначають, що три види спорту – легка атлетика, плавання та вітрильний спорт – отримали найбільшу візуалізацію завдяки саме ШІ як інструменту для створення різного роду графічних зображень¹⁵.

У Парижі-2024 вперше було застосовано хмарну систему повторів на базі штучного інтелекту. Ця система об'єднує зображення з різних ракурсів камери і створює високодеталізовані 3D-реконструкції окремих (переважно кульмінаційних або спірних) моментів змагань. Глядачі мали змогу побачити покадрові реконструкції фрагментів змагань з стрибків у воду, стрибків у довжину та бігу на короткі дистанції. Подібні реконструкції дають уявлення про суддівство та техніку спортсменів, а також допомагають зрозуміти і коментаторам, і глядачам контекст подій, що відбуваються миттєво. 3D-повтори в стилі «Матриці» з кутом огляду 360 градусів також дуже ефективно використовувалися для трансляції змагань на каяках та змагань з регбі¹⁶.

¹³ Там само.

¹⁴ Olympics (2024), «From Gangwon 2024 to Paris 2024: Innovative broadcast and digital technologies in action», available at: <https://olympics.com/ioc/news/from-gangwon-2024-to-paris-2024-innovative-broadcast-and-digital-technologies-in-action> (accessed date 25 October 2025)

¹⁵ McCaskill, S. (2024), «Digital growth, a viewership rebound and Snoop Dogg: The broadcasting stories of the Paris 2024 Olympic Games», available at: <https://www.sportspro.com/insights/paris-2024-olympics-broadcast-trends-viewership-digital-snoop-dogg-nbc-eurosport/> (accessed date 25 October 2025)

¹⁶ Там само.

III використовувався як на етапі підготовки відеоконтенту, безпосередньо зйомок, так і трансляції мовниками, які купили відповідні права. Як український телеканал Суспільне, так і FTV (мовник країни-господаря Олімпіади-2024), застосували машинне навчання у кількох технологічних процесах. Перше – перетворення мовлення на текст, або інакше кажучи – транскрибування аудіодоріжки відео. Друге – переклад на українську і французьку мови відповідно¹⁷. Третє – автоматизований монтаж на основі промпту.

Принагідно варто згадати, що III відіграє вагомую роль і у технологіях контролю показників спортсменів. Насамперед йдеться про системи комп'ютерного зору Omega. Їх прилаштували для різних видів спорту і в результаті кожен спортсмен відстежувався і кожен результат був точно зафіксований. Наприклад, у змаганнях з пляжного волейболу фіксувалися відстані, подолані кожним гравцем, швидкість м'яча, висота стрибків та типи ударів.

Хоча багато з цих показників фіксувалися і раніше, але для їх запису спортсменам потрібно було носити датчики, що не завжди було зручно. До того ж це обмежувало можливості миттєвого аналізу. У Парижі показники фіксувалися камерами високої роздільної здатності навколо ігрового поля, що забезпечує дані з вищою роздільною здатністю для моделей штучного інтелекту, які були навчені для кожного виду спорту. Це дозволило проаналізувати кожну подію набагато глибше, ніж раніше, і надати мовникам чимало інформації для збагачення їхнього опису подій¹⁸.

Технологія хронометражу Omega також використовувалася для створення візуалізацій на основі даних, які допомагають ілюструвати близькі між собою результати. Можемо згадати фінал бігу на 100 метрів серед чоловіків, де американець Ной Лайлз переміг з різницею в 0,005 секунди¹⁹.

Вплив на навколишнє середовище. Хмарні технології – це не лише миттєвий доступ і грандіозні можливості обсягів пам'яті. Це і зменшення негативного впливу на навколишнє середовище. Від Олімпіади в Токію, тобто з 2021 року, енергоспоживання телевізійних студій було скорочено на 29 %, а енергоспоживання центрального Міжнародного телевізійного центру (IBC) – на 44 %²⁰. Значна частина цього скорочення пов'язана з більш широким використанням хмарних технологій для обміну та трансляції матеріалів, що розподіляються між власниками прав на трансляції.

Фінансування. Проведення спортивного заходу такого масштабу є надзвичайно дорогим для країн-господарів. Відомо, що вартість організації Олімпіади у Токію-2020 склала 28 мільярдів доларів США (що перевищило початковий бюджет

¹⁷ Hunter, P. (2024), «Broadcasting Innovations at Paris 2024 Olympic Games», available at: <https://www.thebroadcastbridge.com/content/entry/20852/broadcasting-innovations-at-paris-2024-olympic-games> (accessed date 25 October 2025)

¹⁸ Там само.

¹⁹ McCaskill, S. (2024), «Digital growth, a viewership rebound and Snoop Dogg: The broadcasting stories of the Paris 2024 Olympic Games», available at: <https://www.sportspro.com/insights/paris-2024-olympics-broadcast-trends-viewership-digital-snoop-dogg-nbc-eurosport/> (accessed date 25 October 2025)

²⁰ Olympics (2024), «From Gangwon 2024 to Paris 2024: Innovative broadcast and digital technologies in action», available at: <https://olympics.com/ioc/news/from-gangwon-2024-to-paris-2024-innovative-broadcast-and-digital-technologies-in-action> (accessed date 25 October 2025)

майже на 80 відсотків)²¹. Олімпіада у Парижі коштувала до 13 мільярдів доларів США, зокрема і завдяки економії енергоресурсів.

Останнім, але не менш важливим аспектом впливу олімпійських трансляцій на розвиток телевізійної індустрії загалом і спортивної журналістики зокрема є навчання OBS наступного покоління телевізійних професіоналів. На кожній Олімпіаді OBS приймає випускників та студентів з міста-організатора та працевлаштовує їх на оплачувані посади, одночасно надаючи їм навчання та досвід у техніках прямих трансляцій. Париж-2024 не був винятком, OBS залучила до процесу трансляцій понад 1300 студентів.

4. Результати і перспективи подальших досліджень. Дослідження інноваційних технологій олімпійських трансляцій має великі перспективи для розуміння майбутнього телерадіомовлення. І з точки зору виготовлення контенту, і з точки зору поширення на різних платформах, і з точки зору вивчення уподобань аудиторії. Якщо перший аспект був розкритий у даній статті, то інші два потребують ретельного вивчення і опису. Це важливо як для професійної підготовки майбутніх журналістів, так і виробничої сфери (йдеться про всі типи контенту, не лише спортивний).

5. Висновок

Олімпійські ігри завжди встановлювали золотий стандарт для прямих трансляцій. Нові технології, представлені на Іграх, згодом знайдуть своє місце у стандартній трансляції спортивних подій. З появою хмарних технологій та потокового передавання відео стало можливим транслювати таку велику подію, як Олімпіада, з набагато меншими зусиллями та витратою ресурсів.

Видатною особливістю Олімпіади-2024 була не якась окрема інновація, а сукупний вплив різних технологій на рівні виробництва та поширення контенту, які разом покращили враження від перегляду на різних платформах.

А враховуючи популярність олімпійського контенту на цифрових та соціальних платформах, а також 8,5 мільярда взаємодій МОК через власні канали, є підстави для оптимізму щодо мультиплатформного майбутнього.

Нові технології розширюють межі можливостей і для аудиторії, і для трансляторів, і для спортсменів та їх команд. Освітлюючи таким чином майбутнє відеоконтенту загалом.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Гоян, В.В., Гоян, О.Я. (2021), «Спортивна телерадіожурналістика в освітньому процесі: актуальні тенденції», *Дослідження інновацій та перспективи розвитку науки і техніки у XXI ст. Матеріали міжн. наук.-практ. конф. (25-26 жовтня 2021 р.)*. – С. 205-209.
2. Vision Board (2024), «Париж 2024. Broadcast Centre», доступно за адресою: <https://www.youtube.com/watch?v=8i1C2cm4ZiY&list=PLUMmnaPhrTQB36Pe-woDSJ2jBR0TEfAS6x&index=14&t=904s> (дата перегляду 12 грудня 2025)

²¹ Lin, C., Tung, C. (2024), «How Digital Technologies Powered the Olympic Games», available at: <https://knowledge.insead.edu/strategy/how-digital-technologies-powered-olympic-games> (accessed date 21 October 2025)

3. Vision Board (2024), «5G технології для інформаційних, розважальних та спортивних медіа», доступно за адресою: <https://www.youtube.com/watch?v=GKJOLmxO-DL4&list=PLUMmnaPhrTQB36PewoDSJ2jBR0TEfAS6x&index=24> (дата перегляду 12 грудня 2025)
4. Antunovic, D., Bartoluci S. (2023), «Sport, gender, and national interest during the Olympics: A comparative analysis of media representations in Central and Eastern Europe», *Review for the Sociology of Sport. Vol. 58, Issue 1*, URL: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/10126902221095686> (accessed date 21 October 2025)
5. Delast-Voinea-Popovici, S. (2023), «The Olympic Games between politics and sports», *Acta Marisiensis. Seria Historia*. – №5, pp. 11-23. URL: <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=1231912> (accessed date 21 October 2025)
6. Hunter, P. (2024), «Broadcasting Innovations at Paris 2024 Olympic Games», available at: <https://www.thebroadcastbridge.com/content/entry/20852/broadcasting-innovations-at-paris-2024-olympic-games> (accessed date 25 October 2025)
7. Jastrzabek, J. (2022), «Third time lucky: An analysis of Paris' bids for the Olympic Games in 2008, 2012 and 2024», *Research Papers in Economics and Finance*. №6. pp. 86-106. URL: <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=1128691> (accessed date 20 October 2025)
8. Jovanovic, Z. (2021), «A Cultural History of the 1984 Winter Olympics: The Making of Olympic Sarajevo», available at: https://books.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=aLg-EAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP7&dq=olympic+broadcast+technology&ots=USZ9dUYCJ1&sig=-zx_OHIMj7nq1kbxMFIHAGYFv6U&redir_esc=y#v=onepage&q=olympic%20broadcast%20technology&f=false (accessed date 25 October 2025)
9. Lin, C., Tung, C. (2024), «How Digital Technologies Powered the Olympic Games», available at: <https://knowledge.insead.edu/strategy/how-digital-technologies-powered-olympic-games> (accessed date 21 October 2025)
10. McCaskill, S. (2024), «Digital growth, a viewership rebound and Snoop Dogg: The broadcasting stories of the Paris 2024 Olympic Games», available at: <https://www.sportspro.com/insights/paris-2024-olympics-broadcast-trends-viewership-digital-snoop-dogg-nbc-eurosport/> (accessed date 25 October 2025)
11. *Olympics* (2024), «From Gangwon 2024 to Paris 2024: Innovative broadcast and digital technologies in action», available at: <https://olympics.com/ioc/news/from-gangwon-2024-to-paris-2024-innovative-broadcast-and-digital-technologies-in-action> (accessed date 25 October 2025)
12. *Pro light sound blog* (2024), «2024 Olympics: New Dimensions in Sports Broadcasting», available at: <https://prolight-sound-blog.com/technology-at-the-opening-ceremony-of-the-2024-olympic-games/> (accessed date 12 October 2025)
13. Rolf, J. (2021), «Olimpism, cosmopolitanism, nationalism: the many face(t)s of the Olympics», available at: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13569317.2021.1916206> (accessed date 18 October 2025)
14. Salido-Fernández, J., Muñoz-Muñoz, A. (2021), «Media representation of women athletes at the olympic games: A systematic review», *Apunts Educación Física y Deportes*, 146, pp. 32-41. URL: [https://doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.\(2021/4\).146.04](https://doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.(2021/4).146.04) (accessed date 18 October 2025)

REFERENCES

1. Goian, V.V., Goian, O.I. (2021), «Sports broadcasting in the educational process: current trends», *Research on innovations and prospects for the development of science and technology in the 21st century. Proceedings of the International Scientific and Practical Conference. (25-26 October 2021)*. pp. 205-209.
2. Vision Board (2024), «Paris 2024. Broadcast Centre», available at: <https://www.youtube.com/watch?v=8i1C2cm4ZIY&list=PLUMmnaPhrTQB36PewoDSJ2jBR0TE-fAS6x&index=14&t=904s> (accessed date 12 December 2025)
3. Vision Board (2024), «5G technologies for information, entertainment and sports media», available at: <https://www.youtube.com/watch?v=GKJOLmxO-DL4&list=PLUMmnaPhrTQB36PewoDSJ2jBR0TEfAS6x&index=24> (accessed date 12 December 2025)
4. Antunovic, D., Bartoluci S. (2023), «Sport, gender, and national interest during the Olympics: A comparative analysis of media representations in Central and Eastern Europe», *Review for the Sociology of Sport. Vol. 58, Issue 1*, URL: <https://journals.sage-pub.com/doi/abs/10.1177/10126902221095686> (accessed date 21 October 2025)
5. Delast-Voinea-Popovici, S. (2023), «The Olympic Games between politics and sports», *Acta Marisiensis. Seria Historia*. – № 5, pp. 11-23. URL: <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=1231912> (accessed date 21 October 2025)
6. Hunter, P. (2024), «Broadcasting Innovations at Paris 2024 Olympic Games», available at: <https://www.thebroadcastbridge.com/content/entry/20852/broadcasting-innovations-at-paris-2024-olympic-games> (accessed date 25 October 2025)
7. Jastrzabek, J. (2022), «Third time lucky: An analysis of Paris' bids for the Olympic Games in 2008, 2012 and 2024», *Research Papers in Economics and Finance*. №6. pp. 86-106. URL: <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=1128691> (accessed date 20 October 2025)
8. Jovanovic, Z. (2021), «A Cultural History of the 1984 Winter Olympics: The Making of Olympic Sarajevo», available at: https://books.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=aLg-EAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP7&dq=olimpic+broadcast+technology&ots=USZ9dUYCJ1&sig=-zx_OHIMj7nq1kbxMFIHAGYFv6U&redir_esc=y#v=onepage&q=olimpic%20broadcast%20technology&f=false (accessed date 25 October 2025)
9. Lin, C., Tung, C. (2024), «How Digital Technologies Powered the Olympic Games», available at: <https://knowledge.insead.edu/strategy/how-digital-technologies-powered-olympic-games> (accessed date 21 October 2025)
10. McCaskill, S. (2024), «Digital growth, a viewership rebound and Snoop Dogg: The broadcasting stories of the Paris 2024 Olympic Games», available at: <https://www.sportspro.com/insights/paris-2024-olympics-broadcast-trends-viewership-digital-snoop-dogg-nbc-eurosport/> (accessed date 25 October 2025)
11. *Olympics* (2024), «From Gangwon 2024 to Paris 2024: Innovative broadcast and digital technologies in action», available at: <https://olympics.com/ioc/news/from-gangwon-2024-to-paris-2024-innovative-broadcast-and-digital-technologies-in-action> (accessed date 25 October 2025)

12. *Pro light sound blog* (2024), «2024 Olympics: New Dimensions in Sports Broadcasting», available at: <https://prolight-sound-blog.com/technology-at-the-opening-ceremony-of-the-2024-olympic-games/> (accessed date 12 October 2025)
13. Rolf, J. (2021), «Olimpism, cosmopolitanism, nationalism: the many face(t)s of the Olympics», available at: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13569317.2021.1916206> (accessed date 18 October 2025)
14. Salido-Fernández, J., Muñoz-Muñoz, A. (2021), «Media representation of women athletes at the olympic games: A systematic review», *Apunts Educación Física y Deportes*, 146, pp. 32-41. URL: [https://doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.\(2021/4\).146.04](https://doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.(2021/4).146.04) (accessed date 18 October 2025)

TECHNOLOGIES OF THE FUTURE: OLYMPIC BROADCASTING FROM PARIS 2024

Liudmyla Fedorchuk

Taras Shevchenko National University of Kyiv

Yurii Illienko Str., 36/1, Kyiv, Ukraine, 04119

e-mail: lfedorchuk@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0001-6485-9496>

The article examines cutting-edge technologies in contemporary sports broadcasting through a detailed analysis of the 2024 Olympic Games in Paris as an example. The **main objective of the study** is to identify how innovative broadcasting technologies – including artificial intelligence, cloud-based production, 5G networks, advanced camera systems, drones, and immersive graphics – have influenced audience engagement and transformed professional practices in sports journalism during and beyond the Olympic Games.

The **methodology** is based on a qualitative analysis of official Olympic Broadcasting Services (OBS) data, industry reports, professional webinars, and comparative examination of previous Olympic broadcasts. The study applies descriptive, analytical, and comparative methods to evaluate technological solutions used at various stages of content production, transmission, and distribution.

The **results** demonstrate that Paris 2024 marked the transition to a fully cloud-based and digital television broadcasting model. Over a thousand cameras, UHD channels, AI-powered replay systems, virtual studios, real-time data visualisation, and 5G-enabled mobile production significantly expanded the scale, flexibility, and visual quality of live sports broadcasting. Artificial intelligence has been successfully integrated into real-time analytics, automated editing, transcription, translation, and 3D reconstructions of key moments.

The **findings** indicate that the combined use of these technologies not only enhanced viewer immersion and multi-platform accessibility, but also changed newsroom workflows, reduced environmental impact, optimised resource consumption, and lowered overall production costs compared to previous Olympic Games.

The **conclusions** confirm that Paris 2024 demonstrated the cumulative effect of interconnected innovations that collectively redefine global broadcasting standards.

The **significance** of the study lies in its contribution to media and communication research, professional journalism education, and the strategic development of national broadcasting systems, which is particularly relevant for countries adapting to digital transformation in audiovisual media.

Keywords: broadcasting, computer technologies, video content, Olympic Games, artificial intelligence.

Отримано редакцією видання / Received: 15.12.2025

Прорецензовано / Revised: 17.12.2025

Схвалено до друку / Accepted: 22.12.2025

Опубліковано на сайті видання / Published on the publication's website: 31.01.2026

ЗМІСТ

ІСТОРІЯ ТА МЕТОДОЛОГІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ

<i>Степан Кость, Тетяна Бурдега</i> УКРАЇНСЬКО-ПОЛЬСЬКИЙ ДИСКУРС У ГАЗЕТІ «РІДНИЙ КРАЙ» (1920–1922).....	3
--	---

ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА СУЧАСНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

<i>Ірина Давидова, Людмила Давидова</i> ЕКОЛОГІЧНА ПРОБЛЕМАТИКА В ЛОКАЛЬНОМУ МЕДІАПРОСТОРІ ЖИТОМИРЩИНИ	16
<i>Андрій Калинів, Парасковія Дворянин</i> СПЕЦИФІКА СУЧАСНОГО ВОЄННОГО ТЕЛЕРЕПОРТАЖУ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ УКРАЇНСЬКИХ ВОЄННИХ КОРЕСПОНДЕНТІВ).....	29
<i>Іван Крупський, Наталія Харкевич</i> ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СУЧАСНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ У ФОРМУВАННІ ДОВІРИ ДО МЕДІА В КРИЗОВИХ УМОВАХ.....	45
<i>Ольга Мітчук</i> РЕГІОНАЛЬНА МЕДІАРЕЗИСТЕНТНІСТЬ У СИСТЕМІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ТА КРИЗОВИХ КОМУНІКАЦІЙ.....	56
<i>Володимир Неживело</i> МЕДІА В КОНТЕКСТІ РОСІЙСЬКОЇ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ ВІЙНИ ПРОТИ УКРАЇНИ.....	65
<i>Юлія Овчар</i> ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПОЛІТИЧНИХ НАРАТИВІВ У ПРОЦЕСАХ КОНСТРУЮВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ.....	77
<i>Ігор Паславський</i> КРИТЕРІЇ ВИБОРУ ТЕМИ ЖУРНАЛІСТСЬКОГО МАТЕРІАЛУ	86

МАСОВІ КОМУНІКАЦІЇ ЗА КОРДОНОМ

<i>Оксана Бондарчук, Юрій Мельник</i> ЖУРНАЛІСТСЬКІ РОЗСЛІДУВАННЯ НА ОСНОВІ OSINT У КОНТЕКСТІ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ: BELLINGCAT ТА NEW YORK TIMES ...	99
---	----

Андрій Мельник

ІНШИЙ БІК РОЗУМУ: МЕДІЙНИЙ ОБРАЗ ІДЕОЛОГІЇ «ТЕМНОГО ПРОСВІТНИЦТВА».....	108
--	-----

НОВІ МЕДІА

Ірина Богачук

«ТЕЛЕГРАМІЗАЦІЯ» УКРАЇНСЬКОГО МЕДІАПРОСТОРУ: ПЕРЕВАГИ, РИЗИКИ ТА НАСЛІДКИ ДЛЯ ЖУРНАЛІСТИКИ.....	117
--	-----

Мар'яна Кіца

ЕВОЛЮЦІЯ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ МЕДІА В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ: АНАЛІЗ FACEBOOK І GOOGLE	128
--	-----

МЕДІАДОСЛІДЖЕННЯ

Роксоляна Білоус

ГОНЗО-ЖУРНАЛІСТИКА В ОЦІНЦІ СТУДЕНТІВ	136
---	-----

Мар'ян Житарюк

ДО ПИТАННЯ ПРО ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО МАРТИРОЛОГУ ЗАГИБЛИХ ПІД ЧАС РОСІЙСЬКОЇ АГРЕСІЇ УКРАЇНСЬКИХ ЖУРНАЛІСТІВ І МЕДІЙНИКІВ	154
--	-----

Олексій Ситник, Світлана Водозька, Тетяна Крайнікова, Олена Рижко

ЗАСТОСУВАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У КНИГОВИДАННІ: ІНСТРУМЕНТАЛЬНІ ТА КРЕАТИВНІ ІНТЕГРАЦІЇ В РЕДАКЦІЙНІ ПРОЦЕСИ.....	170
---	-----

МЕДІАОСВІТА

Павло Александров

ТИПОЛОГІЯ НАВЧАЛЬНИХ РОЛЬОВИХ ІГОР У ЖУРНАЛІСТСЬКІЙ ОСВІТІ	187
---	-----

Віталій Гандзюк

МЕДІАОСВІТА В РЕГІОНАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ДОСВІД ВІННИЦЬКОГО ДЕРЖАВНОГО ПЕДАГОГІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ МИХАЙЛА КОЦЮБИНСЬКОГО	197
--	-----

Ірина Одобецька

ІНТЕРАКТИВНІ ГЕЙМІФІКОВАНІ ОСВІТНІ ЕЛЕМЕНТИ У ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ ЖУРНАЛІСТІВ (НА ПРИКЛАДІ ОП «ЖУРНАЛІСТИКА» ВІННИЦЬКОГО ДЕРЖАВНОГО ПЕДАГОГІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ МИХАЙЛА КОЦЮБІНСЬКОГО)	207
---	-----

МЕДІАПРАВО

Наталія Шайда

ПРАВОВА МЕЖА ДОПУСТИМОСТІ ВОЄННОГО КОНТЕНТУ У МЕДІА ТА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	220
--	-----

МЕДІАСТИЛІСТИКА

Христина Дацишин, Борис Потятиник

ПРЕЦЕДЕНТНІ ФЕНОМЕНИ КУЛЬТУРИ ТА ЛІТЕРАТУРИ В МЕДІАТЕКСТІ: КОМУНІКАТИВНО-ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ.....	231
--	-----

Анатолій Капелюшний, Олександр Лічманов

МАРКЕРИ СПЕЦПРОПАГАНДИСТСЬКОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ ПЕРІОДУ ХОЛОДНОЇ ВІЙНИ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ.....	241
---	-----

Наталія Лебеденко

КАНЦЕЛЯРИТ У МЕДІАТЕКСТАХ: ПРИЧИНИ ПОЯВИ ТА СПОСОБИ УНИКНЕННЯ.....	253
---	-----

МЕДІАТЕХНОЛОГІЇ

Vladyslav Bilozarov, Yana Shekeriak-Kushka

FROM CENSORSHIP TO 'BLIND SPOTS': THE EVOLUTION OF INFORMATION CONTROL IN THE AGE OF ALGORITHMS.....	263
---	-----

Tetyana Vityovych

DATA-DRIVEN STORYTELLING AS AN ANALYSIS TOOL IN ECONOMIC JOURNALISM.....	278
---	-----

Ірина Табінська

КОМУНІКАТИВНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ДІАЛОГУ «АВТОР-ЧИТАЧ» У МЕДІА В ЕПОХУ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ	292
---	-----

Людмила Федорчук

ТЕХНОЛОГІЇ МАЙБУТНЬОГО: ОЛІМПІЙСЬКЕ МОВЛЕННЯ З ПАРИЖА-2024.....	304
--	-----

CONTENT

HISTORY AND METHODOLOGY OF JOURNALISM

<i>Stepan Kost', Tetiana Burdeha</i> UKRAINIAN–POLISH DISCOURSE IN THE NEWSPAPER 'RIDNYI KRAI' (1920–1922).....	3
---	---

THEORY AND PRACTICE OF MODERN JOURNALISM

<i>Iryna Davydova, Liudmyla Davydova</i> ECOLOGICAL ISSUES IN THE LOCAL MEDIA SPACE OF ZHYTOMYR REGION	16
<i>Andrii Kalyniv, Paraskoviya Dvorianyn</i> SPECIFICITY OF MODERN MILITARY TV REPORTING (BASED ON THE MATERIALS OF UKRAINIAN MILITARY CORRESPONDENTS)	29
<i>Ivan Krupskyi, Natalya Kharkevych</i> THE FUNCTIONAL POTENTIAL OF MODERN JOURNALISM IN FORMING TRUST IN THE MEDIA IN CRISIS CONDITIONS	45
<i>Olga Mitchuk</i> REGIONAL MEDIA RESISTANCE IN THE SYSTEM OF INFORMATION SECURITY AND CRISIS COMMUNICATIONS.....	56
<i>Volodymyr Nezhyvelo</i> MEDIA IN THE CONTEXT OF RUSSIA'S INFORMATION AND PSYCHOLOGICAL WARFARE AGAINST UKRAINE	65
<i>Yulia Ovchar</i> THE FUNCTIONAL POTENTIAL OF POLITICAL NARRATIVES IN THE PROCESSES OF CONSTRUCTING PUBLIC OPINION	77
<i>Ihor Paslavskyi</i> CRITERIA FOR SELECTING THE TOPIC OF A JOURNALISTIC PIECE.....	86

MASS COMMUNICATIONS ABROAD

<i>Oksana Bondarchuk, Iurii Melnyk</i> JOURNALISTIC INVESTIGATIONS BASED ON OSINT IN THE CONTEXT OF THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR: BELLINGCAT AND <i>THE NEW YORK TIMES</i>	99
--	----

Andrii Melnyk

THE OTHER SIDE OF THE REASON: THE MEDIA IMAGE OF THE IDEOLOGY OF THE “DARK ENLIGHTENMENT”	108
--	-----

NEW MEDIA

Iryna Bogachuk

THE ‘TELEGRAMISATION’ OF THE UKRAINIAN MEDIA SPACE: ADVANTAGES, RISKS AND CONSEQUENCES FOR JOURNALISM	117
--	-----

Mariana Kitsa

THE EVOLUTION OF MEDIA BUSINESS MODELS IN THE CONTEXT OF DIGITALISATION: AN ANALYSIS OF FACEBOOK AND GOOGLE.....	128
---	-----

MEDIA RESEARCH

Roksoliana Bilous

GONZO JOURNALISM IN STUDENTS’ ASSESSMENTS	136
---	-----

Marian Zhytariuk

ON THE ISSUE OF COMPILING A NATIONAL MARTYROLOGY OF UKRAINIAN JOURNALISTS AND MEDIA WORKERS WHO DIED DURING THE RUSSIAN AGGRESSION	154
--	-----

Oleksii Sytnyk, Svitlana Vodolazka, Tetiana Krainikova, Olena Ryzhko

THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN BOOK PUBLISHING: INSTRUMENTAL AND CREATIVE INTEGRATION INTO EDITORIAL PROCESSES	170
---	-----

MEDIA EDUCATION

Pavlo Aleksandrov

TYPOLGY OF EDUCATIONAL ROLE-PLAYING GAMES IN JOURNALISM EDUCATION	187
--	-----

Vitalii Gandziuk

MEDIA EDUCATION IN REGIONAL HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS: THE EXPERIENCE OF MYKHAILO KOTSIUBYNSKYI STATE PEDAGOGICAL UNIVERSITY OF VINNYTSIA	197
---	-----

Iryna Odobetska

INTERACTIVE GAMIFIED EDUCATIONAL ELEMENTS IN THE TRAINING OF FUTURE JOURNALISTS (BASED ON THE EXAMPLE OF 'JOURNALISM' EDUCATIONAL PROGRAM OF MYKHAILO KOTSIUBYNSKYI STATE PEDAGOGICAL UNIVERSITY OF VINNYTSIA).....	207
---	-----

MEDIA LAW

Nataliia Shaida

LEGAL LIMIT OF PERMISSIBILITY OF MILITARY CONTENT IN MEDIA AND SOCIAL NETWORKS.....	220
---	-----

MEDIA STYLISTICS

Khrystyna Datsyshyn, Borys Potiatynyk

PRECEDENT PHENOMENA OF CULTURE AND LITERATURE IN MEDIA TEXT: COMMUNICATIVE-FUNCTIONAL ASPECT	231
--	-----

Anatoliy Kapelyushnyi, Oleksandr Lichmanov

MARKERS OF SPECIAL PROPAGANDA TOOLS FROM THE COLD WAR PERIOD IN THE MODERN UKRAINIAN MEDIA DISCOURSE	241
--	-----

Nataliia Lebedenko

OFFICIALESE IN MEDIA TEXTS: CAUSES AND PREVENTION METHODS....	253
---	-----

MEDIA TECHNOLOGIES

Владислав Білозеров, Яна Шекеряк-Кушка

ВІД ЦЕНЗУРИ ДО СЛІПИХ ЗОН: ЕВОЛЮЦІЯ КОНТРОЛЮ ІНФОРМАЦІЇ В ЕПОХУ АЛГОРИТМІВ	263
---	-----

Тетяна Війтович

DATA-DRIVEN STORYTELLING ЯК ІНСТРУМЕНТ АНАЛІЗУ В ЕКОНОМІЧНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ	278
--	-----

Iryna Tabinska

COMMUNICATIVE TRANSFORMATION OF THE 'AUTHOR-READER' DIALOGUE IN MEDIA IN THE AGE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE	292
---	-----

Liudmyla Fedorchuk

TECHNOLOGIES OF THE FUTURE: OLYMPIC BROADCASTING FROM PARIS 2024.....	304
--	-----

Збірник наукових праць

Вісник Львівського університету

СЕРІЯ ЖУРНАЛІСТИКА

ВИПУСК 58

Виходить з 1958 р.

Редакція «Вісника» висловлює подяку працівникам відділу каталогізації
Наукової бібліотеки Львівського національного університету імені Івана Франка
за надання номерів УДК до матеріалів цього випуску.

Упорядкування і наукова редакція *Мар'ян Житарюк*
Редагування англomовних анотацій *Вікторія Житарюк*
Технічне опрацювання і верстка *Ігор Полянський*
Комп'ютерний набір і коректура авторські

Підп. до друку 28.01.2026. Формат 70×100/16. Гарнітура «Таймс». Друк на різогр.
Умовн. друк. арк. 20,0. Наклад 100 прим. Зам. №.

Львівський національний університет імені Івана Франка.
79000, м. Львів, вул. Дорошенка, 41.

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру
видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції.

Серія ДК №3059 від 13.12.2007 р.