

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Львівський національний університет імені Івана Франка  
Факультет журналістики



# **ЖУРНАЛІСТИКА В ЕПОХУ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ:**

**ІНФОРМАЦІЙНІ ВІЙНИ,  
ПОСТПРАВДА,  
ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ**

*Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції  
(м. Львів, 21 травня 2026 року)*

Львів • 2026

Рецензенти:

**ПАВЛЮК ІГОР ЗІНОВІЙОВИЧ**

*Доктор наук із соціальних комунікацій, професор,  
провідний науковий співробітник,  
Інститут літератури імені Т. Г. Шевченка НАН України,  
м. Київ, Україна.*

**ПАРТИКО ЗІНОВІЙ ВАСИЛЬОВИЧ**

*Доктор філологічних наук, професор,  
професор кафедри журналістики, реклами та PR,  
Навчально-науковий інститут філології та журналістики,  
Житомирський державний університет імені Івана Франка, Україна*

Рекомендовано

до друку Вченою Радою факультету журналістики  
Львівського національного університету імені Івана Франка  
(Протокол № 9 від 27 квітня 2026 року)

**Ж 92 Журналістика в епоху глобальних викликів: інформаційні війни, постправа, штучний інтелект.** *Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Журналістика в епоху глобальних викликів: інформаційні війни, постправа, штучний інтелект» (м. Львів, 21 травня 2026 року) / упорядн. М. Житарюк, М. Лозинський. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, факультет журналістики, 2026. 308 с.*

У публікаціях розглянуто актуальні проблеми трансформації журналістики в умовах гібридних і інформаційно-психологічних війн, поширення постправа та дезінформації, а також стрімкого розвитку технологій штучного інтелекту, роль журналістики у формуванні суспільної довіри й демократичних цінностей. Видання адресоване науковцям, викладачам, здобувачам освіти у галузі журналістики та комунікацій, а також практикам медіасфери, які досліджують і працюють у контексті сучасних глобальних інформаційних викликів.

УДК 070:004.8:32.019.51:316.774

**ТЕОРІЯ, ІСТОРІЯ ТА МЕТОДОЛОГІЯ  
ДОСЛІДЖЕННЯ ЖУРНАЛІСТИКИ**

**THEORY, HISTORY, AND METHODOLOGY  
OF JOURNALISM RESEARCH**

**Nataliya HADO**

*University of Missouri, USA,  
e-mail: nataliya.hado@gmail.com*

**THE CONCEPTUAL MODEL OF IDEOLOGY IN FULTON  
J. SHEEN AND ITS APPLICATION TO THE ANALYSIS OF  
CONTEMPORARY POLITICAL IDEOLOGIES (ON THE  
EXAMPLE OF RASHISM)**

The report provides a conceptual review of the political-theological interpretation of communism proposed by Fulton J. Sheen in the work *Communism and the Conscience of the West* (1948), and its possible application to the analysis of contemporary ideological formations. The aim of the study is to identify the structural elements of ideology in Sheen as a quasi-religious system and to assess its heuristic potential for interpreting contemporary political phenomena, in particular rashism as an analytical category. The methodology is based on the approaches of theology, conceptual analysis, and comparative ideological critique. The article argues that Sheen's model allows totalizing ideologies to be considered as forms of political sacralization that transform anthropological representations, moral categories, and the boundaries of legitimate violence.

The work of Fulton J. Sheen *Communism and the Conscience of the West* occupies an important place in the Catholic intellectual tradition of the twentieth century as one of the most systematic attempts at a theological understanding of communism. Unlike economic or geopolitical approaches, Sheen interprets communism as a holistic worldview that goes beyond a political doctrine. Sheen argues that communism is not merely an economic system but a comprehensive philosophy of life<sup>1</sup>. This allows Sheen's work to be interpreted not only as a historical account of the Cold War period and a contribution to theological thought, but also as a conceptual framework for analyzing ideological systems more broadly. It may be applied to a better understanding of the causes and possible consequences of contemporary ideological constructs, foremost among them rashism, which constitutes another ideological stage in the development of the Russian Fed-

---

<sup>1</sup> Sheen, F.J. (1948), *Communism and the Conscience of the West*, Macmillan, New York, NY, USA, pp. 58–70.

eration, as has been previously examined by the author of this article (Hado 2022, Hado 2023).

In the book of Archbishop Fulton Sheen, one can find four main concepts by which he describes communist ideology:

**Communism as a “religion without God”.** The central thesis of Sheen is the interpretation of communism as a substitute for religion. Sheen interprets communism as a form of religion devoid of transcendence<sup>2</sup>. In this perspective, communism appears not as the absence of religion, but as its immanent transformation into a political-ideological system, where the “god” is the party and its politics. Although communism officially denies the existence of God, it then does everything to fill human life with faith in the party, the five-year plan, the bright future, fairy-tale characters, and new rituals instead of religious ones. The social teaching of the Catholic Church interprets ideology as a system of ideas which, while it can lead to useful actions, also tends to become a closed system, a kind of «secular religion» that claims to explain everything and demands total devotion<sup>3</sup>. Therefore, communism is perhaps the first of all ideologies to fall under this definition.

**Sacralization of political power.** Fulton Sheen describes the state as an institution that, by denying God, itself acquires quasi-religious characteristics. Within this logic, political power acquires features of sacrality: moral infallibility, universality, and finality of judgment. Sheen argues that the state assumes quasi-divine attributes and becomes absolute<sup>4</sup>.

**Anthropological reductionism.** Another key element is the reduction of the person to a function of the collective. In Sheen’s account, the human person is reduced to a functional element of the collective.<sup>5</sup> This means the transformation of the anthropological model in which the individual loses the status of an autonomous moral subject.

**Moral inversion.** Fulton Sheen also describes the process of inversion of moral categories. Sheen describes a reversal of moral categories in which ethical norms are subordinated to ideological ne-

---

<sup>2</sup> Sheen, F.J. (1948), *Communism and the Conscience of the West*, Macmillan, New York, NY, USA, pp. 65–80.

<sup>3</sup> Land P. S., S.J. (1994) *Catholic Social Teaching: Sources of a Tradition*, Loyola University Press, p.241.

<sup>4</sup> Sheen, F.J. (1948), *Communism and the Conscience of the West*, Macmillan, New York, NY, USA, pp. 80–95.

<sup>5</sup> *Ibid*, pp. 70–85.

cessity.<sup>6</sup> This mechanism implies the subordination of ethics to political-ideological expediency.

Together, these four elements form a coherent model of ideology as a pseudo-religious system. Although Fulton J. Sheen did not analyze contemporary political systems, his concept retains significant analytical value. In this context, studies of contemporary rashism, even at a superficial level, demonstrate a number of structural similarities with this model.

In this review, rashism is considered as an ideology that combines state nationalism, imperial narratives, misanthropic practices, and elements of sacralized political rhetoric, drawing on the author's previous research and other relevant sources in order to test the hypothesis.

**Rashism as a religion instead of God.** Although the ideology of rashism does not deny the existence of God, it assumes the function of expressing God's will, acting as the voice of God, and ultimately calling itself the only state that professes "true Christianity." However, this Christianity is distorted to such an extent that it can be argued that the rashist Russian Federation does the same as the communist Soviet Union – it attempts to replace religious practices and beliefs with distorted ones that are beneficial to it. The Russian Federation openly uses the Russian Orthodox Church (ROC) for this purpose, whereas communism used the ROC for public activity only fragmentarily, mostly instrumentally, or as a cover. If communism is an atheistic quasi-religion, then Sheen is an imitation religiosity (the use of a real church for non-religious purposes). Sheen, by implying the four main called communism «Christianity gone mad»; rashism in your context looks like «Orthodoxy turned into an ideological service to the empire.»

**Sacralization of the state and political identity.** In contemporary Russian discourse, there is a tendency toward the sacralization of the state through the combination of political power with religious and civilizational narratives. This is manifested in:

- the use of religiously colored symbolism in political rhetoric;
- the concept of "civilizational distinctiveness";
- the interpretation of the state mission as historically exceptional.

In this process, an important role is played by the interaction of state institutions with the Russian Orthodox Church, which participates in the formation of the symbolic legitimation of political narratives. Politi-

---

<sup>6</sup> Sheen, F.J. (1948), *Communism and the Conscience of the West*, Macmillan, New York, NY, USA, pp. 90–110.

cal power ceases to be perceived as a purely secular institution of governance and acquires features of a sacred order, that is, one that receives an ostensibly supernatural or theological justification. When the state justifies its legitimacy not only through law or political institutions, but through religiously colored narratives, symbols, and the language of a “higher meaning,” which grant it the status of a historically exceptional mission – “special military operation,” the fight against Nazism, the liberation of the Russian-speaking population, the struggle against the godless West, the defense of Christian values. In the case of contemporary Russia, this is manifested in the close interaction between state institutions and the Russian Orthodox Church (ROC)<sup>7</sup>, which in public discourse often supports or theologically interprets state political narratives, including the ideas of “spiritual bonds,” “civilizational distinctiveness,” and the special historical mission of the Russian state.

“Such sacralization of politics performs a crucial propagandistic function: it removes moral and ethical constraints on the use of violence by transforming aggression into a form of “spiritual duty.” Within this discourse, any criticism of state policy or military actions is framed not merely as an attack on the state but as an assault on the sacral order itself, thereby rendering rational public debate virtually impossible. Language thus becomes an explicit instrument of power and, ultimately, of war, through the arbitrary substitution and distortion of key concepts”<sup>8</sup>.

Within this interaction, certain political events receive a sacralized interpretation. For example, in the rhetoric of part of the church and state discourse, war may be interpreted as a “spiritual confrontation,” and political loyalty to the state as a form of moral or even religious duty. This creates the effect of a fusion of the political and the sacred, in which state interests are presented as a reflection of a higher moral order. In such a system, imperial identity also acquires a sacralized character: historical continuity, the idea of “historical Russia,” and the notion of a cultural-civilizational space are interpreted as the restoration or protection of a sacralized integrity. In this context, the ROC often serves as a carrier of symbolic language that legitimizes this integrity through theological categories such as “unity,” “tradition,” and “historical truth,” as well as through religious practices – the blessing

---

<sup>7</sup> Hado, N. (2023), “The Role of the Russian Orthodox Church in the Propaganda and Development of the Ideology of Rashism”, *Media i Społeczeństwo*, 19, pp. 41–52.

<sup>8</sup> Hado, N. (2026). The religious dimension of rashism propaganda beyond Ukraine. *Visnyk of Lviv University. Series Journalism*, 59, p. 166.

of military equipment, the glorification of death, and the parallelization between participation in the SMO and eternal salvation.

**Anthropological reductionism.** Within the analyzed discourse, the individual is often interpreted as an element of a collective historical project. This is observed in:

- the prioritization of collective goals over individual dignity;
- the interpretation of human losses as “historically necessary”;
- the dissolution of individual subjectivity within collective narratives.

Anthropological reductionism in this context means the reduction of the status of the human person to a functional unit of a collective political or historical project. The individual ceases to be perceived as an autonomous moral subject with inherent dignity and irreducible value, and instead is interpreted as an element of a “greater whole” – the state, the nation, or a historical mission. Within such a logic, the value of human life becomes relative and subordinated to state goals and ideologically defined “higher interests.”

In the case of contemporary Russia, this reductionism manifests itself in public and political discourse, where individual losses may be interpreted as acceptable or necessary for the sake of “state interests,” “historical mission,” or the “defense of civilizational unity.” Human life is mediated by the logic of collective expediency, and moral evaluation is replaced by categories of political necessity. Indicative is also the use of narratives of “collective feat,” in which individual subjectivity dissolves into a grand historical narrative. The individual appears not as an intrinsic value, but as a participant in a historical process whose significance is determined by contribution to a state or national project. This is accompanied by the glorification of sacrifice, where losses are interpreted as part of a historically justified cost.

Additionally, in public language one often encounters the depersonalization of human losses through generalized formulations such as “losses,” “resources,” or “sides of the conflict,” which weakens the ethical uniqueness of each individual life. The vocabulary becomes especially “depersonalized” when referring to human losses on the side of the enemy – in the specific case of the attacked country. Through the labeling of Ukrainians as “Nazis,” the attack becomes a struggle against misanthropic Nazism, in which all means are considered permissible, and every human loss brings victory closer. As a result, anthropological reductionism in the Russian context functions as a mechanism for sub-

ordinating the individual to the logic of the state project, in which the person is viewed primarily as a means of realizing a collectively defined historical goal, rather than as its ultimate value. A person who is seen as the “cause of the problem” is depersonalized to such an extent that from an enemy they become a “non-human.”

**Moral inversion** is manifested in the redefinition of violence as: defensive, historically necessary, morally justified.

In such a system, ethical evaluation is subordinated to a political narrative that claims the status of a higher truth. Moral inversion in this context means the reversal of traditional ethical coordinates, in which violence, war, and coercion cease to be evaluated as moral evil and instead acquire the status of justified, necessary, or even “higher-meaning” actions. Within this logic, the ethical evaluation of an action is no longer based on universal moral principles (the value of life, the dignity of the person, the prohibition of killing), but is subordinated to political-ideological expediency presented as the bearer of “higher truth.”

In the case of contemporary Russia, this inversion manifests itself in public discourse, where military actions may be interpreted as “defensive,” “forced,” or even “morally necessary” in response to an imagined or constructed threat. Violence ceases to be an ethical problem and is reinterpreted as an instrument for restoring justice, historical balance, or civilizational order. The aggressor state thus becomes a self-proclaimed “last stronghold of Christianity and justice.” An important element is religious rhetoric, in particular the use of the symbolic language of the Russian Orthodox Church (ROC), which in certain cases interprets political conflicts as a spiritual confrontation. For example, in some public statements by representatives of the church milieu, war may be described as a “metaphysical struggle between good and evil,” and participation in it as a form of moral service or even a spiritual feat. In such an interpretation, violence acquires an eschatological dimension, that is, it is associated with the idea of a final confrontation in history and a struggle for the “correct” sacred order.

Additionally, in state and media discourse, the idea of the “defense of sacred values,” “historical truth,” or “spiritual civilization” is used, which allows military violence to be redefined as a morally sanctioned action. In this context, aggression may be presented not as a violation of international norms or ethics, but as a “necessary sacrifice” for the sake of preserving or restoring a sacralized order. Thus, moral inversion functions as a mechanism in which violence loses its

negative moral status and acquires a positive or even sacred meaning, integrating into a broader eschatological narrative of historical mission, the defense of civilization, and spiritual struggle.

**Conclusions.** The application of the model of the Venerable Archbishop Fulton Sheen reveals a complete similarity between the three elements of the ideologies of communism and rashism at the structural level: sacralization of political power, subordination of the individual to the collective goal, and moral legitimation of violence. It may also be argued that the fourth element – ideology in place of God – coincides in essence in both ideologies; however, in the ideology of rashism its implementation has been modified and developed. The model of ideology proposed by Fulton Sheen has significant analytical potential for the study of contemporary political systems. It allows ideology to be conceptualized as a quasi-religious structure that transforms anthropological, moral, and political representations.

The anthropological depth and conceptual clarity of Fulton Sheen's work demonstrate how ideology can be analyzed from the perspective of theology and how its historical continuity, conceptual transformation, and underlying goals can be more deeply understood. The relevance of this work lies in its ability to identify sacred structures within political systems, to explain the transformation of moral categories, and to provide a conceptual model for analyzing contemporary ideologies. From this perspective, contemporary ideological formations such as rashism may be interpreted as post-secular mutations of the ideological structure identified by Fulton Sheen, in which political power replaces transcendent truth and functions as a system of belief.

## **КОНЦЕПТУАЛЬНА МОДЕЛЬ ІДЕОЛОГІЇ У ФУЛТОНА ДЖ. ШИНА ТА ЇЇ АНАЛІТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ДЛЯ ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІДЕОЛОГІЙ**

Виступ присвячений концептуальному аналізу політико-теологічної інтерпретації ідеології, запропонованої високодостойним архієпископом Фултоном Шином, та оцінці її аналітичного потенціалу для дослідження сучасних політичних ідеологій. У центрі уваги перебуває модель ідеології як квазірелігійної системи, сформульована у праці *Communism and the Conscience of the*

West (1948), а також можливості її застосування до аналізу сучасних ідеологічних формацій, зокрема рашизму. У дослідженні систематизовано ключові концепти Шина, які визначають структуру ідеології: розуміння комунізму як «релігії без Бога», сакралізація політичної влади, антропологічний редукціонізм та моральна інверсія. Показано, що ці елементи утворюють цілісну теоретичну модель, яка дозволяє інтерпретувати ідеології як системи, що виконують функції релігійного порядку, трансформуючи базові уявлення про людину, мораль та політичну легітимність.

Окрему увагу приділено спробі застосування цієї моделі до аналізу сучасного рашизму як ідеологічного феномена. Обґрунтовано, що на структурному рівні в сучасному російському політичному дискурсі простежуються аналогічні механізми: сакралізація держави та її історичної місії, редукція індивіда до елемента колективного проєкту, а також трансформація моральних категорій у напрямі легітимації насильства. Підкреслено роль релігійної риторики та символічних ресурсів, зокрема взаємодії державних інституцій із Російською православною церквою, у формуванні сакралізованих політичних наративів. Показано, що запропонований підхід має евристичну цінність для аналізу сучасних ідеологій як постсекулярних форм політичної релігійності. Застосування концепції Архієпископа Шина дозволяє виявити не лише історичні паралелі, а передусім функціональні механізми, що визначають внутрішню логіку ідеологічних систем.

У рецензованій статті обґрунтовано, що сучасні ідеологічні формації, зокрема рашизм, можуть бути інтерпретовані як трансформації ідеологічних моделей, у яких політична влада набуває рис сакрального порядку та виконує функції носія «вищого сенсу». Водночас наголошено, що йдеться не про історичну тотожність, а про структурну подібність, що відкриває можливості для порівняльного аналізу. Зроблено висновок, що концептуальна модель Фултона Шина має значний потенціал для міждисциплінарних досліджень у галузі політичної теології, ідеологічної критики та дослідження сучасних політичних дискурсів. Стаття вирізняється чіткою логікою викладу, системністю аналізу та актуальністю проблематики, що робить її релевантною для сучасних наукових дискусій.

**Тетяна БУРДЕГА**

*кандидатка наук соціальних комунікацій, доцентка,  
доцентка кафедри української преси,  
факультет журналістики,  
Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна,  
tetiana.burdeha@lnu.edu.ua*

## **КРИТИКА НЕОСЛАВІЗМУ В УКРАЇНСЬКІЙ ПУБЛІЦИСТИЦІ ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ**

Будь-яка ідея, що стосується відносин між державами, націями чи народами (дружби, миру, визнання, співробітництва, допомоги, культурного обміну тощо) і до виникнення або реалізації якої причетна росія, раніше чи пізно зазначає деформації, спотворення або набуває принизливого характеру для тих держав і народів, які вступають з нею у взаємодію чи покладають на неї сподівання щодо безкорисливої підтримки. Причини цього явища варто вбачати в шовінізмі й національному егоїзмі російського суспільства, імперському типі мислення, а також у великодержавній політиці, спрямованій на патологічне прагнення експансії та панування. Водночас певну роль відіграють слабкість тих суспільств, які шукають підтримки в росії, їхня поступливість і політична вразливість.

Щодо України, то як слушно зауважував Дмитро Донцов, виступаючи на Другому всеукраїнському студентському з'їзді у Львові на початку липня 1913 року: «росія загалом не залишила нам права вибору. Вона поставила нам перед дилемою: або цілковита національна смерть, або – безпощадна боротьба»<sup>1</sup>.

Суттєвої трансформації зазнала й слов'янська ідея, або ідея слов'янської єдності, яка сформувалася в інтелектуальному дискурсі й національному житті слов'янських народів наприкінці XVIII – на початку XIX століття. Значний потенціал для розвитку слов'янських народів передбачав Йоганн Гердер у праці «Ідеї до філософії історії людства». Водночас визначальним чинником появи й розвитку слов'янської ідеї були не стільки його симпатії до слов'ян, скільки ширший історико-ідеологічний контекст.

---

<sup>1</sup> Донцов Д. Твори. – Т.1: Геополітичні та ідеологічні праці. Львів, 2001. С. 90.

Зокрема, витоки слов'янського відродження слід пов'язувати з гуманістичними ідеалами Французької революції 1789 року, основними гаслами якої стали свобода, рівність і братерство. Важливу роль також відіграли й національно-визвольні рухи інших європейських народів, передусім німців та італійців.

Ще одним суттєвим чинником стала поява романтизму – літературно-мистецького напрямку, що прийшов на зміну класицизму. Романтизм із його увагою до історії, минулого, народної творчості та нових типів героїв сприяв формуванню слов'янської ідеї й загалом процесам національного відродження. На цьому наголошував Дмитро Чижевський у своїх літературно-критичних розвідках, присвячених цьому періодові.

Таке позиціонування взаємозалежності між формуванням слов'янської ідеї та літературним процесом простежується і в поемі Яна Коллара «Донька Слави», яка стала своєрідним маніфестом цієї ідеї, оскільки сам поет присвячував її усім слов'янам. Виникнення ідеї панславізму дослідники часто пов'язують саме з цим твором. Ян Коллар також є автором трактату «Про літературну взаємність між різними племенами та нарідчями слов'янської нації» (1837). Його концепція мала утопічний характер, була відірваною від політичних реалій і подекуди суперечила історичним прагненням слов'янських народів, які втратили державність.

Неоднозначною була оцінка цієї концепції як у чеському, так і у польському інтелектуальному середовищі. Щоправда, і серед поляків траплялися слов'янофіли, однак слов'янофільські ідеї та симпатії почали різко згасати після жорстокого придушення російською польського повстання 1930–1931 років.

Важливо зауважити, що ідея слов'янської єдності (панславізм) поступово трансформувалася в панрусизм. І російські слов'янофіли, і російська влада розглядали визволення слов'ян, їхній розвиток і становлення виключно під проводом росії. Свідченням цієї трансформації став Другий слов'янський з'їзд, що відбувся в москві 1867 року (перший відбувся у Празі 1848 року). Відсутність польської делегації на другому з'їзді була закономірною, з огляду на посилення репресивної політики після чергового польського повстання.

Період від слов'янського з'їзду в москві до 90-х років XIX століття позначений занепадом слов'янської ідеї та зростанням недовіри до панрусизму.

Відродження слов'янської ідеї у формі неославізму припадає на кінець XIX століття. Ініціатором цього руху вважають чеського політика Карела Крамаржа, хоча не можна виключати і впливу російського чинника на це відродження. Авторитет росії був суттєво підірваний поразкою в Російсько-японській війні, тому апологети неославізму прагнули відновити її провідні позиції серед слов'янських народів. Водночас експансіоністська політика росії на початку XX століття залишилася незмінною.

Провідні українські публіцисти й громадські діячі активно реагували на ці процеси на сторінках періодичних видань. Найвагоміший внесок у критику неославізму зробив М. Грушевський (і він активно використовував термін «неослов'янство») у низці публікацій, зокрема: «Українство і всеслов'янство», «На новий рік», «Похорон унії», «В слов'янських обіймах», «Кінець польської інтриги», «Після Балканської війни», порушено питання неославізму. Ці публікації з'явилися на сторінках журналу «Літературно-науковий вісник».

Своє негативне ставлення до відродження цієї ідеї М. Грушевський найвиразніше сформулював у статті «Українство і всеслов'янство», де зазначав: «... в сучасних обставинах українського життя слов'янська взаємність, слов'янське братерство – се ж така зловна іронія над дійсністю, що й трудно вимовити се слово так, аби воно не звучало як гіркий глум...»<sup>2</sup>. У цій же публікації він закликав відмовитися від «пережитих і перестарілих романтичних мрій» та критично оцінити новітнє «неослов'янство».

М. Грушевський застерігав, що неославізм є фактичним продовженням панрусизму і може призвести до поглинання Польщі й України. Він підкреслював, що нова форма слов'янофільства має прагматичний і навіть цинічний характер, байдужий і неприхильний до становища обділених, скривджених слов'янських народів. Називав це одуром слов'янського гашишу, а неославізм «слов'янською нірваною, що підмінює тривожний бойовий настрій поступових течій серед слов'янських суспільностей. Він заколисує свідомість тяжких завдань сучасності слов'янськими фантазіями»<sup>3</sup>. Ця стаття мала програмний характер, оскільки ви-

<sup>2</sup> Грушевський М. «Українство і всеслов'янство» // Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://surl.lu/vfyreh>

<sup>3</sup> Грушевський М. Українство і всеслов'янство // Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://surl.li/ngghnd>

кривала сутність неославізму як ідеології й інструменту політики російської влади. М. Грушевський підготував її в період підготовки до Всеслов'янського з'їзду у Празі 1908 року.

Статтю «В слов'янських обіймах» М. Грушевський написав 1911 року. У ній автор критично оцінив постать К. Крамаржа, назвавши його «патентованим винахідником неослав'янства», а також звернув увагу на його антиукраїнські погляди.

Статтю «Після Балканської війни» М. Грушевський написав 1913 року після Другої Балканської війни, у якій воювали між собою слов'янські народи. Він зазначив, що політичне слов'янофільство – навіть в його новій очищеній формі «нео-слов'янства», як його пробували відродити деякі представники поступового російського громадянства – дістало дуже тяжкий удар, від якого невідомо, чи оговтається. Таким чином, він констатував сумний фінал неославізму.

Ще одним послідовним критиком неославізму був Д. Донцов. Його позицію відображено в публікаціях: «Польська криза», «Німецький публіцист про українське питання», «Російський імперіалізм і українство». Дві останні статті він написав для журналу «Украинская жизнь», що виходив у Москві.

У статті «Польська криза» Д. Донцов наголошував, що 1908 рік став «переломним», відкривши ширші перспективи для польської політики у зв'язку з т. зв. «панслов'янською лихоманкою», як він іронічно означив слов'янський з'їзд у Празі. На думку Д. Донцова, українським політикам також варто було оцінювати польську кризу крізь призму загальноєвропейських процесів. Він різко критикував тих українських діячів, «що й досі бачать наївні сні кирило-мефодіївців про якусь російську, ба, навіть слов'янську федерацію...»<sup>4</sup>. У статті «Російський імперіалізм і українство» Д. Донцов підкреслював, що російська влада не прагне задовольнити навіть мінімальні національні вимоги українців, хоча саме це могло б послабити опозицію неослов'янському рухові.

І. Франко також скептично оцінював концепцію слов'янської взаємності Я. Коллара і так само критично ставився до спроб відродження слов'янської ідеї у формі неославізму. Це, зокрема, простежується в його публікаціях: «Дещо про польсько-українські відносини. Відповідь п. Т. Романовичу на статтю «Хатні

---

<sup>4</sup> Донцов Д. Польська криза // Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://surl.lu/ceaicr>

справи українців»», «“Основи нової слов’янської політики” Бакуніна», «“Ідеї” й “ідеали” галицької москвофільської молодезі» та ін. Варто зауважити, що критика неославізму у І. Франка поєднувалася із послідовним запереченням москвофільських ідей.

Як бачимо, критика неославізму зберігає актуальність і сьогодні в умовах російсько-української війни. Василь Гришко у праці «Панславізм у советській історіографії і політиці», що вийшла у Мюнхені в 1956 році, зазначав, що слов’янофільство, неославізм, як і радянський слов’янський рух, були й залишаються радше теоретичним прикриттям, своєрідною науковою оболонкою агресивного імперіалістичного панславізму. У цьому контексті показово, що росія й нині апелює до концепції «слов’янської єдності».

**Олеся ДРОЗДОВСЬКА**

кандидатка філологічних наук,  
старша наукова співробітниця  
Науково-дослідного інституту пресознавства,  
Львівська національна наукова бібліотека  
України імені В. Стефаника,  
olesyadroz@gmail.com

**ВОЛОДИМИР БАРАГУРА ПРО УМОВИ  
ФУНКЦІОНУВАННЯ УКРАЇНСЬКОЇ ПРЕСИ  
1930–1940-х рр. ТА ЖУРНАЛІСТІВ**

У доповіді проаналізовано мемуарну спадщину українського редактора, журналіста і письменника Володимира Барагури як джерело до історії української преси 30–40-х рр. ХХ ст. Увагу зосереджено на його спогадах «Як я став журналістом» і «Воєнні переживання сірої людини», які вийшли друком у другій половині 1990-х рр. У них відображено процес формування українського журналістського середовища в Галичині у міжвоєнний період та в роки Другої світової війни, особливості редакційної практики, умови праці журналістів, міжособистісні взаємини у професійному середовищі, роль неформальних професійних зв'язків і матеріальних чинників у становленні журналістської діяльності. Також розглянуто вплив цензури на функціонування української преси в умовах підконтрольного інформаційного простору. Наголошено на цінності мемуарної літератури, яка доповнює документальні джерела живими свідченнями та інтерпретаціями безпосередніх учасників і очевидців історичних процесів.

Ім'я Володимира Барагури – редактора, журналіста, публіциста, письменника та мемуариста – добре відоме в українській діаспорі у США, однак в Україні він досі належить до кола маловідомих культурних діячів ХХ ст. В. Барагура народився 1910 р. у м. Немирів (нині – у складі Яворівського району Львівської області), а помер у грудні 2000 р. далеко від рідної землі – в м. Ов'єдо (США)<sup>1</sup>. Найчастіше його ім'я пов'язують із журналом для дітей

---

<sup>1</sup> Дроздовська О. Барагура Володимир. *Biogram*: енциклопедія імен української преси [електронний ресурс]. <https://biograma.net.ua/barahura-volodymyr/> (дата звернення: 19.04.2026).

«Веселка» (Джерсі-Сіті), співзасновником і співредактором якого він був упродовж сорока років.

Водночас на його тривалому життєвому і творчому шляху було ще чимало інших українських газет і журналів, які виходили в Галичині, Польщі, Німеччині, Канаді й США. Серед них: «Дорога», «Життя і Знання», «Краківські Вісті», «Львівські вісті», «Малі Друзі», «Наша Культура», «Нова Зоря», «Рідна Мова», «Новий Час», «Свобода», «Українська Школа» та ін<sup>2</sup>.

Окрім того, він – автор кількох методико-дидактичних видань, оповідань для дітей і мемуарів. Саме книги спогадів В. Барагури є об'єктом цього дослідження. У них автор, розповідаючи про власне життя, особисті пригоди й переживання, зафіксував чимало цікавих фактів з історії української преси. Йдеться про видання «Як я став журналістом» (б. р.) та «Воєнні переживання сірої людини» (1991). Відомо також, що В. Барагура написав спогади «В таборах безвітчизняників», у яких розповів про своє перебування у таборах для переміщених осіб у Баварії (Німеччина)<sup>3</sup>, однак цей текст наразі не вдалося віднайти.

Опрацьовані мемуарні праці В. Барагури охоплюють міжвоєнний та воєнний періоди розвитку української преси. У книзі «Як я став журналістом» він розповів про власний шлях у професію, зацікавлення якою «проявилось доволі рано, ще в першій класі гімназії»<sup>4</sup>. Ця дорога насамперед була пов'язана з людьми, що його оточували. Саме тому особливу увагу автор приділив розповіді про тих, з ким зводила його доля: редакторів, видавців, журналістів старшого покоління та однолітків, які, як і він, лише торували свій шлях у світ друкованих медіа. Серед них: Б. І. Антонич, О. Боднарівч, Б. Гошовський, І. Дурбак, В. Кархут, М. Коновалець, Г. Которович, С. Левицький, В. Мудрий, О. Назарук, І. Німчук, І. Огієнко, М. Островерха, В. Сімович, Ф. Федорців.

Для дослідників історії української преси психологічні та професійні штрихи до портретів цих діячів мають особливу цінність: вони висвітлюють неформальні зв'язки в українському журналістському середовищі міжвоєнної доби та увиразнюють

<sup>2</sup> Дроздовська О. Барагура Володимир. *Biogramata*: енциклопедія імен української преси [електронний ресурс]. <https://biogramata.net.ua/barahura-volodymyr/> (дата звернення: 19.04.2026).

<sup>3</sup> Барагура В. Як я став журналістом: спогади зі студентських років 1928–1934. Торонто, б. р. С. 40.

<sup>4</sup> Там само. С. 9.

роль особистих контактів у професійній кар'єрі. Окрім того, розповідь В. Барагури про становлення у професії ілюструє механізми формування змісту видань, описує редакційну специфіку добору матеріалів й авторів, а також характеризує професійні якості та стиль роботи окремих постатей.

У книзі «Воєнні переживання сірої людини» В. Барагура описав свою журналістську діяльність під час Другої світової війни, зокрема як співробітника «Краківських Вістей» й українського відділу львівського відділення агентства «Телепрес». У праці також зафіксовані окремі факти з журналістської і редакторської діяльності І. Базарка, Р. Завадовича, Б. Левицького, Ю. Косача, К. Паньківського, М. Пасіки, Б. Романенчука, М. Семчишина, Г. Сірка, Ю. Тарановича, Є. Тимчука, М. Хом'яка, І. Чепиги, Я. Шав'яка, А. Шекерика, Є. Яворівського та інших.

На особливу увагу заслуговують його свідчення про умови роботи українських видань у період війни та німецької окупації. Основними чинниками, які впливали на неї, були жорсткий контроль і цензура з боку окупаційної влади, а також ризики професії, що змушували багатьох відмовлятися від фаху. Адже порушення директив загрожувало не лише звільненням, заборонаю на професійну діяльність, а й переслідуваннями та ув'язненнями у концентраційних таборах.

В. Барагура констатував розквіт української преси в Галичині у перші місяці німецької окупації, проте наголосив на факті гострого дефіциту професійних журналістів. Він писав: «Негайно після втечі Червоної армії в усіх більших провінційних осередках появилися українські газети, бо громадянство було спрагнене новин, вісток, інформацій. Газети виходили там, де були відповідні люди, хоч і не журналісти, де були типографічні бази й запаси паперу, залишені більшовиками. Видавцями були окремі громадяни, міські управи, громадсько-суспільні установи, організації, товариства, політичні угруповання. Редакторами були здебільша вчителі середніх шкіл, адвокати, кооператори, просвітянські працівники»<sup>5</sup>. Проте це відродження тривало недовго. З утвердженням цивільної німецької влади усі регіональні видання були закриті, а ті, що залишилися (зокрема «Львівські Вісті», «Дорога», «Наші Дні», «Вечірня Година», «Рідна Земля»), «підлягали строгій німецькій

<sup>5</sup> Барагура В. Воєнні переживання сірої людини (спогади з Другої світової війни). Нью Йорк; Джерзі Сіті, 1991. С. 61.

цензурі»<sup>6</sup>. Як згадував В. Барагура, журналістам було заборонено вживати у своїх текстах назви «Галичина», «Галицька земля», «Західна Україна», «західні українські землі» тощо.

Окрему главу другої книги спогадів В. Барагура присвятив розповіді про цензурну політику німецької окупаційної влади. Особливе зацікавлення викликає його порівняльна характеристика польської та німецької цензурних систем. Відмінність між ними він резюмував так: «Ми привикли називати польський режим “поліційним”. Одначе різниця між польською й німецькою цензурою була не як “між небом і землею”, але як “між небом і пеклом”»<sup>7</sup>. До позитивів польської цензури мемуарист зараховував: можливість оскарження рішень цензора у суді; процедуру конфіскування матеріалів уже після друку накладу (щоправда, це призводило до матеріальних витрат); вихід чисел вдруге з т. зв. білими плямами, «бо не вільно було скресленого місця заступати іншими матеріялом»<sup>8</sup>. Польська цензура не обмежувала тематику публікацій в українській пресі, натомість у роки німецької окупації «тематика була згори обмежена і продиктована»<sup>9</sup>. Німецький цензор на власний розсуд, без жодних мотивацій і пояснень, мав право «скреслювати» усе, що, на його думку, не підлягало оприлюдненню чи суперечило встановленим вимогам. Певними привілеями у цьому контексті користувався щоденник «Краківські Вісті». Через такі жорсткі обмеження багато українських журналістів «замовкло, покинуло свою професію, а їхні таланти змарнувалися»<sup>10</sup>.

Спогади, як зазначав В. Барагура, «вливають душу, кипуче життя в мертві факти»<sup>11</sup>. Це емоційно забарвлене джерело, у якому події, характери і вчинки дійових осіб подаються крізь призму авторського сприйняття та інтерпретації. Зафіксовану в них інформацію можна трактувати як суб'єктивну, проте це жодним чином не зменшує їхньої значущості. Адже мемуари містять відомості про особливості функціонування пресових видань і праці журналістів в умовах бездержавності та підконтрольного інфор-

<sup>6</sup> Барагура В. Воєнні переживання сірої людини (спогади з Другої світової війни). Нью Йорк; Джерзі Сіті, 1991. С. 62.

<sup>7</sup> Там само. С. 65.

<sup>8</sup> Там само. С. 65.

<sup>9</sup> Там само. С. 65.

<sup>10</sup> Там само. С. 65.

<sup>11</sup> Там само. С. 9.

маційного простору, а також про персоналії, які формували тогочасне професійне середовище. Завдяки спогадам В. Барагури інституційна історія української преси першої половини ХХ ст. набуває персоналізованого виміру, а розповіді про цензурні обмеження допомагають вкотре переконатися: українська журналістика у цей період існувала всупереч обставинам.

**Оксана ГОЦУР**

кандидат наук із соціальних комунікацій,  
доцент кафедри журналістики та засобів масової комунікації,  
Національний університет “Львівська політехніка”, Україна

**Яна КОКУЛ**

магістр кафедри журналістики та засобів масової комунікації  
Національного університету “Львівська політехніка”, Україна,  
yana.kokul@gmail.com

## **ЕКОНОМІЧНА ТРАНСФОРМАЦІЯ ТА СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ НОВИХ МЕДІА В УКРАЇНІ**

*Досліджено процеси економічної трансформації українського медіапростору в умовах цифровізації та глобальних технологічних викликів. Проаналізовано перехід від рекламних мономоделей до мультимодальних систем монетизації (Paywall, краудфандинг, нативна реклама), що сприяє зміцненню редакційної незалежності. Особливу увагу приділено стратегіям просування нових медіа через інструменти інтернет-маркетингу: використання Big Data, SEO-оптимізацію, роботу з мікро-інфлюенсерами та штучним інтелектом для персоналізації контенту. Визначено роль соціальних платформ (Telegram, YouTube, TikTok) у формуванні лояльних спільнот та впровадженні моделі прямої взаємодії з клієнтом (D2C). Обґрунтовано важливість кількісних показників (ROMI, CLV, SAC) для оцінки ефективності медіабізнесу. Автори доводять, що життєздатність сучасних медіа залежить від гнучкого поєднання інноваційних технологій, гібридних моделей фінансування та дата-центричного підходу до аудиторії.*

Сучасна економічна трансформація українського медіапростору зумовлена динамічним розвитком цифрової економіки та необхідністю швидкої адаптації до глобальних технологічних викликів, де в умовах цифрової революції медіа перестають бути лише джерелами інформації, перетворюючись на складні бізнес-структури, чия життєздатність залежатиме від ефективності обраної фінансової стратегії. Ключовим аспектом цієї трансформації є перехід від традиційних мономоделей, зорієнтованих переважно на рекламу, до мультимодальних систем монетизації, що

дозволяє українським онлайн-ресурсам підвищити свою економічну стійкість, відмовляючись від повної залежності від приватних власників або «кишенькового фінансування», яке часто несе загрозу редакційній незалежності та національній безпеці через лобювання політичних інтересів. На зміну агресивним банерам приходять нативна реклама та персоналізований маркетинг у формі органічної інтеграції рекламного повідомлення в контент, що підвищує довіру аудиторії, водночас такі видання як «Ліга.нет», «NewVoice» та «KyivPost» поступово впроваджують платні системи доступу типу Paywall та Freemium, привчаючи споживачів до цінності якісної аналітики. Важливу роль відіграють краудфандинг та системи донатів через платформи типу Patreon, що свідчить про готовність суспільства безпосередньо фінансувати незалежну журналістику, створюючи прозорі фінансові відносини та формуючи лояльну спільноту навколо медіапроектів. Ефективність такої моделі безпосередньо залежить від стратегії залучення та утримання клієнтів, де в центрі стоїть ціннісна пропозиція – ексклюзивність, достовірність та швидкість подачі інформації, що підкріплюється дата-центричним підходом із використанням BigData для розуміння вподобань користувачів. Мультиплатформенність та інтеграція з соціальними мережами, такими як YouTube, Instagram та Twitter, а також розвиток форматів подкастів і стрімінгів дозволяють медіа адаптувати контент під алгоритми кожної платформи, при цьому війна та економічні кризи змусили українські медіа шукати гібридні моделі функціонування, що поєднують грантову підтримку, донорські внески та комерційну діяльність<sup>1</sup>.

Економічна трансформація онлайн-медіа та видавничої галузі в Україні характеризується глибокою цифровізацією бізнес-процесів, де медіа-організації змушені поєднувати класичну рекламу з інноваційними методами монетизації для зміцнення редакційної незалежності. Важливим аспектом маркетингового просування є стратегія одночасного поширення контенту у друкованому, електронному та аудіоформатах для охоплення різних сегментів споживачів, причому ефективність таких кроків сьогодні визначається через систему чітких кількісних показників.

---

<sup>1</sup> Горлатих А. Економічні аспекти функціонування онлайн-медіа: українські та світові тренди. Інтегровані комунікації. 2025. Т. 1. С. 174–180. URL: <https://doi.org/10.28925/2524-2652.2025.122>.

Таблиця 1.

**Показники ефективності маркетингових стратегій у нових медіа**

Показник	Опис та значення для стратегії
ROMI (Return on Marketing Investment)	Рентабельність інвестицій у маркетинг визначає прибутковість рекламних кампаній.
CLV (CustomerLifetimeValue)	Довічна цінність клієнта, яка прогнозує загальний прибуток від одного користувача за весь час взаємодії.
CAC (CustomerAcquisitionCost)	Вартість залучення одного користувача, що дозволяє оцінити витрати на маркетинг відносно отриманого доходу.

Просування медіа-продукції в Україні все більше спирається на інструменти інтернет-маркетингу, зокрема використання BigData для персоналізації контенту, таргетовану рекламу в соціальних мережах та розвиток моделі прямої взаємодії з клієнтом (D2C), перетворюючи видавничі структури на соціокультурних агентів, де цінність продукту визначається його інтерактивністю. Використання аналітичних інструментів та CRM-систем дозволяє будувати довгострокові відносини з аудиторією, адаптуючись до високої еластичності попиту та жорсткої конкуренції з боку глобальних цифрових платформ, що забезпечує життєздатність галузі в умовах постійних ринкових трансформацій<sup>2</sup>. Соціальні платформи, як-от Telegram, YouTube, Facebook та Instagram, дозволяють медіа-компаніям охоплювати широку аудиторію за низької вартості, забезпечуючи можливість спілкування в режимі реального часу та отримання миттєвого зворотного зв'язку, а впровадження штучного інтелекту, машинного навчання та маркетингу впливу (інфлюенс-маркетингу) дозволяє створювати

<sup>2</sup> Пронько Л., Пташинська В., Сирітко Д. Маркетингові стратегії просування цифрової та друкованої продукції видавництва в умовах трансформації ринку. Економіка та суспільство. 2025. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-80-15>.

персоналізований і релевантний контент, що зміцнює лояльність до бренду<sup>3</sup>.

Сучасні стратегії просування нових медіа ґрунтуються на впровадженні цифрового (digital) маркетингу, який охоплює не лише інтернет-інструменти, а й офлайн-технології, такі як смарт-гаджети, POS-термінали та цифрове телебачення. Фундаментальним інструментом залишається пошукова оптимізація (SEO), що орієнтується на алгоритми машинного навчання типу BERT та MUM для кращого розуміння запитів користувачів, а контент-маркетинг як довгострокова стратегія через блоги та подкасти формує імідж експертності. Соціальні медіа трансформувалися в потужні канали електронної комерції (e-commerce), де інтеграція функцій покупок безпосередньо в платформах дозволяє брендам здійснювати прямі продажі, враховуючи зміну аудиторних уподобань: молодь обирає TikTok та Snapchat, тоді як Facebook зміщується в бік старших груп. Нові підходи включають використання геофенсінгу для залучення клієнтів через мобільні сповіщення на певній території та залучення мікро-інфлюенсерів, які мають високий рівень довіри у вузьких нішах. Майбутнє просування пов'язане з автоматизацією процесів через штучний інтелект, що дозволяє персоналізувати контент у промислових масштабах, створюючи комплексний аналітичний підхід для забезпечення конкурентоспроможності у віртуальному середовищі<sup>4</sup>.

Сучасна економічна трансформація українського медіапростору зумовлена динамічним розвитком цифрової економіки та необхідністю швидкої адаптації до глобальних технологічних викликів. Це вимагає від медіа не лише зміни джерел фінансування, а й повного переосмислення методів взаємодії з аудиторією через поєднання інноваційних технологій та гнучких маркетингових стратегій.

---

<sup>3</sup> Голуб В. Соцмедіа як інструмент для політики просування та комунікації з споживачами. Центральноукраїнський науковий вісник. Економічні науки. 2024. С. 84–93. URL: [https://economics.kntu.kr.ua/pdf/11\(44\)/10.pdf](https://economics.kntu.kr.ua/pdf/11(44)/10.pdf).

<sup>4</sup> Рябова Т. А. Використання соціальних медіа, контент-маркетингу та інших інструментів у цифровому середовищі в рамках цифрового маркетингу. *Здобутки економіки: перспективи та інновації*. 2024. URL: <https://doi.org/10.57125/econp.2024.02.29.04>.

**Мирослава РУДИК**

кандидатка наук соціальних комунікацій,  
доцент кафедри теорії і практики журналістики,  
факультет журналістики,  
Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна,  
rudyk\_miroslava@ukr.net

## **ДО ПИТАННЯ СУЧАСНОЇ ЖАНРОЛОГІЇ: ЖАНРИ В ЕПОХУ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА**

*Публікація присвячена новітнім жанровим формам інформації в інтернеті. Аналіз сучасних досліджень, який відштовхується від традиційної класифікації жанрів (інформаційні, аналітичні, художньо-публіцистичні). Дослідження репрезентує новий погляд на новітні інтернет-жанри не як на форму контенту, а як на засіб соціальної взаємодії. Увагу приділено саме інтернет-жанрам, які змінюють підхід до інформування у цифрову епоху.*

Журналістика як найбільш динамічна сфера життя і науки змушена достосовуватися до швидких змін у процесах творення, обробки та поширення медіаповідомлень. Зміни ці стосуються також і форми повідомлень, які у журналістикознавстві прийнято називати жанрами. Вивченням і класифікацією жанрів займався В. Здоровега, І. Михайлин, А. Тертичний, Ів Аньєс, К. Вольний-Зможинський,

Питання жанрів у добу соціальних медіа одне з ключових у сучасній жанрології, особливо в контексті журналістики та медіакомунікації. Традиційна система жанрів (інформаційних, аналітичних, художньо-публіцистичних) зазнає суттєвих трансформацій під впливом цифрового середовища.

У цифрову епоху класичне уявлення про жанр як стабільну форму поступається розумінню жанру як процесу. Медіатексти функціонують у полі культурних практик, де значення створюється не лише автором, а й аудиторією (про це читаємо в дослідників В. Гвоздева і М. Дзялошинського). Це у певному сенсі означає, що жанр більше не є фіксованою моделлю, а радше відкритою структурою, що змінюється в процесі взаємодії.

Цю думку розвивають дослідники «конвергентної культури» (Л. Городенко, В.Шевченко), де межі між виробниками і спожив-

вачами контенту стираються. У цьому контексті жанри соціальних медіа формуються не лише редакціями, а й користувачами, алгоритмами платформ і культурними трендами. Коментарі, вподобайки, репости не лише доповнюють текст, а й формують його жанрову структуру. Таким чином, жанр стає процесуальним явищем, що розгортається у взаємодії. Як зазначає дослідник М. Мельник: «Становлення і розвиток будь-якого медійного напряму стимулюється певними соціокультурними потребами людей» (М. Мельник. Фешн-журналістика в епоху інтернет-медій Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2017. Випуск 42. С. 261).

У перспективі нашого дослідження хочемо звернути увагу на новітні жанрові утворення, які виникли внаслідок появи інтернет-медіа.

Різновиди веб-жанрів вивчали Л. Василик, Є. Землякова, О. Колесніченко, І. Тонкіх, М. Чабаненко, Є. Цимбаленко, В. Шевченко, Л. Шутяк та ін.

Як справедливо зауважує дослідниця У. Лешко: «Складність розрізнення жанрів в інтернеті спровокована тим, що один і той самий журналістський матеріал є не просто текстом, а елементом гіпертексту. Гіпертекст – це особливі типи електронного тексту, які функціонують в різних жанрових форматах інтернет-комунікації (<https://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/9375/9325>).

Зосередимось увагу на новітніх жанрах інтернет-комунікації. До прикладу, загальнолінгвістичною тенденцією сучасних журналістських матеріалів є візуалізація змісту. Релевантними ознаками засобів масової інформації стають мультимедійність – поєднання тексту, звуку, зображення, відео, та кросмедійність – поширення контенту з різних медіа (<file:///C:/Users/Mirka/Downloads/257212-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-591844-1-10-20220522.pdf>)

Занурення у простір згенерованих, гібридних образів, які «бачать» і «інтерпретують» реальність виключно на основі їхніх фотографічних репрезентацій, змушує замислитися над роллю та позицією творця в технологічній системі (з польської).

### *Висновки*

Аналіз вищенаведеного матеріалу спонукає нас до висновку, що трансформація жанрів призводить до розмиття меж між журналістикою, блогінгом і користувацьким контентом. Бачимо, що сучасні жанри часто поєднують інформаційність і суб'єктивність, що ускладнює їхню чітку класифікацію. Ці тенденції призвольють до теоретичних викликів сучасної жанрології таких, як визначення критеріїв жанру в умовах гібридності, врахування ролі алгоритмів і специфіки функціонування соціальних платформ, інтеграція користувацького контенту в журналістику, що спонукає виробленню нового підходу і перегляду усталеної класифікацій жанрів.

У цьому контексті, на нашу думку, перспективним є підхід, що розглядає жанр не як форму тексту, а як соціальну практику комунікації, що відповідає ідеям масового спілкування в інтернеті. Треба підкреслити, що традиційні жанрові моделі не зникають, але адаптуються до нових умов, утворюючи складні синтетичні форми. Жанри в епоху соціальних медіа зазнають глибокої трансформації. Вони стають гібридними, мультимодальними, інтерактивними та залежними від платформ, в межах яких функціонують. Таким чином, сучасна жанрологія повинна враховувати не лише звичні текстуальні характеристики, а й технологічні, соціальні та культурні чинники, що визначають комунікацію в цифрову добу.

**Ілля ХОМЕНКО**

доктор наук із соціальних комунікацій,  
кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри  
аудіовізуальних медіа Навчально-наукового інституту  
журналістики Київського національного університету  
імені Тараса Шевченка, Україна,  
e-mail: khotenko\_radio@knu.ua

**Володимир ФОМЕНКО**

кінодраматург, журналіст,  
e-mail: volya2022@ukr.net

**Нікіта СКОБЛІКОВ**

аспірант Навчально-наукового інституту  
журналістики Київського національного університету  
імені Тараса Шевченка, журналіст,  
Навчально-науковий інститут журналістики Київський  
національний університет імені Тараса Шевченка, Україна,  
e-mail: Nskoblikov6@gmail.com

**АНАЛІЗ МЕДІАКОНТЕНТУ З МЕТОЮ ВИЯВЛЕННЯ  
ЧИННИКІВ ДЕСТРУКТИВНОГО ВПЛИВУ:  
ТИПОЛОГІЯ, МЕТОДОЛОГІЯ, ВЕРИФІКАЦІЯ**

Розглядається проблема виявлення деструктивних чинників у медіаконтенті в умовах трансформації інформаційної війни у когнітивну. Акцент зроблено на необхідності розроблення верифікованих методів аналізу аудіовізуальних і акустичних матеріалів, здатних виявляти латентні впливи, що маскуються під нейтральний або розважальний контент. Також узагальнено основні підходи до дослідження медіавпливів, зокрема програмно-апаратний, лінгвістичний, структурний, психоаналітичний, дискурсивний і компаративний аналіз. Показано, що ефективне виявлення маніпулятивних і психотравматичних елементів можливе лише за умови комплексного застосування методик.

Так само, як російська агресія проти України вийшла за межі безпосередніх зіткнень збройних сил і поширилася на всю територію, досягнувши повітряних і диверсійних засобів ураження, бойові дії в комунікаційному просторі зазнали якісних змін. Вони

еволюціонували від інформаційної війни до когнітивної війни. Метою останньої є не стільки тактичний ефект від вдалої дезінформації, скільки глибинний вплив – індоктринація смислами, корисними для ворога, у формах, що часто не мають ознак пропаганди. Такий вплив має відтермінований і довготривалий ефект.

Водночас, оскільки він підпорядковується складним і частково неконтрольованим закономірностям соціальної динаміки, його результати не завжди є прогнозованими і бажаними для суб'єкта впливу. Наприклад, дозоване поширення серед пролетаріату Російської імперії ідей соціальної справедливості, ініційоване чиновником департаменту поліції С. Зубатовим, у підсумку сприяло посиленню революційного руху: “зубатівські гуртки” перетворилися на реальні загрози для царського режиму.

Спільною рисою подібних операцій – як історичних, так і сучасних – є використання латентного інформаційного складника, часто “під чужим прапором”, у формах, що унеможливають побуту ідентифікацію мети та походження матеріалу. Саме тому одним із ключових завдань медіанауки є розроблення верифікованих, доказових інструментів виявлення деструктивних чинників у комунікаційному контенті, зокрема аудіовізуальному та акустичному.

Вибір цього напрямку як складової дослідницької діяльності Навчально-наукового інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка є закономірною відповіддю на виклики сучасності<sup>1</sup>. Водночас подібні дослідження здійснювалися і в довоєнний період<sup>2</sup>.

З огляду на масштаб проблеми, у межах цієї розвідки доцільно зосередитися на одній із ключових передумов верифікації наукових результатів – аналізі аудіовізуального та акустичного ма-

<sup>1</sup> Rizun A., Bielinska I. Методичні підходи до вивчення функцій музичних новинних заставок. Препринт. 2025. doi.org; Різун А. Музичні новинні заставки на радіо: огляд літератури. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2025. Т.86 №1. С.171–188. doi.org; Хоменко І., Фоменко В., Лаврінчук М., Скобліков Н. Приховані медіаефекти: спроба класифікації за критерієм рівня суспільної небезпеки. *Актуальні проблеми медіапростору*: зб. доп. / упоряд. Ю. Бондар та ін. Київ–Вітербо, 2025. С. 181–184; Хоменко І. Телевізійні та радіопаніки у пострадянському комунікаційному просторі. *Сучасні проблеми людського суспільства*. InPress, 2011. С. 33–35; Хоменко І., Фоменко В. Художньо-документальна програма з точки зору інформаційної безпеки. *Вчені записки ТНУ ім. В.І. Вернадського*. 2005. Т.18(57) №3. С. 37–42; Хоменко І. Прогнозований вплив: структура і метод псевдоевристичного репортажу. *Актуальні питання масової комунікації*. 2011. Вип.12. С. 35–42.

<sup>2</sup> Різун В.В. Використання шкірно-гальванічного рефлексу як методу вивчення компонентної будови теми. *Studia metodologia*. Тернопіль, 1997. Вип.1. С. 79–80.

теріалу, отриманого в польових дослідженнях, архівному пошуку та в процесі моніторингу.

### **1. Програмно-апаратний аналіз медіапродукту.**

Метод застосовувався авторами у складі міждисциплінарних груп для виявлення сублімінального контенту. Він дає точні результати за умови коректного визначення критеріїв пошуку та відповідності інструментарію предмету дослідження. Наприклад, спектральний аналіз фонограм навчальних матеріалів дозволив не лише спростувати наявність “прихованих сигналів”, а й встановити кустарне походження записів.

### **2. Лінгвістичний (лінгвостилістичний) аналіз.**

В акустичних медіа основними виражальними засобами За Е. Барноу: слова, музика, шуми і монтаж, який об'єднує ці складники у цілісність<sup>3</sup>. Вербальний компонент доповнюється пара- та екстравербальними характеристиками, що розширюють його семантичний потенціал. Лінгвістичний аналіз дозволяє виявляти приховані смисли, асоціативні маркери, НЛП-елементи, а також інтерференційні помилки, характерні для носіїв іншої культури. Водночас ключовим обмеженням є людський фактор: некоректне визначення маркерів призводить до хибних висновків.

### **3. Аналіз зображення, акустичний і фонологічний аналіз.**

Дає змогу досліджувати невербальні компоненти смислу. Втім ця частина методик була частково дискредитована фальсифікаціями статистики, пов'язаними з маркетинговим вивченням ефекту «25 кадру» і зловживаннями, пов'язаними з пошуком засобів контролю свідомості в рф<sup>4</sup>. Але все ж коректне застосування цього виду аналізу є необхідною частиною вивчення чинників медіавпливу.

---

<sup>3</sup> Миронченко В.Я. *Основи інформаційного радіомовлення*: підруч. Київ, 1996. 438 с.

<sup>4</sup> Хоменко І., Ревко А. Семантична складова сублімінального впливу: спроба комп'ютерного дослідження “прихованого контенту” аудіопродукції. *Стиль і текст*. 2007. Вип.8. С. 174–183; Хоменко І. Дослідження чинників прихованого впливу у медіаконтенті: методики, програмне забезпечення, апаратура. *Актуальні питання масової комунікації*. 2007. Вип.8. С. 54–59.

#### **4. Структурний і системний аналіз.**

Медіатекст розглядається як система, у якій структура є носієм смислу. Маніпулятивний та психотравматичний контент може створюватися шляхом порушення структури, системної ієрархії і системних зв'язків. Поширеним явищем такого роду є підміна предмета короткого повідомлення подробицею<sup>5</sup>.

#### **5. Психоаналітичний підхід.**

Стосовно виявлення як прихованого медіаконтенту, так і наслідків його впливу на споживача, методологія психоаналізу дієва і перспективна. Адже глибинна психологія виходить з презумпції існування прихованих травматичних чинників як джерела неврозу і усвідомлення їх як необхідної передумови одужання. Виключно важливою не в психологічному, а в суспільно-політичному ключі є концепція соціального несвідомого Е. Фромма<sup>6</sup>, сформульована з посиланням на працю З. Фрейда<sup>7</sup>. До соціального несвідомого належать дані, які приховуються від власного народу і світової спільноти диктаторськими режимами. Виявлення цих “зон умовчання” в антиукраїнських наративах дозволить ефективно захищати національний медіапростір.

#### **6. Дискурсивний аналіз.**

Медіатекст розглядається у взаємодії з контекстом. Зміна контексту може радикально трансформувати його вплив. Класичним прикладом є радіопостановка “Війна світів” О. Веллса. Вона прозвучала у дні, коли світ готувався до великої війни, і це створило зовнішній контекст сприйняття.

#### **7. Функціональний аналіз.**

Функція тут розуміється не в математичному смислі, а як роль і суспільне призначення твору. Функціональний аналіз у такому розумінні - встановлення аналітичними методами

---

<sup>5</sup> Sharples M. Towards social generative AI for education: theory, practices and ethics. arXiv:2306.10063. 2023.

<sup>6</sup> Махній М. Е. Фромм. Соціальне несвідоме. *Homo Psychologicus*. 2018. [xh-makhniihistory-c72h.blogspot.com](http://xh-makhniihistory-c72h.blogspot.com); Fromm E. *Beyond the Chains of Illusion: My Encounter with Marx and Freud*. 2009.

<sup>7</sup> Freud S. *Group Psychology and the Analysis of the Ego*. 2013. 16–21.

точних і достовірних даних про реальну мету та наслідки створення і поширення того чи іншого медіапродукту. Численні російські «реальні шоу» позиціонувалися як розважальні або просвітницькі програми. Насправді вони були інструментами деструктивної і дезінтегративної спеціальної пропаганди.

## **8. Компаративний аналіз.**

Дозволяє виявляти типологічні та генетичні зв'язки між медіаформами різних періодів і дискурсів, що сприяє ідентифікації повторюваних маніпулятивних моделей. Завдяки компаративному аналізу вдалося встановити генетичну спорідненість російського телевізійного повідомлення про розп'ятого хлопчика і псевдоевристичних репортажів минулого, а це дозволяє доказово тлумачити цей телевізійний фейк не як репортерську помилку, а як свідоме застосування бойових інформаційно-психологічних технологій.

## **9. Пробабілістичний аналіз.**

Охоплює аналіз потенційних наслідків від застосованих медіаефектів, від сценаріїв використання медіапродукту, а також оцінку впливу самого дослідження на інформаційне середовище.

Предметом такого аналізу може стати навіть вивчення реакції наукової спільноти на введення у науковий обіг тих чи інших даних за темою.

### *Висновки*

Дослідження медіавпливів засвідчує, що аналіз медіавпливів, зокрема прихованих і деструктивних, не може бути ефективним у межах одного підходу чи окремої методики. Саме комплексність дозволяє виявляти не лише очевидні, а й латентні смислові структури, що формують вплив на аудиторію. Водночас ключовою проблемою таких досліджень залишається верифікація отриманих результатів. Але попри зазначені труднощі,

дослідження прихованих чинників медіавпливу є критично важливим для сучасної медіанауки. У контексті інформаційної та когнітивної війни воно набуває не лише академічного, а й практичного значення.

**Тетяна ХОМЕНКО**

*кандидат філологічних наук,*

*доцент кафедри зарубіжної преси та інформації*

*факультету журналістики*

*Львівського національного університету імені Івана Франка, Україна,*

*tetyana.khomenko@lnu.edu.ua*

## **ВПЛИВ МЕДІАДИСКУРСИВНИХ ПРАКТИК ПУБЛІЦИСТИКИ І КУЛЬТУРИ НА ДИНАМІЧНІСТЬ СУЧАСНОГО ІНФОПРОСТОРУ**

Актуальність цього дослідження визначають потреби глибокого усвідомлення ролі публіцистики і культури в сучасних медіадискурсивних практиках, завдяки яким активно створюється і динамізується соціальна, політична та культурна реальність. Публіцистика в цьому контексті є одним із ключових інструментів формування публічної сфери, адже слугує майданчиком для діалогу між журналістом/публіцистом і суспільством, культурою і політикою, традиційними цінностями і новими сенсами. Мета статті - проаналізувати культуротворчий потенціал публіцистики та актуальні медіадискурсивні практики в контексті сучасних інформаційних процесів та визначити проблеми й перспективи розвитку цих практик у сфері публіцистики та культури.

Передовсім варто зауважити, що дослідження поняття «масмедійний дискурс» або «медіадискурс» має міждисциплінарний характер, оскільки загалом сучасна гуманітаристика трактує ці поняття як сукупність текстових, візуальних, і вербально-візуальних практик, що функціонують у медіапросторі, і формують навіть не стільки реальність, а, власне, сприйняття реальності. Аналіз медійного дискурсу охоплює не тільки зміст повідомлень а й способи їх презентації, застосовувані комунікативні стратегії та соціальні особливості контексту. Відтак, медіадискурсивні практики – це той фактор, що визначає динаміку сучасного інфопростору. Вони перетворюють його з однонаправленого потоку на багатоканальну, інтерактивну та миттєву систему, де інформація не просто передається, а постійно циркулює, розширюється й трансформується завдяки активній участі аудиторії. І. В. Пянкоська, покликуючись, зокрема, на дослідження І. Г. Мірошниченко, пише про основні функції медіадискурсу, виокремлюючи

когнітивну, ціннісну, конструювальну, комунікативну, інформативну, регулятивну, персуазивну, інтегративну, культурну, гедоністичну і вказує на те, що вони «відображають складність та багатогранність цього виду дискурсу. Різноманітні масмедіа є засобом поширення та отримання знань, інструментом формування цінностей у суспільстві та проектування його майбутнього. Сучасні медіаплатформи не лише слугують джерелом інформації про події та процеси в суспільстві та довкіллі, а й відкривають широкі можливості для активної комунікації між медіазасобом та адресатами та мають властивість регулювати суспільні процеси»<sup>1</sup>. Публіцистика, отже, постає не лише як текстова форма, але і як комунікативна подія, глибоко інтегрована в культурний простір. Її зв'язок із культурою завжди був тісним та багатограним, і український медіапростір демонструє розвиток публіцистики як важливого елемента культури, що презентовано у різних форматах. Наприклад, часопис «День» публікує аналітичні статті та есеї, зосереджені на питаннях національної пам'яті, історії та культури. «Критика» – це інтелектуальницький часопис, що публікує тексти, яким притаманний симбіоз публіцистики та академічного дискурсу з глибоким аналізом культурних явищ. «УП. Життя» вділяє увагу висвітленню культурних подій, питань ідентичності та освітніх процесів. «Збруч», як культурно-аналітичне інтернет-видання, поєднує журналістику з есеїстикою, акцентуючи увагу на темах історії, літератури і мистецтва. «Український тиждень», з його незмінним гаслом «Зміст має значення», пропонує матеріали, у яких культура вплітається в контекст суспільно-політичних подій і не відривається від реалій. The Ukrainians Media спеціалізується на довгих формах, як-от інтерв'ю з творчими особистостями та есеї, поєднує художній стиль викладу з аналітичною журналістикою.

Ці приклади засвідчують і те, що сучасна українська публіцистика не лише зберігає свою культуротворчу функцію, а й активно розширює її завдяки цифровим технологіям та новим форматам. Адже традиційно, скажімо, газетна публіцистика мала лінійний та повільніший видавничий цикл. Нові практики, як-от пости у соціальних мережах, мікроблоги та відео у TikTok, зробили обмін інформацією миттєвим. Окрім того, статті в онлайн-ме-

<sup>1</sup> Пянківська І. Концепція та методологія медіадискурсу. URL: [http://zfs-journal.uzhnu.ua/archive/26/part\\_1/35.pdf](http://zfs-journal.uzhnu.ua/archive/26/part_1/35.pdf)

діа часто містять гіперпосилання, які дають змогу читачеві переходити до інших джерел, контекстних матеріалів чи коментарів. Це перетворює лінійний текст на багатовимірну мережу, де кожен користувач створює свій унікальний шлях пізнання. Завдяки цьому інформація не просто поширюється, а розширюється, розширює свідомість споживача інформації, занурюючи його у нові контексти, а через коментарі, лайки, обговорення в соціальних мережах він стає активним учасником творчого процесу, може навіть підсилити або змінити чи оновити його, створивши свій неповторний «дискурсивний слід». Це робить інфопростір живим, постійно оновлюваним організмом, де кожен голос має значення і вплив. А якщо додати сюди ще й візуальні практики, то вони відчутно пришвидчать поширення інформації і привернуть увагу численнішої аудиторії. Та й публіцистика на культурну тематику дедалі частіше використовує візуальні елементи – інфографіку, короткі відео, фотоесе, що сприяє активації творчого потенціалу часто пасивних спостерігачів і перетворює їх на активних учасників створення культурного дискурсу. Звісно, якщо говорити про динамічність сучасного інфопростору, то не лише жанри, мовні засоби та візуальні елементи сприяють цьому. Сучасний інфопростір формують передовсім події, явища, люди та їхні вчинки, думки, ідеї. В цифрову епоху публіцистика отримала нові можливості повідомляти про це, але водночас постала перед новими викликами. І йдеться тут не про адаптацію до них, а про вміння публіциста/журналіста перетворити окремих факт на суспільну дискусію, змусити його резонувати, формуючи нові сенси на основі критичного світосприйняття, відкриваючи нові видноколи творчості й активної співучасті в ній. У цьому контексті ми не можемо оминати увагою той факт, що, починаючи з 24 лютого 2022 року, медіадискурсивні практики зосереджено було на двох аспектах – «внутрішній консолідації» та «політичній суб'єктності». Саме тоді вкотре ми мали змогу переконатися, що публіцистика дає нам голос для проголошення історичної правди, а культура дає сенси говорити цим голосом. Адже з початком повномасштабного вторгнення росії в Україну український медіапростір перестав бути платформою для обміну інформацією, а медійний простір сьогодення – це не лише інформація «сьогодні на сьогодні», це хроніка подій, документація сили нашого спротиву.

Медіадискурс сьогодні – це не лише хроніка подій, а жива, динамічна тканина національного спротиву, це повноцінний «другий фронт», де публіцистика та культура виконують роль стратегічного захисту та інструменту деокупації свідомості, це архівування нашого спільного досвіду боротьби. В умовах російсько-української війни українська аудиторія стала особливо вибагливою і чутливою до повноти висвітлення подій, аргументованого аналізу, історичної справедливості і правди, особливо коли йдеться про активацію історичної та культурної пам'яті. Як слушно зауважує Н. Колб, «у суспільстві стрімко зріс запит на все українське, зумовлений потребою будувати замість зруйнованої пострадянської тотожності з концептом «все же братя» свою українську національну ідентичність. Це породжує необхідність пізнавати / наново відкрити себе самих, свою культуру, традиції, історію»<sup>2</sup>. По суті, у суспільстві сформувався запит на якісний культурний україномовний контент. Як надалі стверджує Н. Колб, численні медійні проекти, що з'явилися в різні роки у різних форматах сприяли активації сучасного українського інформаційного простору. З-поміж них, наприклад, «Твоя підпільна гуманітарка», «Шалені автор(к)и», «Культуртригер», блог «Прощавай, імперіє!», проект «Ukrainaer», «Історична правда», «Локальна історія» та інші<sup>3</sup>.

Тож, підсумовуючи, можна сказати, що і публіцистика, і культура у сучасному медіапросторі стали складною системою медіадискурсивних практик, яка постійно еволюціонує. Розуміння цих практик важливе для усвідомленого споживання інформації, формування власної траєкторії інтегрування у культурний простір, зокрема через критичне осмислення публіцистичних наративів, які допомагають не лише сприймати, запам'ятовувати інформацію, але й відчувати її.

---

<sup>2</sup> Колб Н. Концепт «національна ідентичність» у пам'яттєвому дискурсі / Наталія Колб. Концептуалізація пам'яттєвого дискурсу в умовах російськоукраїнської війни: аналітична записка. Львів, 2024. С. 73 (С. 67-84). URL: <http://resource.history.org.ua/item/0018596>

<sup>3</sup> Там само.

**МЕДІА І ВІЙНА: ЖУРНАЛІСТИКА  
В УМОВАХ ВОЄННИХ КОНФЛІКТІВ  
ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ЗАГРОЗ**

**MEDIA AND WAR: JOURNALISM  
IN THE CONTEXT OF MILITARY CONFLICTS  
AND INFORMATION THREAT**

**Zuzanna GRĘBECKA**

dr hab., profesor  
Uniwersytet Warszawski, Polska,  
zuzannagrebecka@uw.edu.pl

**KRONIKA (NIE)ZAPOWIEDZIANEJ WOJNY.  
MUZEA POLSKIE JAKO SPRAWOZDAWCY  
PEŁNOSKALOWEJ WOJNY W UKRAINIE**

*It has become customary to assume that the primary mission of museums, particularly historical ones, is the preservation of memory of the past, the construction of narratives about bygone times, acts of commemoration, or the collecting of works of art and ethnographic artefacts. However, in the face of the full-scale war in Ukraine, several Polish museums have assumed the role of chroniclers of contemporary events, undertaking activities situated at the intersection of museology and journalism. Exhibitions of photographs, works of art, and objects originating from the front have emerged, documenting ongoing military actions. For instance, the Museum of Polish History in Warsaw has incorporated into its exhibition fragments of a civilian car from Mariupol that had been shot at by Russian soldiers, while an exhibition in the Polish Sejm has recently featured a Shahed drone shot down by Ukrainian forces.*

*In my paper, I intend to present and analyse such practices, while also posing the question of the contemporary role of museums: whether they are becoming new institutions of para-journalistic communication, particularly in the context of the methodology of Rapid Response Collecting.*

Wśród różnych reakcji polskiego społeczeństwa i jego instytucji na wybuch wojny pełnoskalowej w Ukrainie szczególnie interesujące są dla mnie reakcje muzeów, galerii sztuki i innych instytucji wystawienniczych. Można tu wyróżnić kilka typów wystaw.

Najczęstsze były i są prezentacje zdjęć dokumentalnych autorstwa fotoreporterów, artystów i amatorów, zarówno polskich jak i ukraińskich. Wystawy takie jak *Ukraina. Wojna w Europie* czy *Oczy wojny* były prezentowane w wielu lokalizacjach, inne jak *Tu jest wojna* Wojciecha Grzędzińskiego i Pawła Reszki, *Ukraina in Focus* czy *Ukraine. Stories of Resistance* miały charakter stacjonarny. Większość z nich to wystawy czasowe, czasem towarzyszące konkretnemu wydarzeniu,

jak np. wystawa towarzysząca dedykowanemu walczącej Ukrainie festiwalowi chodzarskiemu i walkathonowi zorganizowanemu przez Roberta Korzeniowskiego na Stadionie Narodowym w Warszawie w kwietniu 2023. Ewenementem jest ekspozycja *Zamrożone. Życie dzieci na linii frontu* znajdująca się przed szczecińskim Centrum Dialogu Przełomy (filia Muzeum Narodowego). Kierowniczka Centrum, Agnieszka Kuchcińska-Kurcz, zapowiedziała, że wystawa pozostanie tam aż do końca wojny.

Szczególna jest też wystawa zdjęć Maksa Levina, ukraińskiego fotoreportera zabitego przez rosyjskich żołnierzy, która prezentowana w MOCAK – Muzeum Sztuki Współczesnej w Krakowie (13.05.22-26.02.23), ponieważ jej przedmiotem były nie tylko same zdjęcia, ale i tragiczny los ich autora<sup>1</sup>.

Innym interesującym przedsięwzięciem jest projekt Aleksandra Janickiego *Polaków portret własny 2022-2025*. Projekt i pilotażowa wystawa w MOCAK od (25.10.25-15.02.26) skupione są wokół pomocy, jakiej udzielali Polacy Ukraińcom od 24 lutego 2022 roku<sup>2</sup>. To projekt dokumentacyjno-reportersko-artystyczny, bardzo ciekawy artystycznie i treściowo, jednak skoncentrowany głównie na Polakach, choć mówiący też o współpracy i o samej wojnie.

Inny typ wystaw to te o charakterze artystycznym. Największą z nich była *Ukraina. Pod innym niebem*<sup>3</sup> w Centrum Sztuki Współczesnej (CSW) Zamek Ujazdowski (04.11.22-14.05.23), kuratorowana przez Victorię Burlakę, Beatę Łupińską-Rytel i Marcela Skierskiego. „Czas zniewolenia wojennego okazał się dla [artystów] momentem wyzwolenia artystycznego. Działający w różnych mediach twórcy, po 24 lutego 2022 roku stanęli przed koniecznością utrwalenia tragicznych wydarzeń. Sztuka prezentowana na wystawie dokumentuje bestialstwo rosyjskiego najeźdźcy i apeluje do sumienia świata”, czytamy w opisie. Drugą wartą wymienienia jest *Powtarzajcie za mną II* w Zachęcie Narodowej Galerii Sztuki (15.02-03.04.25, kurator Marta Czyż)<sup>4</sup>. Jest to projekt artystów ukraińskich Open Group (Yuriy Biley, Pavlo Kovach i Anton Varga), pierwotnie zaprezentowany na 60. Międzynarodowej Wystawy Sztuki w Wenecji. Praca jest w zamyśle zbiorowym portretem świadków wojny – cywilnych uchodźców – prezen-

<sup>1</sup> <https://mocak.pl/reporter-wojenny-max-levin>

<sup>2</sup> <https://www.mocak.pl/polakow-portret-wlasny>

<sup>3</sup> <https://u-jazdowski.pl/program/wystawy/ukraina-pod-innym-niebem>

<sup>4</sup> <https://zacheta.art.pl/pl/wystawy/powtarzajcie-za-mna-ii>

townym jako instalacja audiowizualna złożona z dwóch prac z 2022 i 2024 roku. Bohaterowie pracy opowiadają o wojnie zapamiętanymi dźwiękami broni i wybuchów. Powstaje tym samym swoista ścieżka dźwiękowa wojny.

Pośród wystaw o charakterze artystycznym wyróżniają się dwie warszawskie: *Sztuka która ratuje życie*<sup>5</sup> w CSW (24.01-18.02.23) i *Private Case. Artystki i artyści dla kobiet w Ukrainie*<sup>6</sup> w domu aukcyjnym DESA Unicum (13-21.05.24). W obu przypadkach tworzywem sztuki były elementy wyposażenia wojskowego – w pierwszym kamizelki kuloodporne, w drugim skrzynki na amunicję. *Sztuka, która ratuje życie* to gościnna wystawa projektu ArtArmor<sup>7</sup>. Jak czytamy na stronie CSW, w tym projekcie sztuka nie tylko w przenośni, ale dosłownie ratuje życie. 12 kamizelek kuloodpornych, które noszą ślady przestrzeleń, zostało przekształcone przez ukraińskich artystów w dzieła sztuki. Środki z ich sprzedaży zostaną przekazane na zakup nowego sprzętu ochronnego dla ukraińskiego wojska. Z kolei *Private Case* eksponowało pomalowane przez polskich artystów zużyte skrzynki na amunicję – dochód z aukcji przeznaczony został na przeciwdziałanie kryzysowi menstruacyjnemu w Ukrainie.

Wskazałam na wykorzystanie i przetworzenie przedmiotów pochodzących z frontu w dzieło sztuki – mamy jednak i takie przykłady, gdzie obiektem wystawienniczym jest sam nieprzetworzony artefakt z pola walki. Dwie takie wystawy odbyły się w przestrzeniach polskiego Sejmu, w drugą i czwartą rocznicę wojny. Za pierwszym razem były to liczne fragmenty sprzętu wojskowego, zaprezentowane w formie swobodnego lapidarium, za drugim razem był to zestrzelony przez Ukraińców dron Shahed. W obu przypadkach wystawa została zrealizowana z inicjatywy Ambasady Ukrainy. Trzeci przypadek to wystawienie w Muzeum Historii Polski na czasowej ekspozycji fragmentów samochodu, którym uciekł z Mariupola do Warszawy ukraiński lekarz. Samochód został odremontowany w ramach zrzutki społecznej, tylna kłapa, dwie tylne lampy i tablica rejestracyjna oznaczone rosyjskimi kulami trafiły na wystawę w MHP.

W kontekście specyfiki eksponatów muzealnych warto zatrzymać się przy tych ostatnich przypadkach. Mamy tu do czynienia z realnymi obiektami z pola walki, które dzięki ingerencji artystycznej lub tylko

<sup>5</sup> <https://u-jazdowski.pl/program/wystawy/art-armor>

<sup>6</sup> <https://bid.desa.pl/auctions/1-911W3H/private-case-artystki-i-artyci-dla-kobiet-w-ukrainie>

<sup>7</sup> <https://artarmor.org/en/>

poprzez fakt umieszczenia ich na wystawie stały się z odpadów semioforami, czyli nośnikami znaczeń w terminologii Krzysztofa Pomiana<sup>8</sup>.

W ogóle nośniki znaczeń to przede wszystkim utrwalone obrazy i dźwięki, przedmioty użytkowe, a dopiero w trzecim rzędzie obiekty powstające jako autonomiczne dzieła sztuki nie będące utworem wprost materii wojny – są to zatem głównie artefakty wymykające się klasycznym kategoriom estetyczno-artystyczno-historycznym, charakterystycznym dla typowych zbiorów muzealnych sprzed zwrotu New Museology (NM), i to nie te kategorie są głównym powodem ich prezentowania. Mamy zatem przesunięcie od klasycznego obiektu do przeżycia – widza zamiast biernie oglądać wojnę zaczyna ją współprzeżywać, tworząc „historię żywą”<sup>9</sup>.

Rys dziennikarski, próba utrwalenia i zachowania szczególnego czasu, ale też relacjonowania na bieżąco wydarzeń, to inny postulat NM – zbierania wraz z metodologią Rapid Response Collecting (RRC)<sup>10</sup> spopularyzowaną przez Victoria & Albert Museum<sup>11</sup>.

Samo realizowanie lub goszczenie takich wystaw jest gestem solidarnościowym i pomocowym, ideologicznie i ekonomicznie. Można widzieć w tym budowanie ponadnarodowej wspólnoty, zwłaszcza gdy uznać muzeum, zgodnie z NM, za instytucję tworzącą i integrującą wokół siebie społeczność<sup>12</sup>. Byłoby to zatem wyjście poza kontekst lokalny i narodowy również przez te instytucje, które przyimek „narodowy” lub „polski” mają w nazwie.

Podając ten rodzaj działań muzeum staje się aktorem społecznym, aktywnym uczestnikiem debaty publicznej. W obliczu takiego wydarzenia, jakim jest wojna w Ukrainie, musi reagować tu i teraz – metodologia RRC staje się nie tyle jedną z opcji, co postulatem etycznym.

<sup>8</sup> K. Pomian, *Historia. Nauka wobec pamięci*, Lublin 2006.

<sup>9</sup> E. Hooper-Greenhill ed., *Museum, Media, Message*, London 1995.

<sup>10</sup> M. Petelska, *Polskie muzea w czasie pandemii COVID-19: działalność online i (nie)stosowanie Rapid Response Collecting*, „Studia Historica Gedanensia”, t. XII (2021).

<sup>11</sup> <https://www.vam.ac.uk/articles/rapid-response-collecting-an-introduction>; <https://museum-id.com/rapid-response-collecting-social-and-political-change-by-alice-millard/>

<sup>12</sup> S. Macdonald, *Introduction*, in: *Theorizing Museums. Representing identity and diversity in a changing world*, S. Macdonald, G. Fyfe ed., Oxford 1996.

**Надія БАЛОВСЯК**

кандидат педагогічних наук, доцент,  
доцент Школи журналістики та комунікацій,  
Український католицький університет,  
balovsyak@ucu.edu.ua

**TELEGRAM ЯК ПРОСТІР ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ:  
МІЖ МАНІПУЛЯЦІЄЮ ТА МОБІЛІЗАЦІЄЮ**

*Розглянуто роль Telegram як ключового елемента інформаційного простору України в умовах повномасштабної війни з Росією. Платформу проаналізовано як багатофункціональне середовище, що поєднує властивості соціальної мережі, медіа та каналу поширення інформаційних впливів. Показано, що Telegram став одним із головних джерел новин для української аудиторії, водночас залишаючись простором як для оперативного інформування та громадянської мобілізації, так і для поширення дезінформації, маніпулятивних наративів і ворожих інформаційних операцій. Обґрунтовано двоїсту природу Telegram як інструменту інформаційної війни, що вимагає комплексного підходу до аналізу поза межами поділу на «офіційні» та «неофіційні» джерела. У висновках наголошено на необхідності розвитку критичного сприйняття контенту, верифікаційних практик та нормативних механізмів регулювання цифрових платформ у контексті інформаційної безпеки.*

Повномасштабне вторгнення Росії в Україну перетворило інформаційний простір на повноцінний театр воєнних дій, у якому боротьба за наративи та сенси ведеться одночасно із операціями на полі бою. Поряд із традиційними медіа, вирішальну роль у цьому просторі відіграє платформа Telegram, яка стала головним майданчиком для альтернативних медіа – анонімних каналів, блогерів і неформальних спільнот, що функціонують поза межами редакційного контролю<sup>1</sup>. Telegram давно вийшов за межі засобу комунікації й перетворився на ключове джерело новин: за даними дослідження InMind, 73% українців читають новини саме

<sup>1</sup> Balovsiak N. Anonymous and official Telegram channels in Ukraine: analysis of popularity during the hybrid war // *Current Issues of Mass Communication*. 2025. № 37. С. 30–42. DOI: 10.17721/CIMC.2025.37.30-42. URL: <https://cimc.knu.ua/uk/article/view/3826>

через цю платформу, що значно перевищує показники будь-якого традиційного медіаресурсу в країні<sup>2</sup>. Це робить Telegram унікальним і водночас суперечливим об'єктом для вивчення в контексті інформаційної війни: платформою, що поєднує в собі ознаки медіасередовища, соціальної мережі та інструменту поширення суперечливих і потенційно маніпулятивних наративів.

Концепція гібридної війни передбачає поєднання конвенційних і неконвенційних методів впливу, серед яких інформаційні операції посідають центральне місце – вони формують середовище для просування ворожих наративів і дестабілізації суспільної свідомості<sup>3</sup>. Telegram-канали стали зручним інструментом для реалізації інформаційних операцій в часи гібридної війни, оскільки їхня децентралізована природа ускладнює систематичний моніторинг і регулювання з боку держави<sup>4</sup>. Анонімні Telegram-канали у цьому контексті є особливо ефективним інструментом: їхня непідзвітність знижує поріг відповідальності, анонімність знімає будь-які обмеження щодо поширюваного контенту, натомість висока швидкість поширення контенту та емоційна подача забезпечують масштаб охоплення, який важко досягти традиційним медіа. Додатковою перевагою анонімних Telegram-каналів є алгоритмічна відсутність обмежень – на відміну від інших соцмереж, Telegram не використовує алгоритми для відбору контенту. Усе це відкриває широкі можливості для безперешкодного поширення на цій платформі практично будь-яких матеріалів.

Маніпулятивний потенціал Telegram-каналів виявляється передусім у поширенні дезінформації та ворожих наративів<sup>5</sup>. Аналіз найпопулярніших анонімних каналів за 2023-2025 роки

---

<sup>2</sup> Дячук К. Дослідження: Telegram залишається для українців основною соцмережею для спілкування та отримання новин. *Інститут масової інформації*. URL: <https://imi.org.ua/news/doslidzhennya-telegram-zalyshayetsya-dlya-ukrayintsiv-osnovnoyu-sotsmerezheyu> (дата звернення: 17.04.2026).

<sup>3</sup> Магда Є. Гібридна війна. Вижити і перемогти. Харків: Біват, 2022. 322 с.

<sup>4</sup> Olga Guedes Bailey, Bart Cammaerts, Nico Carpentier. Understanding Alternative Media. *Open University Press*. URL: [https://www.researchgate.net/publication/30523284\\_Understanding\\_Alternative\\_Media](https://www.researchgate.net/publication/30523284_Understanding_Alternative_Media) (date of access: 17.04.2026).

<sup>5</sup> Plazova T., Kuz O., Konnova N., Korotkov D., Galushchenko O. Information Warfare as an Instrument of Geopolitical Influence on Ukraine: Main Aspects and The State's Response // *International Journal of Religion*. 2024. Vol. 5, No. 2. P. 121–130. DOI: 10.61707/og2yt516. URL: [https://www.researchgate.net/publication/378273206\\_Information\\_Warfare\\_as\\_an\\_Instrument\\_of\\_Geopolitical\\_Influence\\_on\\_Ukraine\\_Main\\_Aspects\\_and\\_The\\_State%27s\\_Response](https://www.researchgate.net/publication/378273206_Information_Warfare_as_an_Instrument_of_Geopolitical_Influence_on_Ukraine_Main_Aspects_and_The_State%27s_Response) (date of access: 17.04.2026).

засвідчує їхню стабільну присутність у топ-рейтингах – при цьому жоден традиційний медіаресурс не входить до переліку найпопулярніших. Типові маніпулятивні практики таких каналів включають: публікацію невідтвердженої інформації про втрати і невдачі ЗСУ, дискредитацію командування та державних інституцій, поширення панічних настроїв, а також ретрансляцію вкидів, що виходять із проросійських джерел. Характерною рисою цих практик є використання напівправди та контекстуальних маніпуляцій, що суттєво ускладнює їх верифікацію аудиторією<sup>6</sup>. Особливо небезпечним є те, що такі матеріали нерідко цитуються іншими каналами й навіть традиційними медіа, легітимізуючи контент цих каналів, в тому числі фейковий та надаючи йому вигляду достовірних новин, що в підсумку розмиває межу між фактом і маніпуляцією в масовій свідомості.

Водночас Telegram виявив і свій мобілізаційний потенціал, що є невід'ємним виміром його ролі в умовах збройного конфлікту. В умовах воєнного часу низка анонімних каналів стала реальними майданчиками громадянського контролю та самоорганізації, волонтерської координації та оперативного інформування. В перші дні повномасштабного вторгнення такі канали реагували на події швидше за офіційні джерела. Такі канали формують нові типи спільнот, у яких критерії довіри визначаються самими учасниками, а відсутність офіційного статусу почасти підсилює сприйняття джерела як «надійного» та «незаангажованого» – такого, що нібито не залежить від державних чи комерційних інтересів.

Двоїста природа Telegram як елементу інформаційної війни вимагає більш складного аналітичного підходу, який виходить за межі простого поділу на «офіційні» й «неофіційні» канали та зосереджується на спектрі функцій, які вони виконують у медіапросторі. В українському контексті поступово формується модель співіснування з активною Telegram-екосистемою, де паралельно існують як інструменти громадянської мобілізації, так і канали поширення маніпулятивних або суперечливих наративів. У цьому контексті особливого значення має формування та застосування

---

<sup>6</sup> Balovsiak N. Anonymous and official Telegram channels in Ukraine: analysis of popularity during the hybrid war // *Current Issues of Mass Communication*. 2025. № 37. С. 30–42. DOI: 10.17721/CIMC.2025.37.30-42. URL: <https://cimc.knu.ua/uk/article/view/3826>

аудиторією критеріїв оцінки якості контенту з Telegram, зокрема використання верифікованих джерел, способи взаємодії з офіційною інформацією та особливості мережевих механізмів поширення контенту. Окремим напрямом аналізу виступає вивчення фінансових та організаційних зв'язків як адміністрацій каналу, так і платформи загалом, що можуть свідчити про потенційний зовнішній вплив на аудиторію Telegram-простору. Водночас в Україні цей пошук моделей взаємодії з Telegram-середовищем набуває і нормативного виміру, що проявляється у поступовому формуванні законодавчих ініціатив у сфері інформаційної безпеки, регулювання цифрових платформ та протидії дезінформації. У сукупності це свідчить про перехід від сприйняття Telegram як нейтрального каналу комунікації до розуміння його як складного регульованого простору інформаційних впливів, що потребує одночасно аналітичного, суспільного та нормативного осмислення.

**Юрій БОНДАР**

*кандидат політичних наук, доцент,  
професор кафедри соціальних комунікацій,  
директор Навчально-наукового інституту журналістики  
Київського національного університету  
імені Тараса Шевченка, Україна,  
bondar1960@gmail.com*

## **ЖУРНАЛІСТИКА В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ: МІЖ ДОКУМЕНТУВАННЯМ І ПРОПАГАНДОЮ**

Повномасштабна агресія Російської Федерації проти України, що розпочалася 24 лютого 2022 року, радикально актуалізувала роль журналістики як інструменту фіксації воєнних злочинів, формування суспільної думки та складової частини інформаційної безпеки держави. У цих умовах журналістика функціонує в напруженому полі між двома взаємопов'язаними функціями – документуванням фактів і участю в інформаційному протистоянні, яке нерідко набуває ознак пропаганди<sup>1</sup>.

Документування воєнних подій стає не лише журналістською, а й правозахисною практикою. Репортажі, фото- та відеоматеріали використовуються як потенційні докази в міжнародних судових інстанціях, зокрема в International Criminal Court. Це змінює відповідальність журналіста: точність, автентичність і збереження метаданих набувають критичного значення. Дослідники підкреслюють, що сучасна воєнна журналістика дедалі більше перетинається з цифровою криміналістикою та OSINT-розслідуваннями (Bellingcat, 2022)<sup>2</sup>.

Війна оголює професійні проблеми журналістики, трансформує стандарти професії. Вона не скасовує їх, але виявляє їхні обмеження та внутрішні суперечності. Значна частина сучасних журналістських стандартів сформувалася після Другої світової війни у контексті практики країн, які фактично не пережили війни на власній території. Українська ситуація фактично перевіряє ці стандарти на придатність до умов екзистенційного кон-

---

<sup>1</sup> Україна: журналісти на передовій : збірка / упоряд. А. Малієнко, Ю. Бондар, А. Яковець. Київ : Видавничий дім журналу «Пам'ятки України», 2023. 480 с.

<sup>2</sup> Bellingcat Online Investigations Toolkit. 2022.

флікту. Об'єктивні суперечності між нормами професії і реальністю війни проявляються, зокрема, у кризі принципів балансу, неупередженості та нейтральності, коли одна зі сторін системно застосовує дезінформацію як інструмент війни. У цьому контексті набуває актуальності жорстке твердження: у війні перемагає не лише той, хто має рацію, а той, хто ефективніше працює з інформацією, зокрема й маніпулятивною. Журналістика змушена переосмислювати власні засади, не відмовляючись від них, але адаптуючи їх до реальності<sup>3</sup>.

Етичний вимір журналістики в умовах війни також зазнає трансформації. Висвітлення насильства, жертв і руйнувань потребує балансу між правом суспільства на інформацію та повагою до гідності постраждалих. UNESCO наголошує на принципі «do no harm» як ключовому орієнтирі для журналістів у конфліктних ситуаціях<sup>4</sup>. В українському контексті це проявляється, зокрема, у дискусіях щодо публікації фото загиблих, трансляції кадрів з місць обстрілів і використання емоційно насиченої лексики.

Важливим професійним викликом є і питання власне мови і визначень. Стандарти журналістики вимагають точності не лише фактів, а й термінології. Евфемізація війни – підміна понять на кшталт «конфлікт», «криза», «та сторона» – здатна дезорієнтувати суспільство не менше, ніж пряма дезінформація. Український досвід показує, що несвоечасне й нечітке називання війни війною, а агресора – агресором створює простір для маніпуляцій і послаблює суспільну реакцію. У цьому сенсі точність мови є не лише професійною, а й суспільно значущою категорією<sup>5</sup>.

Цифровізація медіасередовища посилила вплив соціальних мереж як джерела інформації та інструменту пропаганди. Платформи, такі як Meta та X, стали одночасно каналами поширення оперативної інформації і майданчиками для маніпуляцій. Це підвищує значення фактчекінгу та медіаграмотності аудиторії. В

---

<sup>3</sup> Yurii Bondar War and Propaganda : monograph. Sherman Oaks, California : GS Publishing Services, 2023. 200 p.

<sup>4</sup> UNESCO Journalism in Times of War. Paris, 2022.

<sup>5</sup> Бондар Юрій. Росія – Україна: війна в інформаційному просторі : монографія. Тбілісі : В-во «ЦОТІ», 2022. 168 с.; Медіаграмотність : навч. посіб. / за ред. О. Прокopenко, Ю. Бондаря. Київ : Державна наукова установа «Енциклопедичне видавництво», 2025. 136 с.

Україні активізувалися ініціативи з протидії дезінформації, зокрема, діяльність StopFake<sup>6</sup>.

Інформаційний вимір війни зумовлює зростання ролі стратегічних комунікацій. Українські медіа функціонують в умовах, коли держава змушена координувати інформаційний простір для протидії ворожій пропаганді. До прикладу, є телемарафон «Єдині новини», що став інструментом консолідації інформаційної політики. З одного боку, це підвищує рівень національної безпеки, з іншого – викликає дискусії щодо медіаплюралізму та незалежності редакцій<sup>7</sup>.

В умовах війни постає і важлива професійно-етична дилема: яка «ідентичність» – професійна чи громадянська – є для журналіста важливою, пріоритетною. У мирний час ці ролі здебільшого не конфліктують, однак у ситуації війни журналіст стає частиною суспільства, яке переживає загрозу, і не може дистанціюватися від подій. Це формує складну модель «залученої об'єктивності», де поєднуються громадянська позиція і професійна відповідальність.

Російська інформаційна стратегія, як відзначають аналітики, базується на системному використанні пропаганди, фейків і психологічних операцій. Чи можлива нейтральність, коли одна сторона веде агресивну війну і поширює дезінформацію? Частина дослідників вважає, що в умовах екзистенційної загрози допустимою є «патріотична журналістика», яка підтримує власну державу, але не відмовляється від фактологічної точності<sup>8</sup>.

Таким чином, журналістика в умовах російсько-української війни функціонує в складній системі координат, де документування подій поєднується з необхідністю інформаційного спротиву. Ключовим викликом є збереження професійних стандартів за умов тиску воєнної реальності. Оптимальною моделлю постає поєднання високої фактологічної точності, етичної відповідальності та усвідомлення національного контексту.

---

<sup>6</sup> Бондар Ю., Рябічев В., Рябічев А. Тренди та пропаганда в соціальних медіа // Вісник Книжкової палати. 2025. № 5. С. 10–15.

<sup>7</sup> Україна: журналісти на передовій : збірка / упоряд. А. Малієнко, Ю. Бондар, А. Яковець. Київ : Видавничий дім журналу «Пам'ятки України», 2023. 480 с.

<sup>8</sup> Ward, S. J. A. (2018). *Disrupting Journalism Ethics*. Routledge; Zelizer, B. (2020). *Journalism and Memory*. Columbia University Press.

### *Висновки*

Війна радикально підвищує вимоги до журналістики, перетворюючи її на простір постійного вибору між документуванням і участю в інформаційній боротьбі. Ключовими викликами стають: збереження професійних стандартів у ситуації їх об'єктивної трансформації; забезпечення точності не лише фактів, а й мови; пошук балансу між громадянською позицією і професійною неупередженістю; протидія дезінформації в цифровому середовищі. У цих умовах журналістика не відмовляється від своїх принципів, а переосмислює їх, адаптуючи до реальності війни.

**Борис ВАРГА**

кандидат політичних наук (Белград, Сербія),  
Суд честі Незалежної спілки журналістів  
Воеводини (Новий Сад, Сербія),  
boris.varga@gmail.com

## **КОЛЬОРОВІ РЕВОЛЮЦІЇ ТА РЕВОЛЮЦІЯ ГІДНОСТІ В УКРАЇНІ В НАРАТИВАХ СЕРБСЬКОЇ ВЛАДИ ТА ПРОВЛАДНИХ МЕДІА У КОНТЕКСТІ ПРОТЕСТІВ СЕРБСЬКИХ СТУДЕНТІВ (2024–2026)**

*Упродовж півтора року студентських і громадянських протестів майже щоденне повторення в медіа заяв президента Сербії Александра Вучича та його соратників свідчить про те, що «кольорові революції» і Революція гідності в Україні стали одними з головних політичних obsesii сербської влади.*

*Термін «кольорові революції» в медійному наративі сербської влади з'явився значно раніше, ніж почалася повномасштабна агресія Росії проти України і подається у негативному значенні, запозиченому з кремлівської пропаганди, представляючи такі події як державні перевороти, політично й фінансово підтримані Заходом.*

*У висновку слід зазначити, що у публічних заявах і міжнародній політиці президента Александра Вучича та представників його влади простежується виразна подвійність. З одного боку, офіційна Сербія виступає проти Революції гідності та «кольорових революцій», а з іншого — політично непомітно підтримує Україну в мирних ініціативах і визнає її територіальну цілісність.*

У Сербії, у місті Новий Сад, 1 листопада 2024 року внаслідок обвалу навісу на відремонтованому залізничному вокзалі загинули 16 осіб, переважно молодь і діти. Неофіційні розслідування засвідчили, що трагедія стала наслідком безвідповідальності, корупції та прагнення ввести в експлуатацію недобудований об'єкт із політичною метою, а сліди цих рішень ведуть до найвищого керівництва влади в Сербії<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> <https://n1info.rs/vesti/lom-nadstresnice-slom-sistema-projektom-upravljano-iz-kabinetna-predsednika-od-gradjana-ukradeno-nekih-700-miliona-evra/>

Трагедія в Новому Саді спричинила найбільші й найтриваліші протести в новітній історії Сербії. Президент Сербії Александр Вучич та його найближчі соратники з виконавчої влади вбачають у цих протестах загрозу своїм позиціям і спробу здійснення «кольорової революції», «українського сценарію» та «майдану» в Сербії<sup>2</sup>.

У сербських медіа українська Революція гідності 2013–2014 років у популярному дискурсі часто називається «майданом» або «євромайданом», а політичні події, пов'язані зі зміною влади та усуненням колишнього президента України Віктора Януковича, – «українським сценарієм»<sup>3</sup>.

Термін «кольорові революції» в медійному наративі сербської влади з'явився значно раніше, ніж почалася повномасштабна агресія Росії проти України, і подається не в тому контексті, у якому його трактують західні медіа, аналітики та політологи.<sup>4</sup> Офіційні особи в Белграді та наближені до них медіа використовують цей термін у негативному значенні, запозиченому з кремлівської пропаганди, представляючи такі події як державні перевороти, політично й фінансово підтримані Заходом<sup>5</sup>.

У цьому контексті Сербія, за окремими джерелами, пішла ще далі: у грудні 2021 року з Росією було підписано угоду про боротьбу з «кольоровими революціями»<sup>6</sup>. Наслідки цього стали помітними у співпраці спецслужб Сербії та Росії, на підставі інформації яких, імовірно, були заарештовані російські опозиціонери Володимир Кара-Мурза та Андрій Пивоваров<sup>7</sup>.

Упродовж півтора року студентських і громадянських протестів майже щоденне повторення в медіа заяв президента Сербії Александра Вучича та його соратників свідчить про те, що «кольорові революції» і Революція гідності стали одними з головних політичних obsesій сербської влади<sup>8</sup>.

<sup>2</sup> <https://www.bbc.com/serbian/lat/srbija-67819804>

<sup>3</sup> <https://raskrikavanje.rs/od-ratova-devedesetih-do-studentskih-protesta-u-srbiji-kako-funkcionise-prokremaljska-propaganda-na-balkanu/>

<sup>4</sup> Varga B. Европа после Majdana. Novi Sad: SKC Novi Sad, 2015.

<sup>5</sup> <https://raskrikavanje.rs/od-ratova-devedesetih-do-studentskih-protesta-u-srbiji-kako-funkcionise-prokremaljska-propaganda-na-balkanu/>

<sup>6</sup> <https://www.danas.rs/vesti/politika/vulin-i-patrusev-srbija-i-rusija-zajedno-protiv-obojenih-revolucija/>

<sup>7</sup> <https://vreme.com/vesti/rusija-da-li-su-zbog-srbije-ruski-opozicionari-u-zatvoru/>

<sup>8</sup> <https://balkans.aljazeera.net/opinions/2024/12/21/srbija-izmedju-majdana-przina-i-obojenih-revolucija>

За оцінками різних досліджень політичних режимів, останніми роками Сербія дедалі більше тяжіє до авторитаризму.<sup>9</sup> Демократичні інституції зазнали серйозної деградації, подібно до періоду правління колишнього президента Сербії Слободана Мілошевича та президента України Віктора Януковича. З огляду на те, що влада Мілошевича, як і влада Януковича, впала внаслідок вуличних протестів, президент Александр Вучич побоюється, що й його влада може впасти через нинішні студентські та громадянські протести.

Напередодні найбільшого студентського й громадянського протесту в Сербії з часу запровадження багатопартійності, 15 березня 2025 року, президент Александр Вучич заявив, що в Сербії готується «кольорова революція» з «вимогами щодо перехідного, експертного уряду» і що подібне вже нещодавно відбувалося у світі за участю студентів, додавши, що «тепер із Сербії хочуть зробити Бангладеш»<sup>10</sup>.

У негативному контексті президент Сербії згадав і Революцію гідності в Україні: «Це, зрештою, має й одну добру сторону: попри те, що це дуже погано, бо хтось хотів створити новий український Майдан, якщо вони зроблять це якнайшвидше, то й це якнайшвидше припиниться», — заявив Вучич, маючи на увазі, що силою відповість на протести, які він вважає «радикальними» й «екстремістськими»<sup>11</sup>.

Водночас, попри негативне ставлення Александра Вучича до української Революції гідності та ймовірну співпрацю з Росією в боротьбі проти «кольорових революцій», президент Сербії в медіа обережно висловлюється щодо України та українського народу: «Україна нічого поганого Сербії не зробила. Вона не визнала Косово...», — однак завершує цю думку так, щоб не образити Путіна й Росію: «вони наші слов'янські брати... так само, як і росіяни»<sup>12</sup>.

<sup>9</sup> <https://n1info.rs/vesti/srbija-postala-autokratija-prema-bertelsmanovom-indeksu-transformacije/>

<sup>10</sup> <https://nova.rs/vesti/politika/nervozni-vucic-optuzio-studente-da-spremaju-radikalizaciju-protesta-i-novi-majdan-u-beogradu-jasno-je-da-pada-podrska-protestu/>

<sup>11</sup> <https://nova.rs/vesti/politika/nervozni-vucic-optuzio-studente-da-spremaju-radikalizaciju-protesta-i-novi-majdan-u-beogradu-jasno-je-da-pada-podrska-protestu/>

<sup>12</sup> <https://www.republika.rs/vesti/politika/519782/aleksandar-vucic-tirana-samit-ukrajina>

На відміну від медійного нарративу та публічних заяв, офіційна політика Белграда щодо України спрямована на засудження війни, підтримку територіальної цілісності України, а також постачання Києву боєприпасів, які є вкрай необхідними для української сторони<sup>13</sup>.

У висновку слід зазначити, що у публічних заявах і міжнародній політиці президента Александра Вучича та представників його влади простежується виразна подвійність. З одного боку, офіційна Сербія виступає проти Революції гідності та «кольорових революцій», а з іншого — політично непомітно підтримує Україну в мирних ініціативах і визнає її територіальну цілісність, включно з Кримом і чотирма регіонами, анексованими Росією. Причина цієї подвійності полягає в тому, що, з одного боку, Київ не визнав незалежності Косова, а з іншого — Белград не прагне псувати відносини з Москвою і водночас побоюється повторення «кольорових революцій» та Революції Гідності в самій Сербії.

---

<sup>13</sup> <https://www.unian.ua/world/serbi-nikoli-ne-buli-pid-chobotom-rosiji-nikoli-ne-oberut-vidpochinok-chi-navchannya-v-rf-ale-chomus-jiji-lyublyat-politolog-boris-varga-12580329.html>

**Любов ВАСИЛИК**

кандидатка наук соціальних комунікацій,  
завкафедри журналістики  
Чернівецького національного університету  
ім. Ю.Федьковича, Україна,  
l.vasylyk@chnu.edu.ua

**ВІЙНА ТА ЛОКАЛЬНІ МЕДІЇ: ЧИ АДАПТУЄТЬСЯ  
ДРУКОВАНА ПРЕСА ДО НОВИХ РЕАЛІЙ?**

*Друкована преса в Україні виконує функцію соціальної інтеграції, сприяє виживанню та адаптації місцевих громад у кризових умовах. Вона формує довіру, мобілізує населення та допомагає орієнтуватися в нових соціально-політичних реаліях. Її стратегічна роль у сучасній журналістиці полягає в тому, що саме на локальному рівні глобальні процеси набувають конкретного й відчутного виміру. Закриття друкованих газет означає втрату важливого культурного феномену – практики повільного та вдумливого читання. Відхід друкованих медіа у минуле призводить до посилення інформаційної фрагментації та хаотизації медіапростору, що ускладнює орієнтацію громадян у потоці повідомлень і знижує якість суспільної дискусії. У відповідь на ці виклики, загострені війною, пропонуємо адаптивні стратегії: держава має невідкладно запровадити європейські моделі підтримки друкованих медій, а редакції – інтегрувати найкращі світові практики у свою діяльність. Такий підхід дозволить зберегти друковану пресу як інструмент суспільної консолідації та підвищити її стійкість у кризових обставинах.*

Повномасштабна війна істотно трансформувала інформаційний простір, особливо вплинувши на функціонування друкованих локальних видань. З 2022 року преса опинилася в умовах багатовимірної кризи – до загальносвітових тенденцій занепаду друку додалися виклики воєнного часу: регулярні обстріли, перебої з електропостачанням, кадрові втрати через мобілізацію, значне психологічне навантаження на редакційні колективи. Попри ці обставини, локальні медіа залишаються ключовим джерелом інформації для місцевих громад. Саме вони забезпечують їх достовірними повідомленнями про події на місцях, гуманітарні

проблеми та локальні ініціативи, виконуючи критично важливу функцію комунікації в умовах кризи. Водночас на діяльність газет негативно впливають скорочення рекламного ринку, падіння рівня передплати, відсутність системних програм державної підтримки, урізання бюджетів органів влади на висвітлення діяльності. Сукупно ці фактори формують комплексну проблему, що потребує ґрунтовного аналізу та вироблення стратегій адаптації. Метою цієї статті є окреслення сучасного стану локальної преси та розробка рекомендацій щодо її пристосування до викликів.

На сьогодні надзвичайно складно встановити точну кількість локальних газет, що продовжують виходити. Аналіз звітів регіональних представників, оприлюднених на сайті Нацради, дозволяє отримати лиш дані про кількість зареєстрованих видань. У них зазначається, що інформаційний простір областей формують друковані газети та журнали, однак відомості про реальний стан їхнього функціонування відсутні. Додатковою складністю є те, що поряд із суспільно-політичною періодикою подаються вузькоспеціалізовані наукові видання, що ускладнює оцінку саме локальної преси. Лише поодинокі регіональні представники повідомляють про припинення виходу газет, і такі дані залишаються фрагментарними. Відтак реальну картину виходу друкованих медій побачити практично неможливо. Згідно звіту за 2025 рік Нацрада «зареєструвала 25 заяв про скасування реєстрації суб'єктів у сфері друкованих медіа. Основними причинами стали скрутне фінансове становище, реорганізація, зменшення кількості споживачів, а також відмова від друку примірників із переходом на поширення контенту через інтернет-ресурси<sup>1</sup>». Водночас не уточнюється, які саме газети закрилися або призупинили випуск. Тож кількість видань, що опинилися на межі зникнення, невідома. За оцінками секретаря НСЖУ Ліни Куш, унаслідок війни «щонайменше 30 % медіа закрилися<sup>2</sup>». Медіаексперти, своєю

---

<sup>1</sup> Звіт про діяльність Національної ради з питань телебачення і радіомовлення за 2025 рік [Електронний ресурс]. Київ, 2026. 152 с. Режим доступу: [https://webportal.nrada.gov.ua/wp-content/uploads/2026/02/20260220\\_Zvit\\_2025.pdf](https://webportal.nrada.gov.ua/wp-content/uploads/2026/02/20260220_Zvit_2025.pdf) (дата звернення 19.03.2026).

<sup>2</sup> Друкована преса в Україні: місцеві газети знаходять шляхи виживання, але потребують підтримки [Електронний ресурс]. 22 жовтня 2025. Режим доступу: <https://nsju.org/novini/drukovana-presya-v-ukrayini-miscevi-gazety-znahodyat-shlyahy-vyzyvannya-ale-potrebuyut-pidtrymky/> (дата звернення 18.03.2026).

чергою, констатують появу так званих «новинних пустель» — територій, де місцевих газет фактично немає.

У контексті браку офіційної статистики дослідник преси С. Чернявський здійснив власне вивчення ринку друкованих медій. На відміну від регулятора, він оприлюднив конкретні кількісні показники. За його даними, станом на 2024 рік реально функціонували 446 локальних газет. Їхня кількість після вторгнення скоротилася майже удвічі — на 45,45 %, а чисельність працівників зменшилася на 75 %, що свідчить про глибоку кадрову кризу в галузі. Ці тенденції мають стійкий характер і продовжують поглиблюватися. Зокрема, автор спрогнозував на 2025 рік додаткове скорочення преси приблизно на 20%<sup>3</sup>, що призводить до звуження інформаційного поля та посилення явища «новинних пустель».

Ще у 2021 році Рада Європи рекомендувала Україні розробити механізм фінансової підтримки локальних газет, враховуючи системне скорочення передплат, зникнення роздрібних точок продажу та вкрай низькі обсяги рекламних надходжень. Війна лиш заострила ці тенденції: у 2022 році рекламний ринок зменшився на 81 %, і хоч він відновлюється, частка регіональних газет у ньому становить менше 15 %<sup>4</sup>. Більшість локальних видань не мають доступу до зростаючих рекламних бюджетів через їх концентрацію в центральних медіа. Державна донорська програма Міністерства інформаційної політики та культури охопила менше 20% від загальної кількості видань, чого недостатньо для запобігання їх масовому закриттю. Водночас значні бюджетні кошти спрямовуються на офіційні «Урядовий кур'єр» та «Голос України». Спроби переходу на цифрові формати для місцевих редакцій виявилися економічно не вигідними. У результаті на четвертому році війни штат більшості локальних газет скоротився до двох-трьох журналістів, що свідчить про критичне виснаження регіональної медіасфери.

Проблема збереження місцевих газет та виробництва локального контенту в умовах війни набуває статусу інформаційної безпеки. У країнах Євросоюзу простежується більш системний й

---

<sup>3</sup> Чернявський С. Медіа ландшафт друкованих медіа в Україні — 2024 // Детектор медіа. 19 жовтня 2024. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://teletype.in/@pressua/BU1-Mc4ecvr> (дата звернення: 19.03.2026).

<sup>4</sup> Там само.

відповідальний підхід до розуміння ролі локальної преси. Так, у Швеції, Фінляндії, Норвегії та низці інших держав розроблені цільові механізми підтримки. Застосовуються різні моделі. Однією з них є так звана «спіраль продажу»: чим менший наклад видання, тим більший обсяг дотацій воно отримує. Якщо ж тираж досягає комерційного порогу (він варіюється залежно від національного законодавства), видання переходить до функціонування на ринкових засадах. Підтримка реалізується через інструменти зниженого оподаткування, пільгові тарифи на доставку, зменшення витрат на папір та інші ресурси для друку. Тож європейський досвід демонструє комплексний підхід до збереження локальних газет, що може слугувати орієнтиром для формування аналогічних механізмів в Україні.

У Швеції місцеві газети інтегровані у структури великих медіахолдингів, які забезпечують їхню підтримку. Така модель сприяє безкоштовному поширенню газет у громадських місцях, що стало звичною практикою. Водночас для України подібна схема малоперспективна, оскільки власники національних медіахолдингів орієнтовані переважно на політично афілійовані проєкти та масові аудиторії. Локальні видання з обмеженими тиражами не становлять для них економічного чи стратегічного інтересу, що унеможливує застосування шведської моделі в українських реаліях.

У Німеччині невеликі видання об'єднуються у медіахолдинги, що забезпечує їх конвергенцію та створює умови для охоплення локальних інформаційних ринків. Ця модель дозволила сформувати кросмедійні платформи, які поєднують газету, журнал, радіо, телебачення, вебсайт та соцмережі. У результаті інформаційний простір, приміром, сучасної Середньої Баварії визначається не множиною дрібних видань, як це характерно для українських реалій, а одним потужним конвергентним медіапідприємством «Mittelbayerische Zeitung». Видання монополізувало локальний рекламний ринок, водночас зберігаючи друковані формати для потреб громади. На нашу думку, подібна модель перспективна для України, особливо в контексті адміністративно-територіальної реформи, яка спричинила втрату чіткого позиціонування районних газет через нову сегментацію аудиторії. Об'єднання редакцій, рекламних ресурсів та матеріально-технічної бази могло б стати дієвим інструментом подолання кризи у локаль-

ній медіасфері. Кооперація журналістів сприяла б розширенню тематичного спектра контенту, поглибленню його аналітичної складової та охопленню ширшої аудиторії. Це посилить довіру до локальних газет завдяки наближеності до інтересів громад, дозволить висвітлювати проблеми, що безпосередньо їх стосуються, зробить видання більш стійкими до криз. У такій організаційній моделі локальні газети могли б виконувати функцію платформи для розвитку місцевих ініціатив, волонтерських практик та взаємопідтримки і залишалися б актуальними завдяки адаптації глобальних тем до зрозумілого для громади контексту. В умовах війни, коли аудиторія втомлюється від загальнонаціональних однотипних сюжетів, локалізація інформації може стати ефективним засобом подолання інформаційної втоми та підтримки медійної стійкості. Відтак редакційним колективам слід усвідомити, що ізольоване існування неминуче веде до занепаду, тоді як кооперація відкриває шлях до збереження та розвитку.

Ще одним аспектом функціонування локальних медій є платна підписка на контент. Така модель успішно реалізується у світовій практиці, проте в умовах війни її застосування в Україні залишається проблематичним. Водночас, як зазначає С. Чернявський, можливим варіантом є пропозиція платного доступу до місцевих новин для українських біженців за символічну суму в 1 долар. Подібну стратегію використовують провідні міжнародні видання, зокрема «*The New York Times*», що дозволяє ефективно монетизувати контент. З огляду на прагнення біженців залишатися в інформаційному полі локальних подій, така модель може стати шансом для виживання місцевих газет. Додатково варто враховувати сучасні тенденції споживання інформації: орієнтація на візуальний контент підказує необхідність акценту на коротких відеоформатах, більш привабливих для широкої аудиторії. Тож поєднання мінімальної плати для специфічних груп читачів та розвиток мультимедійних форматів може стати перспективним напрямом підвищення стійкості локальної журналістики.

Отже, локальна преса виконує функцію соціальної інтеграції, сприяє виживанню та адаптації місцевих громад під час війни, формує довіру, мобілізує населення та допомагає орієнтуватися в нових реаліях. Її стратегічна роль у сучасній журналістиці полягає в тому, що саме на локальному рівні глобальні процеси набувають конкретного й відчутного виміру. Закриття газет означає

втрата важливого культурного феномену – практики повільного та вдумливого читання. Їх відхід у минуле призводить до посилення інформаційної фрагментації та хаотизації медіапростору, що ускладнює орієнтацію громадян у потоці повідомлень і знижує якість суспільної дискусії. У відповідь на ці виклики, загострені війною, необхідно виробити адаптивні стратегії: держава має невідкладно запровадити європейські моделі підтримки локальних медій, а редакції – інтегрувати кращі світові практики у свою діяльність. Такий підхід дозволить зберегти друковану пресу як інструмент суспільної консолідації та підвищити її стійкість в умовах війни.

**Ірина ІВАНОВА**

доктор філологічних наук, професор,  
професор кафедри бізнес-журналістики і цифрових медіа,  
Харківський національний економічний університет  
ім. Семе́на Кузне́ця, Україна

**STORYTELLING JAKO NARZĘDZIE TERAPEUTYCZNE  
W DZIENNIKARSTWIE ZORIENTOWANYM  
NA TRAUMĘ: DOŚWIADCZENIA UKRAINY**

*У дослідженні розглядається сторітелінг як інструмент терапії та спосіб інтерв'ювання та опитування, створення журналістських матеріалів тими, хто пережив та переживає травму під час процесу розповіді історій та інтерв'ювання. Сучасна медійна освіта має звернутись до технік аудіовізуального сторітелінгу як елемента терапевтичної техніки подолання травми та наслідків нею викликаних. Це визначає наукову проблематику роботи. У подальшій перспективі є розробка методів та шляхів реалізації інструментів сторітелінгу як можливості фіксувати воєнні злочини проти України, розповідати емоційно насичені історії, знижуючи рівень травмованості не тільки авторів та журналістів, але й аудиторії медій.*

W ostatnim czasie szczególną uwagę dziennikarzy oraz badaczy procesów medialnych przyciąga kierunek dziennikarstwa, który stał się wyjątkowo aktualny dla Ukrainy – dziennikarstwo zorientowane na traumę, określane także jako dziennikarstwo trauma-informacyjne albo trauma-zorientowane.

Jest to dziennikarstwo uwzględniające doświadczenia traumatyczne, obejmujące różne podejścia do treści traumatycznych, samych dziennikarzy, bohaterów materiałów oraz sytuacji, w których znajdują się osoby pracujące z przekazem medialnym. Wspólnym mianownikiem tego podejścia jest szacunek wobec doświadczenia traumy, zrozumienie jej natury oraz świadomość tego, co przeżywa osoba dotknięta traumą. Dlatego o dziennikarstwie zorientowanym na traumę można mówić jako o praktyce, która zakłada stosowanie zestawu narzędzi i metod o charakterze terapeutycznym, wpływających pozytywnie

nie lub przynajmniej nie-szkodliwie na wszystkich uczestników procesu medialnego<sup>1</sup>.

Innym nurtem dziennikarstwa trauma-zorientowanego jest praca nad przeciwdziałaniem materiałom, które mogą traumatyzować lub szkodzić odbiorcom, bohaterom materiałów oraz samym dziennikarzom.

W części badań i rekomendacji dla dziennikarzy podkreśla się konieczność tworzenia bezpiecznej i przewidywalnej przestrzeni pracy. Podejścia stosowane w dziennikarstwie zorientowanym na traumę różnią się od tradycyjnych praktyk funkcjonujących w społeczeństwach, które nie doświadczają wojny.

Obecnie pojawiło się wiele badań poświęconych różnym aspektom pracy z materiałem traumatycznym. Przede wszystkim są to opracowania praktyczne, zawierające wskazówki dotyczące pracy z bohaterami po doświadczeniu traumy, osobami udzielającymi wywiadów oraz samymi dziennikarzami; badania dotyczące współczesnych technologii multimedialnych (animacji, narzędzi wizualizacji, SI, treści wideo i audio) jako sposobów redukcji obciążenia traumatycznego lub prezentowania trudnych treści; analizy problemów dziennikarzy pracujących w regionach wysokiego ryzyka i w warunkach kryzysowych; a także badania nad innowacyjnymi kierunkami i narzędziami medialnymi, które mogą zmniejszać lub zwiększać traumatyczność materiałów dziennikarskich<sup>2</sup>.

W ostatnim czasie szczególną uwagę dziennikarzy oraz badaczy procesów medialnych przyciąga kierunek dziennikarstwa, który stał się wyjątkowo aktualny dla Ukrainy – dziennikarstwo zorientowane na traumę, określane również jako dziennikarstwo trauma-informacyjne.

Jest to dziennikarstwo uwzględniające doświadczenia traumatyczne, obejmujące różne podejścia do treści traumatycznych, samych dziennikarzy, bohaterów materiałów oraz sytuacji, w których znajdują się osoby pracujące z przekazem medialnym. Wspólnym mianownikiem tego podejścia jest szacunek wobec doświadczenia traumy, zrozumienie jej natury oraz świadomość tego, co przeżywa osoba dotknięta traumą.

---

<sup>1</sup> van der Kolk B. A. *The Body Keeps the Score: Brain, Mind, and Body in the Healing of Trauma*. Viking, 2014. URL: <https://ia601604.us.archive.org/35/items/the-body-keeps-the-score-pdf/The-Body-Keeps-the-Score-PDF.pdf> (дата звернення: 24.02.26).

<sup>2</sup> Badham M., Luoma-aho V., Valentini C. Revised digital media-arena framework guiding strategic communication in digital environments. *Journal of Communication Management*, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1108/JCOM-03-2023-0031>

Dlatego o dziennikarstwie zorientowanym na traumę można mówić jako o praktyce, która zakłada stosowanie zestawu narzędzi i metod o charakterze terapeutycznym, wpływających pozytywnie lub przynajmniej nie-szkodliwie na wszystkich uczestników procesu medialnego.

Storytelling może być wykorzystywany w dziennikarstwie jako narzędzie terapeutyczne oraz sposób prowadzenia wywiadów i zbierania relacji, a także jako metoda tworzenia materiałów dziennikarskich przez osoby, które doświadczyły traumy lub nadal jej doświadczają. Jest to proces opowiadania historii i prowadzenia rozmów związanych z traumą. Właśnie ten aspekt działalności dziennikarskiej znajduje się w obszarze zainteresowania dziennikarstwa trauma-zorientowanego.

Metoda storytellingu stanowi prosty sposób na zwiększenie komfortu osób, z którymi przeprowadza się wywiady, a które przeszły doświadczenie traumatyczne i muszą o nim opowiadać. Storytelling pozwala nie zadawać bezpośrednich pytań, lecz dać rozmówcy możliwość wyrażenia tego, co chce powiedzieć, w odpowiedniej dla niego kolejności i formie.

Współczesna edukacja medialna powinna zwrócić się ku technikom audiowizualnego storytellingu jako elementowi terapeutycznych metod radzenia sobie z traumą oraz jej konsekwencjami.

Do podstawowych rekomendacji należy zaliczyć: traktowanie osób pokrzywdzonych i ich relacji z godnością i szacunkiem; jasne przedstawienie siebie i celu rozmowy; okazywanie empatii bez stosowania taktyki „jestem taki/taka jak ty”; ostrożność w formułowaniu pytań – umożliwienie rozmówcy samodzielnego opowiedzenia swojej historii.

W dalszej perspektywie istotne jest analizowanie skuteczności dziennikarstwa zorientowanego na traumę, a także metod i sposobów wykorzystania storytellingu jako narzędzia dokumentowania zbrodni wojennych przeciwko Ukrainie oraz opowiadania emocjonalnie nasyconych historii przy jednoczesnym zmniejszaniu poziomu traumatyzacji nie tylko autorów i dziennikarzy, lecz także odbiorców mediów.

**Ольга КВАСНИЦЯ**

*кандидат наук з соціальних комунікацій,  
доцент, доцент кафедри зарубіжної преси та інформації,  
факультет журналістики,  
Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна,  
olha.kvasnytsia@lnu.edu.ua*

## **ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ В ЯПОНСЬКОМУ МЕДІАДИСКУРСІ**

Образ України в японському медіадискурсі впродовж останніх кількох років зазнав глобальної трансформації: від невпізнаності, спотвореності, спрощеності до стійкого впізнаного конструкту з чітко вираженою геополітичною суб'єктністю, національним характером, гуманістичною складовою, від «географічної абстракції» до «екзистенційного союзника».

Так, до повномасштабного вторгнення росії в лютому 2022 року Україна для масової японської аудиторії була майже невідомою чи мало впізнаною<sup>1</sup>. Її ідентифікували стереотипно як одну з пострадянських республік, сусідку росії, Чорнобильською катастрофою і футболістом А. Шеченком. Стійкого, позитивного медіаобразу не було, а тим більше перманентної роботи над його формуванням не проводилося. Японська аудиторія впродовж років отримувала інформацію про Україну не з українських першоджерел, а крізь фільтр глобальних агентств Reuters, Associated Press тощо, а до 2022 року японські медіа не мали постійних кореспондентів в Україні.

Як зауважив Хірано Такаші, керівник японської секції інформаційної агенції «Укрінформ», японці не мали уявлення про тисячолітню історію України, асоціюючи її з росією, натомість, за його словами, варто акцентувати на аксіологічному вимірі, який близький і зрозумілий японцям, що підвищує впізнаність

---

<sup>1</sup> Остапа С. України в японських медіа практично немає // Детектор медіа. 2020. 4 лют. URL: <https://detector.media/blogs/article/174477/2020-02-04-ukrainy-v-yaponskykh-media-praktychno-nemaie/>

України в японській громадській думці<sup>2</sup>. Звісно, що імідж держави це не лише праця журналістів тієї чи іншої країни, як-от Японії. Навпаки, це обов'язок самої держави, зокрема України, формувати свій імідж закордоном на всіх рівнях: геополітичному, економічному, військовому, дипломатичному, науковому, культурному, масмедійному, використовуючи відповідний галузевий інструментарій. У цьому контексті варто зазначити потужну промоційну і медіа-кампанію Надзвичайного і Повноважного Посла України в Японії Сергія Корсунського, за дипломатичної місії якого впізнаваність України в Японії набула сталого позитивного змісту.

Зміна мовної політики була однією з перших подій, яка вплинула на зміну іміджу України. Зокрема знаковим політичним і масмедійним рішенням 2022 року був перехід на транслітерацію українських топонімів з української, а не російської мови. Газета «Yomiuri Shimbun» присвятила цьому питанню кілька публікацій, пояснюючи читачам, чому використання назви «Киу» (キウ) замість російського «Кієфу» (キエフ) є фундаментальним актом визнання суверенітету України. Ця зміна правопису стала символом подолання радянського минулого у свідомості японців. Журналісти-міжнародники підкреслювали, що мовна політика є зброєю, і визнання українських назв – це спротив російському імперіалізму в інформаційному просторі Азії.

Події лютого 2022 року в Україні радикально змінили сприйняття України в японському медіадискурсі. Опитування глобального агентства Kyodo в березні 2022 року засвідчило, що 86 % японців підтримали санкції проти росії з боку японського уряду. Суспільна реакція була надзвичайно потужною і миттєвою. Допис Посольства України в Японії про відкриття банківського рахунку для пожертв набрав понад 4320000 ретвітів і вподобайок, а донати становили від 3000 до 1000000 єн. Керівник японської технологічної компанії Rakuten пожертвував близько 9000000 млн доларів на гуманітарну допомогу. За сукупним обсягом допомоги Україні в часі війни Японія посіла п'яте місце у світі, надавши 9,1 млрд євро.

---

<sup>2</sup> Японський журналіст пояснив особливості просування іміджу України в Японії // Укрінформ. 2021. 17 берез. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3210033-aponskij-zurnalist-poasniv-osoblivosti-prosuvanna-imidzu-ukraini-v-aponii.html>

Війна в Україні стала головною зовнішньополітичною темою для провідних японських масмедіа, як-от «NHK», «Nikkei», «Yomiuri», «Asahi», «The Japan Times», «Mainichi». Опис війни на рівні лексем у масмедіа еволюціонував від «Українська криза» до «російсько-українська війна». З перших днів війни редакція суспільного мовника «NHK» використовувала лексеми «вторгнення росії». Що більше, в Україні почали роботу японські кореспонденти у супроводі українських перекладачів, фіксерів, що значно змінило характер висвітлення подій в Україні в масмедійному просторі Японії. Японські журналісти «NHK» у своїх репортажах акцентували увагу на гуманітарній кризі і воєнних злочинах.

Війна в Україні змусила Японію переглянути свою політику в сфері регіональної безпеки. Так, теза прем'єр-міністра Кішіда Фуміо: «Сьогоднішня Україна може стати завтрашньою Східною Азією», – стала центральним нарративом японського медіадискурсу («Yomiuri», «Asahi»), в якому події в Україні естраполювалися на потенційний сценарій довкола Тайваню. «Yomiuri» називає Україну «лінією фронту», що захищає світовий лад. Відтак Україна постає як стратегічний партнер, чия перемога є критично важливою для стабільності в Індо-Тихоокеанському регіоні. Висвітлення візиту Кішіда Фуміо до Києва у березні 2023 року стало масштабною медіаподією, оскільки це був перший візит японського лідера в зону активних бойових дій після Другої світової війни. Видання «Yomiuri» акцентувало на «непохитній солідарності» між Україною та Японією та передачі нелетального військового обладнання через США, а також на зміні національної оборонної стратегії Японії в контексті російсько-української війни.

Провідне фінансово-економічне видання «Nikkei» (Nihon Keizai Shimbun) у своїх публікаціях розглядає Україну як «цифрову державу» та «житницю світу». Видання детально аналізує вплив війни на ціноутворення в енергетичній та продовольчій сферах. «Nikkei» активно висвітлювала японсько-українські конференції з економічного розвитку, приділяючи увагу конкретним технологіям: від розмінування територій за допомогою японських датчиків до участі японських корпорацій у післявоєнній відбудові. Для «Nikkei» Україна — це країна з величезним ІТ-потенціалом, що може стати новим ринком для японських інвестицій.

Окрім цього, на шпальтах японських видань з'явилося чимало публікацій на тему культури, мови та історії України<sup>3</sup>, а наприкінці 2025 року у світ вийшло п'ятсотсторінкове видання «Виклики української культури: подолання буремної епохи» (ред. Міцухару Акао, Йошінарі Харада, видавництво Генкі-шьо-бо, 2025), про яке писали японські масмедіа, що свідчить про інтерес у взаємопізнанні й величезний потенціал співпраці у різних сферах між обома державами.

---

<sup>3</sup> Dzyabko, Yu. Growing Closer in Tough Times: A Look at Japanese Understanding of Ukraine. Nippon.com. January 2026. URL: <https://www.nippon.com/en/in-depth/d01104/>

**Надія КУЛЕША**

кандидат філологічних наук,  
старший науковий співробітник,  
завідувач відділу НДІ пресознавства,  
Львівська національна наукова бібліотека України  
імені В. Стефаника

## **МЕДІА В УМОВАХ НЕСВОБОДИ І ВІЙНИ: УКРАЇНСЬКИЙ ЖУРНАЛІСТ І БЕРЛІНСЬКА ПРЕСА ДЛЯ ПІДКОНТРОЛЬНИХ АУДИТОРІЙ**

*У доповіді розглянуто діяльність українського журналіста і редактора Геннадія Которовича у контексті функціонування медіа в умовах війни та обмеженої свободи (1941–1945) на території Третього Райху. На матеріалі видань «Нова Доба», «Український Доброволець» і «За Україну», які видавалися у відомстві пропаганди німецького Верховного командування збройними силами, проаналізовано його роль у формуванні інформаційного простору для підконтрольних аудиторій. Джерельну базу становлять спогади Б. Осадчука та Г. Которовича, а також матеріали української еміграційної преси і сучасні історіографічні напрацювання. Особливу увагу зосереджено на поєднанні пропагандивних завдань із елементами журналістської і редакторської агентності, що виявлялася у тематичному доборі публікацій, інтерпретації подій та конструюванні образу українського громадянина і військовика. Уведення до наукового обігу маловідомих фактів біографії Г. Которовича (як одного з українських журналістів і редакторів, яким довелося працювати на німецьких теренах в пресі для українців) дає змогу уточнити уявлення про функціонування української преси в Німеччині та специфіку журналістських практик в умовах несвободи.*

Непросте питання – ким є журналіст, редактор в умовах війни, що працює у пресі, яка існує з дозволу гітлерівського режиму і втиснута у прокрустове ложе владної пропаганди, де проходить межа між журналістикою, компромісом і співучастю, – пропонуємо розглянути на прикладі українського журналіста Геннадія Которовича, який працював у Берліні в роки Другої світової війни і був пов'язаний із виданнями для українських військовополонених і вояків Українського визвольного війська.

У роки Другої світової війни на території Третього Райху перебувало, за різними оцінками, від 2,5 до 3 млн українців: міжвоєнна політична еміграція (десятки тисяч), військовополонені (на кінець 1941 р. у таборах перебувало понад 300 тисяч) та вояки Українського визвольного війська (кілька сотень тисяч), найбільшу частку становили примусові робітники (приблизно 2,2–2,5 млн). Використання мільйонів українців на стратегічних об'єктах Німеччини та в німецьких військових формуваннях поставило перед німецькою владою питання організації відповідної преси, яка продукувалася під контролем міністерства Сходу. У ньому було створено український Відділ пропаганди, що підпорядковувався (як і все міністерство) вищому командуванню Вермахту. В цьому відділі працював, зокрема, і Г. Которович.

Наприкінці зими 1940 р. він виїхав до Берліна, виконуючи наказ полковника Я. Гальчевського та звільнених з німецького полону старшин Армії УНР: влаштуватися на «журналістичну працю у відділ пропаганди верховного командування німецьких збройних сил». Тож від березня 1940 р. і до закінчення війни Г. Которович працював у столиці Третього Райху<sup>1</sup>.

Через кілька тижнів після початку німецько-радянської війни верховне командування погодилося (зокрема й на численні прохання представників української еміграції), поряд із газетами для військовополонених «польською, французькою та югославською мовами», видавати також тижневик для полонених українців з Червоної армії. Головним редактором (і єдиним співробітником) цього видання, названого «Нова Доба», було призначено Г. Которовича. Оплатою друкарських послуг і забезпеченням розповсюдження газети займалося військове відомство. Наклад тижневика сягав 100 тисяч примірників<sup>2</sup>, з них до редакції потрапляло у кращому випадку 30, бо часто по дорозі до читача він зникав і на початках рідко потрапляв до масових таборів полонених: розповсюдженням займалися офіцери пропаганди, які були переважно німцями російського походження, що були більше зацікавлені давати полоненим українцям російську газету «Клич». Найкраще надходило видання до окремих таборів у

<sup>1</sup> Которович Г. Українське Визвольне Військо. *Вісті Братства кол. Вояків 1 УД УНА*. Мюнхен, 1953. Ч. 1/2(27/28). С. 4.

<sup>2</sup> КТВ [Которович Г.]. Поява тижневика для полонених українців із червоної армії. *Краківські Вісті*. 1941. Ч. 191. С. 6.

прифронтовій зоні, про що свідчили сотні листів від українських полонених із Червоної армії, автори яких прагнули «звільнитися з голодового табору і з зброєю в руках бити ворога України»<sup>3</sup>.

Хоча тижневик «Нова Доба» був створений насамперед для «брудної функції обдурювати нещасливих військовополонених при допомозі неправдивих інформацій про гітлерівську Німеччину та її політику супроти України»<sup>4</sup>, видання відіграло також і позитивну роль. Цензором тижневика і контролером для Г. Которовича від імені німецького верховного командування збройних сил був професор славістики та східноєвропейської історії, євангельський пастор Штуперіх<sup>5</sup>, завдяки якому редактор українського тижневика мав можливість доносити до читача багато незалежних матеріалів з історії та культури України<sup>6</sup>. До співпраці з тижневиком Г. Которович долучив Ю. Клена, Ю. Косача, І. Костецького, Є. Маланюка, а також молодих літераторів П. Кізика, В. Онуфрієнка та ін.<sup>7</sup> Як згадував Б. Осадчук, «одночасно газета військовополонених стала малою трибуною для журналістів та письменників, які могли писати на її сторінках і яких КТВ урятував від голодової смерті в німецьких таборах полонених»<sup>8</sup>.

Наприкінці весни 1943 р. паралельно до російської власовської газети «Доброволец» зпочав виходити щотижневий ілюстрований орган Українського визвольного війська (УВВ) «Український Доброволец». Г. Которовичу разом з іншими редакторами цієї газети (які були «приквартіровані» до різних фельдпостів) вдавалося «зробити її під кожним оглядом українською. Попри всі перепони цензури, ми не були зобов'язані писати про Гітлера, ігнорували та навіть атакували Власова, містили багато національно-освідомлюючих статей, як, наприклад, цикл статей з української історії, який радо написав для нас проф. Дмитро Дорошенко»<sup>9</sup>.

---

<sup>3</sup> Которович Г. Українське Визвольне Військо. *Вісті Братства кол. Вояків 1 УД УНА*. Мюнхен, 1953. Ч. 1/2(27/28). С. 5.

<sup>4</sup> Осадчук Б. «Вам життя капає з пера». *Сучасність*. 1966. № 1. С. 112.

<sup>5</sup> Там само. С. 112.

<sup>6</sup> Там само. С. 113.

<sup>7</sup> Кулеша Н. Українська преса в Німеччині 1919–1945 рр.: формування та функціонування: монографія. Львів, 2009. С. 190.

<sup>8</sup> Осадчук Б. «Вам життя капає з пера». *Сучасність*. 1966. № 1. С. 113.

<sup>9</sup> Которович Г. Українське Визвольне Військо. *Вісті Братства кол. Вояків 1 УД УНА*. Мюнхен, 1953. Ч. 1/2(27/28). С. 5.

За весь час роботи головним редактором видань «Нова Доба» та «Український Доброволець» Г. Которович перебував у постійній боротьбі з шефом власовської преси капітаном М. Зиковим, який намагався припинити вихід у світ цих українських тижневиків, звинувачуючи редакцію в поширенні ідей українського націоналізму. У лютому 1943 р. над Г. Которовичем було проведено слідство головного командування у цій справі.

З початком 1945 р. Г. Которович разом із Р. Світличним очолили редакції ще одного ілюстрованого органу УВВ – «За Україну», видавничий проект був реалізований видавничими групами, приписаними до двох фельдпостів.

За спогадами Б. Осадчука, Г. Которович разом із низкою своїх колег по журналістському фаху намагався допомогти поневоленій та покривдженій українській людині й особисто пережити той час страхіть, не забруднивши своїх рук та сумління<sup>10</sup>.

Резюмуючи, наголосимо: медіа, в яких працював Г. Которович, не були вільними. Вони існували в межах, чітко окреслених німецькою владою, що означало обов'язкові теми, обов'язкову риторичку, ідеологічні рамки, які не можна було порушувати. Антирадянські наративи, лояльність до «нового порядку», певний тон і навіть словник – усе це було частиною редакційної реальності.

Однак водночас ці видання створювалися українською мовою і були спрямовані на українську аудиторію – людей, які опинилися у надзвичайно вразливому становищі: військовополонених, дезорієнтованих, зі зруйнованими орієнтирами та ідентичністю. Поряд з ідеологічними меседжами гітлерівської пропаганди українські видання використовували доступний простір для власних, українських, цілей, вони реалізовували просвітницьку, виховну, культурницьку місію, допомагали сотням тисяч денационалізованих українців (насамперед зі Сходу України) повернутися до національної ідеї, підтримати національне самоусвідомлення. Ця преса давала не лише інформацію, вона задовольняла потребу в сенсі й надії на майбутнє.

Тож українським журналістам, які працювали в роки Другої світової війни в українській пресі на території Німеччини, і Г. Которовичу зокрема, доводилося постійно маневрувати, діяти у вузькому коридорі можливостей, де кожне слово мало значення,

---

<sup>10</sup> Осадчук Б. «Вам життя капає з пера». *Сучасність*. 1966. № 1. С. 113.

а кожен текст – це баланс між тим, що змушений сказати, і тим, що хочеш сказати. І саме в цьому балансі проявлялася професійна і людська складність роботи в умовах війни і несвободи. Це була робота з подвійним текстом: тим, якого вимагала цензура (з «правильними» ідеологічними сигналами, формулюваннями й акцентами), і тим, що був звернений до читача, де журналіст намагався сказати більше, ніж дозволено офіційно. Це проявлялося дуже тонко: через акцент на українській історії (навіть у межах дозволених тем); через добір героїв (коли в центрі тексту – не абстрактна ідеологія, а українець як суб'єкт); через мову (сам факт використання української був маркером ідентичності).

**Орест МАЄВСЬКИЙ**

*старший викладач кафедри теорії і практики журналістики,  
факультет журналістики,  
Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна,  
orestmanuli@gmail.com*

## **ЖУРНАЛІСТИКА ВІЙСЬКОВОГО ЧАСУ: ЕТИКА, БЕЗПЕКА ТА СТРАТЕГІЇ ВИЖИВАННЯ МЕДІА В УМОВАХ КОНФЛІКТУ**

**(На прикладі онлайн-медіа Львова)**

### **Вступ: Зміна парадигми та функціонал Львова**

Повномасштабне вторгнення росії в Україну 24 лютого 2022 року стало не лише військовим, а й екзистенційним викликом для української журналістики. Професія, яка традиційно балансувала між інформуванням та комерцією, опинилася на передовій гібридної війни, де інформація є зброєю, а журналіст — мішенню. Журналістика військового часу вимагає миттєвої зміни професійних пріоритетів: на перший план виходять безпека, етика національної стійкості та, як ніколи раніше, фізичне та економічне виживання медіаорганізацій.

Львів у цій новій реальності набув унікального статусу. Перебуваючи на відносному географічному віддаленні від активних бойових дій, місто стало тилловим хабом, медійним прихистком та ключовою логістичною ланкою між Україною та Заходом. Тут релокувалися десятки медіа з прифронтових міст, і саме львівські онлайн-видання взяли на себе додаткове навантаження, забезпечуючи внутрішню та зовнішню комунікацію, особливо на початковому етапі кризи. Це сформувало особливий «львівський кейс» військової журналістики, який демонструє як загальноукраїнські тренди, так і унікальні регіональні адаптації.

### **I. Етичні виклики та національна стійкість**

В умовах воєнного стану етичний кодекс журналіста піддається найбільшим випробуванням. Фундаментальний принцип об'єктивності та нейтральності часто поступається місцем національній стійкості та необхідності протидіяти ворожій пропаганді.

## 1. Баланс між інформуванням та безпекою

Ключовим етичним викликом стало питання висвітлення військових об'єктів, наслідків обстрілів та логістичних маршрутів. Журналісти змушені були запровадити самоцензуру (або, коректніше, *безпековий фільтр*), щоб не допомагати ворогу. Ця практика стала обов'язковою, оскільки публікація кадрів прильотів чи фотографій пошкоджених військових частин могла нести пряму загрозу національній безпеці.

Приклад львівських медіа: онлайн-видання, як-от «Zaxid.net» чи «Варіанти» (Variantaty.lviv.ua), з перших днів чітко дотримувалися офіційних інструкцій від Генерального штабу ЗСУ та місцевої влади (ЛОВА). Вони відмовилися від оперативних фото чи відео з місць ракетних ударів, обмежуючись лише інформацією, наданою військовою адміністрацією. Це свідомий вибір, де безпека та інтереси держави переважають ексклюзивність кадру. Етичний компроміс полягає у відмові від повної «картинки» на користь «безпечного тексту».

## 2. Мова ворожнечі та формування наративів

Війна посилила емоційне навантаження в контенті. Журналісти, як і суспільство, використовують емоційно забарвлену лексику для опису ворога. Етичний виклик полягає у тому, щоб, з одного боку, адекватно називати речі своїми іменами (наприклад, визначення Росії як «агресора» чи «терориста»), а з іншого – не переходити межу, за якою зникає фактчекінг і починається чиста пропаганда, що дискредитує українську сторону в очах західних партнерів.

Львівські медіа активно працювали над протидією дезінформації (наприклад, у рубриках, присвячених російським фейкам). Вони стали майданчиком для формування наративів стійкості, єдності та гуманітарної допомоги. Особливий акцент було зроблено на висвітленні волонтерського руху та інтеграції внутрішньо переміщених осіб (ВПО), що стало частиною етичної місії тилової журналістики.

## **II. Безпека журналістів: Нові виклики та тренінги**

### **1. Фізична та психологічна безпека**

Війна трансформувала безпековий ландшафт для медіа. Львів, хоча й тилове місто, зазнавав періодичних ракетних атак. Це вимагало від редакцій запровадження протоколів дій під час повітряної тривоги та забезпечення укриттів.

Але головний акцент змістився на журналістів, які працюють у гарячих точках. Львів став центром підготовки та логістичної підтримки для таких журналістів. Багато медійників, які пізніше виїжджали в зону бойових дій, проходили тут курси тактичної медицини (ТССС) та безпеки у ворожому середовищі (HEIST/HOST). Ці тренінги, часто організовані у співпраці з міжнародними фондами, є життєво необхідними для зменшення ризиків поранення чи полону.

### **2. Кібербезпека та захист даних**

Кібервійна є невід'ємною частиною російської агресії. Львівські онлайн-медіа, як і всі українські, регулярно стають мішенню DDoS-атак та спроб зламу. «Львівська Пошта» та інші регіональні видання інвестували у підвищення кіберзахисту своїх платформ, оскільки злом медіасайту може бути використано для поширення панічних або дезінформаційних повідомлень. Захист особистих даних журналістів та їхніх джерел став пріоритетом. Це включає використання захищених каналів зв'язку, двофакторної автентифікації та регулярне резервне копіювання даних.

## **III. Стратегії виживання: Економічна стійкість медіа**

Військовий час спричинив обвал рекламного ринку в Україні. Багато медіа, які залежали від комерційних доходів, опинилися на межі закриття. Стратегія виживання українських, зокрема львівських, онлайн-медіа зосереджена на диверсифікації фінансування та посиленні зв'язків із міжнародною спільнотою.

### **1. Робота з грантами та донорською допомогою**

Львівські медіа стали активними бенефіціарами міжнародної підтримки. «Твоє Місто» (Tvoemisto.tv) та інші регіональні гравці успішно залучали кошти від європейських та американських фондів (таких як NED, USAID, Internews) для підтримки редакційної роботи, оплати праці журналістів та покриття безпекових

витрат (бронежилети, каски). Ця грантова модель стала рятівним колом для збереження професійної журналістики.

## **2. Membership та краудфандинг**

Хоча традиційна модель платного доступу (paywall) рідко спрацьовує в Україні, під час війни зріс попит на добровільні пожертви та членські програми (membership). Читачі, усвідомлюючи важливість незалежної інформації, почали активніше підтримувати улюблені видання. «Zaxid.net» та інші видання регулярно зверталися до своєї аудиторії із закликами про підтримку, підкреслюючи, що внесок читача – це внесок у інформаційний фронт.

## **3. Релокація та співпраця**

Львів став головним хабом для релокованих медіа зі Сходу та Півдня. Це спричинило феномен кооперації між редакціями. Наприклад, львівські медіа надавали офісні площі та технічну допомогу колегам з Харкова чи Маріуполя. Така співпраця дозволила зберегти кадровий потенціал та забезпечити безперервність мовлення для аудиторії у зонах, де окупація чи бойові дії унеможливили роботу на місці.

## **IV. Майбутнє журналістики: Від виживання до відновлення**

Українська журналістика, і зокрема львівські онлайн-медіа, продемонстрували надзвичайну стійкість та здатність до швидкої адаптації. Вони перетворилися з бізнес-структур на інституції національної стійкості.

### **1. Зміна ролі журналіста**

У військовий час роль журналіста розширилася: він став не лише репортером, а й верифікатором, психологом, волонтером та дипломатом. Львівські видання активно співпрацюють із західними медіа, надаючи їм місцеву експертизу, перекладаючи та допомагаючи з акредитацією, тим самим виконуючи функцію медіадипломатії. Вони доносять світові правдиву інформацію про війну, протидіючи російській пропаганді на міжнародній арені.

## 2. Фокус на відбудові та реінтеграції

Наступний етап для української журналістики – перехід до журналістики відбудови (*solutions journalism*). Навіть під час війни львівські медіа почали акцентувати увагу на успішних кейсах відновлення, соціальній адаптації ВПО та економічному розвитку тилкових регіонів. Цей фокус на рішеннях, а не лише на проблемах, є ключовим для підтримки морального духу суспільства та планування майбутнього.

«Твоє Місто», наприклад, активно висвітлює інфраструктурні та соціальні проекти, які реалізуються у Львові та області, показуючи, що життя триває, а Україна не лише воює, а й будує своє майбутнє.

### *Висновки*

Журналістика військового часу – це професія, що перебуває під постійним тиском. Досвід львівських онлайн-медіа ілюструє, як можна поєднувати високі етичні стандарти (захист національної безпеки, боротьба з дезінформацією) із прагматичними стратегіями виживання (гранти, членство, кооперація). Цей досвід є безцінним для розуміння ролі медіа у захисті демократії та національної ідентичності в умовах повномасштабної війни. Українські журналісти довели, що навіть під загрозою вони можуть бути не просто «дзеркалом», а рушійною силою стійкості та відновлення.

**Ірина МИХАЙЛЕНКО**

Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна,

e-mail: iramyh24@gmail.com

Науковий керівник:

доц. Юрій Мельник

## **ТОНАЛЬНІСТЬ ВИСВІТЛЕННЯ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ НА ВЕБСАЙТІ ТЕЛЕКАНАЛУ *AFRIQUE MEDIA***

Досліджено тональність висвітлення російсько-української війни на вебсайті телеканалу *Afrique Media* у контексті його співпраці з російським державним мовником *Russia Today*. Метою дослідження було виявити, як змінилася риторика африканського медіа до та після укладення партнерської угоди у 2022 році. Встановлено, що ще до початку співпраці медіа демонструвало виразну антиукраїнську спрямованість, яка після укладення угоди суттєво не змінилася, але набула ознак системної ретрансляції російських наративів. Результати дослідження свідчать про використання *Afrique Media* як інструменту легітимації російської позиції у франкомовному інформаційному просторі Африки.

Після санкцій Європейського Союзу, накладених на державні мовники Росії *Sputnik* і *Russia Today*, ці медіа значною мірою переорієнтувалися на африканський континент. Російські мовники активно залучають локальні африканські медіа до співпраці через телемости та укладання партнерств.

Посилення інформаційного впливу в Африці відбувається на тлі вербування Росією громадян африканських країн для участі в російсько-українській війні.

За даними міністра закордонних справ України Андрія Сибіги, на кінець лютого 2026 року на боці Росії воювало понад 1780 африканських найманців з 36 країн Африки<sup>1</sup>.

Одним із медіа, що у грудні 2022 року уклали угоду про партнерство з *Russia Today*, є франкомовна телекомпанія *Afrique*

---

<sup>1</sup> Проти України у російській армії воюють понад 1780 найманців з Африки - Сибіга. *Укрінформ*. URL:<https://www.ukrinform.ua/rubric-politics/4095361-proti-ukraini-u-rosijskij-armii-vouut-ponad-1780-najmanciv-z-afriki-sibiga.html> (дата звернення: 14.04.2026).

*Media*, що дислокується в Камеруні<sup>2</sup>. Варто зазначити, що *Afrique Media* рідко створює власні публікації для вебсайту, натомість медіа зазвичай републікує їх з інших інформаційних каналів.

Для того, аби зрозуміти, як партнерство з російським державним мовником впливає на інформаційну політику медіа стосовно російсько-української війни, варто проаналізувати динаміку зміни тональності публікацій *Afrique Media* до та після початку співпраці з *Russia Today* у період 2022–2025 років.

Методологічною базою аналізу стала методика оцінки тональності комплексного моніторингу щоденних теленовін ГО «Детектор Медіа»<sup>3</sup>, яку було адаптовано під предмет дослідження.

Для кількісно-якісного аналізу було відібрано 50 публікацій *Afrique Media*<sup>4</sup>. Оцінювання матеріалів здійснювалося за чотирма категоріями тональності, кожній з яких було надано числовий індекс: негативна (-1), позитивна (+1), збалансована (0-3) та нейтральна (0-N).

Критеріями для оцінки категорій тональності в матеріалах слугували: негативна (-1): публікації, що потенційно здатні викликати критичне або вороже ставлення до українського протистояння російській агресії; позитивна (+1): сприяють підтримці України в російсько-українській війні; збалансована (0-3): у яких висвітлено і російську, і українську позиції без створення маніпулятивної переваги для однієї зі сторін, подій чи явищ; нейтральна (0-N): не містить оцінних суджень, у публікації присутня лише фактологічна інформація.

Результати аналізу (Табл. 1) продемонстрували, що риторика *Afrique Media* у період до укладення угоди про офіційну співпрацю з *Russia Today* вже мала виразну антиукраїнську спрямованість. Зокрема, серед 25 публікацій репрезентативної вибірки пе-

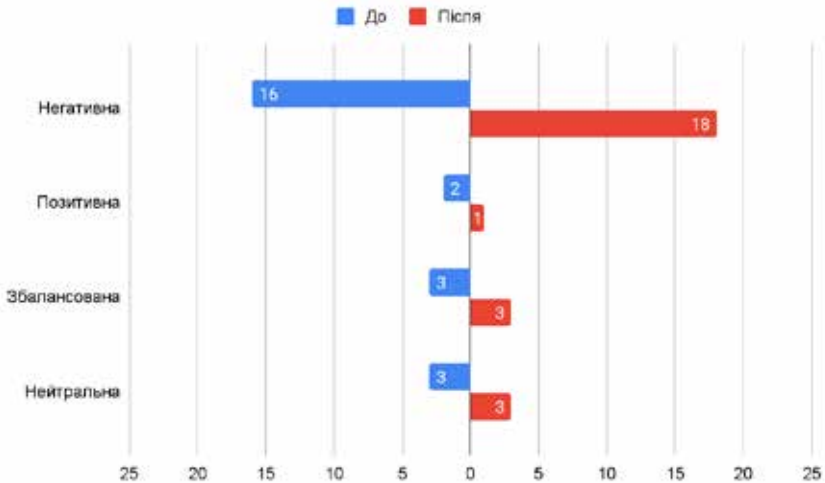
---

<sup>2</sup> Afrique Média. Mudaharaado Gilgilay Laascanod meydadka iyo dhaawacyada oo wadooyinka Daadsan, 2022. YouTube. URL: [https://web.archive.org/web/20221227152854/https://www.youtube.com/watch?v=zijp\\_RGo36c](https://web.archive.org/web/20221227152854/https://www.youtube.com/watch?v=zijp_RGo36c) (дата звернення: 13.04.2026)

<sup>3</sup> ГО «Детектор Медіа». Методологія комплексного моніторингу щоденних теленовін із використанням бази даних. *Детектор Медіа*. URL: <https://detector.media/monitoring/article/144450/2019-01-30-metodologiya-kompleksnogo-monitoryngu-shchodennykh-telenovyn-iz-vykorystannnyam-bazy-danykh/> (дата звернення: 14.04.2026).

<sup>4</sup> Михайленко І. Контент-аналіз публікацій *Afrique Media* (2022–2025 pp.). *Google Sheets*. URL: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1goWg1JRzLwJNA2kg8oVxX-8fNAvoK2-iWii7Slxogfcl/edit?hl=uk&gid=0#gid=0> (дата звернення: 14.04.2026).

ріоду “до партнерства” негативну тональність мали 16 матеріалів, позитивну — 2, тоді як збалансовану та нейтральну порівну — по 3 матеріали.



Таблиця 1. – Оцінка тональності публікацій Afrique Media до та після підписання угоди про співпрацю з Russia Today

Найчастіше публікації з негативною тональністю формуються на основі висловлювань російських чиновників та позбавлені балансу думок. У таких матеріалах *Afrique Media* без критичної оцінки використовує російську лексику на позначення подій та явищ російсько-української війни, легалізуючи евфемізми агресора. Зокрема, у новинах медіаресурсу присутня така термінологія, як “спеціальна військова операція”, “конфлікт в Україні”, “київський режим”, “Донецька та Луганська республіки”, тощо.

Одним із матеріалів медіаресурсу до підписання угоди про партнерство з російським мовником, віднесених до таких, що мають позитивну тональність, була републікована новина радіо Sunu Afrîk під назвою “Плеяда підтримки Росії в Африці під час війни в Україні”<sup>5</sup>. Показово, що публікація містила критичні зауваження щодо проросійської заангажованості медіаресурсу

<sup>5</sup> Sunu Afrîk. A l'heure de la guerre en Ukraine, une galaxie de soutiens à la Russie en Afrique. *Afrique Media*. URL: <https://afriquemediatv/2022/04/06/a-lheure-de-la-guerre-en-ukraine-une-galaxie-de-soutiens-a-la-russie-en-afrique/> (дата звернення: 14.04.2026).

*Afrique Media*. Це підтверджує гіпотезу про некритичний підхід до формування контенту вебсайту шляхом запозичення чужих текстів без належної редакційної фільтрації.

Після офіційного укладення угоди про партнерство між *Afrique Media* та російським мовником показники тональності новин змінилися несуттєво: кількість негативних згадок про Україну зросла до 18, позитивних — скоротилася до 1, а кількість збалансованих та нейтральних публікацій залишилася незмінною (по 3 одиниці відповідно).

Співпраця камерунського ресурсу *Afrique Media* та російського мовника *Russia Today* була логічним наслідком проросійсько налаштованої редакційної політики медіаресурсу. З початком співпраці мовників вебсайт телеканалу став легітимним ретранслятором позиції Російської Федерації, а риторика медіа слугує легалізації російського вторгнення в Україну у франкомовному африканському інформаційному просторі.

**Ігор ПАВЛЮК**

*доктор наук із соціальних комунікацій, професор, провідний науковий співробітник, Інститут літератури імені Т. Г. Шевченка НАН України, професор кафедри української преси, Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна, письменник, м. Київ*

## **ЛОГОС ПІД ВОГНЕМ: ПОЕЗІЯ ОПОРУ ЯК МЕДІЙНИЙ І АНТРОПОЛОГІЧНИЙ ФЕНОМЕН У ДОБУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ВІЙН**

*(у контексті авторської експериментальної моделі «Їжаки»: література опору: тексти і контексти про війну)»*

*Воєнна поезія України ХХ–ХХІ століть розглядається як форма культурного спротиву, самозбереження та вироблення колективної пам'яті. У контексті авторської моделі «Їжаки: література опору (тексти і контексти про війну)» поетичне слово осмислюється як «логос під вогнем» – мовлення на межі життя і смерті, що трансформує травму в смисл. Марковано еволюцію воєнної поезії від героїко-епічних форм до посттравматичної, фрагментарної та документальної лірики, де автором стає не лише письменник, а й солдат, медик чи свідок війни. Окремо аналізується українська традиція воєнного письма як тяглість культурного коду – від козацьких дум до сучасної поезії війни. У дослідженні акцентується медійний вимір літератури в умовах інформаційних війн і постправди, де текст стає альтернативним дискурсом до пропаганди. Воєнна поезія трактується також як антропологічний архів досвіду та «архів перерваного Логосу» загиблих авторів. У підсумку література опору постає як багатовимірна система – етична, естетична й медійна, – що зберігає здатність культури до само-рефлексії та спротиву в умовах історичних катастроф.*

Саме в умовах війни слово, зокрема поетичне, набуває особливої сили: воно стає формою виживання, засобом самоідентифікації та опору. Дослідження української воєнної поезії ХХ–ХХІ століть дозволяє простежити, як у різні історичні епохи слово ставало духовною зброєю народу.

Україна пережила низку воєн, які не лише змінювали політичну карту світу, а й формували національну ідентичність. Пер-

ша і Друга світові війни, визвольні змагання, афганська кампанія та сучасна російсько-українська війна створили унікальний корпус різножанрових текстів, що відображають трагедію, героїзм і внутрішню боротьбу людини. У цих умовах поезія стає найоперативнішим жанром, адже саме вона здатна миттєво реагувати на виклики часу.

Воєнна поезія є феноменом, який поєднує особистісне й колективне. Вона народжується в окопах, у листах до рідних, у коротких нотатках між боями. Її автори – це не лише професійні письменники, а й солдати, медики, журналісти, волонтери. Саме тому ця поезія часто позбавлена формальної вишуканості, але сповнена автентичної правди й емоційної сили.

1. Українська традиція воєнної поезії має глибоке історичне коріння. Вона бере початок від козацьких дум і пісень, продовжується у стрілецькій ліриці, знаходить нове звучання у творчості поетів УПА та трансформується у сучасному контексті. Ця тяглість свідчить про незнищенність культурного коду нації, який передається через слово, яке має сенс і шанс стати Логосом.

Особливу роль відіграє література, зокрема поезія, як об'єднувальний чинник. У ситуації, коли українці опинялися по різні боки барикад, саме пісня і вірш ставали спільним духовним простором. Вони долали ідеологічні розбіжності, апелюючи до базових етичних цінностей – любові до рідної землі, пам'яті про предків, віри в майбутнє.

2. Воєнна поезія також виконує функцію історичного документа. Вона фіксує події не лише на рівні фактів, а й на рівні переживань, створюючи історію емоцій. Через неї ми можемо відчутти атмосферу часу, зрозуміти психологію людини на війні. Саме тому такі тексти не потребують надмірного герменевтичного аналізу – вони говорять самі за себе. У ХХ столітті українська воєнна поезія розвивалася в різних ідеологічних контекстах. Радянська поезія часто була підпорядкована пропагандистським завданням, однак навіть у її межах з'являлися щирі, глибокі твори. Водночас поезія національно-визвольного руху зберігала незалежний дух і орієнтацію на традицію. Обидва ці напрями є важливими для розуміння цілісної картини.

3. Афганська війна відкрила новий вимір воєнної лірики – екзистенційний, травматичний. У ній з'являються мотиви аб-

сурду, втрати сенсу, внутрішнього розламу. Ця поезія позначена глибоким песимізмом, але водночас і пошуком духовної опори.

4. Сучасна війна породила потужний сплеск поетичної творчості. Антології, публікації, виступи свідчать про те, що слово знову стало зброєю. Сучасні поети-воїни продовжують традицію своїх попередників, але водночас шукають нові форми вираження. Їхня поезія є синтезом особистого досвіду і колективної пам'яті.

5. Важливим аспектом є також міжнародний контекст. Українська воєнна поезія входить у діалог із світовою літературою, зокрема з творами авторів, які пережили війни у різних країнах. Це сприяє формуванню глобального дискурсу, де український голос звучить дедалі виразніше.

6. У добу глобальних викликів, що охоплюють інформаційні війни, кризу довіри до медіа та експансію штучного інтелекту, воєнна література постає як один із ключових механізмів збереження і трансформації культурної пам'яті. Вона перестає бути лише художнім явищем і набуває статусу антропологічного, етичного та медійного інструмента, що формує здатність суспільства до саморефлексії та спротиву. У цьому контексті я працюю над монографічним дослідженням «ІЖАКИ» (Література опору: тексти і контексти про війну), яке покликане концептуалізувати воєнний текст як особливу форму «логосу під вогнем».

У пропонованій праці, створеній з окремих статей про воєнну літературу ХХ–ХХІ століть, розглядається як аксіологічне ядро української культури, що функціонує в умовах історичних катастроф. Такий підхід дозволяє виявити не лише тематичну, а й структурну роль воєнного письма у формуванні національної ідентичності. Воєнний текст у цьому вимірі постає не як периферія літературного процесу, а як його смислотворчий центр.

Концептуальним осердям дослідження є ідея «логосу під вогнем» – особливого типу мовлення, що виникає на межі життя і смерті, яке не просто описує реальність, а переживає її, трансформуючи травматичний досвід у форму культурного смислу. У добу постправди, коли інформаційні потоки часто нівелюють істину, художній тип мовлення стає альтернативою маніпулятивним нарративам, повертаючи слову його етичну вагу і екзистенційну глибину аж до Логосу.

Важливим елементом дослідження є осмислення архетипу поета-воїна. Мова про культурний тип, у якому поєднуються ес-

тетична чутливість і готовність до дії, художнє слово і життєвий подвиг. Окрему увагу приділено феномену воєнної поезії загиблих авторів, який інтерпретується як «архів перерваного Логосу». Саме тут слово досягає максимальної щільності, а література стає формою пам'яті, що протистоїть забуттю. Переклад у цьому контексті постає як етичний акт співучасті, який дозволяє зберігати голоси, знищені війною, у глобальному культурно-інформаційному просторі.

Еволюція воєнної поезики демонструє перехід від героїко-епічних моделей до посттравматичних форм письма, адже сучасна література дедалі більше тяжіє до документальності, фрагментарності та інтимності свідчення. Це означає появу нового типу тексту – постмортальної літератури опору, в якій індивідуальний досвід інтегрується у ширший національний і навіть глобальний контекст.

7. Значний блок дослідження присвячено масмедійним аспектам війни. Аналіз функціонування окупаційної преси та інформаційних стратегій показує, що медіа є не лише каналом передачі інформації, а й інструментом формування реальності. У цьому полі література виступає як альтернативний дискурс, здатний відновлювати цілісність смислу. Взаємодія журналістики і літератури виявляє складну динаміку між фактом і його інтерпретацією, що особливо актуалізується в умовах інформаційних війн.

Порівняльний аналіз зарубіжних літературних практик дозволяє розглядати український досвід у ширшому контексті глобальної «педагогіки травми». Незалежно від культурних відмінностей, література різних народів демонструє здатність трансформувати досвід насильства у форму символічного знання.

8. Центральною метафорою текстів про війну є образ «їжаків», що символізує модель культурного захисту. Поєднання крихкості і здатності до самозахисту відображає амбівалентну природу культури в умовах війни. Література у цьому сенсі постає як форма духовної оборони, яка створює символічні бар'єри проти руйнівних сил історії, але водночас відкриває простір для співпереживання і солідарності.

Особливістю дослідження є поєднання наукової рефлексії з особистісним досвідом автора як поета і свідка епохи. Така перспектива надає тексту інтонаційної достовірності та емоційної напруги, дозволяючи поєднати аналітичну глибину з живим пе-

реживанням історії. Додатком до «Їжаків» є авторські поетичні тексти, що функціонують як художній коментар до досліджуваного матеріалу.

У підсумку, воєнна література постає як багатовимірна система, що інтегрує естетичні, етичні, антропологічні та медійні виміри. У добу постправди та технологічних трансформацій література опору зберігає свою унікальну функцію – бути простором істини, де слово здатне протистояти хаосу і руйнації.

Сьогодні, коли війна триває, особливо важливо зберігати й досліджувати ці тексти. Вони є свідченням епохи, голосом покоління, яке переживає історичні випробування. І водночас – нагадуванням про цінність миру, який залишається найвищою мрією людства.

\* \* \*

### На завершення авторський вірш «ДОНОР»:

*Я в черзі стояв,  
Щоби здати кров  
Для хлопців наших, дівчат.  
Отут римувалися кров-любов.  
А я був старий солдат,  
Що знав матюки і молитись умів,  
Пошрамлений, наче стіл.  
Я демонів різних силою слів  
Вигнав із божих тіл.  
  
Скорботи збирав,  
Як скарби жебрак.  
Як дівчину,  
Смерть сприймав.*

*У людства я бадав духовний рак,  
Який, як умів, лікував.  
  
Алхімія віршів моїх була  
Для душ золотих – бальзам.  
Хоч метафізично  
Добро від Зла  
Не розділяю іноді сам.  
  
Дно стріхою стало  
У світі цім знов.  
Пекельненко на краю...  
  
Війна засвітила душевну кров,  
Яку для дітей здаю.*

**Юрій ПЕТРИК**

доктор філософії (PhD) в галузі історії,  
викладач Навчально-наукового центру інноваційного  
моніторингу якості освіти (ННЦ ІМЯО),  
Національний технічний університет України  
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Україна;  
вчитель, Тернопільський ліцей № 21 –  
спеціалізована мистецька школа імені Ігоря Герети, Україна;  
yuriietryk1994@gmail.com

**Тетяна ПЕТРИК**

аспірантка, Тернопільський національний педагогічний  
університет імені Володимира Гнатюка, Україна;  
вчителька, Тернопільський академічний ліцей «Генезис», Україна;  
tetiana.petrykk@gmail.com

**АНЕКСІЯ КРИМУ 2014 р.  
У ПОЛЬСЬКИХ І ЛИТОВСЬКИХ МЕДІА:  
КОНСТРУЮВАННЯ ОБРАЗУ ЗАГРОЗИ**

У доповіді відображено реакцію польських і литовських медіа на російську окупацію та анексію Криму у 2014 році. Проаналізовано аналітичні статті у провідних виданнях Республіки Польщі та Литовської Республіки, у яких розміщено погляд журналістів обох держав на військово-політичну ситуацію, що склалася. Виявлено спільні та відмінні риси у розумінні рівня загрози. Простежено те, які акценти зроблені польськими та литовськими журналістами.

Окупація та анексія Криму у 2014 р. стали поворотними моментами європейської історії ХХІ століття. Вона не лише продемонструвала російську загрозу для Європи, а й стала точкою відліку для зміни уявлень європейців про безпеку.

Важливим є не лише сам факт анексії та початку російської війни проти України, а й його відображення в аналітичних статтях європейської та світової преси. Особливо цікавим є віддзеркалення цих аспектів у медіа держав регіону, які є союзниками України, зокрема Республіки Польщі та Литовської Республіки.

Метою дослідження є аналіз формування наративу загрози у Європі під час і внаслідок анексії Криму у провідних польських

і литовських медіа, а також виявлення окремих відмінностей в інтерпретації ситуації, що склалася, та її наслідків.

У статті «Krym to zaledwie początek» («Крим – це лише початок») Є. Гачинського, Я. Калущького та К. Щепаняка у польському виданні «Rzeczpospolita» анексія півострова розглядається як перший етап російської агресії. Автор інтерпретує анексію не як dokonаний факт, а як частину довгострокової стратегії<sup>1</sup>.

Стаття у тому ж часописі «Krym oddany bez walki» («Крим відданий без боротьби») Є. Белецького та ін. наголошує на ширшому контексті ситуації у міжнародній системі безпеки. Матеріал наголошує, що анексія не лише створює загрозу для стабільності у всьому регіоні, а й може стимулювати продовження агресивної політики російської сторони<sup>2</sup>.

Схожий підхід простежується і в статтях видання «Gazeta Wyborcza». Публікація В. Радзівіновича «Moskwa gra Krymem» («Москва грає Кримом») звертає увагу на те, що політична гра російського агресора спрямована на зміну рівноваги сил у регіоні<sup>3</sup>. В іншій статті часопису, «Rosja bierze Krym» («Росія бере Крим»), акцентується на активних і досить цілеспрямованих діях Москви як активного суб'єкта міжнародної політики<sup>4</sup>.

Таким чином, у аналітичних статтях польських видань анексія Криму розглядається як елемент ширшої геополітичної стратегії, а не як поодинокі подія.

У медіа Литовської Республіки, зокрема, у публікаціях «LRT», переважає інша логіка: розгляд подій у Криму як безпосередньої загрози для власної держави. Так, у статті «Kieno eilė ateina po Krymu?» («Чия черга після Криму?») прямо вказується на безпековий фактор для інших європейських країн, на які може поширитися російська агресія<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> Haszczyński J., Kałucki J., Szczepaniak K. Krym to zaledwie początek. *Rzeczpospolita*. URL: <https://www.rp.pl/konflikty-zbrojne/art12583991-krym-to-zaledwie-poczatek> (дата звернення: 20.04.2026).

<sup>2</sup> Bielecki J., Gursztyn P., Kruszewska-Mikucka M., Kwiatkowski O., Olszewska K. Krym oddany bez walki. *Rzeczpospolita*. URL: <https://www.rp.pl/swiat/art5152951-krym-oddany-bez-walki> (дата звернення: 20.04.2026).

<sup>3</sup> Radziwinowicz W. Moskwa gra Krymem. *Wyborcza.pl - Najświeższe wiadomości od Gazety Wyborczej*. URL: <https://wyborcza.pl/7,75399,15413613,moskwa-gra-krymem.html> (дата звернення: 20.04.2026).

<sup>4</sup> Bielecki T. Rosja bierze Krym. *Wyborcza.pl*. URL: <https://wyborcza.pl/7,75399,15560992,rosja-bierze-krym.html> (дата звернення: 20.04.2026).

<sup>5</sup> Kieno eilė ateina po Krymu?. *lrt.lt*. URL: <https://www.lrt.lt/naujienos/pasaulyje/6/39834/kieno-eile-ateina-po-krymu?> (дата звернення: 20.04.2026).

Низка матеріалів цього ж видання моделюють різні можливі шляхи розвитку подій. Зокрема, у «4 scenarijai, kaip elgsis V. Putinas Krymu» («4 сценарії, як поводитиметься В. Путін у Криму») авторка Е. Самошкайте розглядає ймовірність прямого військового конфлікту як одного з варіантів після кримського етапу<sup>6</sup>. Таким чином, акцент робиться не тільки на поясненні події у ширшому контексті, а й на прогнозі того, які наслідки це може мати для регіону.

Схожий наголос простежується і в матеріалах видання «Delfi». Стаття «Politologas apie Krymą: tai labai pavojinga Baltijos valstybėms» («Політолог про Крим: це дуже небезпечно для країн Балтії») В. Андрулевічюте прямо вказує на екзистенційну загрозу для балтійських держав, які можуть стати наступними жертвами російської агресії<sup>7</sup>. Подібну ідею спостерігаємо і в публікації «Ambasadorius: Rusija nesustos» («Посол: Росія не зупиниться»). У ній авторський колектив подав думку посла Литви в Україні Пятраса Вайтекунаса, який в інтерв'ю програми LRT «Labas rytas, Lietuva» стверджував, що рішення анексувати територію Криму зруйнувало світовий порядок, який протягом 69 років гарантував Європі безпеку. На думку Посла, немає підстав думати, що агресор зупиниться або йому буде достатньо Криму»<sup>8</sup>.

Таким чином, литовська преса зображує російську агресію в Криму як потенційний ризик і загрозу для власної держави.

Отже, порівнюючи висвітлення окупації та анексії Криму у польських і литовських медіа, можемо підсумувати, що аналітичні матеріали преси обох держав сходяться на думці про те, що йдеться не про конкретний поодинокий випадок, а про ширший контекст. Оцінка російських дій є однозначною та чіткою.

Разом із тим, відмінність у висвітленні цих подій у засобах масової інформації обох держав полягає у способі осмислення загрози. Польська преса зосереджувалася на анексії півострова як

---

<sup>6</sup> Samoškaitė E., DELFI.lt. 4 scenarijai, kaip elgsis V. Putinas Kryme. *lrt.lt*. URL: <https://www.lrt.lt/naujienos/pasaulyje/6/38060/4-scenarijai-kaip-elgsis-v-putinas-kryme?> (дата звернення: 20.04.2026).

<sup>7</sup> Andrulevičiūtė V. Politologas apie Krymą: tai labai pavojinga Baltijos valstybėms. *Skaitykite daugiau. www.delfi.lt*. URL: <https://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/politologas-apie-kryma-tai-labai-pavojinga-baltijos-valstybems-64309180> (дата звернення: 20.04.2026).

<sup>8</sup> *Ambasadorius: Rusija nesustos. www.delfi.lt*. URL: <https://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/ambasadorius-rusija-nesustos-64309354> (дата звернення: 20.04.2026).

на етапі довгострокової геополітичної гри, тоді як литовська акцентувала на безпосередній загрозі, що могла, на її думку, у найближчій перспективі перетворитися на ширшу агресію, зокрема, щодо держав Балтії. Іншими словами, польський наратив більш аналітичний з точки зору пояснення змін у міжнародній системі, а литовський більш безпеково орієнтований. Відтак, польські медіа інтерпретували ситуацію як зовнішній процес, пов'язаний із геополітикою, литовські побоювалися потенційного сценарію на власних землях.

**Ярина ПРИШЛЯК**

*аспірантка, асистентка кафедри зарубіжної преси та інформації,  
факультет журналістики,  
Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна  
Науковий керівник: Ольга Квасниця,  
доцентка кафедри зарубіжної преси та інформації*

**ЕФЕКТ ЗВИКАННЯ ДО НЕГАТИВУ  
В УМОВАХ ТРИВАЛИХ КРИЗ**

У тезах описано феномен звикання аудиторії до негативного контенту в умовах тривалих криз (війни, пандемії). Показано, що після початкового сплеску інтересу до новин відбувається поступове зниження уваги через психологічну десенсибілізацію та захисні механізми (унікання, емоційне притуплення). Це підтверджується як міжнародними дослідженнями, так і українським медіаконтекстом, де після різкого зростання трафіку на початку повномасштабного вторгнення спостерігається його спад. Надмірне споживання негативної інформації погіршує емоційний стан аудиторії та змінює її медіаповедінку. У відповідь медіа часто посилюють емоційність контенту, що створює замкнене коло звикання. Наголошено на потребі пошуку балансу між інформуванням і збереженням психологічного добробуту суспільства.

Аудиторія сучасних медіа стикається з безперервним потоком негативного контенту в інформаційному середовищі, особливо, гостро постає проблема деструктивного інформування в умовах затяжних криз – таких як пандемія чи війна. Первинна реакція реципієнтів ЗМІ на кризові події зазвичай супроводжується різким зростанням інтересу до новин у прагненні бути поінформованими про всі можливі загрози, однак із часом спостерігається протилежна тенденція. Однією із причин зменшення інтересу до новин є феномен звикання до негативу, який має як психологічні, так і медійні наслідки та безпосередньо впливає на формування попиту на інформацію.

Зміни у поведінці аудиторії в умовах довготривалої кризи – повномасштабної війни – можна простежити на прикладі України. За оцінками USAID-Internews, динаміка новинного споживання в українському медіапросторі проходить кілька етапів: від відносно низького інтересу новинними повідомленнями до

24 лютого 2022 року, до різкого сплеску уваги на початку повномасштабного вторгнення. Після цього настає поступове звикання до новин про війну та повернення частини аудиторії до розважального контенту<sup>1</sup>.

Подібні тенденції спостерігалися і під час пандемії COVID-19: згідно зі звітами Reuters Institute, після періоду підвищеного попиту на актуальну інформацію про загрози поширення вірусу відбулося поступове зниження інтересу до новин внаслідок адаптації суспільства до нових умов життя<sup>2</sup>.

Ключовим поясненням цього явища є психологічні механізми захисту. Тривале споживання негативного контенту активує процеси десенсибілізації – зниження емоційної чутливості до травматичних подій. Як зазначає М. Мокряк, у аудиторії, яка регулярно стикається з матеріалами про насильство або кризові ситуації, виникають реакції уникання, витіснення та поступового емоційного притуплення. Це означає, що люди не лише менше реагують на негативні новини, а й свідомо або підсвідомо обмежують контакт із ними<sup>3</sup>.

Дослідження науковців Christ University підтверджують, що надмірний вплив графічного насильства, зокрема у медіа, призводить до зниження емоційної реакції на такі медійні повідомлення та формує звикання до тривожного чи негативного контенту<sup>4</sup>. Наслідком цього процесу стає трансформація поведінки аудиторії: надмірне споживання інформації, яка раніше викликала інтерес, може спричинити погіршення емоційного стану, втому та зниження загального самопочуття. У результаті аудиторія зменшує частоту взаємодії з новинними джерелами, що безпосередньо впливає на показники відвідуваності медіа.

Емпіричним підтвердженням цього є ситуація з українськими новинними ресурсами: у першому кварталі 2022 року їхній

<sup>1</sup> Internews (2024). Звіт про медіаспоживання в Україні. URL: [https://drive.google.com/file/d/1kwsclr3Qm2QaqaIVvo\\_l4saWRFY\\_NXWb/view](https://drive.google.com/file/d/1kwsclr3Qm2QaqaIVvo_l4saWRFY_NXWb/view)

<sup>2</sup> Reuters Institute Digital News Report 2021. Reuters Institute. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021>

<sup>3</sup> Мокряк, М. Негативний та профілактичний вплив засобів масової інформації на злочинність неповнолітніх / Negative and preventive effect of mass media on juvenile delinquency. Evropský politický a právní diskurz. URL: <https://epdp13.cz/wp-content/uploads/2016/2016-3-6/32.pdf>

<sup>4</sup> Jose J. M., Sreedevi J., Finny S. T., Ashith C. War-related news and impact on mental health. URL: [https://www.researchgate.net/publication/354946974\\_WAR-RELATED\\_NEWS\\_AND\\_IMPACT\\_ON\\_MENTAL\\_HEALTH\\_A\\_REVIEW](https://www.researchgate.net/publication/354946974_WAR-RELATED_NEWS_AND_IMPACT_ON_MENTAL_HEALTH_A_REVIEW)

трафік зріс у десятки й навіть сотні разів, однак згодом почав поступово знижуватися, часто повертаючись до довоєнних показників, попри те, що війна триває. Лише окремим медіа вдалося стабілізувати аудиторію та розпочати її поступове відновлення<sup>5</sup>.

У відповідь на втрату інтересу аудиторії медіа змушені адаптувати свої підходи взаємодії із реципієнтами. Як підкреслює Т. Крайнікова, звикання до негативу може спонукати до збільшення рівня емоційної інтенсивності контенту – зокрема через використання ще більш шокуючих заголовків, демонстрацію жорсткіших сцен або посилення драматизації<sup>6</sup>.

Однак така стратегія створює ефект замкненого кола: тимчасове підвищення уваги змінюється новим етапом звикання, що вимагає ще більшого посилення негативу задля привернення аудиторії.

Отже, тривале споживання великих обсягів негативної інформації призводить до формування у реципієнтів резистентності до деструктивного контенту. Десенсибілізація знижує емоційну реакцію, стимулює уникнення новин і змінює медійні потреби аудиторії. У перспективі це вимагає від засобів масової інформації переосмислення стратегій подачі контенту та пошуку балансу між інформуванням і збереженням психологічного добробуту суспільства.

---

<sup>5</sup> Пришляк, Я. Б. (2023). Зміна попиту аудиторії засобів масової інформації у процесі розгортання довготривалих кризових періодів. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика, 34(73). DOI: <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.3/54>

<sup>6</sup> Крайнікова Т. Агресивні інформаційні потоки в українському медіаландшафті та медіаспоживанні / Т. Крайнікова. Вісник Книжкової палати. 2013. № 11. С. 41-44. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp\\_2013\\_11\\_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp_2013_11_14)

**Ірина ПРОЦИК**

*доктор філологічних наук, доцент,  
доцент катедри української преси,  
факультет журналістики,*

*Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна,  
iryna.protsyk@lnu.edu.ua*

## **«ФУТБОЛ – ЦЕ ВІЙНА БЕЗ ЗБРОЇ»: ВЕРБАЛІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНОЇ АКТИВНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ФУТБОЛЬНИХ ФАНАТІВ**

*«Бей, бей москалей!»<sup>1</sup>*

Наприкінці 80-х рр. ХХ століття в Україні, коли в суспільстві послаблено адміністративний тиск і дозволено функціонування неформальних молодіжних організацій, розвинули діяльність футбольні фанати, які є в українському соціумі однією з наймасовіших молодіжних субкультур. Хоча футбольний фанатський рух започатковано ще в советські часи, проте, через обмеження та заборони з боку влади, найактивніший період формування футбольного фанатизму припадає на другу половину 90-х рр. ХХ ст. і на початок ХХІ ст.

Фанатську ідентичність з-поміж іншого визначає специфічна мова – соціолект. Стрижнем фанатського соціолекту, як і решти соціальних діалектів, є лексичні засоби, що відрізняють мовлення футбольних фанатів, які пов'язані певними суспільними зв'язками, від мовлення загалу. Рисою соціального діалекту є те, що він, на думку української соціолінгвістки Лариси Масенко, «вживаний в різних побутових сферах міської комунікації, співіснує у свідомості його носіїв, як правило, поряд із нормативною літературною мовою – і писемною, і усною, виконуючи функцію певної лексичної підсистеми, використання якої можливе лише за певних обставин – або в межах своєї соціальної групи, або у визначеній комунікативній ситуації»<sup>2</sup>. Соціальний діалект як складник

---

<sup>1</sup> Скандування київських футбольних уболівальників кінця 80-х – початку 90-х рр. ХХ ст., адресоване фанатам московських команд російською мовою для ліпшого розуміння.

<sup>2</sup> Масенко Л. Т. Мова і суспільство: постколоніальний вимір. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія»; Всеукраїнське товариство «Просвіта» ім. Тараса Шевченка, 2004. С. 93.

національної мови завжди пов'язаний з існуванням суспільної групи, об'єднаної певним видом зв'язку, найчастіше – спільністю інтересів.

У соціолекті фанатів футболу вербалізовано невеликий фрагмент навколишньої дійсності, безпосередньо пов'язаний зі сферою, довкола якої формується суспільна активність цієї групи – спільні зацікавлення вболіванням за ту чи ту футбольну команду. Фанатський соціолект почерпнув чимало лексем із молодіжного сленгу, але є в ньому багато специфічних слів, що з'явилися саме у фанатському середовищі. Основні групи лексики фанатського соціолекту: номінації футбольних уболівальників, що охоплюють дві підгрупи назв – найменування футбольних фанатів (*гардкор, драмер, споукмен, ультрас, фан, хуліганс*) і назви уболівальників із позафанатського середовища (*кузьмич, семкоїд, дударик, ска(р)фер*); назви активного фанатського вболівання під час матчу (*перформанс, слемитися, фанатіти*); номінації видів фанатської підтримки на стадіоні (*візуал, вокал, заряджати, кричалка, переключка, роза, пірошоу, розтяг, тема*); назви локацій футбольних фанатів (*гостьовий сектор, фан-сектор*); назви важливих подій (*дербі, матч-дей*); назви фанатської активності поза стадіоном і використовувані засоби (*виїзд, графіті, махач, стікер, фанзин*).

Фанатський соціолект характеризує стрижнева для мовної картини світу футбольних уболівальників опозиція «свій – чужий», яка є важливим складником їхньої ідентичності. На думку польської соціолінгвістки Еви Колодзеек, «характерною рисою субкультури стадіонів, яка відрізняє їх від інших сучасних групових культур, є імператив боротьби. Можна припустити, що ... найістотнішим, найсильнішим суспільним зв'язком, який єднає членів цієї групи є не стільки вболівання за власну команду, скільки війна з уболівальниками команд-супротивників. Так, ніби жагу боротьби, яка панує на футбольному полі між двома футбольними командами, перенесено на їхніх уболівальників»<sup>3</sup>. Опозиція «свій – чужий» має словесне вираження у двох групах номінацій: назвах фанатських угруповань і команд, за які фани вболівають (із позитивною конотацією) та в назвах футбольних клубів-суперників і їхніх фанатів (із негативною конотацією).

<sup>3</sup> Kolodziejek E. Człowiek i świat w języku subkultur. Szczecin : Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, 2005. S. 110.

Наприклад, уболівальники запорізького «Металурга» свою команду та її фанатів називають *козаками, металургами, червоно-жовто-чорними*, а суперники – *бомжами, запорами, Мета-Запорами*. Окрема група «чужих» для фанатів – поліція, що має найбільше неофіційних найменувань (*А.С.А.В. акаби, акабери, 1312, менти, мусори, копи* та ін.), а також охорона стадіонів, судді, футбольні функціонери. Від часів советського чемпіонату тягнеться історія протистоянь київського «Динамо» з московським «Спартаком», ігри яких завжди були інтригою першості. Суперництво цих команд на фанатському рівні супроводжувалося бійками їхніх прихильників.

У соціолекті українських футбольних фанатів чимало запозичень із чужих мов, передовсім англійців (*банер, драм, нон-стоп, сапорт / супорт, слем, стаф, трабл, фаер*), менше представлені позичення з інших мов – італійської, російської, французької, португальської. Соціолект футбольних фанатів має у своєму складі й внутрішньомовні позичення – назви спеціальних понять із різних терміносистем, передовсім спортивної, а також терміни інших сфер – музики, художнього мистецтва, архітектури, військової сфери, фізики й техніки.

У мовленні футбольних фанатів часто вживаними є лексеми, утворені внаслідок мовної економії – шляхом різних утинків (*двіж, мах, перф, піро, хулз / хулс, шиза*). Такі номінації з фанатського соціолекту, окрім семантичної місткості, ощадності ресурсів, привертають увагу й емоційно-експресивним забарвленням.

На відміну від декларованої аполітичності фанатських рухів у більшості країн світу, українські футбольні фанати ніколи не дистанціювалися від політики, вони відомі активною громадянською позицією. 13 лютого 2014 р. представники фанатських угруповань клубів усіх ліг української першості й аматорських клубів підписали маніфест про встановлення безстрокового перемир'я між українськими ультрас<sup>4</sup>, якого вони дотримуються дотепер.

---

<sup>4</sup> Офіційна заява всіх ультрас України з приводу останніх подій у країні 2014.  
URL: [http://1927.kiev.ua/news/view/7970?fb\\_action\\_ids=842749825742152&fb\\_action\\_types=og.likes&fb\\_source=other\\_multiline&action\\_object\\_map={%22842749825742152%22%3A1437562673146851}&action\\_type\\_map={%22842749825742152%22%3A%22og.likes%22}&action\\_ref\\_map](http://1927.kiev.ua/news/view/7970?fb_action_ids=842749825742152&fb_action_types=og.likes&fb_source=other_multiline&action_object_map={%22842749825742152%22%3A1437562673146851}&action_type_map={%22842749825742152%22%3A%22og.likes%22}&action_ref_map) (дата перегляду 13.02.2014).

Суспільно-політичні зрушення в Україні 2013–2014 рр. – національна Революція Гідності та російське вторгнення на Півдні й Сході України в 2014 р. – зумовили використання текстів фанатського фольклору: скандувань, гасел, пісень під час масових акцій за єдність держави. Фольклорні тексти фанатів вийшли за межі фанатської комунікативної спільноти й поширились у суспільстві як протестні гасла й пісні спротиву. Під час одного зі спільних маршів футбольних фанатів харківського «Металіста» та донецького «Шахтаря», 30 березня 2014 р. у Харкові, вперше було виконано, за словами українського письменника Юрія Андруховича, «найвидатніший, найефектніший, найефективніший український літературний твір цієї війни – дворядковий вірш *“Путін – ху\*ло”*»<sup>5</sup>. Обсценна фраза, яку заспівали українські футбольні фанати, є прикладом карнавалізації, яка дає змогу позбутися страху та злості через облаювання та висміювання того, що видається загрозливим і ненависним, перетворення його на комічне.

Суспільні події в Україні підважили стереотипи соціуму щодо футбольних фанатів як брутальних хуліганів, специфікою комунікації яких є словесна зневага й агресія. З початком російсько-української війни 2014 р. і повномасштабного вторгнення Росії в Україну в 2022 р. багато фанатів у військових лавах стало на захист вітчизни. Події останнього десятиліття дали змогу українцям по-іншому подивитись на фанатське середовище та побачити в ньому конструктивну силу.

Фанатський соціолект проник і поза межі свого звичного функціонування – в усному мовленні й інтернет-спілкуванні фанатів – і потрапив до текстів художнього стилю сучасних українських письменників, що свідчить про зацікавленість авторів субкультурою та соціолектом футбольних фанатів.

---

<sup>5</sup> Андрухович Ю. Путін легітимізував матюки серед найцотлівіших українців. URL: <http://bukvoid.com.ua/digest/2015/05/26/102455>.

**Юлія РАВЛЮК**

*аспірантка кафедри зарубіжної преси та інформації,  
факультет журналістики,  
Львівський національний університет імені Івана Франка,  
leia.ukrainka@gmail.com*

**ВІЗУАЛЬНА ДОКУМЕНТАЦІЯ РУЙНУВАНЬ  
ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОТИДІЇ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ  
(на прикладі матеріалу Reuters «Russia's invasion  
of Ukraine: Four years of devastation captured in photos»)**

*Висвітлено роль фотожурналістики в контексті протидії сучасним інформаційним загрозам та верифікації руйнувань внаслідок російсько-української війни на прикладі фотохроніки Reuters «Russia's invasion of Ukraine: Four years of devastation captured in photos». У тексті проаналізовано, як етичні стандарти та принципи невторчання в зображення перетворюють репортажну фотографію з ілюстративного контенту на легітимне джерело доказів. Розглянуто концепцію інформаційного безладу (information disorder) та механізми нейтралізації дезінформації через використання візуальних доказів руйнувань невійськової інфраструктури під час повномасштабної війни з РФ: зокрема, на прикладах кадрів із Північної Салтівки в Харкові та Костянтинівки. Доведено, що професійна фотожурналістика, заснована на принципах прозорості та технічної верифікації, є одним із ключових інструментів збереження історичної правди та репрезентації гуманітарних наслідків війни у глобальному медіапросторі.*

Повномасштабне вторгнення Росії в Україну 24 лютого 2022 року спричинило трансформацію ролі воєнної фотожурналістики в інформаційному просторі. В умовах перенасичення контентом зображення стає одночасно і об'єктом маніпуляцій, і головним засобом верифікації дійсності. Коли мова йде про висвітлення воєнних конфліктів, особливо вагомою є діяльність міжнародних медіаагенцій. Одним із репрезентативних прикладів хроніки, що демонструє динаміку руйнувань міст протягом чотирьох років повномасштабної війни з Росією, є фоторепортаж Reuters «Russia's invasion of Ukraine: Four years of devastation captured in photos».

Така документація не лише виконує функцію архіву, а й виступає інструментом для нейтралізації інформаційних загроз, забезпечуючи своєрідний «імунітет» аудиторії до спроб заперечення фактів терору, до яких вдається російська пропаганда. Завдяки редакційній політиці, що забороняє втручання у кадри перед публікацією, матеріал Reuters є прикладом того, як дотримання принципів об'єктивності дозволяє репортажній фотографії залишатися дійсним доказом подій.

Мета дослідження — визначити роль візуальної документації руйнувань у фоторепортажах Reuters як інструменту протидії дезінформації. Об'єктом дослідження є фотографії, опубліковані у матеріалі Reuters «Russia's invasion of Ukraine: Four years of devastation captured in photos», а предметом — функціональні особливості та етичні стандарти фотохроніки Reuters як засобу верифікації подій.

Дослідження ролі фотографії у висвітленні війни в Україні вимагає підходу, котрий поєднує теорію інформаційної безпеки та етику медіавиробництва. Фундаментом для аналізу кадрів, опублікованих у репортажі Reuters, є концепція інформаційного безладу (information disorder), яку розробили К. Вордл та Г. Дерахшан. Автори поділяють типи викривлень у медіа на *desinformation* (неправдива інформація, яку свідомо поширюють для завдання шкоди), *misinformation* (неправдива чи неточна інформація, яка є результатом поспіху чи неухважності та не має на меті свідомого завдання шкоди) та *malinformation* (правдива інформація, яку застосовують, щоби нашкодити: до прикладу, публікація приватного листування), та наголошують, що саме візуальний контент, попри його вразливість до маніпуляцій, має найвищий рівень емоційного впливу та довіри у аудиторії<sup>1</sup>. У такому контексті чотирирічна хроніка вибраних кадрів, що документують наслідки російського вторгнення, є важливим масивом даних, які можна верифікувати, — це спростовує спроби свідомого викривлення реальності.

Специфіка функціонування міжнародних агенцій у цифровому середовищі вимагає розуміння професійних стандартів, адаптованих до того, як аудиторія сприймає інформацію в інтернеті.

---

<sup>1</sup> Wardle C. Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking [Electronic resource] / C. Wardle, H. Derakhshan. — Strasbourg : Council of Europe, 2017. — 101 p.

Р. Сембрук зазначає, що в епоху соціальних мереж довіра до новин формується не лише через авторитет бренду, а й через прозорість методів збору інформації<sup>2</sup>. Для Reuters згадані стандарти передбачають суворе дотримання редакційної політики, яка, зокрема, забороняє будь-яке цифрове втручання у фотографію, яке може спотворити точність передачі зображеного<sup>3</sup>.

Особливим викликом для сучасної журналістики є утримання уваги глобальної спільноти до тривалого конфлікту. Н. Ньюмен у прогнозах Інституту Ройтерз на 2026 рік вказує на посилення явища «втоми від новин» (news fatigue) та зростання попиту на довгострокові візуальні формати, що дозволяють аудиторії бачити цілісну картину, а не фрагментарні оновлення [2]. Такий підхід сприяє формуванню прозорості в документуванні наслідків війни – зокрема, він відповідає глобальним цілям розбудови життєздатних суспільств (resilient societies) за визначенням ЮНЕСКО<sup>4</sup>.

Окрім цього, легітимізація фотографії як доказу базується на використанні технічних протоколів перевірки. Згідно з Verification Handbook від Європейського центру журналістики, кожен кадр, який документує надзвичайну ситуацію або воєнний злочин, має проходити етап верифікації метаданих та геолокації, що перетворює його з ілюстрації на вагомий аргумент у правовому полі<sup>5</sup>.

Одним із кадрів у хроніці Reuters, що репрезентує російські удари по цивільній інфраструктурі, є фото обгорілого будинку на

---

<sup>2</sup> Sambrook R. Delivering Trust: Impartiality and Objectivity in the Digital Age / Richard Sambrook ; Reuters Institute for the Study of Journalism. – Oxford : University of Oxford, 2012. – Режим доступу: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/delivering-trust-impartiality-and-objectivity-digital-age> (дата звернення: 15.04.2026)

<sup>3</sup> The Reuters Trust Principles / Thomson Reuters. – 2024. – Режим доступу: <https://www.thomsonreuters.com/en/about-us/trust-principles.html> (дата звернення: 15.04.2026)

<sup>4</sup> Inclusive and resilient societies: equality, sustainability and efficiency : UNESCO Report. – 2022. – 32 p. – Режим доступу: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000384351> (дата звернення: 17.04.2026).

<sup>5</sup> Verification Handbook: A definitive guide to verifying digital content for emergency coverage / ed. by C. Silverman. – European Journalism Centre, 2014. – Режим доступу: <https://datajournalism.com/read/handbook/verification-1> (дата звернення: 14.04.2026)

Північний Салтівці у Харкові, зроблене 17 липня 2022 року<sup>6</sup>. Це фото є одним із доказів, що заперечує російські заяви про начебто «удари тільки по воєнних цілях».

Ще одним прикладом фото, що водночас документує воєнні злочини та заперечує твердження російської пропаганди, – світлина від 28 листопада 2025 року, на якій український військовий стоїть на дзвіниці пошкодженої обстрілами РФ церкви із блакитними куполами у Костянтинівці<sup>7</sup>. Перевірка через візуальний пошук у Google показує, що на фото зображений Свято-Стрітенський храм Православної Церкви України – фіксація одного із численних пошкоджень православних святинь суперечить тезі російської пропаганди про «захист православ'я» та «священну війну».

Так само репрезентативними є фото, на яких видно руїни будівель – завдяки тому, що під кожним кадром зазначена дата й місце зйомки, їх можна верифікувати та скласти цілісну картину того, як росіяни руйнували той чи інший населений пункт, якими були пошкодження внаслідок боїв, а якщо мова про деокуповані території – як триває відновлення зруйнованої інфраструктури.

Таким чином, в умовах інформаційного безладу фоторепортаж Reuters є не тільки ілюстрацією подій, а й джерелом, завдяки якому можна верифікувати дійсність. Завдяки відмові від цифрових маніпуляцій хроніка стає архівом воєнних злочинів, здатним протидіяти російській дезінформації та потенційним засобом захисту історичної правди у майбутніх дослідженнях російсько-української війни.

---

<sup>6</sup> Russia's invasion of Ukraine: Four years of devastation captured in photos : Buildings destroyed by military strikes in northern Saltivka, Kharkiv, July 17, 2022 / Reuters ; photo by Nacho Doce. – 2026. – 23 Feb. – Режим доступу: <https://www.reuters.com/pictures/russias-invasion-ukraine-four-years-devastation-captured-photos-2026-02-23/VDJQUW2SZLFZCGD7Y4HXQITJQ> (дата звернення: 14.04.2026)

<sup>7</sup> Russia's invasion of Ukraine: Four years of devastation captured in photos : Drone view of a damaged church in Kostiantynivka, November 28, 2025 / Oleg Petrasiuk ; Press Service of the 24th King Danylo Separate Mechanized Brigade via Reuters. – 2026. – 23 Feb. – Режим доступу: <https://www.reuters.com/pictures/russias-invasion-ukraine-four-years-devastation-captured-photos-2026-02-23/HPF7TRD53VIWPGIPB2LUVJRRQ4> (дата звернення: 14.04.2026)

**Вікторія РОМАНЧУК**

доктор філософії, відповідальний секретар  
журналу «Універсум», Україна,  
viktoriya.romanchuk7@gmail.com

**Олег РОМАНЧУК**

кандидат філологічних наук, доцент кафедри української преси,  
факультет журналістики,  
Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна,  
universum.magazine@gmail.com

## **ПОСИЛИТИ БЕЗПЕКУ УКРАЇНИ: ВИКЛИКИ ДЛЯ ЖУРНАЛІСТИКИ**

7 лютого 2020 року напередодні Мюнхенської конференції з безпеки зі сторінок журналу «Універсуму» до Президента України звернулись дипломати, військові, науковці і письменники з пропозицією подати запит державному керівництву США щодо отримання Україною спеціального статусу основного союзника США – Major Non-NATO Ally (MNNA). На думку авторів звернення, яке передувала низка українських видань, це поставило б Україну на ступінь вище середньої класифікації країн, що не входять до НАТО, і дало б додаткового імпульсу оборонному, енергетичному та науковому потенціалу України.

2021 року в чаті «12th Annual US-Ukraine Security Dialogue» шеф-редактор «Універсуму» поставив запитання щодо перспектив отримання Україною статусу основного союзника США поза НАТО (MNNA). На нього відразу ж зреагував Вільям Тейлор (William B. Taylor – 6-й Надзвичайний і повноважний посол США в Україні, згодом тимчасовий повірений у справах США в Україні), відзначивши актуальність теми.

Того ж року, 10 березня, під час дискусії на Київському Безпековому форумі Вільям Тейлор заявив: «Ми можемо надати Україні статус основного, не натівського союзника. Нам для цього не потрібна згода інших країн. Україна мусить про це попросити, і США можуть надати такий статус».

Однак учасники форуму – американські та українські політики, дипломати, експерти і громадські діячі – прийшли до висновку, що передусім «членство України в НАТО зміцнить Пів-

нічноатлантичний Альянс, сприятиме історичному об'єднанню Європи і створить передумови для трансформації відносин з Росією».

8 вересня 2021 року, майже за шість місяців до початку широкомасштабної агресії росії, Верховна Рада відхилила проєкт постанови №5380 «Про Звернення Верховної Ради України до Конгресу Сполучених Штатів Америки щодо надання Україні двостороннього статусу основного союзника Сполучених Штатів Америки поза НАТО – Major Non-NATO Ally (MNNA)».

Можна припустити, що визначення України як основного союзника поза НАТО стало б не просто символічним кроком, а й стримало б Російську Федерацію від широкомасштабної агресії 24 лютого 2022 року.

Статус MNNA не є альтернативою членству в Альянсі та не гарантує колективної оборони, однак міг би мілітарно посилити Україну, поглибив би оборонну співпрацю, полегшив би доступ до американського озброєння та фінансування, підвищив би рівень стратегічного партнерства.

Держави, визначені головними союзниками, що не входять до НАТО, мають право на такі переваги (<https://nv.ua/ukr/ukraine/politics/rada-vidmovilasya-prositi-u-ssha-status-osnovnogo-soyuznika-poz-nato-novini-ukrajini-50181854.html>):

- вступ до спільних проєктів досліджень та розробок з Міністерством оборони на основі спільних витрат,
- участь у певних антитерористичних ініціативах,
- закупівля протитанкових патронів з виснаженим ураном,
- пріоритетне доставлення військового надлишку (від пайки до кораблів),
- володіння військовими резервними запасами обладнання, що належить Міністерству оборони, яке зберігається поза межами американських військових баз,
- позики обладнання та матеріалів для спільних досліджень та розробок та оцінок,
- дозвіл на використання американського фінансування для придбання або оренди певного оборонного обладнання
- взаємне навчання,
- прискорена експортна обробка космічної техніки,

- дозвіл корпораціям країни робити заявки на певні контракти Міністерства оборони на ремонт та обслуговування військової техніки за межами США.

2021 року тодішній міністр закордонних справ Дмитро Кулеба вважав, що намагання отримати статус основного союзника США поза НАТО може поламати стратегічну логіку держави. Не була прихильником ідеї статусу основного союзника поза НАТО для нашої країни і Оксана Маркарова, амбасадорка України в США. Тодішня віцепрем'єрка з питань європейської та євроатлантичної інтеграції Ольга Стефанішина також виступила проти звернення до Конгресу про надання Україні статусу основного союзника США поза НАТО.

Разом з тим, у впливовому американському аналітичному центрі (Center for European Policy Analysis – CEPA), що спеціалізується на зміцненні трансатлантичного альянсу, європейській безпеці, демократії та обороні, періодично виникають пропозиції надати Україні статус MNNA як тимчасовий захід перед вступом до НАТО.

«Немає ніяких проблем у тому, щоб мати особливі стосунки зі США і при цьому намагатися вступити до Альянсу, – вважає Сергій Джердж, голова Громадської ліги «Україна – НАТО», кандидат політичних наук. – Надання цього статусу означало б посилення політичної підтримки України. До того ж з'явилося б більше можливостей для військово-технічного співробітництва, постачання та продажу нам зброї зі Штатів. Для цього вже не потрібно було б окремих рішень Конгресу чи інших державних структур США. Та, з огляду на повномасштабну російсько-українську війну, ми навряд чи зможемо отримати такий статус найближчим часом. Зрештою, як і стати членом НАТО».

Справді малоімовірно, що Україна найближчим часом стане повноцінним членом Альянсу. 27 квітня 2026 року європейський комісар з питань оборони та космосу Андрюс Кубілюс заявив, що вступ України до НАТО наразі нереальний. Головною перешкодою є російсько-українська війна, а НАТО уникає прямого зіткнення з Москвою. Крім того, Києву треба провести повноцінні правові та антикорупційні реформи.

Кубілюс пропонує створити новий оборонний союз, який інтегрував би оборонні можливості України, Великої Британії,

Норвегії та країн-членів ЄС. А це, по суті, глобальний виклик агресорові.

На нашу думку, надавши перевагу рухові до НАТО, не ступивши вчасно на шлях до MNNA, Українська держава отримала низку складних і болючих проблем, які, певною мірою, доведеться розв'язувати і журналістиці – на політичному кону безпека держави.

**Евген СОЛОМІН**

кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,  
завідувач кафедри журналістики,  
ДВНЗ «Ужгородський національний університет», Україна  
[yevgen.solomin@uzhnu.edu.ua](mailto:yevgen.solomin@uzhnu.edu.ua)

## **НАЦІОНАЛЬНЕ ТЕЛЕМОВЛЕННЯ В УМОВАХ ПОВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ: СТІЙКІСТЬ І МОДЕЛІ ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ОНОВЛЕННЯ**

Подальші перспективи національної системи телемовлення доцільно розглядати крізь призму концепту стійкості, закріпленого в «Концепції забезпечення національної системи стійкості»<sup>1</sup>, враховувати досвід НАТО<sup>2</sup>, де стійкість визначена як одна з базових передумов колективної оборони та ЄС<sup>3</sup>, де концепт осмислюється як здатність суспільств і держав не лише протидіяти кризам, а й зберігати демократичні інституції, верховенство права, довіру, соціальну згуртованість і безперервність основних функцій. Для України, яка одночасно веде війну та реалізує курс на євроінтеграцію, це означає потребу адаптації відповідних підходів не лише у воєнно-безпековій, а й інформаційнокомунікаційній сферах. У такій оптиці телебачення має розглядатися як інструмент не тільки оперативного реагування, а й довготривалого зміцнення суспільної стійкості, підтримання національної ідентичності, розвитку довіри та утвердження європейських ціннісних орієнтирів.

Особливого значення в цьому процесі набуває телебачення як чинник консолідації української політичної нації. Умови війни засвідчили, що інклюзивна національна ідентичність, яка

---

<sup>1</sup> Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 20 серпня 2021 року «Про запровадження національної системи стійкості»: Указ Президента України від 27 верес. 2021 р. № 479/2021. *Офіційне інтернет-представництво Президента України*. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/4792021-40181> (дата звернення: 22.04.2026).

<sup>2</sup> Resilience Committee. *NATO*. URL: [https://www.nato.int/cps/en/natohq/topics\\_50093.htm?selectedLocale=en](https://www.nato.int/cps/en/natohq/topics_50093.htm?selectedLocale=en) (дата звернення: 22.04.2026).

<sup>3</sup> Joint declaration on EU-NATO cooperation by the president of the european council, the president of the European Commission, and the secretary general of the North Atlantic Treaty Organization (2023). *NATO*. URL: [https://www.nato.int/cps/en/natohq/official\\_texts\\_210549.htm?selectedLocale=en](https://www.nato.int/cps/en/natohq/official_texts_210549.htm?selectedLocale=en) (дата звернення: 22.04.2026).

враховує реальну різноманітність суспільства, є не лише культурною, а й безпековою категорією. Стійкість телебачення в умовах війни та повоєнної відбудови слід трактувати не як вузькотехнічну характеристику, а як складову ширшої системи національної безпеки, демократичного розвитку та суспільної консолідації. Це означає, що функціональне оновлення українського телемовлення має передбачати поєднання інфраструктурної надійності, змістової відповідальності, здатності до кризової комунікації та участі у формуванні інклюзивної національної ідентичності.

Теорії формування стійкості та українські практики масово-комунікаційної діяльності у період триваючої російсько-української війни дозволяють нам цей концепт розглядати у кількох вимірах: 1) інфраструктурної стійкості мовлення і дистрибуції контенту; 2) інформаційної стійкості до дезінформації й гібридних атак; 3) інституційної стійкості Суспільного мовника; 4) суспільної стійкості, де телебачення підтримує довіру, згуртованість і безперервність публічної комунікації.

Найвні практики, зокрема й європейські, функціонування медіасистеми в умовах тривалої екзистенційної війни, паралельних трансформацій телеіндустрії, формування суспільної стійкості не мають досвіду саме повоєнного відновлення телемовлення. В умовах сьогоденних реалій в Україні зберігається ризик регресу та часткового відновлення олігархічної моделі повоєнного телемовлення, адже війна не усунула структурних передумов політико-економічного впливу на медіа, до того ж вибудована в її умовах модель єдиної інформаційної політики так само не демонтується одночасно із настанням сталого миру. Проте з високою вірогідністю можна говорити про завершення періоду постколоніальної залежності в медіасфері та продовження повноцінної деколонізації українського національного інформаційного простору. Можна прогнозувати, що повоєнний розвиток телемовлення відбуватиметься щонайменше в межах трьох парадигм. Перша передбачає часткове відновлення олігархічної логіки функціонування медіа, за якої телевізійний актив знову розглядатиметься як ресурс політичного торгу, корпоративного самозахисту, електорального впливу та імітації змін. Друга – пов'язана із закріпленням телемовлення як сфери, що функціонує в межах нормативно визначених європейських вимог до прозорості, регуляторного нагляду, редакційної незалежності, конкуренції з

цифровими платформами та посиленого суспільного контролю. Третя – перехідний або гібридний формат, який у різний спосіб поєднуватиме специфічні риси двох описаних моделей. У цьому контексті повоєнна стійкість телеіндустрії має не лише засвідчити здатність протистояти відкату до попередніх моделей політичної та олігархічної залежності, а й забезпечити інституційне закріплення в медіапрактиках європейських принципів медіаплюралізму, редакційної незалежності, прозорості власності та сталого функціонування, покладених в основу ЕМФА<sup>4</sup> і програм ЄС<sup>5</sup> щодо відновлення українського медіасередовища.

У перспективі завершення війни по лінії фронту і (тимчасової) втрати територій та національного й регіонального інформаційного поля ключовим завданням стане відновлення телекомунікаційної системи, інфраструктури мовлення та подальше забезпечення стійкості суверенного медіапростору. Імовірно повернення України за результатами російсько-української війни до міжнародно визнаних кордонів актуалізує процеси комплексного відновлення суверенного медіапростору та його регіонального сегменту, що передбачає не стільки перепідключення передавачів з російського пропагандистського на українське національне й регіональне мовлення, а комплексну реінтеграцію деокупованого інформаційного простору.

---

<sup>4</sup> Regulation (EU) 2024/1083 of the European Parliament and of the Council of 11 April 2024 establishing a common framework for media services in the internal market and amending Directive 2010/13/EU (European Media Freedom Act) (Text with EEA relevance). (2024). Official Journal of the European Union, L, 2024/1083 [https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/1083/oj/eng?utm\\_source](https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/1083/oj/eng?utm_source)

<sup>5</sup> European Commission. Commission staff working document: Ukraine 2024 report. Accompanying the document Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: 2024 Communication on EU enlargement policy (SWD(2024) 699 final). EUR-Lex. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52024SCO699>

**Ярослав ТАБІНСЬКИЙ**

*асистент кафедри радіомовлення і телебачення,  
факультет журналістики,  
Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна,  
yaruslav.tabinskyi@lnu.edu.ua*

**ДОКУМЕНТУВАННЯ ЧУТЛИВИХ  
І ТАБУЙОВАНИХ ТЕМ ВІЙНИ  
(на прикладі візуального дослідження  
В'ячеслава Ратинського «Проект 206»)**

Під час висвітлення подій російсько-української війни документалісти фіксують один із найболючіших аспектів війни. Йдеться про загиблих солдатів, чії тіла залишаються на полі бою, на окупованих територіях чи на мінних полях. За даними українського уряду, понад 90 тисяч людей (військових і цивільних) вважаються зниклими внаслідок російсько-української війни<sup>1</sup>.

Табуйовані теми війни – це не лише «заборонені» питання, а й ті, де суспільство чи держава свідомо уникає глибокої дискусії. Найчастіше такі заборони існують для збереження соціальної єдності, задля національної безпеки та підтримки морального духу. Чутливими в емоційному контексті для висвітлення є процеси ексгумації та опізнання. Про це зазвичай прийнято мовчати, а медіа дуже зрідка можуть висвітлювати дотичні історії, які психологічно надто важкі для сприйняття.

Візуальний проєкт В'ячеслава Ратинського<sup>2</sup> «Проект 206» не лише документує смерть, а й показує її через матеріальні об'єкти (кістки, ґрунт, залізо), бо саме фізичний доказ стає найвищою цінністю. Назва проєкту символічна, адже у людському тілі 206 кісток, і саме з їх пошуку доводиться починати історію загиблого. «Проект 206» – це візуальне дослідження найбільш табуйованої теми: йдеться про смерть та ставлення українців до полеглих Захисників.

---

<sup>1</sup> У Реєстрі зниклих безвісти є дані про понад 90 тисяч людей – МВС. *Українформ*. 2026. 11 березня. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/4100583-u-reestri-zniklih-bezvisti-e-dani-pro-ponad-90-tisac-ludej-mvs.html> (дата звернення: 01.04.2026).

<sup>2</sup> Ратинський В. Instagram: сторінка. URL: <https://www.instagram.com/slavaratynski/> (дата звернення: 10.04.2026).

Будь-який кадр останків людини може сприйматися як порушення спокою померлих. Проте автор дотримується етичної дистанції та не знімає жахи, а фокусується на предметах, які є носіями ідентичності (наприклад, обгорілий і знищений український паспорт у руках пошуковця, продріявлений шолом неопізаного військового, кепка, череп, дерев'яні хрести в полі біля Краматорська). Фото В'ячеслава Ратинського насамперед показують процес повернення гідності, адже відкривають завісу для табуйованої й чутливої теми: що відбувається після того, як військовий зникає зі зведень.

За словами фоторепортера В'ячеслава Ратинського мета візуального проєкту: «показати процес повернення полеглих з поля бою крізь усі ланки: від замінованого лісу до чорного пакета, від рефрижератора до операційного столу судмедексперта чи ДНК-лабораторії, та врешті-решт до упокоєння в землі»<sup>3</sup>.

Певний час фотодокументаліст вивчає проблематику, спілкується зі знайомими волонтерами та військовими, дізнається про те, як на державному рівні регулюють ці процеси і хто відповідає за певний етап. Згодом знайомиться із командою пошуковців «Плацдарм» та волонтером Олексієм Юковим, а з часом документує їхню роботу і досліджує, як знаходять тіла, як їх потім ідентифікують та повертають рідним<sup>4</sup>. І хоча знімання в морзі не вдалося організувати, В'ячеслав Ратинський висвітлював сучасну ДНК-лабораторію у Дніпрі. Авторіві вдалося побувати ближче до фронту в той час, коли зі стабілізаційного пункту забирали тіло полеглого військового. Далі відбувався процес ідентифікації та відправлення в морг, а потім додому на Харківщину.

Фотодокументаліст не оминає й емоційну складову таких зйомок і переконаний, що загиблих фотографувати набагато простіше, аніж живих. Адже навіть у лісі, де були розкидані міні, емоційно проводити знімання простіше, ніж на прощанні родини із військовим. Коли команда пошуковців дослідила територію і можна було фотографувати, то увесь процес, за словами автора, нагадував таїнство, «коли вдалося забрати людину із забуття».

Щоразу відправною точкою для кожної історії пошуку є місце загибелі. Зазвичай це лінія фронту – теперішня (під вибухами та

---

<sup>3</sup> Ратинський, В. Проєкт 206. 8 Мікрогрантових проєктів фотографів UAPP. Від А до Я. 2026. С. 80–97.

<sup>4</sup> Там само

обстрілами), або ж колишня (на мінних полях). Кожен фрагмент або ж рештка загиблого стають ключем для ідентифікації<sup>5</sup>. Переважно це особисті речі, одяг, форма, жетони, кістки, зуби тощо. Згодом останки упаковують і транспортують до лабораторій для генетичного аналізу. Після підтвердження рідні отримують можливість поховати своїх близьких за звичаєм і віддати шану.

Теми смерті та зникнення під час російсько-української війни перебувають у категорії сакрального табу. Саме у межах «Проекту 206» В'ячеслава Ратинського цей процес відкривається через складне протистояння між суспільним запитом на героїзований образ війни та реальністю смерті та ідентифікації. Автор у своїх фото висвітлює роботу пошуковців та експертів, намагається вийти за межі сакрального канону та показати смерть, як реальну трагедію людини, а не лише статистичної одиниці. «Проект 206» доводить, що справжнє вшанування починається не з квітів і похоронних процесій, а з виснажливої, етично важкої праці антропологів і криміналістів.

---

<sup>5</sup> Ратинський В. Проект 206. *Reporters*. 2025. № 11. С. 116–123.

**Наталія ТОЛОЧКО**

кандидатка наук із соціальних комунікацій, доцентка,  
Ужгородський національний університет  
nataliia.tolochko@uzhnu.edu.ua

## ЕТИЧНІ АСПЕКТИ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВИЦЬ У ЗАКАРПАТСЬКИХ МЕДІА

Висвітлення діяльності жінок у війську є однією з найбільш актуальних і водночас складних тем в українських ЗМІ. Посилена увага до відповідної проблематики зумовлена збільшенням чисельності жінок у лавах ЗСУ: в березні 2026 р. вона сягнула 75 тисяч, що на 20 % більше, ніж у 2022 р.<sup>1</sup> Попри кількісне зростання, якісна присутність захисниць в інформаційному полі залишається недостатньою. Згідно з моніторингом ІМІ в 2025 р., частка згадок про жінок-військових у ЗМІ становить лише 5 %. Таке «недопредставлення у новинах зменшує доступ до ресурсів, суспільного визнання і кар'єрних можливостей для жінок, а також відтворює стереотипи та потенційно впливає як на вербування, так і на мотивацію»<sup>2</sup>. Відтак важливим є спростування упереджень про захисниць, формування їхніх образів та гендерних ролей із дотриманням професійних стандартів та етичних принципів<sup>3</sup>.

У сучасному науковому та медійному дискурсах спостерігається дефіцит досліджень, присвячених репрезентації військовослужбовиць саме в регіональному сегменті ЗМІ. У цьому контексті дослідження матеріалів про жінок-захисниць в онлайн-виданнях Закарпаття є *актуальним*, що підсилюється й безпековими викликами прикордоння. *Мета* цієї розвідки – проаналізувати етичні аспекти репрезентації образу військовослужбовиць у закарпатських онлайн-медіа, виявити потенційні ризики стигма-

<sup>1</sup> Денисяка О. У ЗСУ перебувають понад 75 тисяч жінок, і щороку їхня кількість зростає – Сирський. Hromadske. URL: <https://surl.li/vsiwhj> (дата звернення: 18.03.2026).

<sup>2</sup> Машкова Я. 70 тисяч у строю і лише 5% у стрічці новин. Чому українські медіа не помічають жінок-військових – моніторинг ІМІ. URL: <https://surl.li/yuaaik> (дата звернення: 1.04.2026).

<sup>3</sup> Тербус О. Л., Рожило М. А. Видимість військовослужбовиць в українських медіа: проблеми гендерної рівності, стереотипізації, етичного висвітлення. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2025. Том 36 (75) № 5. Частина 2. С. 326–330. DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.5.2/47>

тизації. Під час дослідження використано міждисциплінарний підхід. Основним застосованим методом є контент-аналіз регіональних онлайн-медіа. Емпіричні джерела відібрано методом пошуку за ключовими словами. Оглянуто масив публікацій з 2022 до 2026 рр. таких ЗМІ: «Mukachevo.net», «Varosh», «Голос Карпат».

Медіасегмент найзахіднішого регіону України характеризується переважно толерантним ставленням до військових і ветеранів, що підтверджено і в попередніх публікаціях із цієї тематики<sup>4-5</sup>. Журналісти нерідко інформують громадськість про програми соціальної підтримки, висвітлюють бойові звитяги, повідомляють про втрати. Такі публікації стосуються і чоловіків, і жінок, та розміщені на всіх проаналізованих сайтах. Утім, кількість матеріалів, що створені саме про військовослужбовців, є невеликою і відображає загальнонаціональну тенденцію до недопредставленості жінок. Наприклад, на сайті «Mukachevo.net» серед 285 матеріалів, оглянутих у результаті пошуку за ключовими словами «жінка-військова», всього 11 (4 %) – про захисниць. У медіа «Голос Карпат» показник вищий і становить, за нашими спостереженнями, 8 публікацій на 100 оглянутих (8 %). Варто зауважити, що більшість таких матеріалів є передруками з офіційних сайтів державних структур. Натомість якісний авторський контент та оригінальні історії про захисниць найчастіше з'являються на ресурсі «Varosh», що виділяє це медіа серед інших досліджуваних.

Проаналізовані публікації про жінок-військових можна об'єднати в такі проблемно-тематичні категорії: матеріали про бойові успіхи та професійну діяльність, історії захисниць, досвід бойових медиків, некрологи, інформаційні повідомлення про зміни в законодавстві та мобілізаційні процеси. Позитивна тенденція медіа «Varosh» і «Mukachevo.net» – акцент на локальній ідентичності, що повертає увагу жителів до таких матеріалів і може спри-

---

<sup>4</sup> Шаповалова Г. В., Шебештян Я. М., Толочко Н. В. Завдання регіональних медіа у формуванні інформаційної стійкості аудиторії під час війни: український досвід. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2023. Том 35 (74). № 6. С. 418–428. DOI: <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.6/64>

<sup>5</sup> Бідзіля, Ю., Толочко, Н. Медіаобраз ветерана війни в регіональному онлайн-дис-курсі: об'єктивність, упередженість та стандарти журналістики. Наукові записки інституту журналістики. 2025. 87(2), 175–189. <https://doi.org/10.17721/2522-1272.2025.87.14>

яти відчуттю патріотизму. Прикладами є публікації «Захисниці України. Історії закарпатських військовослужбовиць» (Varosh. 22.10.22), «Якщо жінка хоче стати військовою – її не зупинити» (Varosh. 11.04.25), в яких закарпатки розповідають про мотивацію служби в ЗСУ, діляться спостереженнями про труднощі на фронті та акцентують на ролі жінки в умовах війни. У матеріалі «Власниця «бойової собаки» Закарпатської бригади розповіла про службу свого улюбленця в ЗСУ» (Mukachevo.net. 22.03.22) образ військової розкривають крізь призму турботи про чотирилапого вихованця. Особливого підходу, ретельності, поваги до почуттів вимагають теми про поранення, психологічні травми. У матеріалі про Галину Зайцеву, яка 11,5 місяців пробула в полоні і повернулася на службу (Varosh. 20.06.25), помітно дотримання професійного балансу: використання непрямої мови для опису травматичного досвіду дозволяє уникнути надмірної емоційності (сенсаційності) та сфокусуватися на незламності героїні.

Загалом, публікації про військовослужбовиць у закарпатських онлайн-медіа мають об'єктивний та неупереджений стиль викладу, утім, спостерігаємо й емоційно забарвлені формулювання – частіше у клікбейтних заголовках. До прикладу, негативні асоціації, почуття страху можуть викликати такі публікації: «Ці жінки ПІД ПРИЦІЛОМ у першу чергу: мобілізація не робить «ВИЙНЯТКІВ» на тлі масштабних військових дій!» (Голос Карпат. 25.12.25), «Стало відомо, чи візьмуть на військовий облік безробітних жінок» (Голос Карпат. 28.10.22) та ін. Матеріали доповнюють, як правило, гіперболізованими ілюстраціями, створеними ШІ, що оцінюємо негативно. Зафіксовано також висловлювання, які сприймаються в певному контексті як ейджизм, стереотипи за гендерною ознакою: наприклад, реченням «40-річна Ірина Терехович, яка родом із Закарпаття, є командиркою...» починається матеріал про захисницю (Голос Карпат. 7.11.22), а в іншому заголовку є таке некоректне формулювання: «Військовий облік 2023: нові правила для жінок і студенток» (Голос Карпат. 25.01.23). У матеріалі про військовослужбовицю «Страх – це нормально [...]» (Mukachevo.net. 19.04.22) чергують фемінітиви з маскулінітивами «офіцер», «військовослужбовець», що деперсоналізує жінку в професійному середовищі. Подеколи спостерігаємо надмірну «романтизацію» образу: журналісти використовують формулювання «жіночий фронт Закарпаття» (Голос

Карпат), «як жінки наближають перемогу» (Varosh), «пішла в ЗСУ і стала командиркою розвідувального підрозділу» (Голос Карпат), «готовність воювати з рашистами нарівні з чоловіками» (Голос Карпат) та ін. Комісія з журналістської етики рекомендує медійникам використовувати «дзеркальний метод» і «перевіряти» висловлювання, описуючи протилежну статтю. Важливо також «не протиставляти жінок і чоловіків між собою, коли йдеться про виконання професійних обов'язків»<sup>6</sup>. Потрібно приділяти увагу професіоналізму, бойовому досвіду та особистим якостям військовослужбовиць.

Отже, аналіз матеріалів у закарпатських ЗМІ показав, що медіаобраз жінки-військової в окремих публікаціях не завжди збалансований. Часто це зумовлено прагненням привернути увагу клікбейтом, сенсаційністю, неухважністю до фемінітивів, використанням ейджистських маркерів, що в певних контекстах може знецінювати здобутки. Загалом частка публікацій про військовослужбовиць в аналізованих ЗМІ залишається низькою (4–8 %), і це свідчить про гендерний дисбаланс в регіональному медіадискурсі. Акцент на закарпатському походженні героїнь, висвітлення персональних історій через призму професіоналізму сприяють руйнуванню упереджень про «слабку статтю» та формують образ сучасної героїні. Етична репрезентація жінок-військових необхідна для формування об'єктивної громадської думки про захисниць, зміцнення престижу ЗСУ, а також для демократичного розвитку в умовах війни та післявоєнного відновлення.

---

<sup>6</sup> Саморегуляція українських медіа під час дії воєнного стану в Україні. З досвіду роботи Комісії з журналістської етики: Аналітично-довідковий збірник / За заг. ред. Л. Кузьменко, Л. Куц, М. Дворового, О. Погорелова. К.: Комісія з журналістської етики, 2022. 90 с. С. 52.

**Вікторія ШЕВЧЕНКО**

*доктор наук соціальних комунікацій, професор,  
зав. кафедрою онлайн-медіа,  
Навчально-науковий інститут журналістики,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна  
victoryshe@knu.ua*

## **ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЇ ОНЛАЙН-МЕДІА В УМОВАХ ВОЄННИХ КОНФЛІКТІВ ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ЗАГРОЗ**

*У контексті російсько-української війни українські онлайн-медіа досягли успіху в комунікації з міжнародною аудиторією, протидіючи дезінформації та кіберзагрозам. Стратегії включають англomовний контент, краудфандинг і партнерства. Українські онлайн-медіа відіграють критично важливу роль в інформаційній війні, забезпечуючи швидку та верифіковану інформацію, протидіючи дезінформації та ефективно комунікуючи з міжнародною спільнотою для мобілізації підтримки. Їхній досвід є цінним прикладом адаптації та успішної комунікації в умовах глобальних гібридних загроз.*

Стратегії онлайн-медіа в умовах воєнних конфліктів фокусуються на швидкому реагуванні, верифікації інформації та протидії дезінформації. Українські медіа адаптувалися до гібридних загроз. У контексті російсько-української війни, що триває з 2014 року та посилилася повномасштабним вторгненням 24 лютого 2022 року, українські онлайн-медіа трансформувалися з локальних у глобальні. Гібридна агресія проявляється як інформаційні загрози: дезінформація, кібератаки, пропаганда через соціальні мережі, маніпуляція наративами. За даними Інституту масової інформації (ІМІ), 95 % українських медіа зазнали кібератак у 2022–2025 рр., а російські ботоферми генерували понад 1 млн фейків щомісяця. Успішна комунікація з міжнародною аудиторією стала ключем до мобілізації підтримки: від зброї до санкцій<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Баркар Д. Стратегія стійкості. Як розвивались українські медіа в часи повномасштабної війни. *ІМІ*. 23.02.2026. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/strategiya-stijkosti-yak-rozvyvalys-ukrayinski-media-v-chasy-povnomasshtabnoyi-vijny> (дата звернення: 09.04.2026).

Ці стратегії поєднують мультимовність, цифрову стійкість, краудфандинг і стратегічні партнерства.

Мультимовність є інструментом глобального проникнення, англomовний контент стає в основі стратегії. Наприклад, український стартап без зовнішнього фінансування «Kyiv Independent», що почав виходити у листопаді 2021 р., досяг значного успіху: 1,2 млн фоловерів у Twitter/X (лідер серед українських ЗМІ станом на 2025), понад 15 тис. платних підписників на Patreon, \$1,5 млн зібрано через GoFundMe за перші два роки війни. Головна редакторка Ольга Руденко потрапила на обкладинку журналу «Time» (2022), видання виграло Pulitzer Prize за «контекстуальне висвітлення вторгнення». Розслідування про воєнні злочини (Буча, Маріуполь) цитуються NYT, Washington Post, BBC, формулюючи наративи для посадових осіб та міжнародної спільноти<sup>2</sup>. Інший приклад – випуск англійською мовою, що виходить з 2009р., «Української правди» розширив англomовну версію до 500 тисяч щомісяця у 2025 р.<sup>3</sup>. «Суспільне.media» входить до топ-5000 SimilarWeb глобально: має 92 % українського трафіку і 2 % – Польща, США, Німеччина, Канада завдяки live-стрімінгу військових операцій в Україні. Англomовний подкаст «Ukraine: The Latest» має 1 млн прослуховувань<sup>4</sup>.

Важливою стратегією онлайн медіа в умовах війни є цифрова стійкість і протидія інформаційним загрозам. Стандарти цифрової стійкості в ЄС визначаються Директивою DORA задля забезпечення операційної надійності фінансових установ і спрямовані на підвищення кібербезпеки, уніфікацію захисту даних. Медіа в умовах кібератак (DDoS, фішинг) впроваджують Cloudflare, VPN, децентралізовані сервери, посилюють кібербезпеку через системні атаки та загрози журналістам. «Детектор медіа» основою інформаційної стійкості вважає медіаграмотність<sup>5</sup>. Українські

---

<sup>2</sup> The Kyiv Independent: a Ukrainian media startup's unprecedented success during war. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=vuapcwkdXMM> (дата звернення: 09.04.2026).

<sup>3</sup> Там само.

<sup>4</sup> Аналіз сайту «Суспільне медіа» за 2025 рік. URL: <https://www.similarweb.com/website/suspilne.media/> (дата звернення: 09.04.2026)

<sup>5</sup> Семенюта І. Медіаграмотність як основа інформаційної стійкості. Чи стали українці більш обізнаними за роки великої війни. *Детектор медіа*. 8.05.2025. URL: <https://detector.media/infospace/article/240702/2025-05-08-mediagramotnist-yak-osnova-informatsiynoi-stiykosti-chy-staly-ukraintsi-bilsh-obiznanymy-za-roky-velykoi-viyny/>.

онлайн-медіа, особливо регіональні, потерпають від кібератак, але впроваджують саморегуляцію та мовні квоти.

Стратегічні партнерства та скоординовані колаборації українських медіа з іноземними посилюють довіру аудиторії. Спільна робота комунікаційників кількох медіа зближує свідків війни з іноземною аудиторією. Приміром, добровільна ініціатива українських комунікаційників PR Army, що об'єднує понад 500 українських комунікаційників з України та CNN, Al Jazeera, Reuters, поширює правду про війну, підтримує українську позицію через експертні оцінки та історії звичайних людей. Їх кампанія «Where Are Our People?» (2023), що задокументувала 19 тис. депортацій дітей призвела до резолюції ООН, «Disarm Russia» (2024) сприяла санкціям проти РФ (заморожено \$300 млрд активів). Чимало західних медіа передрукують українські історії, що сприяє формуванню образу України на міжнародній арені, адже це результат фахівців з інформаційної безпеки та пропагандистської боротьби. «Hromadske» через UkraineWorld.ua створює аналітику для think tanks (Atlantic Council, Chatham House), їх звіти про російську інформаційну війну цитують у Європарламенті. «Читомо» запустило англomовну платформу у 2022 р. з фокусом на культурному спротиві (книги, кіно), що дало можливість залучити 300 тис. іноземних читачів і партнерство з PEN America.

Онлайн-медіа впроваджують перевірку фактів для боротьби з фейками, особливо від російських ботоферм та наративів, що дає можливість підтримувати високий рівень стандартів. «Texty.org.ua» активно інтегрує штучний інтелект у фактчекінг для протидії російським фейкам про військові загрози, доповнюючи це англomовними дашбордами візуалізації втрат РФ. Для міжнародної аудиторії «Texty.org.ua» публікує інтерактивні дашборди, фіксуючи візуально підтвержені втрати РФ за методикою Огух: фото/відеодокази). «Detector Media» веде англomовний фактчекінг, співпрацюючи з EUvsDisinfo: розвінчано понад 500 кремлівських фейків, зокрема про «масштабні» атаки», «зброю в школах» тощо.

Таким чином, українські онлайн-медіа відіграють критично важливу роль в інформаційній війні, забезпечуючи швидку та верифіковану інформацію, протидіючи дезінформації та ефективно комунікуючи з міжнародною спільнотою для мобілізації підтримки. Їхній досвід є цінним прикладом адаптації та успішної комунікації в умовах глобальних гібридних загроз.

**Віталій ШКОЛЬНИЙ**

аспірант Навчально-наукового інституту журналістики,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна,  
shkolniy@ukr.net

**ТЕЛЕБАЧЕННЯ ВИХОДИТЬ ЗА МЕЖІ.  
ТЕЛЕКОНТЕНТ ЯК ОДИН ІЗ КЛЮЧОВИХ ТРЕНДІВ  
МЕДІАСПОЖИВАННЯ ПІД ЧАС  
ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ В УКРАЇНІ**

*Розглянуто трансформацію телебачення в умовах повномасштабної війни в Україні та обґрунтовано тезу, що телебачення не зникає, а змінює форму своєї присутності. Наголошено, що сучасне медіаспоживання вже не можна вимірювати лише через ефір, кабель, супутник чи ОТТ, оскільки телеконтент активно поширюється також через YouTube, Telegram, Facebook, TikTok та інші цифрові платформи. Особливу увагу приділено кросплатформності телевізійного контенту, його стратегічній ролі як середовища довіри й пояснення під час війни.*

З появою кольорового телебачення і його масовим поширенням у середні роки ХХ століття у США почали поставати питання про роль і місце нових ЗМІ. В одній із ключових робіт того часу «The age of television» (Епоха телебачення) Л. Богарт наводить серію емпіричних спостережень про падіння інтересу аудиторії до інших медіа. Зокрема, йшлося про скорочення читання книг. Популярним був умовивід про телебачення як «убивцю» книг і кіно<sup>1</sup>. Схожі твердження тепер звучать щодо самого телебачення як медіа й культурного явища. Соціальні мережі та месенджери витісняють із ринку лінійні телемедіа. У листопаді 2025 року більшість українців (62 %) називала Telegram основним джерелом інформації, свідчать результати дослідження Ipsos, які наводить «Інтерфакс-Україна»<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Bogart L. The age of television: a study of viewing habits and the impact of television on American life. New York : Frederick Ungar Publishing Co., 1956. p. 127 URL: <https://www.worldradiohistory.com/BOOKSHELF-ARH/Education/The-Age-of-Television-Bogart-1st-1956.pdf> (дата звернення: 21.04.2026).

<sup>2</sup> Соцмережа Телеграм очолює рейтинг джерел новин та інформації для українців – дослідження Ipsos. *Інтерфакс-Україна*. 04.01.2026. URL: <https://interfax.com.ua/news/telecom/1133581.html> (дата звернення: 21.04.2026).

Нове дослідження «Суспільного» про медіаспоживання-2025 говорить про те, що 63 % опитаних дивляться телебачення хоча б раз на тиждень. Йдеться про ефір, кабель, супутник чи ОТТ, тобто про традиційні контакти. У розвідці не розкрита взаємодія з телеконтентом через інші канали, зокрема соціальні мережі та месенджери. Можемо припустити, що відсоток глядачів об'єктивно є вищим, адже 72 % візуального контенту українці дивляться і слухають через смартфон<sup>3</sup>.

Сучасні вимірювання не враховують телевізійний контент, або припускаються методологічної помилки, фіксуючи лише ефір, кабель, супутник або ОТТ окремо від YouTube, Telegram, Facebook, TikTok чи інших видів перегляду через смартфон. Згаданий аналіз «Суспільного» розглядає медіаспоживання як уніфіковану систему, а не сукупність традиційного сигналу та цифрових платформ. Різні режими перегляду можуть дати різні аудиторні картини. Класичні телевимірювання не враховують кросплатформність поширення контенту, тому охоплення не відображає реальну ситуацію.

Телебачення змінило форму присутності, а не зникло. Воно виходить за межі телевізора як побутового приладу. Контент, згенерований телемедіа, тепер циркулює через велику систему пристроїв і платформ. Йдеться і про Smart TV, і про всі приєднані пристрої, смартфони, планшети та розумні годинники. К. Джонсон влучним чином сформулювала суть сучасної платформізації. Постачальники контенту, виробники пристроїв і програмних додатків змагаються за контроль доступу до телебачення та його майже столітнього досвіду<sup>4</sup>.

Зупинімося на тезі про історизм і досвід телебачення. Під час і гібридної війни, і повномасштабної агресії проти України телебачення зберігає стратегічну вагу як канал охоплення (хоча показники об'єктивно падають), але і як середовище довіри та пояснення. Воно інституційно організоване та врегульоване. У

---

<sup>3</sup> Данькова Н. Медійне меню українців. Що показує нове дослідження Суспільного про медіаспоживання-2025. *Detector Media*. 03.04.2026. URL: <https://detector.media/rinok/article/248814/2026-04-03-mediyne-menyu-ukraintsiv-shcho-pokazuie-nove-doslidzhennya-susplnogo-pro-mediaspozhyvannya-2025/> (дата звернення: 21.04.2026).

<sup>4</sup> Johnson C. The appisation of television: TV apps, discoverability and the software, device and platform ecologies of the internet era. *Critical Studies in Television: The International Journal of Television Studies*. 2020. Vol. 15, no. 2. P. 165-182 DOI: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1749602020911823> (дата звернення: 21.04.2026).

січні 2026 року державний регулятор Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення (Нацрада) опублікувала роз'яснення щодо обов'язкової реєстрації суб'єктів у галузі медіа, які мовлять без радіочастотного сигналу<sup>5</sup>.

Директива Нацради стосується розкриття власників медіа, які регулярно поширюють аудіовізуальний контент і мають редакційний контроль, тобто вплив на прийняття рішень. Таким чином, здійснено крок до впорядкування медіасередовища шляхом долучення до правового поля численних виробників контенту на платформах спільного доступу й соціальних мережах.

Група вчених на базі швейцарського Центру досліджень безпеки під проводом Л. Машмаєра прямо ставить під сумнів популярну тезу про те, що соцмережі та месенджери автоматично сильніші за телебачення. Погоджуємося, в аспектах поширення та переконання телебачення є сильнішим, а Telegram чи інші платформи його не витісняють, а використовують і поширюють контент телемедій<sup>6</sup>.

Сьогодні телебачення доцільно розуміти не тільки як цифровий канал чи домашній екран. Слід говорити про сукупність виробничих практик, форматів, брендів, режимів споживання і способів циркуляції аудіовізуального контенту. У цьому сенсі воно не померло, а переформатувалося у гібридну багатоплатформну систему<sup>7</sup>. Українська «аудиторія має запит на ґрунтовне, детальне, сфокусоване висвітлення з урахуванням різних аспектів чутливої журналістики, а також емоційно-психічного стану людей, які безпосередньо або опосередковано переживають певну трагічну подію і/або її наслідки», – підкреслює О. Гресько<sup>8</sup>.

---

<sup>5</sup> Реєстрації суб'єктів у сфері медіа, які мовлять без РЧС: роз'яснення Національної ради. *Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення*. 05.01.2026. URL: <https://webportal.nrada.gov.ua/reystratsiyi-sub-yektiv-u-sferi-media-yaki-movlyat-bez-rchs-roz-yasnennya-natsionalnoyi-rady/> (дата звернення: 21.04.2026).

<sup>6</sup> Maschmeyer L., Abrahams A., Pomerantsev P., Yermolenko V. Donetsk don't tell: 'hybrid war' in Ukraine and the politics of expertise. *European Journal of International Security*. 2023. Vol. 8, no. 2. P. 178-199. DOI: 10.1017/eis.2022.27. URL: <https://www.research-collection.ethz.ch/server/api/core/bitstreams/44aef302-5984-4f7a-86d2-c8aaade6cdo36/content> (дата звернення: 21.04.2026).

<sup>7</sup> Печеранський І. Стрімінгова революція у відеоіндустрії та аудіовізуальній культурі (до 20-річчя YouTube). *Питання культурології*. 2025. № 45. С. 164-180. DOI: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.45.2025.325044> (дата звернення: 21.04.2026).

<sup>8</sup> Гресько О. Політична комунікація і глобальні медіа в умовах високої конфліктності світу. *Філософія та політологія в контексті сучасної культури*. 2025. Т. 17, № 1. С. 181. DOI: <https://doi.org/10.15421/352523> (дата звернення: 21.04.2026).

Змінилися способи присутності телебачення у медійному середовищі й житті аудиторії. У період становлення і розвитку телебачення ототожнювали його із телевізором як побутовим пристроєм і ефірною сіткою мовлення (програмою). З поширенням соціальних мереж і зростанням продажів смартфонів і планшетів телемедіа, передусім, це аудіовізуальний контент, швидко доступний через ОТТ, відеоплатформи, соціальні мережі, месенджери та мобільні застосунки. У зв'язку з цим, сутність виробництва ТБ контенту змінюється, більше каналів дистрибуції. Український досвід повномасштабної війни особливо виразно засвідчує ці трансформації.

**ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ І НОВА  
ЕКОСИСТЕМА МЕДІА**

**ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND THE NEW  
MEDIA ECOSYSTEM**

**Emre DINÇER**

*PhD, Senior Lecturer,  
Adnan Menderes University,  
edincer@adu.edu.tr*

**Türkcan KARATOP**

*MA, MSc Candidate,  
Vilnius University Business School,  
turkcan.karatop@vm.stud.vu.lt*

**Gordana SERAFIMOVIC**

*PhD, Assistant Professor,  
University of Skopje,  
g.serafimovic@utms.edu.mk*

## **THE ASSESSMENT GAP IN THE AGE OF GENERATIVE AI: MEASURING THE UNMEASURABLE IN JOURNALISM EDUCATION – A SCOPING REVIEW**

### **1. INTRODUCTION**

Within three years of ChatGPT's public release, studies confirmed that the majority of journalism students regularly employ generative AI (GenAI) tools for story research, drafting, and source summarisation (Iowa State University, 2024). The pedagogical response has been urgent but fragmented – and has almost entirely overlooked assessment. Traditional journalism grading evaluates the product: grammatical correctness, inverted-pyramid structure, and source accuracy (Xia et al., 2024). When an algorithm generates that product in seconds, product-based assessment loses its diagnostic value entirely.

The field faces what we term an «Assessment Gap»: a structural absence of validated instruments for measuring the soft, process-oriented competencies that distinguish a thoughtful journalist-in-training from a prompt engineer – competencies such as algorithmic scepticism, ethical resistance, and student agency (Dodds et al., 2025). This paper presents the rationale and protocol for a scoping review designed to map this gap systematically.

## **2. THEORETICAL FRAMEWORK**

Assessment theory has long questioned product-based evaluation in professional education (Biggs and Tang, 2011). Xia et al. (2024) documented a global shift toward authentic and process-oriented assessment as educators struggled to distinguish student reasoning from algorithmic output – yet this work does not address journalism-specific competencies. Existing AI literacy scales are equally misaligned: a systematic review by Carolus et al. (2023) identified 28 partially validated instruments across educational domains, subsequently refined to 16 instruments meeting stricter psychometric criteria (Lintner, 2024) – none developed for journalism contexts and none measuring algorithmic scepticism or news judgment as distinct constructs. News judgment – the tacit professional knowledge of what constitutes a story – is a contextually sensitive capacity developed through practice and ethical reflection (Dodds et al., 2025). As Carlson (2015, p. 418) observed, «journalistic authority is not a static property but a relational accomplishment» that product-focused rubrics cannot capture.

Student agency in AI-mediated production presents a further theoretical challenge. The Human–AI Agency Rubric (SSRN, 2025) and multimodal portfolio frameworks (Frontiers in Education, 2026) offer promising operationalisations, but neither has been validated in journalism education, and neither addresses the longitudinal question: whether news judgment strengthens or atrophies under sustained GenAI use. No published study tracks this developmental trajectory.

## **3. SCOPING REVIEW**

A scoping review following PRISMA-ScR (Tricco et al., 2018) and the Arksey and O'Malley (2005) five-stage framework was conducted because the field is emergent and heterogeneous, precluding meta-analytic synthesis, and because the primary aim is mapping rather than effect-size pooling. The review addresses four questions: (1) How is the Assessment Gap conceptualised in GenAI and journalism education literature? (2) What instruments have been validated for assessing soft journalism competencies in GenAI contexts? (3) What theoretical frameworks underpin the product-to-process shift? (4) What longitudinal or agency-centred approaches have been proposed, and what voids remain?

Searches were conducted across Web of Science and Scopus as primary databases, supplemented by ERIC, Communication & Mass

Media Complete, JSTOR, ProQuest Dissertations & Theses, and Google Scholar (January 2022 – April 2026). The core string combined «assessment gap» / «process-oriented assessment» / «authentic assessment» with journalism/media education terms and GenAI terminology (ChatGPT, LLM). Snowballing and grey literature (UNESCO, Reuters Institute, SPJ reports) supplemented database searches. Two researchers screened independently; Cohen's Kappa was reported. Thematic synthesis followed Braun and Clarke (2006). Following full-text review, 12 sources were included in the final corpus. These sources were charted for construct definitions, instrument types, assessment dimensions, validation status, and journalism-specificity. A systematic review by Carolus et al. (2023) identified 28 partially validated AI literacy instruments across domains; a subsequent analysis by Lintner (2024) narrowed this to 16 scales meeting stricter psychometric criteria. Neither set includes any instrument validated for journalism education contexts.

#### **4. CONTRIBUTIONS AND IMPLICATIONS**

The review produced three contributions. First, a working taxonomy of assessment approaches in GenAI-mediated journalism education – providing shared vocabulary for subsequent empirical work. Second, a structured inventory of existing instruments to directly inform the design of Situational Judgment Tests (SJTs) for simulating editorial decision-making environments (Hartley et al., 2023). Third, by documenting the absence of longitudinal data on news-judgment development under GenAI conditions, it makes the empirical case for multi-semester cohort studies. As Dodds et al. (2025) argue, the AI turn in journalism challenges the democratic legitimacy of the profession itself. Assessment reform is accordingly not a peripheral concern but a condition of journalism education's continued social authority.

#### **5. CONCLUSION**

The Assessment Gap is a structural fault in professional journalism preparation. Product-based assessment cannot distinguish a student's reasoning from an algorithm's probabilistic text generation. Process-oriented alternatives exist conceptually but lack validation. Longitudinal studies are entirely absent. The scoping review presented here – drawing on 12 sources across Scopus, Web of Science, and five supplementary databases – constitutes the first systematic attempt to map this gap within journalism education, providing both

an account of what is known and a rigorous agenda for what remains to be learned. Journalism educators are currently assessing the most professionally critical competencies of the GenAI era with instruments designed for a world that no longer exists.

## REFERENCES

- Arksey, H. and O'Malley, L. (2005), 'Scoping studies: towards a methodological framework', *International Journal of Social Research Methodology*, 8(1), pp. 19–32.
- Biggs, J. and Tang, C. (2011), *Teaching for Quality Learning at University*. 4th edn. Maidenhead: Open University Press.
- Braun, V. and Clarke, V. (2006), 'Using thematic analysis in psychology', *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), pp. 77–101.
- Carlson, M. (2015), 'The robotic reporter', *Digital Journalism*, 3(3), pp. 416–431.
- Carolus, A. et al. (2023), 'A systematic review of AI literacy scales', *npj Science of Learning*, 9(1). <https://doi.org/10.1038/s41539-024-00264-4>
- Dodds, T. et al. (2025), 'The AI turn in journalism'. University of Wisconsin–Madison: *Political and Media Lab*. Available at: <https://ptml.sjmc.wisc.edu> (Accessed: 12 April 2026).
- Frontiers in Education (2026), 'More than words: a multimodal analysis portfolio', *Frontiers in Education*, 11. <https://doi.org/10.3389/educ.2026.1778081>
- Hartley, J. et al. (2023), 'Situational judgment tests in professional education', *Assessment & Evaluation in Higher Education*, 48(4), pp. 512–527.
- Iowa State University (2024), Preparing future journalists in the age of generative artificial intelligence. Available at: <https://dr.lib.iastate.edu> (Accessed: 10 April 2026).
- Kong, S-C. et al. (2021), 'AI literacy: Definition, teaching, evaluation and ethical issues', *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*, 58(1), pp. 504–509.
- Lintner, T. (2024), 'A systematic review of artificial intelligence literacy scales', *npj Science of Learning*, 9(1). <https://doi.org/10.1038/s41539-024-00264-4>
- SSRN (2025), The Human–AI Agency Rubric. Available at: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=6408618](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=6408618) (Accessed: 13 April 2026).
- Tricco, A. C. et al. (2018), 'PRISMA Extension for Scoping Reviews (PRISMA-ScR)', *Annals of Internal Medicine*, 169(7), pp. 467–473.
- Xia, Q. et al. (2024), 'Mapping the landscape: Generative AI in higher education assessment 2020–2024 – a scoping review'. Available at: <https://www.researchgate.net/publication/399359553> (Accessed: 10 April 2026).

**Владислав БЛОЗЕРОВ**

*асистент, аспірант кафедри нових медій,  
факультет журналістики,*

*Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна*

## **ВІДЕОІГРИ ЯК ФОРМА СТОРИТЕЛІНГУ В ПРОПАГАНДІ: НОВА ПЛОЩИНА МЕДІАСИСТЕМИ**

*Відеоігри як формат поширення повідомлень розвиваються й здобувають прихильність все більшої кількості користувачів. Російська пропаганда не може пройти повз такий інструмент впливу на молодшу аудиторію, тому намагається створити ігри, що матимуть змогу впливати як на внутрішню аудиторію, так і підтримувати потрібний РФ імідж за кордоном.*

Сьогодні користувач отримує інформацію в різноманітних форматах: новинні статті, повідомлення від друзів, короткі відео-ролики, фільми, книги, подкасти та багато іншого. Одним із популярних<sup>1</sup> форматів для молодшого покоління є відеоігри. Вони пройшли шлях від дитячої розваги до повноцінної форми мистецтва<sup>2</sup>. Як і будь-яке мистецтво, вони мають містити в собі ціннісні повідомлення (але лише у випадку, коли гра створюється як самостійний продукт, а не копія чогось). І використання такого популярного формату поширення інформації в пропаганді мало стати лише питанням часу.

Пропаганда в іграх існує у різних формах та кількостях, оскільки будь-яка деталь гри (сам процес, історія всередині, ігрові механіки, задачі, вороги та союзники й тому подібне) може бути використана задля передачі певного повідомлення своїй аудиторії. Так, згідно з дослідженням 2016 року близько 21% ігор<sup>3</sup> визначали росіян головними антагоністами, де вони зайняли друге місце після категорії “люди”.

---

<sup>1</sup> Duarte F. How many gamers are there? (new 2026 statistics). *Exploding Topics*. URL: <https://explodingtopics.com/blog/number-of-gamers> (date of access: 21.04.2026).

<sup>2</sup> Perspectives on video games as art. *Purdue e-Pubs*. URL: <https://docs.lib.purdue.edu/clcweb/vol19/iss4/1/> (date of access: 21.04.2026).

<sup>3</sup> Valeriano B., Habel P. Which country is the most frequent enemy in violent video games?. *The Washington Post*. URL: [https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2016/04/21/do-video-games-change-how-we-think-about-our-enemies-we-investigated/?utm\\_term=.e9b5786ae08d](https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2016/04/21/do-video-games-change-how-we-think-about-our-enemies-we-investigated/?utm_term=.e9b5786ae08d) (date of access: 21.04.2026).

Проте саме росіяни активно використовують відеоігри за- для поширення державної пропаганди. Ігри різних категорій та напрямків часто спонсоруються саме з державного бюджету РФ. Деякі ігри, розроблені росіянами просто використовують персонажів слов'янського фольклору, але оскільки гра маркується як російська, то це лише підживлює панславістські ідеї та міф про Росію, як про старшого брата (Black Book, Deathless, The Hero Quest). Інші ж напряму взаємодіють з російським міфом про реальність, популяризуючи його погляд на історичні події. Так, наприклад, гра "Смута" отримала пряме фінансування від російського Інституту розвитку інтернету (заснована в 2014 пропагандистська організація, спонсорована державою) й вийшла в 2024 році. У тому ж році на російському форумі "Армия-2024" була анонсована<sup>4</sup> гра "Squad 22:ZOV", де гравець може взяти участь у подіях російсько-української війни на боці росіян. Найцікавішим фактом є те, що гру рекомендувало Міноборони РФ, а сама гра поширюється безкоштовно, що (окрім незчисленних штампів всередині) наштовхує на думку про пропагандистський інструмент. В той же час гра Atomic Hearts, що просуває радянський міф та його естетику, жартує про російське вторгнення в Україну 2022 року, розроблена на гроші GEM Capital, компанії, заснованої росіянами на гроші з російської нафти. Окрім цієї гри, компанія інвестує й в ряд інших розробників, проте вони застосовують і більш м'який підхід. Вони допомагають у поширенні різноманітних (в тому числі російських) ігор, що дозволяє збільшувати їхній медійний капітал (сюди можна віднести Owlcat Games, Saber Interactive), що дозволяє все більшій кількості росіян посідати високі позиції в ігровій справі. До того ж, у разі успішності проекту велика кількість популярних новинних ресурсів, що пишуть про ігри, буде дедалі збільшувати популярність російських студій.

Невідомо, наскільки ефективним виявиться такий спосіб поширювати пропаганду. Можливо, результат з'явиться лише після довготривалого впливу, за умови, що російські відеоігри отримають популярність та займуть культурну нішу, як це зробила російська література чи балет. Поки що ігри не надто

---

<sup>4</sup> Nightingale E. «Official» Russian Military game depicting invasion of Ukraine released on Steam as Yunarmy propaganda. *Eurogamer.net*. URL: <https://www.eurogamer.net/official-russian-military-game-depicting-invasion-of-ukraine-released-on-steam-as-yunarmy-propaganda> (date of access: 21.04.2026).

добре виконують специфічні пропагандистські задачі (рекрутинг, конкретне повідомлення, переписування реальності). Це може бути ілюстровано комерційною невдачею гри Dustborn, що була профінансована<sup>5</sup> на гроші програми ЄС Creative Union та мала на меті підтримку європейських цінностей. Проте вони цілком можуть використовуватися задля пасивного впливу, як до цього використовувалося інше мистецтво. Ігри можуть маркувати простір як належний до певної країни, поширювати її впізнаваність та популяризувати так звану “атмосферу” або ж aesthetics<sup>6</sup>. Хоч така ціль не завжди є свідомою, проте вона виконує свою роль, стаючи важелем культурної дипломатії. До цього списку можна віднести Clair Obscur Expedition 33 (Франція), S.T.A.L.K.E.R. 2 : Heart of Chornobyl (Україна), Atomic Hearts (РФ з експлуатацією образу країни-спадкоємки СРСР). Таким чином, ігри вже є невіддільною частиною великої картини медіасистеми, проте повноту їхньої ефективності (оскільки потенціал вже розглядається різними країнами) як інструменту пропаганди ще залишається визначити.

---

<sup>5</sup> Dustborn. *Home - Culture and Creativity*. URL: <https://culture.ec.europa.eu/creative-europe/projects/search/details/612346-CREA-1-2019-1-NO-MED-DEVVG> (date of access: 21.04.2026).

<sup>6</sup> Cultural aesthetic impact → term. *Fashion* → *Sustainability Directory*. URL: <https://fashion.sustainability-directory.com/term/cultural-aesthetic-impact/> (date of access: 21.04.2026).

**Наталія ВОЙТОВИЧ**

*кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,  
доцентка кафедри теорії і практики журналістики,  
факультет журналістики,*

*Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна*

**ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ:  
ЕТИЧНІ ВИКЛИКИ ТА ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ**

У сучасному суспільстві надзвичайно стрімко розвиваються цифрові технології. Перші технічні підключення до глобальної мережі Інтернет в Україні з'явилися на початку 1990-х років, але для широких верств населення вільний доступ почав формуватися лише на початку 2000-х років. За кілька десятиліть Інтернет став не лише середовищем для отримання інформації, а й каналом комунікації, навчання, соціальної взаємодії та громадської активності. Інтернет відкрив доступ до глобальних інформаційних ресурсів. Це дало змогу оперативно обмінюватися даними, формувати нові соціальні зв'язки через соціальні мережі, брати участь у суспільних процесах незалежно від того, де ти перебуваєш територіально. Але поряд із численними перевагами цифровий простір створює і серйозні виклики. Зараз ми усе частіше говоримо про інформаційне перевантаження, поширення недостовірної (фейкової) інформації, кіберзагрози, маніпулятивний контент тощо. Саме тому сучасна людина дедалі більше потребує не лише технічного доступу до мережі, а й сформованих навичок критичного сприйняття інформації та безпечної поведінки в онлайн-середовищі.

Сьогодні перед нами постає новий виклик – розвиток і поширення технологій штучного інтелекту (ШІ). ШІ дедалі активніше інтегрується у повсякденне життя людини, у сферу освіти, медицини, бізнесу, державного управління, журналістики. Разом із новими можливостями його використання породжує низку етичних і правових проблем, пов'язаних із достовірністю створеного контенту, захистом персональних даних, авторським правом тощо.

Україна нарівні з іншими країнами Європейського Союзу та США працює над формуванням і впровадженням законодавчого регулювання у сфері штучного інтелекту. За словами дослідника

А. Рудниченка, Європейський Союз першим у світі ухвалив комплексний акт про штучний інтелект, який визначає основні правила його використання. США, на відміну від ЄС, наразі не мають єдиного закону щодо ШІ, тому застосовують секторальний підхід, коли окремі штати та сфери діяльності самостійно визначають підходи до його регулювання. В Україні «у грудні 2020 року Кабінет Міністрів затвердив «Концепцію розвитку штучного інтелекту в Україні», в якій викладено основні принципи та цілі політики у сфері ШІ (з акцентом на права людини, верховенство права та інноваційний розвиток). Цим документом було визначено, що ШІ має розвиватися таким чином, щоб підтримувати демократичні цінності та довіру громадськості. На основі цього Україна почала адаптувати деякі існуючі закони до реалій ШІ. Зокрема, у кінці 2022 році були внесені поправки до Закону України «Про авторське право і суміжні права», ключовою новелою стало запровадження поняття неоригінальних об'єктів, створених за допомогою комп'ютерних алгоритмів, надавши їм особливу форму захисту – право «*sui generis*», для захисту майнових прав автора таких творів на 25 років. За цим режимом твори, створені ШІ за запитом користувача (наприклад, текст або зображення, створені ШІ), можуть бути законно використані фізичною або юридичною особою, яка створила об'єкт ШІ або володіє правами на програмне забезпечення – відповідна особа отримує майнові права на такий твір з можливістю їх захисту»<sup>1</sup>.

У сфері освіти та науки використання технологій ШІ набуло окремої уваги. Адже цифрові інструменти дедалі частіше застосовуються під час навчання, написання наукових робіт, підготовки аналітичних матеріалів та досліджень. «Поява генеративного ШІ (такого, як ChatGPT) створила нові виклики для академічної доброчесності. Боротьба за академічну доброчесність перейшла в

---

<sup>1</sup> Рудниченко А.Ю. Актуальні питання правового регулювання штучного інтелекту в ЄС, Україні та США. *Аналітично-порівняльне правознавство*. 2025. Вип. 1, № 4. С. 426. URL: <https://doi.org/10.24144/2788-6018.2025.04.1.65>

нову площину – окрім традиційного плагіату, тепер викладачам доводиться виявляти автогенеровані ШІ тексти»<sup>2</sup>.

Врахувавши усі переваги та ризики технологій ШІ, Міністерство освіти і науки України спільно з Міністерством цифрової трансформації України та експертами розробило «Рекомендації щодо відповідального впровадження та використання технологій штучного інтелекту в закладах вищої освіти». У документі йдеться про прозоре застосування ШІ, перевірку достовірності згенерованої інформації, дотримання етичних принципів та принципів академічної доброчесності. «Принципи етичного й відповідального використання систем ШІ у вищій освіті ґрунтуються на семи керівних принципах етики для надійного ШІ, розроблених у 2019 році незалежною експертною групою AI HLEG, призначеною Європейською комісією»<sup>3</sup>. До цих семи принципів належать: контроль з боку людини; технічна надійність і безпека; конфіденційність і управління даними; прозорість; різноманітність, недискримінація і справедливість; суспільний та екологічний добробут; підзвітність.

Важливим кроком у вдосконаленні правового регулювання освітньої та наукової діяльності в Україні стало ухвалення 18 грудня 2025 року Верховною Радою України Закону № 4742-IX «Про академічну доброчесність». Документ набрав чинності 1 лютого 2026 року, а повністю вводиться в дію з 31 липня 2026 року. Цей Закон проголошує базові цінності академічної доброчесності, визначає її принципи та правила, встановлює правові й організаційні механізми забезпечення, а також окреслює види порушень і заходи реагування на них. Особливо актуальним є те, що ухвалення цього нормативного акта враховує сучасні виклики цифровізації, зокрема активне використання технологій штучного інтелекту під час навчальної та наукової діяльності.

У 2025 році заступник міністра цифрової трансформації з питань розвитку ІТ Олександр Борняков зазначив, що «сучасна

---

<sup>2</sup> Академічна доброчесність у еру ШІ | Розділ 3. Етичні аспекти використання ШІ у сфері освіти | Застосування штучного інтелекту у сфері П(ІТ)О Навчальна Програма | Profosvita. *Profosvita*. URL: [https://profosvita.online/courses/course-v1:Profosvita+CM-R042-OEP+2025/courseware/cf537a87f29c45d3ba401b3e098a2e03/bd4cd4dbb58bc41a28afc5fa275d078a2/3?activate\\_block\\_id=block-v1:Profosvita+CM-R042-OEP+2025+type@vertical+block@e91f1b89ddcd40b3ae80c6f9e67ec356](https://profosvita.online/courses/course-v1:Profosvita+CM-R042-OEP+2025/courseware/cf537a87f29c45d3ba401b3e098a2e03/bd4cd4dbb58bc41a28afc5fa275d078a2/3?activate_block_id=block-v1:Profosvita+CM-R042-OEP+2025+type@vertical+block@e91f1b89ddcd40b3ae80c6f9e67ec356) (дата звернення: 26.04.2026).

<sup>3</sup> Рекомендації щодо відповідального впровадження та використання технологій штучного інтелекту в закладах вищої освіти. Квітень, 2025.

освіта неможлива без штучного інтелекту. Заклади вищої освіти повинні адаптуватися до сучасних освітніх трендів і впроваджувати найкращі світові практики у сфері ШІ, щоб зберігати конкурентоспроможність, робити нові наукові прориви та готувати сильних спеціалістів»<sup>4</sup>.

Справді, використання ШІ у сучасному світі стало невід'ємною частиною багатьох суспільних процесів. Проте разом із новими можливостями такі технології породжують і низку викликів, що вимагають чіткого дотримання етичних норм, академічної доброчесності та законодавчих вимог. Важливо не уникати використання ШІ, а навчитися застосовувати його відповідально. Тоді штучний інтелект стане корисним інструментом суспільного розвитку.

---

<sup>4</sup> Штучний інтелект у закладах вищої освіти: рекомендації для викладачів, студентів і працівників ЗВО. *Міністерство освіти і науки*. URL: [http://mon.gov.ua/news/shtuchnyi-intelekt-u-zakladakh-vyshchoi-osvity-rekomendatsii-dlia-vykladachiv-studentiv-i-pratsivnykiv-zvo?\\_\\_cf\\_chl\\_tk=Evw.dTVCTbYv.efYTRbTsqNlF6ltSRwJZfpLc59pN58-1776208759-1.0.1.1-ZF1PJ3qQmZhtwrHSS5duKQ21TJcaWL6T8FGMZ8koLs4](http://mon.gov.ua/news/shtuchnyi-intelekt-u-zakladakh-vyshchoi-osvity-rekomendatsii-dlia-vykladachiv-studentiv-i-pratsivnykiv-zvo?__cf_chl_tk=Evw.dTVCTbYv.efYTRbTsqNlF6ltSRwJZfpLc59pN58-1776208759-1.0.1.1-ZF1PJ3qQmZhtwrHSS5duKQ21TJcaWL6T8FGMZ8koLs4).

**Гліб ГАВРИЛОВ***лаборант кафедри нових медіа,**Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна,**e-mail: gavriloencoop@gmail.com*

## **НІШЕВІ ЕКОЛОГІЧНІ МЕДІА ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ СВІДОМОСТІ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ТА УКРАЇНСЬКОГО ДОСВІДУ**

*Проаналізовано нішеві екологічні медіа як інструмент формування екологічної свідомості аудиторії. Здійснено порівняльний аналіз європейських і українських медіа, що спеціалізуються на висвітленні екологічної проблематики, зокрема Carbon Brief, Danwatch, EcoPolitic та Екодія. Методологічну основу дослідження становить якісний контент-аналіз публікацій із використанням порівняльної кодової схеми, що охоплює тематичні, дискурсивні та комунікативні параметри. У результаті дослідження виявлено, що європейські нішеві медіа реалізують переважно когнітивно-аналітичну модель впливу, спрямовану на формування раціонального розуміння екологічних процесів і критичного мислення аудиторії. Натомість українські медіа функціонують у межах емоційно-мобілізаційної моделі, що зосереджується на актуалізації екологічних проблем, зокрема в контексті воєнних викликів, та стимулює суспільну активність. Зроблено висновок про наявність відмінностей у комунікативних підходах до формування екологічної свідомості, а також окреслено тенденції до поступової трансформації українських медіа у напрямі посилення аналітичного компоненту.*

У сучасному інформаційному суспільстві медіа відіграють ключову роль не лише у поширенні інформації, а й у формуванні ціннісних орієнтацій та світогляду аудиторії. Одним із важливих напрямів такого впливу є формування екологічної свідомості, що набуває особливої актуальності в умовах глобальних кліматичних змін, екологічних криз та трансформацій енергетичних систем. У цьому контексті зростає значення нішевих медіа, які спеціалізу-

ються на висвітленні екологічної проблематики та забезпечують більш глибоке й системне її осмислення.

*Нішеві екологічні медіа, як інструмент формування екологічної свідомості*

Екологічна свідомість у контексті нішевих медіа є комплексним явищем, що включає когнітивний (знання про екологічні процеси), ціннісний (усвідомлення важливості довкілля) та поведінковий (готовність до екологічно відповідальних дій) компоненти<sup>1</sup>. Відповідно, нішеві медіа впливають на аудиторію через механізми інформування, інтерпретації та критичного осмислення щодо наявних проблем.

Для порівняння європейського та українського підходів до екологічної журналістики, в межах дослідження було розроблено кодову схему, яка включає 12 параметрів. Це дозволяє комплексно дослідити як тематичні, так і дискурсивні відмінності.

<b>Параметр</b>	<b>Європейські медіа (Carbon Brief, Danwatch)</b>	<b>Українські медіа (Екополітика, Екодія)</b>
<b>Тип матеріалу</b>	Аналітика, пояснювальні	Новини, менше – аналітика
<b>Тематика</b>	Кліматична політика, енергетичний перехід, глобальні процеси	Локальні проблеми, відновлення, екоактивізм
<b>Географія</b>	Глобальний	Національний, локальний
<b>Джерела</b>	Науковці, дослідницькі центри	Активісти, НГО, держоргани
<b>Тип даних</b>	Статистика, аналітика	Експертні коментарі
<b>Формат</b>	Data journalism, інфографіка, лонгріди	Текст, менше – інфографіка
<b>Дискурсивна рамка</b>	Пояснювальна, аналітична	Проблемно-кризова, адвокаційна

<sup>1</sup> Куць Н. (2020), “Екологічна свідомість українців і довкілля. Аналітичний документ” [онлайн], *Екологія право людини*, [Дата звернення: 20.03.2026]. Режим доступу: <https://epl.org.ua/eco-analytics/ekologichna-svidomist-ukrayintsiv-dovkillya/#modal-popup-document>

Параметр	Європейські медіа (Carbon Brief, Danwatch)	Українські медіа (Екополітика, Екодія)
<b>Наратив</b>	Причини-наслідки-рішення	Проблема-реакція
<b>Тональність</b>	Нейтральна, аналітична	Критична, тривожна
<b>Актори</b>	Уряди, міжнародні організації	Держава, активісти
<b>Рішення</b>	Системні	Локальні, реакції на події
<b>Рівень складності</b>	Високий (аналітичний)	Змішаний

### *Європейська модель: когнітивно-аналітичний вплив*

Аналіз публікацій медіа *Carbon Brief* та *Danwatch* свідчить про домінування когнітивно-аналітичної моделі формування екологічної свідомості.

Матеріали *Carbon Brief* характеризуються використанням наукових джерел, статистичних даних та елементів data-журналістики<sup>2 3 4</sup>. Вони спрямовані на формування глибокого розуміння кліматичних процесів та державних політик щодо екології. У межах кодової схеми такі публікації демонструють високий рівень складності, орієнтацію на системні рішення та чітку логіку викладу «причини — наслідки — рішення». Це сприяє формуванню когнітивного компонента екологічної свідомості, а також розвитку критичного мислення аудиторії.

Водночас *Danwatch* реалізує викривальний підхід, зосереджуючись на дослідженні впливу діяльності корпорацій на до-

<sup>2</sup> McSweeney, R., Tandon, A. (2024), "Mapped: How climate change affects extreme weather around the world" [онлайн], *Carbon Brief*, [Дата звернення: 18.03.2026]. Режим доступу: <https://interactive.carbonbrief.org/attribution-studies/index.html>

<sup>3</sup> Tandon, A. (2026), "Limiting global warming to 2C would not 'rule out' extreme impacts" [онлайн], *Carbon Brief*, [Дата звернення: 18.03.2026]. Режим доступу: <https://www.carbonbrief.org/limiting-global-warming-to-2c-would-not-rule-out-extreme-impacts/>

<sup>4</sup> Gabbatiss, J. (2026), "Analysis: CO2 from UK data centres could be 'hundreds of times' higher than thought" [онлайн], *Carbon Brief*, [Дата звернення: 18.03.2026]. Режим доступу: <https://www.carbonbrief.org/analysis-co2-from-uk-data-centres-could-be-hundreds-of-times-higher-than-thought/>

вкільля<sup>5</sup>. Використання документальних джерел і розслідувальних методів дозволяє формувати критичне ставлення до екологічних порушень і відповідальності бізнесу<sup>6</sup> 7.

### *Українська модель: емоційно-мобілізаційний вплив*

Аналіз матеріалів *Екополітики* та *Екодії* дозволяє виокремити іншу модель формування екологічної свідомості, яка має переважно емоційно-мобілізаційний характер.

Публікації *Екополітики* здебільшого мають новинний характер і фокусуються на актуальних подіях, пов'язаних із забрудненням довкілля, енергетичними кризами та наслідками воєнних дій<sup>8</sup>. У межах кодової схеми вони демонструють проблемно-кризовий дискурс і локальний рівень висвітлення<sup>9</sup> 10 11. Такий підхід сприяє підвищенню обізнаності аудиторії, проте формує екологічну свідомість переважно через реакцію на події, тобто постфактум.

<sup>5</sup> Kattrup, J. (2024), "Hidden CO2 emissions: Your pension money is polluting the planet more than you are told" [онлайн], *Danwatch*, [Дата звернення: 19.03.2026]. Режим доступу: <https://danwatch.dk/en/hidden-co2-emissions-your-pension-money-is-polluting-the-planet-more-than-you-are-told/>

<sup>6</sup> Glistrup, M. (2025), "Documents reveal massive upgrades to Russian nuclear warheads storage facility" [онлайн], *Danwatch*, [Дата звернення: 19.03.2026]. Режим доступу: <https://danwatch.dk/en/documents-reveal-massive-upgrades-to-russian-nuclear-warheads-storage-facility/>

<sup>7</sup> Kattrup, J. (2023), "Green principles for sale": PensionDanmark invests in new coal mines" [онлайн], *Danwatch*, [Дата звернення: 19.03.2026]. Режим доступу: <https://danwatch.dk/en/green-principles-for-sale-pensiondanmark-invests-in-new-coal-mines/>

<sup>8</sup> Велика, Г. (2026), "ОВД: як в Україні замість інструменту для захисту довкілля створили корупційну годівничку для чиновників" [онлайн], *Екополітика*, [Дата звернення: 20.03.2026]. Режим доступу: <https://ecopolitic.com.ua/ua/news/ovd-yak-v-ukraini-zamist-instrumentu-dlya-zahistu-dovkillya-stvorili-korupcijnu-godivnichku-dlya-činovnikiv/>

<sup>9</sup> Белоусова, К. (2023), "Війна поставила Куяльницький лиман та його відомий курорт під загрозу зникнення" [онлайн], *Екополітика*, [Дата звернення: 20.03.2026]. Режим доступу: <https://ecopolitic.com.ua/ua/news/vijna-postavila-kuyalnickij-liman-ta-jogo-vidomij-kurort-pid-zagrozu-zniknennya/>

<sup>10</sup> Белоусова, К. (2023), "Зруйновані підприємства та відкладена екомодернізація: як війна вплинула на забруднювачів України" [онлайн], *Екополітика*, [Дата звернення: 21.03.2026]. Режим доступу: <https://ecopolitic.com.ua/ua/news/zrujnovani-pidприємства-ta-vidkladena-ekomodernizacija-yak-vijna-vplivula-na-zabrudnjuvachiv-ukraini/>

<sup>11</sup> Семенова, М. (2026), "В Україні вигоріло майже 94 тис. га екосистем з початку року. Загибло вже троє людей" [онлайн], *Екополітика*, [Дата звернення: 15.03.2026]. <https://ecopolitic.com.ua/ua/news/v-ukraini-vigorilo-majzhe-94-tis-ga-ekosistem-z-pochatku-roku-zaginulo-vzhe-troie-ljudej/>

Матеріали *Екодії* поєднують пояснювальні елементи з адвокаційними практиками. Вони не лише інформують про екологічні проблеми, а й закликають до конкретних дій, зокрема у контексті «зеленої» відбудови України<sup>12 13 14 15</sup>.

Водночас українські медіа апелюють через емоційний вплив, паралельно актуалізуючи проблеми і стимулюючи громадську активність.

У результаті проведеного дослідження встановлено, що нішеві екологічні медіа є важливим та чи не єдиним інструментом формування екологічної свідомості, а редакційна діяльність таких медіа скерована на збереження та захист довкілля, однак характер цього впливу та підходи суттєво відрізняються в європейському та українському медіапросторах.

Отримані результати свідчать, нішеві екологічні медіа в Європі та Україні виконують спільну функцію формування екологічної свідомості, однак реалізують її через різні комунікативні моделі: когнітивно-аналітичну — у європейському контексті та емоційно-мобілізаційну — в українському. Це визначає специфіку їхнього впливу на аудиторію та окреслює перспективи подальшого розвитку екологічної журналістики, задаючи фундаментальні тенденції розвитку екологічного порядку денного на найближчі роки.

---

<sup>12</sup> *Екодія* (2025), “Як війна впливає на клімат: нові підрахунки за чотири роки повномасштабного вторгнення” [онлайн], [Дата звернення: 26.03.2026]. Режим доступу: <https://ecoaction.org.ua/vijna-klimat-pidrakhunky-4roky-povnomassh-vtorh.html>

<sup>13</sup> Корягіна А., Шпак Є. (2026), “Чотири роки війни проти довкілля: що показують дані моніторингу” [онлайн], *Екодія*, [Дата звернення: 23.03.2026]. Режим доступу: <https://ecoaction.org.ua/4roky-vijny-shcho-pokaz-dani-monitorynhu.html>

<sup>14</sup> *Екодія* (2025), “Не лише вугільні регіони: Екодія закликає поширити справедливую трансформацію на всі промислові міста” [онлайн], [Дата звернення: 27.03.2026]. Режим доступу: <https://ecoaction.org.ua/ekodia-zaklykaie-transition-prom-mista.html>

<sup>15</sup> *Екодія* (2025), “Екодія представила інструменти моніторингу шкоди довкіллю на міжнародному семінарі” [онлайн], [Дата звернення: 26.03.2026]. Режим доступу: <https://ecoaction.org.ua/ekodia-predstavyla-instr-monitorynhu-shkody-dovkilliu.html>

**Юліана ЛАВРИШ**

*кандидат наук із соціальних комунікацій,  
доцентка кафедри нових медій,  
факультет журналістики,*

*Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна,  
yulianaloverysh@gmail.com*

## **НОВІ МЕДІА В УКРАЇНІ ЯК ПЛАТФОРМИ ТВОРЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ПАМ'ЯТІ**

У 2022 році, коли Російська Федерація розпочала повномасштабне вторгнення в Україну, ЗМК зіткнулися з реаліями традиційної війни. Агресія ворога стала безпрецедентним викликом для українського суспільства, але ще більшою мірою — для ЗМІ, не лише на фронті, а й у самому інформаційному просторі. Світ повільно оговтувався від інформаційних викликів пандемії COVID-19, а до цього додалася повномасштабна війна з використанням традиційних методів у сучасному цифровому світі. Навіть під час локдауну через COVID-19 традиційні ЗМІ зіткнулися з викликом переходу в цифровий простір. З огляду на умови повномасштабної війни в Україні, це було неминуче. Відбувався активний процес міграції інформаційних ресурсів в онлайн. За статистикою, майже мільйон користувачів завантажили додаток Telegram протягом місяця після 24 лютого 2022 року. Сьогодні 88 % українців користуються цим месенджером, а 50 % – Facebook. Наразі месенджери та соціальні мережі для українців – це новини, попередження про ракети, що наближаються до регіону, та збори волонтерів. Структури новин у соціальних мережах демонструють щоденні зміни тем, форматів та стилю матеріалів українських онлайн-ЗМІ в умовах воєнного стану. Саме тому вони потребують глибокого вивчення та всебічного аналізу. Розуміння таких трансформацій допоможе виявити нові виклики та тенденції в роботі ЗМІ під час повномасштабної війни, а також проаналізувати тенденції, перспективи та тренди, яких слід очікувати у цифровій журналістиці.

З огляду на трансформацію нових медіа, ми зосередилися на можливостях створення проєктів соціальної пам'яті. Загалом, якщо окреслити типи пам'яті, то можемо розподілити на такі: генетична, ментальна, соціальна. Соціальна пам'ять – це комплекс

заходів, який спрямований на поширення пам'яті про життя того чи іншого суспільства. Соціальна пам'ять ґрунтується на значенні великих груп (націй) чи малих (родини, культурних груп)<sup>1</sup>. Зважаючи на обставини жорстокої війни в Україні, де за останні чотири роки загинуло багато військових і цивільних осіб, важливо зрозуміти, як зберегти пам'ять про кожне втрачене життя. Адже життя громадян є не лише частиною суспільства, а й новітньої історії, яку ми передаємо майбутнім поколінням. З 2014 року, а особливо з 2022 року, в Україні з'явилася значна кількість проєктів цифрової журналістики, спрямованих на збереження пам'яті про Революцію гідності в Києві, початок анексії Криму та повномасштабне вторгнення. До речі, технології віртуальної та доповненої реальності, а також штучний інтелект дуже допомагають у реалізації таких проєктів. У своїй публікації «Пам'ять і чутливість у медіа: медійники про межу між інформуванням і сенсацією та емпатію без травматизації» Олеся Котубей-Геруцька наводить думки українських журналістів, які прагнуть фіксувати історії українських Захисників і Захисниць. «Медіа повинні зберігати пам'ять про важливі події, що відбулися в минулому – вчора, позавчора, минулого тижня. Ставте запитання: як розвивалися події? Як люди справлялися зі смертю своїх близьких, як вони повертаються до життя? Де вони живуть, оскільки їхні домівки були зруйновані? Чи отримали вони допомогу та підтримку? Які результати розслідування, чи є шанс, що ця трагічна подія стане частиною доказової бази в міжнародних судах? Деякі ЗМІ це роблять, але дуже мало», – зазначив український медіаексперт Отар Довженко<sup>2</sup>. Власне, оця пам'ять про наших полеглих Героїв лягає в основу духовної культури, яка є невід'ємною складовою соціальної пам'яті. Складові духовної культури: мова, нематеріальне знання (знання про минуле), соціальні норми та звичаї, технологічні вміння. Центральним поняттям є «пам'ять звичок». Саме крізь призму цієї «пам'яті звичок», тобто тілесної пам'яті, нам пропонується дослідити, як пам'ять інтерналізується, стаючи ос-

---

<sup>1</sup> Коннергон Пол. Як суспільства пам'ятають / Пер. з англ. С. Шліпченко. — К: Ніка-Центр, 2004. С. 10.

<sup>2</sup> Котубей-Геруцька Олеся. Пам'ять і чутливість у медіа: медійники про межу між інформуванням і сенсацією та емпатію без травматизації // <https://suspilne.media/culture/887531-pamat-i-cutlivist-u-media-medijniki-pro-mezu-miz-informuvannam-i-sensacieu-ta-empatiu-bez-travmatizacii/> (дата звернення: 29.04.2026).

новою соціально-культурно-політичного несвідомого<sup>3</sup>. Сьогодні маємо у суспільстві величезну кількість звичаїв, прописаних новими викликами часу: хвилина мовчання, похоронна церемонія та прощання із Воїнами, свічка у вікні. Функціонування ритуалу як засобу передачі цінностей, спільних для всіх членів групи, та як засобу зменшення внутрішніх суперечностей. З цієї точки зору ритуал демонструє, як формуються соціальна стабільність і рівновага. Простір онлайну дедалі більше захоплює нас новими можливостями. Сьогодні ми можемо комунікувати з друзями у різних куточках світу, проходити лабіринтами галактик і незвіданих світів, працювати у нових мультимедійних форматах. Окрім того, що Мережа дає нам чимало можливостей, вона представляє собою і широкі горизонти викликів, і ці виклики мають зазвичай філософсько-психологічно-етичний вимір. Інтернет-журналістика видозмінює традиційні жанри старих і витворює простір для нових і нових нових медій. Зрештою, цифрова журналістика дозволяє нам по-новому пам'ятати. Важливо згадати такі проекти: «Рік», «20 днів у Маріуполі», «Зима, що нас змінила». Сьогодні цю документалістику можна переглянути на стримінгових платформах, Youtube-каналах. Також маємо проекти «Жінки на війні» Христини Парубій, «Меморіал. Платформа пам'яті», «Свідок», де фіксуються конкретні історії новітніх Героїв та Героїнь, просто цивільних українців, які переживали повномасштабне вторнення. Важливо наголосити, що трансляторами соціальної пам'яті є соціальні мережі. Наприклад, в соціальній мережі Інстаграм можна натрапити на проекти блогерів, які зберігають та передають українські звичаї, традиції, історію: @ukrainianstriy, @women\_of\_freedom\_ua, @krapka.krapka, @norna.etno, @honchar.museum. Також змінилася тематика тревел-блогінгу. Блогінг про подорожі під час війни зазнав змін: він перетворився з розважального контенту на документальну журналістику, яка висвітлює повсякденне життя українців, питання безпеки та можливості для подорожей у воєнний час. Блогери зосереджуються на тому, щоб показувати реальне життя, надавати інформацію щодо безпеки та піднімати моральний дух, а також створювати контент, який дозволяє людям відволіктися від своїх турбот.

---

<sup>3</sup> Коннертон Пол. Як суспільства пам'ятають / Пер. з англ. С. Шліпченко. — К: Ніка-Центр, 2004. С. 25.

Тому інструментарій цифрової журналістики дає мультимедійні можливості у збереженні та передачі соціальної пам'яті. За допомогою новітніх технологій можна запам'ятати історії Воїнів та цивільних українців, а також доступно та інтерактивно передавати пам'ять про українську культуру, звичаї, традиції наступним поколінням.

**Юрій МЕЛЬНИК**

*кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,  
доцент кафедри зарубіжної преси та інформації,  
факультет журналістики,  
Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна,  
iurii.melnyk@lnu.edu.ua*

### **ІІІ-ПРОПАГАНДА ПРО УКРАЇНУ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ КАМПАНІЇ ФІДЕС НА ВИБОРАХ 2026 року В УГОРЩИНІ**

Вибори в Угорщині 2026 року знакові не лише з точки зору безпрецедентної уваги з боку міжнародної спільноти, залучення закордонного політичного ресурсу та рекордної явки (майже 79%), а й з точки зору нестандартної інформаційної стратегії правлячого уряду. Партія Фідес обрала обличчям своєї передвиборчої кампанії не прем'єр-міністра Орбана (його образ використовували дуже обмежено), а його антагоністів: українського президента Зеленського, лідера опозиції Петера Мадяра та президентку Єврокомісії Урсулу фон дер Ляен. Головною пропагандистською ставкою було консолідувати прихильників перед небезпекою із Брюсселя та Києва, які, відповідно до риторики Орбана, намагаються втягнути Угорщину у війну. Не в останню чергу вибір такої стратегії можна пов'язувати з тим, що Фідес приїхали допомагати кремлівські політтехнологи<sup>1</sup>.

Партія Орбана активно застосовувала згенеровані ІІІ фото та відео, які показують названих вище “ворогів Угорщини” у відповідному світлі (Енн Еплбаум навіть сказала про “першу у світі кампанію пост-реальності”). Яскравим прикладом експлуатації страху перед війною є згенерований ІІІ передвиборчий відеоролик, поширений у соціальних мережах та на телебаченні: дівчинка зі сльозами на обличчі запитує маму про свого батька, а його розстрілюють на війні. У фіналі цієї сцени – меседж: “Поки що це лише кошмар, але Брюссель готується втілити його у реаль-

<sup>1</sup> Panyi S. Putin's GRU-linked election fixers are already in Budapest to help Orbán. *VSquare*. 2026. March 6. URL: <https://bit.ly/4vSbGbh> (date of access: 25.04.2026).

<sup>2</sup> Applebaum A. The first post-reality political campaign. *The Atlantic*. 2026. March 27. URL: <https://bit.ly/4vSyiZ5> (date of access: 25.04.2026).

ність. Фідес – надійний вибір”<sup>3</sup>. У цьому ж ключі зроблені інші передвиборчі ролики Фідес: угорці веселяться та п’ють пиво, раптом – війна, стрілянина, кров на обличчі, численні труни під угорськими прапорами<sup>4</sup>; Або такий сюжет: Урсула фон дер Ляєн, дивлячись у нічне дощове вікно, дає вказівку Петеру Мадяру відправити гроші в Україну<sup>5</sup>.

Прикладом несюжетної політичної реклами Фідес є відеоролик, на якому на фоні динамічного відеоряду відтворено емоційні слова Орбана: “Брюссель, [партія] Тиса та Україна змовляються проти угорського народу. Саме тому ми не повинні допустити формування проукраїнського уряду в Угорщині!”. Або ж відеоролик, у якому слова Орбана звучать на фоні зловісного обличчя Зеленського крупним планом, європейських чиновників та Петера Мадяра: “Україна зацікавлена у тому, щоб посяяти хаос в Угорщині. Бажано хаос такого роду, ціну якого платитимуть звичайні люди, щоб це могло сприяти створенню проукраїнського уряду, який служитиме їхнім інтересам. Питання в тому, як Україна може сприяти зміні уряду в Угорщині. Саме про це думають у Києві і діють відповідно. Ми знаємо, що вони фінансують партію Тиса. Це задокументовано і добре відомо. Якщо нафта не надходить з України, а угорський уряд не зможе забезпечити енергопостачання країни доступною нафтою, ціни на паливо зростуть до 1000 форинтів/л, а також різко зростуть витрати на комунальні послуги”<sup>6</sup>.

Кілька прикладів білбордів Фідес із використанням образу Зеленського дають уявлення про стилістику їхньої кампанії (майже усі вони згенеровані ШІ):

---

<sup>3</sup> Dowell S. Orbán turns to AI war horror video as 16-year rule unravels [OPINION]. *TVP World*. 2026. Feb 20. URL: <https://bit.ly/3OJSIrW> (date of access: 25.04.2026).

<sup>4</sup> Orbán egy MI-videóban kampányol koporsókkal és véres magyar katonákkal az ukrán uniós csatlakozás ellen. *HVG*. 2026. Június 16. URL: <https://bit.ly/3P2q6F5> (date of access: 25.04.2026).

<sup>5</sup> Orbán campaigns with AI video: Von der Leyen «gives orders» in Hungarian to Péter Magyar in a fictional scene. *Daily News*. 2026. Feb 4. URL: <https://bit.ly/3P2EUUnd> (date of access: 25.04.2026).

<sup>6</sup> Капнік О. Орбан накинувся на Зеленського і опублікував скандальне відео: деталі. *TCH*. 2026. 20 лют. URL: <https://bit.ly/499OVHb> (дата звернення: 25.04.2026).

- Під злісно усміхненим обличчям українського президента на постерах – заклики: “Не дайте Зеленському сміятися останнім”<sup>7</sup>;

- Заплаканий Зеленський поїдає червоний суп. Під ним – підпис: “Пам’ятай! Унгвар [Ужгород] – угорське місто. Борщ – угорська страва”;

- Зеленський, Мадяр та фон дер Ляєн висипають угорські фонтини в золотий унітаз. Меседж: “Вони підвищують податки та витрачають ваші гроші на українські золоті злитки”;

- Усміхнений Зеленський простягає руку. У цьому жесті вгадується очікування, що туди покладуть гроші. По боках від Зеленського – фон дер Ляєн та Манфред Вебер із суворими обличчями, які вказують на простягнуту руку Зеленського, вимагаючи подачки. Під ними – заклик: “Даймо знати Брюсселю: ми не будемо платити!”;

- Цього разу Зеленський попереду, фон дер Ляєн – за ним, Вебер – ще далі. Написи: “Голосування щодо вступу України в ЄС. Не даймо їм вирішувати за нашими спинами!”;

- Урсула фон дер Ляєн, Володимир Зеленський, Петер Мадяр та угорський экс-начальник Генерального штабу Ромулус Русін-Сенді (останнього зобразили у камуфляжі, з українським прапором на рукаві). Над усіма чотирма – напис “Разом за війну”;

- Зеленський і Мадяр вилуплюються з двох яєць, у кожного в руці – український прапор. Над ними напис: “Як два яйця”. Біля Зеленського написано “Зеленський”, біля Мадяра – “угорський Зеленський”.

Без української теми не обходяться і цифрові банери у соцмережах Фідес. Один із банерів поділений навпіл: згори – Мадяр, Зеленський, фон дер Ляєн, Вебер та інші у синьо-жовтих кольорах, поряд із ними – проукраїнські плакати та символи; внизу – мітинг в кольорах угорського прапора. Меседж: “Їм: Україна і Брюссель, нам: Угорщина! Покажімо ї в кабінках для голосування, що нас більше!”.

Банери у соцмережах у день виборів: суворі фон дер Ляєн та Вебер, зловтішний Зеленський, напис: “Вони заберуть твої гроші в Україну! Сьогодні ми можемо їх зупинити! Голосуй за Фідес!”; “[Партія] Тиса відправила б гроші угорців в Україну. Лише Фідес

<sup>7</sup> Kelly P. Election posters plaster Budapest – but Orban is nowhere to be seen. *The Irish Times*. 2026. Mar 31. URL: <https://bit.ly/4czrE2o> (date of access: 25.04.2026).

гарантує, що гроші угорців збагачуватимуть не Україну, а Угорщину!"; "Люди Зеленського мобілізуються! Захистімо мир та безпеку Угорщини! ГОЛОСУЙ ЗА ФІДЕС!"; Зеленський поряд із Мадяром, меседж: "Не допустімо, щоб сформувався проукраїнський уряд, адже це зруйнувало б країну! Іди й ти голосувати! Тільки Фідес – надійний вибір!".

На мітингах Орбан відкрито називає Україну "нашим ворогом"<sup>8</sup>, чого зазвичай уникає робити навіть Путін. Зокрема, 15 березня пройшов Марш миру зі слоганом "Ми не будемо українською колонією"<sup>9</sup>. На акції був транспарант: "Петер Мадяр за Україну". Промова Орбана на мітингу "Патріоти за Європу" у березні 2026 року: "...Ми всі знаємо, що брюссельські ліві хочуть пришвидшити вступ України до ЄС. Цього не може статися! Це призведе до війни в Європейському Союзі. Це буде зрадою європейських фермерів та європейського народу. Членство України покладе нестерпний фінансовий тягар на плечі держав-членів. Ситуація вже жахлива: ЄС навіть не має достатньо грошей для себе, проте він бере позики на сотні мільярдів єврів заради України, тим самим втягуючи держави-члени у боргову спіраль"<sup>10</sup>.

Під час одного з мітингів Орбан вчоргове заговорив про те, що Україна надає фінансову та політичну підтримку угорській опозиції, намагаючись встановити дружній до України уряд у Будапешті. Ці коментарі викликали негативну реакцію частини НАТО, яка відповіла свистом та глузуванням. У відповідь Орбан сказав: "Ви можете свистіти звідти, дорогі прихильники Тиси. Ви проштовхуєте українські інтереси замість того, щоб бути з угорцями. Ви хочете проукраїнський уряд, і ви хочете відправити угорські гроші Україні"<sup>11</sup>.

Слід зауважити, що уряд Орбана був далеким від контролю над інформаційним ландшафтом країни. 24 лютого 2026 року в Будапешті відбувся марш солідарності. Учасники несли банер "Путін вбиває дітей" та вигукували лозунги на зразок "Росіяни,

<sup>8</sup> Hetzmann M. Ukraine is Hungary's enemy, says PM Orbán at campaign-style rally. *Daily News*. 2026. Feb 8. URL: <https://bit.ly/4cyExKe> (date of access: 25.04.2026).

<sup>9</sup> Szántó-Nagy B. „Nem leszünk ukrán gyarmat” felirat mögött vonul majd a Békemenet. *Telex*. 2026. március 15. URL: <https://bit.ly/4u35vzk> (date of access: 25.04.2026).

<sup>10</sup> Speech by prime minister Viktor Orbán at a Patriots for Europe rally. *Viktor Orbán*. 2026. Mar 23. URL: <https://bit.ly/4tFYbdq> (date of access: 25.04.2026).

<sup>11</sup> Anwer A. Orbán loses his cool as crowd boos him over Ukraine. *TVP World*. 2026. Mar 28. URL: <https://bit.ly/4sWrmYe> (date of access: 25.04.2026).

йдіть додому!” або “Зупиніть Путіна, зупиніть війну”. Крім того, була організована виставка просто неба під назвою “Невидимі рани українського дитинства”. Із промовою виступив мер Будапешта Гергей Корачонь, який засудив угорський уряд за те, що той став “васалом зла” та попросив в українців пробачення<sup>12</sup>.

Виборча кампанія Фідес у 2026 році демонструє якісно новий рівень політичної комунікації, в якому генеративні технології ШІ, емоційно заряджена візуальна пропаганда та зовнішньополітичні наративи інтегруються в єдину інформаційну стратегію. Українське питання виступає ключовим елементом внутрішньополітичної мобілізації та конструювання образу ворога. Мабуть, це перший випадок, коли українська проблематика відіграє настільки важливу роль у виборчій кампанії іншої держави.

---

<sup>12</sup> Szolidaritási menetet tartottak Budapesten az ukrajnai orosz invázió negyedik évfordulóján – képek. *HVG*. 2026. Feb 22. URL: <https://bit.ly/4u1r96Y> (date of access: 25.04.2026).

**Ірина ОДОБЕЦЬКА**

*асистент кафедри журналістики,  
реклами та зв'язків з громадськістю,  
Вінницький державний педагогічний університет  
імені Михайла Коцюбинського, Україна*

**ПРАВОВИЙ СТАТУС ТА ПРОБЛЕМИ АВТОРСЬКОГО  
ПРАВА НА ШІ-КОНТЕНТ В УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА**

*Досліджено трансформацію правового поля України в умовах інтенсивного впровадження генеративного штучного інтелекту в медіавиробництво. Авторка аналізує ключові положення Закону України «Про авторське право і суміжні права» (2022 р.), який запровадив категорію «неоригінальний об'єкт, згенерований комп'ютерною програмою».*

Сучасний етап розвитку глобального інформаційного суспільства характеризується інтенсивним впровадженням технологій генеративного штучного інтелекту в процеси медіавиробництва. Цифрова трансформація українського медіапростору зумовлює появу нових викликів, пов'язаних із правовою ідентифікацією контенту, що створюється за участю алгоритмів. Актуальність дослідження правового статусу таких об'єктів зумовлена необхідністю розмежування традиційної творчої діяльності людини та результатів машинної генерації, що безпосередньо впливає на стабільність цивільного обороту прав інтелектуальної власності.

З огляду на євроінтеграційні процеси, Україна здійснила вагомий крок у напрямку гармонізації національного законодавства з цифровими реаліями, ставши однією з перших держав, що закріпили правовий режим ШІ-контенту на рівні закону. Проте динамічність медійного середовища та специфіка використання ШІ в журналістиці породжують низку колізій щодо визначення суб'єктів майнових прав та меж відповідальності за зміст<sup>1</sup>.

У межах сучасного правового поля України статус контенту, створеного за допомогою штучного інтелекту, регулюється положеннями Закону України «Про авторське право і суміжні права»

---

<sup>1</sup> Про схвалення Концепції розвитку штучного інтелекту в Україні : розпорядження Кабінету Міністрів України від 02 груд. 2020 р. № 1556-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-2020-p> (дата звернення: 21.04.2026).

від 01.12.2022 № 2811-IX<sup>2</sup>. Нормативний акт запровадив принципово нову для вітчизняної юриспруденції категорію – «неоригінальний об'єкт, згенерований комп'ютерною програмою». Згідно зі статтею 33 зазначеного Закону, правовий режим таких об'єктів суттєво відрізняється від традиційного авторського права, оскільки ключовим критерієм тут є відсутність безпосередньої творчої діяльності людини як суб'єкта створення твору.

Основоположною специфікою українського підходу є визнання за ШІ-контентом права особливого роду. Це означає, що на згенеровані тексти, зображення чи аудіовізуальні матеріали не виникають особисті немайнові права автора, як-от право на ім'я чи право на недоторканність твору. Натомість закон передбачає лише майнові права, які виникають з моменту генерації об'єкта. Відповідно до частини 2 статті 33 Закону № 2811-IX<sup>3</sup>, суб'єктами таких прав можуть виступати автори комп'ютерних програм, їхні ліцензіари або безпосередні користувачі, які сформуvalи параметри генерації.

Для медіапрактики це має прикладне значення: якщо журналіст у редакційній системі генерує ілюстрацію до матеріалу за допомогою нейромережі, майнові права на цей об'єкт належать редакції як роботодавцю або користувачу програми, залежно від умов ліцензійної угоди з розробником сервісу. Проте, на відміну від класичного авторського твору, термін охорони такого об'єкта обмежений і становить 25 років, що визначено частиною 4 статті 33 Закону<sup>4</sup>.

Проблема авторського права в медіапросторі також тісно пов'язана з питанням відповідальності за зміст. Оскільки штучний інтелект не наділений правосуб'єктністю, юридичну відповідальність за оприлюднення недостовірної інформації чи порушення етичних норм несе медіаресурс, який здійснив публікацію. Наприклад, у разі генерації тексту, що містить наклеп, згідно з

---

<sup>2</sup> Про авторське право і суміжні права : Закон України від 01 груд. 2022 р. № 2811-IX. Відомості Верховної Ради України. 2023. № 60. Ст. 198. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2811-20> (дата звернення: 21.04.2026)

<sup>3</sup> Там само.

<sup>4</sup> Там само.

нормами Цивільного кодексу України<sup>5</sup> та Закону «Про медіа»<sup>6</sup>, відповідачем у суді буде виступати редакція, а не розробник алгоритму.

Додатковим викликом є дотримання прав третіх осіб під час навчання моделей. Якщо ШІ генерує контент, що містить впізнавані елементи робіт українських митців, це може трактуватися як порушення статті 15 Закону № 2811-IX щодо майнових прав авторів на використання їхніх творів.

Отже, правовий статус ШІ-контенту в Україні наразі збалансовує інтереси технологічного прогресу та захист прав інтелектуальної власності, проте вимагає від медіафахівців чіткого документування процесів генерації та перевірки кінцевого продукту на дотримання чинного законодавства.

---

<sup>5</sup> Цивільний кодекс України : Закон України від 16 січ. 2003 р. № 435-IV. Відомості Верховної Ради України. 2003. № 40-44. Ст. 356. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15> (дата звернення: 21.04.2026).

<sup>6</sup> Про медіа : Закон України від 13 груд. 2022 р. № 2849-IX. Відомості Верховної Ради України. 2023. № 46. Ст. 121. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20> (дата звернення: 21.04.2026).

**Валентина СТЕКОЛЬЩИКОВА**

кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, завідувачка  
кафедри журналістики та філології,  
ПЗВО «Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика»

**Андрій КУКІН**

здобувач 4 курсу спеціальності «Журналістика»,  
ПЗВО «Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика»

## **ТРАНСФОРМАЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ АВТОРСТВА ТА КРЕАТИВНОСТІ МЕДІАТЕКСТУ В ЕПОХУ ГЕНЕРАТИВНИХ МОДЕЛЕЙ**

У роботі зазначено, що III перестав бути виключно технічним інструментом, перетворившись на структурний елемент культури, який трансформує творчі практики та моделі споживання. Традиційне сприйняття творчості як результату унікального людського досвіду та натхнення сьогодні піддається сумніву, оскільки алгоритми здатні автоматизувати процеси, що раніше вважалися суто людськими, замінюючи їх алгоритмічним комбінуванням шаблонів. Дослідження фіксує перехід до «гібридного авторства» (людина-алгоритм) та формування ери пост-автентичності, де цінність твору визначається його функціональністю, а не біографічним походженням автора.

Окрему увагу приділено економічним, юридичним та освітнім викликам. У підсумку наголошено на необхідності впровадження гібридних моделей, які поєднуюватимуть технічну ефективність алгоритмів із незамінною людською емоційністю, інтенцією та екзистенційним досвідом.

Штучний інтелект стає ще одним важливим компонентом медіа-індустрії. Він уже використовується для автоматизації створення новин, збору даних та аналізу аудиторії. Наприклад, багато новинних організацій у розвинених країнах активно використовують штучний інтелект для створення простих новин. В Україні цей процес тільки почався, але перший крок вже зроблено<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Лосинський М. Вплив нових технологій на розвиток медіапростору: порівняльний аналіз українського та міжнародного досвіду. *Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Філологія*. 2025. Вип. 1(15). С. 44.

Традиційно творчість сприймалася як результат людського досвіду, натхнення та унікальних здібностей. ШІ ставить під сумнів цю концепцію, автоматизуючи процеси, що раніше вважалися суто людськими. У роботах, створених ШІ, творча діяльність більше нагадує алгоритмічне комбінування та відтворення вже існуючих шаблонів. Проте, деякі науковці стверджують, що це не просто копіювання, а новий вид співтворчості, де ШІ виконує роль «асистента». Як зазначається у дослідженнях, «ШІ надає художникам нові інструменти для творчості, дозволяючи створювати твори, які неможливо було б виконати без технологій»<sup>2</sup>.

Висока технологічність перетворюється: вона тепер стосується нових середовищ та засобів творчості, застосування алгоритмів для отримання творчого продукту; поліваріантність авторства (відкриті форми авторства, поширення його на групи та колективи) розширюється до «гібридного авторства» (людина-алгоритм). Це ставить перед медіаосвітою та культурою нові виклики щодо продуктивних (створення медіапродуктів) та критичних аспектів (формування стійкого медіа-імунітету та здатності розрізнати синтетичний контент) медіаторчості<sup>3</sup>.

Тобто штучний інтелект вийшов за межі суто технічного інструменту, перетворившись на структурний елемент сучасної культури, що трансформує творчі практики, моделі споживання та уявлення про авторство. Стрімкий розвиток генеративних моделей спричинив кризу базових категорій культурного мислення: поняття авторства, автентичності, інтенції та естетичної оцінки припиняють бути функціональними у світі, де алгоритми здатні генерувати складні, високоякісні об'єкти мистецтва, імітуючи людський витвір. Штучний інтелект оперує кількісною, статистичною логікою і є майстерним копіювальником, здатним реконструювати стилістику тисяч митців із бази даних. Однак, він позбавлений біографії, внутрішнього імпульсу, свідомого наміру та екзистенційного досвіду, які залишаються виключно людською прерогативою. Це зіткнення кількісної та якісної творчості

---

<sup>2</sup> Антіпіна І. Штучний інтелект як інструмент трансформації культурологічних ідей. *Часопис Національної музичної академії України імені П. І. Чайковського*. 2024. №3. С. 81

<sup>3</sup> Бутурліна О. В., Лисоколенко Т. В., Кольцова С. М. Переосмислення медіаторчості в епоху штучного інтелекту. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2025. С. 14.

формує еру пост-автентичності, де цінність твору визначається функціональністю, а не походженням.

З економічної точки зору, ШІ знижує витрати на виробництво. Використання ШІ-інструментів, таких як Adobe Premiere Pro з Auto Reframe та Speech to Text, Descript, Otter.ai та Happy Scribe, може прискорювати процеси деяких етапів постпродакшн на 25–30 %, заощаджуючи значні кошти. Проте економічні ризики залишаються: надмірна залежність від ШІ-контенту може призвести до його шаблонності, зниження диференціації та юридичних суперечок щодо інтелектуальної власності, як у випадку позову The New York Times проти OpenAI<sup>4</sup>.

Надмірна залежність від ШІ загрожує творчими та етичними ризиками. Контент-аналіз показав, що ШІ-генеровані тексти та відеоматеріали мають на 32 % нижчу емоційну глибину і на 25 % нижчу культурну релевантність. Наприклад, у 2024 році читачі «Української правди» критикували ШІ-генеровані переклади новин за брак локального контексту, що знизило довіру на 10 %<sup>5</sup>.

Відзначено, що автоматизація значно пришвидшує роботу редакцій, але водночас дещо обмежує творчі підходи журналістів, оскільки алгоритмічні системи часто працюють за шаблонами моделей, що зменшує варіативність контенту<sup>6</sup>.

Чинне законодавство більшості держав, у тому числі України, визначає автором фізичну особу, яка створила твір. Це породжує колізію: якщо твір створено алгоритмом, хто є його автором – розробник програми, користувач ШІ чи сам алгоритм? Відповідь на це питання має ключове значення для врегулювання прав інтелектуальної власності<sup>7</sup>.

Незважаючи на ці та багато інших практичних випадків, відсутність довіри до ШІ залишається невирішеною проблемою в журналістиці, де визнається, що ШІ може пришвидшити ви-

<sup>4</sup> Братух В.В. Штучний інтелект як каталізатор економічної, творчої та етичної трансформації медіавиробництва: можливості, виклики та стратегії для України. *Київський економічний науковий журнал*. 2025. №9. С. 39.

<sup>5</sup> Як Українська правда буде використовувати штучний інтелект. Українська правда. <https://www.pravda.com.ua/ai-policy/> (дата звернення: 19.04.2026).

<sup>6</sup> Бідзіля Ю. М., Гецько Г. І. Вплив новітніх технологій на трансформацію професійних стандартів у журналістиці. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2025. Том 36 (75) № 2. ч 2. С. 206.

<sup>7</sup> Литвиненко Є. В., Голоха А. Р. Використання штучного інтелекту для генерації унікальних творів: проблеми правового регулювання. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія ПРАВО. 2025. Вип. 92: ч. 1. С. 443.

рішення повторюваних завдань, але, де ми добре усвідомлюємо, що його використання може створити етичні проблеми, упередженість у створенні вмісту або конфлікти з авторським правом<sup>8</sup>.

Таким чином, попри всі переваги, впровадження ШІ у журналістику викликає дискусії щодо його впливу на професію журналіста. З одного боку, технології дозволяють автоматизувати рутинні процеси, звільняючи журналістів для більш творчих та аналітичних завдань. З іншого боку, існує ризик втрати унікального авторського стилю та зростання залежності від алгоритмів, що може призвести до зниження різноманіття у медіаконтенті. Крім того, питання відповідальності за помилки ШІ залишається відкритим, оскільки алгоритми не завжди можуть правильно інтерпретувати контекст або розрізнити правдиву інформацію від маніпуляцій.

Попри невизначеність подальших тенденцій, дослідники фіксують лідерство Китаю у цій тематиці та сталість симуляційно-моделювальних підходів як основних методів, тоді як питання змістовної та етичної інтеграції ШІ, ймовірно, зберігатимуть дискусійність<sup>9</sup>.

Український контекст є унікальним через поєднання економічних обмежень, культурних пріоритетів і впливу війни. Дослідження Українського інституту медіа та комунікацій показує, що 60 % українських медіакомпаній використовують ШІ для аналітики аудиторії, створення контенту чи оптимізації процесів, але лише 15 % мають стратегії для пом'якшення творчих і етичних ризиків. Ця прогалина підкреслює потребу в гібридних моделях, які поєднують ефективність ШІ з людською творчістю та етичними стандартами<sup>10</sup>.

---

<sup>8</sup> Пасічник В. Роль штучного інтелекту в розвитку сучасної журналістики: тенденції та виклики міжнародного досвіду. *Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Філологія*. 2025. Вип. 1(15). С. 57.

<sup>9</sup> Хоменко А. О. Інноваційні методи формування професійних компетентностей журналістів за допомогою інструментів штучного інтелекту у медіалабораторії. *Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання в підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми*. 2025. Вип. 78. С. 489.

<sup>10</sup> Братух В.В. Штучний інтелект як каталізатор економічної, творчої та етичної трансформації медіавиробництва: можливості, виклики та стратегії для України. *Київський економічний науковий журнал*. 2025. №9. С. 40.

**Ірина ТАБІНСЬКА**

*асистентка кафедри теорії і практики журналістики,  
факультет журналістики,  
Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна,  
iryna.tabinska@lnu.edu.ua*

## **ПРИНЦИПИ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА (досвід «Бабеля», «Суспільного» та «Української правди»)**

У червні 2024 року, за даними ІМІ<sup>1</sup>, 22 % українських редакцій регулярно використовують штучний інтелект. У жовтні 2025 року, відповідно до оприлюдненого моніторингу Нацради<sup>2</sup>, вже 42 % редакцій постійно користуються ШІ. Та ще досі не всі українські медіа оприлюднили принципи використання штучного інтелекту в редакціях, також не всі маркують зображення чи фрагменти текстів, згенеровані через програми ШІ, як це рекомендує Комісія з журналістської етики<sup>3</sup>. Натомість світові медійні корпорації ще у 2023 році, коли платформа OpenAI презентувала ChatGPT, а Google – Gemini, опублікували на своїх сайтах алгоритми використання ШІ (BBC<sup>4</sup>, The Guardian<sup>5</sup> та інші). Також

---

<sup>1</sup> Машкова Я. Українські медіа та штучний інтелект. Як редакції залучають ШІ для створення контенту? *Інститут масової інформації*. 2024. 28 черв. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/ukrayinski-media-ta-shtuchnyi-intelekt-yak-redaktsiyi-zaluchayut-shi-dlya-stvorenniya-kontentu-i62217> (дата звернення: 25.09.2025)

<sup>2</sup> Використання ШІ у медіа. Результати дослідження Національної ради. *Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення*. 2025. 3 жовт. URL: <https://webportal.nrada.gov.ua/vykorystannya-shi-u-media-rezultaty-doslidzhennya-natsionalnoyi-rady/> (дата звернення: 21.04.2026).

<sup>3</sup> Рекомендації Комісії з журналістської етики щодо використання штучного інтелекту для створення журналістських матеріалів. *Комісія з журналістської етики*. 2023. 31 жовт. URL: <https://cje.org.ua/statements/rekomendatsii-komisii-z-zhurnaliststskoi-etyky-shchodo-vykorystannia-shtuchnoho-intelektu-dlia-stvorennia-zhurnalistykykh-materialiv/> (дата звернення: 13.12.2025).

<sup>4</sup> Generative AI at the BBC. *BBC*. 2023. URL: <https://www.bbc.co.uk/mediacentre/articles/2023/generative-ai-at-the-bbc/> (дата звернення: 27.11.2025).

<sup>5</sup> Viner K., Bateson A. The Guardian's approach to generative AI. *The Guardian*. 2023. 16 June. URL: <https://www.theguardian.com/help/insideguardian/2023/jun/16/the-guardians-approach-to-generative-ai> (дата звернення: 19.10.2025).

у листопаді 2023 року з'явилася Паризька хартія<sup>6</sup> щодо використання штучного інтелекту в журналістиці. Серед 10 пунктів, які оприлюднили, були принципи про верховенство людського інтелекту над штучним (остаточні рішення в редакції ухвалюють журналісти); про вибір технологій тоді, коли вони не суперечать журналістській етиці; про відповідальність медіа за контент, який публікують; відкрите використання ШІ у роботі медіа; аудиторія має змогу простежити за походженням контенту; чітка диференціація між справжніми і згенерованими матеріалами (справжні мають переважати); використання ШІ не має руйнувати цілісності інформації; медіа можуть регулювати доступ програм ШІ до свого контенту.

Ми обрали для аналізу принципів використання штучного інтелекту три медіа з «білого» списку від ІМІ. «Бабель» у жовтні 2025<sup>7</sup> року представив останню редакцію стандартів, однак медіа не зазначило засад використання ШІ. Натомість на різних конференціях та презентаціях представники «Бабеля» зазначали, що від 2023<sup>8</sup> року делегують програмам частину обов'язків: розшифрування аудіозаписів, написання SEO-заголовків, а в 2024<sup>9</sup> році розширюють використання до перекладу текстів, для пошуку загальної інформації та для написання грантів. У 2023 році редакція вказувала на протидію використанню ШІ для генерування фотоконтенту, але у 2024 році вже використовували програми на основі ШІ для зміни оригінального фото або ж для створення ілюстративного матеріалу. Редакція «Бабеля» не зазначає, що використовує генеративний ШІ для написання текстів, та ми пи-

---

<sup>6</sup> RSF and 16 partners unveil Paris Charter on AI and Journalism. *Reporters Without Borders (RSF)*. 2023. 10 Nov. URL: <https://rsf.org/en/rsf-and-16-partners-unveil-paris-charter-ai-and-journalism> (дата звернення: 21.04.2026).

<sup>7</sup> Якісна журналістика в сучасному світі. Стандарти «Бабеля». *Бабель*. 2025. 11 жовт. URL: <https://babel.ua/rules> (дата звернення: 21.04.2026).

<sup>8</sup> Вбудований помічник: як редакція «Бабеля» полегшила собі роботу завдяки ChatGPT. *Детектор медіа*. 2023. 30 жовт. URL: <https://detector.media/production/article/218690/2023-10-30-vbudovanyu-pomichnyk-yak-redaktsiya-babelya-poleghshyla-sobi-robotu-zavdyaku-chatgpt/> (дата звернення: 21.04.2026).

<sup>9</sup> Нановська В. Редакційний різнороб. Які завдання «Бабель» доручає штучному інтелекту. *Mediamaker*. 2024. 24 верес. URL: <https://mediamaker.me/redakczijnj-riznorob-yaki-zavdannya-babel-doruchaye-shtuchnomu-intelektu-12626/> (дата звернення: 21.04.2026).

сали<sup>10</sup> в статті, що восени 2025 року вдалося зауважити на сайті згенеровану новину без маркування, в якій містилася «галюцинована» інформація. Фактично це свідчить, що принципи використання ШІ в «Бабелі» не є зовсім прозорими, або ж журналісти стрічки новин не дотримуються внутрішніх стандартів.

У лютому 2024 року редакція «Суспільного» опублікувала принципи використання штучного інтелекту, де зазначено, що медіа буде в час технологічних змін досліджувати, як ШІ допоможе втілювати їхню стратегію та місію. «Суспільне» зобов'язується повідомляти аудиторії про згенерований контент, а відповідальною за кінцевий продукт є людина з команди; використовувати ШІ для підвищення ефективності редакційної команди, тому делегують ШІ «транскрибування аудіо/відео, переклад, озвучування, субтитрування, допомогу у пошуку та зборі інформації, перевірку фактів...».<sup>11</sup> Команда декларує, що захищає творчість своїх авторів, які є основою медіа; інструменти ШІ не замінюють людину, а лише є допоміжними. У жовтні 2025 року Ангеліна Карякіна, радниця голови правління «Суспільного» та членкиня новинного комітету ЕВУ, в інтерв'ю зазначила, що світові і добросовісні медіа не мають захисту від впливу штучного інтелекту, оскільки немає загального регулювання у використанні інструментів ШІ<sup>12</sup>. 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»<sup>13</sup>.

---

<sup>10</sup> Табінська І. Комунікативні трансформації діалогу «автор-читач» у медіа в епоху штучного інтелекту. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*. 2026. Вип. 58. С. 292-303. DOI: <https://doi.org/10.30970/vjo.2026.58.13932>.

<sup>11</sup> Принципи Суспільного щодо використання штучного інтелекту. *Суспільне Мовлення*. 2024. URL: <https://susplne.media/ai-policy/> (дата звернення: 11.12.2025).

<sup>12</sup> Табінська І. Там само.

<sup>13</sup> Як медіа зберігати етику в епоху ШІ: інтерв'ю з Ангеліною Карякіною. *Суспільне Мовлення*. 2025. 8 жовт. URL: <https://corp.susplne.media/novynu/53692-yak-media-zberigaty-etyku-v-epokhu-shi-intervyu-z-angelinoyu-karyakinoyu/> (дата звернення: 16.11.2025).

У січні 2024 року «Українська правда»<sup>14</sup> оприлюднила принципи використання штучного інтелекту, де зазначено, що редакція не публікуватиме новини, статті та колонки, згенеровані ШІ, лише якщо потрібно буде продемонструвати роботу штучного інтелекту. Але ШІ можуть використовувати для написання заголовків чи текстів для соціальних мереж. У принципах також зазначено, що технологію можуть застосовувати для пошуку ідей, проте за реалізацію завжди буде відповідальна людина. Редакція не має планів перекладати тексти чи редагувати їх за допомогою ШІ, також використовувати згенеровані фото, не маркуючи їх. «Українська правда» декларує використання ШІ для озвучення або обробки подкастів чи історій, однак прозоро повідомляє про це аудиторію. До історичних аудіодокументів чи свідчень, як зазначають редактори, не можуть застосовуватися такі технології.

Дослідниця Вікторія Шевченко<sup>15</sup> робить висновок, що ШІ стає вагомим інструментом у медіаіндустрії. Проте можемо підсумувати, що за три роки існування генеративного штучного інтелекту в Україні ще досі чітко не окреслено засади його використання в усіх українських медіа; немає прозорих та етичних аспектів застосування; не всюди оприлюднені гарантії збереження творчого потенціалу й пріоритетності людського ресурсу в редакціях.

---

<sup>14</sup> Як «Українська правда» буде використовувати штучний інтелект. *Українська правда*. 2024. URL: <https://www.pravda.com.ua/ai-policy/> (дата звернення: 21.04.2026).

<sup>15</sup> Шевченко В. Використання штучного інтелекту в редакційній роботі світових та українських медіа. *Вісник Книжкової палати*. 2025. № 5. С. 7. DOI: [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 звернення: 11.12.2025).

**Ангеліна ХОМЕНКО**

*старший викладач кафедри журналістики  
Вищого навчального закладу  
«Університет економіки та права «КРОК»,  
асистент кафедри редакційно-видавничих  
технологій і продюсування  
Київського національного університету  
імені Тараса Шевченка, Україна,  
аспірантка Інституту вищої освіти  
Національної академії педагогічних наук України  
angelina.khomenko@kpi.ua*

**Юлія ЧЕРНИШ**

*студентка кафедри журналістики  
Вищого навчального закладу  
«Університет економіки та права «КРОК»  
ChernyshYD@krok.edu.ua*

## **ПАСТКИ ВИСВІТЛЕННЯ ТЕМИ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ОНЛАЙН-МЕДІА: ОСВІТНІ ТА ПРОФЕСІЙНІ ВИКЛИКИ**

Бібліометричні дослідження демонструють, що інтерес до теми штучного інтелекту в академічному та професійному дискурсі характеризується стабільним зростанням. Зокрема, у систематичному аналізі М. Молли та М. Ахсана (2025), виконаному на основі баз даних Scopus і Web of Science, зафіксовано значне збільшення кількості наукових публікацій, присвячених взаємодії штучного інтелекту та журналістики. Автори наголошують на «publication surge», що особливо проявився у 2024 році, коли приріст наукових робіт сягнув 172 %<sup>1</sup>. Це свідчить про те, що тематика ШІ дедалі активніше інтегрується у дослідницькі програми медіастудій та стає окремим міждисциплінарним напрямом. Подібні висновки підтверджують, що динаміка публікацій відображає глобальне зростання уваги до проблем цифрової трансформації медіа.

---

<sup>1</sup> Molla, M. A. M., & Ahsan, M. M. (2025). Artificial Intelligence and Journalism: A Systematic Bibliometric and Thematic Analysis of Global Research. *Computers in Human Behavior Reports*, 100830. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2025.100830>

Аналогічні тенденції простежуються і в суміжних галузях – насамперед у сфері освіти та досліджень медіавиробництва. У бібліометричному дослідженні Лі та Рохаяти (2025), яке ґрунтується на аналізі Web of Science Core Collection, показано стрімке розширення наукового дискурсу щодо застосування ШІ у вищій освіті та професійній підготовці. Дослідники відзначають систематичне збільшення кількості статей, присвячених впливу алгоритмів на навчальні процеси та медіакомпетентність<sup>2</sup>.

Подібні результати отримані й у роботі Хоссейна та співавт. (2025), де за допомогою бібліометричного підходу простежено зростання публікацій про роль ШІ у новинному виробництві та фактчекінгу<sup>3</sup>. Таким чином, наукові дані з авторитетних міжнародних баз підтверджують: сучасний інформаційний простір характеризується не спадом, а суттєвим розширенням досліджень і публікацій, присвячених штучному інтелекту.

Метою нашого дослідження є виявлення та систематизація типових помилок у журналістських матеріалах, присвячених тематиці штучного інтелекту; визначення їхнього впливу на якість і коректність медіакомунікації.

Основним інструментом дослідження став контент-аналіз, який дозволив систематизувати мовні, змістові та візуальні особливості журналістських матеріалів, присвячених темі штучного інтелекту. У процесі аналізу досліджувалися заголовки публікацій, лексико-стилістичні конструкції, способи подання фактів, а також відповідність ілюстративного матеріалу реальному змісту текстів. Зокрема, у статті «Як зафіксувати авторство в епоху генеративного ШІ: інструменти та правові виклики», опублікованій на порталі Mind.ua<sup>4</sup>, виявлено випадок сугестивної візуалізації: матеріал про правові аспекти використання ШІ супроводжувався зображенням людиноподібного робота, хоча в тексті не йшлося про робототехніку. Таке оформлення створює у читачів хибні

---

<sup>2</sup> Li, M., & Rohayati, M. I. (2024). A Bibliometric Analysis of Artificial Intelligence Applications in Global Higher Education. *International Journal of Information System Modeling and Design*, 16(1), 1–24. <https://doi.org/10.4018/ijismd.365913>

<sup>3</sup> Hossain, S., Zaffar, H., Alam, S., Batcha, M. S., & Ahmad, N. (2025). Influence of AI on news production and fact checking: a bibliometric lens. *Global Knowledge, Memory, and Communication*. <https://doi.org/10.1108/gkmc-11-2024-0777>

<sup>4</sup> Як зафіксувати авторство в епоху генеративного ШІ: інструменти та правові виклики. (б. д.). Mind.ua. <https://mind.ua/openmind/20300811-yak-zafiksuvati-avtorstvo-v-epohu-generativnogo-shi-instrumenti-ta-pravovi-vikliki>

асоціації та відволікає від реальної проблематики. У цій же публікації зафіксовано формулювання «ключовим ризиком стає те, що генеративний ШІ створює замість людини», яке демонструє неточне вживання дієслова «створює» замість коректнішого «генерує контент», що спотворює уявлення про природу алгоритмів.

Іншим прикладом, проаналізованим у межах контент-аналізу, стала стаття «Люди працюватимуть на роботів: запущено платформу RentANHuman.ai<sup>5</sup>, де ШІ наймає виконавців», опублікована на ресурсі ProstoMob. У ній систематично використовуються конструкції на кшталт «ШІ займається плануванням», «з точки зору ШІ-агента», «ШІ наймає людей», що є проявом антропоморфізації технології. Подібні мовні прийоми формують уявлення про ШІ як самостійного суб'єкта дій, хоча фактично всі рішення ухвалюються розробниками та користувачами платформи. Такі приклади дозволили виявити характерну для сучасних медіа тенденцію до перебільшення автономності алгоритмів.

У межах контент-аналізу також досліджено матеріал «Японія може допомогти зменшити нерівність через ШІ», опублікований на платформі «Новий формат»<sup>6</sup>. У тексті містяться узагальнені твердження про те, що «AI-системи допомагатимуть персоналізувати навчальні програми» та «зменшувати соціальну нерівність», однак відсутні посилання на конкретні дослідження або експертні джерела. Подібний підхід свідчить про недостатню аргументованість і створює ефект непереверених прогнозів.

Ще одним прикладом стала публікація на ресурсі ForkLog UA про ШІ-генератор відео Seedance 2.0, де алгоритму приписуються «режисерські й монтажні навички» та «професійні переходи між кадрами»<sup>7</sup>. Такі формулювання некоректно ототожнюють технічні можливості програми з людськими компетентностями.

---

<sup>5</sup> *Люди працюватимуть на роботів: запущено платформу RentANHuman.ai, де ШІ наймає виконавців - ProstoMob.* (б. д.). ProstoMob. <http://prostomob.com/256672-lyudy-praczuvatymut-na-robotiv-zapushheno-platformu-rentahuman-ai-de-shi-najmayevykonavcziv>

<sup>6</sup> *Японія може допомогти зменшити нерівність через ШІ | НОВИЙ ФОРМАТ.* (б. д.). НОВИЙ ФОРМАТ. <https://newformat.info/socium/iaponiia-mozhe-dopomohty-zmenshyty-nerivnist-cherez-shi/>

<sup>7</sup> *ByteDance презентувала ШІ-генератор відео Seedance 2.0 - ForkLog UA.* (б. д.). ForkLog UA - Культурний журнал про біткоїн, технологію блокчейн та цифрову економіку. <https://forklog.com.ua/news/bytedance-prezentuvava-shi-generator-video-seedance-2-0>

Проаналізовано матеріал видання ІАС «Аграрії разом» про впровадження ШІ у виробництві, у якому наведені рекламні показники ефективності подаються без перевірки, пояснення методики їх отримання та без урахування можливих похибок вимірювань<sup>8</sup>.

Важливим методологічним аспектом даного дослідження є те, що студентка, яка виконувала даний аналіз, була учасницею контрольної групи педагогічного експерименту, який проводила викладачка в межах курсу «ШІ у журналістиці». Відповідно до умов експерименту, виконання цього завдання здійснювалося без використання інструментів штучного інтелекту. Усі матеріали відбиралися та аналізувалися вручну, а виявлення помилок у медіатекстах ґрунтувалося виключно на критичному читанні, порівнянні джерел і застосуванні методів журналістського аналізу. Такий підхід забезпечив академічну чистоту результатів і дозволив об'єктивно оцінити реальний рівень медіаграмотності студентів та характер типових проблем у сучасних публікаціях про штучний інтелект.

У результаті аналізу виокремлено та описано за лекційними матеріалами кілька груп типових пасток у журналістських матеріалах:

1. сугестивна візуалізація – коли використовуються зображення людиноподібних роботів, що не відповідають реальному змісту статей і формують у читачів викривлене уявлення про технології ШІ;

2. антропоморфізація штучного інтелекту – практика приписування алгоритмам суб'єктності дій: «ШІ вирішує», «ШІ наймає», «ШІ планує». Такі формулювання зміщують відповідальність із розробників на технологію та спотворюють розуміння її функціонування;

3. недостатня аргументація та відсутність джерел – коли містяться узагальнені твердження про вплив ШІ на освіту або економіку без посилання на експертні дані та дослідження;

---

<sup>8</sup> Мексиканська компанія *Finka* впроваджує штучний інтелект для оптимізації виробництва. (б. д.). Інформаційно-аналітична система «Аграрії разом». <https://agrarii-razom.com.ua/news-agro/meksikanska-kompaniya-finka-vprovadjuje-shtuchniy-intelekt-dlya-optimizacii-virobnictva>

4. некоректні порівняння з людськими навичками – алгоритмам приписуються «режисерські», «креативні» чи «професійні» здібності, що є стилістично та змістовно некоректним;

5. використання піар-термінології без критичного осмислення, коли рекламні повідомлення компаній транслюються як об'єктивні факти без журналістської перевірки.

Отримані результати засвідчують, що більшість виявлених помилок пов'язані з недостатнім рівнем технологічної та медіаграмотності авторів, а також із прагненням до сенсаційності викладу.

Аналіз показав необхідність інтеграції в освіту журналістів спеціальних курсів, спрямованих на формування культури коректного висвітлення теми штучного інтелекту. Журналісти повинні володіти навичками фактчекінгу, розуміти принципи роботи алгоритмів і уникати мовних конструкцій, що спотворюють їхню сутність. Запропонований підхід може бути використаний у навчальному процесі для розвитку критичного мислення та професійної відповідальності студентів.

**Яна ШЕКЕРЯК-КУШКА**

асистентка, аспірантка, кафедра нових медій,  
факультет журналістики,  
Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна,  
e-mail: Yana.Shekeriak@lnu.edu.ua  
<https://orcid.org/0000-0002-8187-4062>

## **ТРАНСФОРМАЦІЯ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ДАТАФІКАЦІЇ: DATA LITERACY ЯК НОВА ПАРАДИГМА ЦИФРОВОЇ ГРАМОТНОСТІ**

*Дослідження присвячено аналізу когнітивних та професійних трансформацій у медіасфері, зумовлених процесами датафікації суспільства. Сучасна журналістика переходить від описової моделі до обчислювальної, де дані виконують роль ключового активу та інструменту верифікації реальності. У роботі розкрито еволюцію професійних ролей: від класичного медіапосередника (gatekeeper) до аналітика, здатного працювати з алгоритмічними системами та автоматизованим контентом.*

*Окреслено ризики, пов'язані з використанням генеративного штучного інтелекту, зокрема поширення синтетичної дезінформації, що імітує статистичну достовірність. У цьому контексті обґрунтовано впровадження Data Literacy як нової парадигми цифрової грамотності. На відміну від технічних навичок користування ПЗ, Data Literacy передбачає критичний скептицизм щодо походження даних, розуміння алгоритмічних упереджень та здатність аргументувати за допомогою даних. Підкреслено виняткову значущість дата-компетентності журналіста в умовах війни як засобу інтелектуального спротиву пропаганді та інструменту верифікації суспільно значущої інформації (бюджетів, гуманітарної допомоги, наслідків руйнувань).*

Сьогоднішній інфопростір не просто містить дані – він складається з них. Ми перейшли від етапу диджиталізації (переведення тексту в цифру) до тотальної датафікації. Процес датафікації тут не лише про оцифрування тексту чи інших даних, а про перетворення соціального досвіду, людських емоцій та фізичних процесів на кількісну інформацію. Наше життя «прораховуєть-

ся» в реальному часі: кожен «лайк» стає індикатором політичних настроїв, кожен маршрут у навігаторі – частиною урбаністичної статистики, а кожна транзакція – маркером економічних тенденцій. Для журналіста це означає, що світ перестав бути лише набором подій, він став потоком структурованих і неструктурованих даних. Дані стають новою «сировиною» журналістики, з якої конструюється реальність<sup>1</sup>.

Традиційна роль журналіста як «gatekeeper» (того, хто пропускає або затримує новини) відійшла у минуле. Традиційний журналіст був «оповідачем». Він вирішував, що сьогодні буде на порядку денному та що і де важливіше за інше. Сучасний медійник трансформується в архітектора знань та інтерпретатора. Аудиторія потребує не констатації події, а пояснення причинно-наслідкових зв'язків, які часто приховані у великих масивах даних.

Журналіст тепер має не просто «підсвічувати» проблему, а будувати навігаційну карту, де дані слугують координатами. Інформації забагато, і просто факти недостатні для аудиторії. Їй потрібні пояснення, аналітика та провідник в засиллі інформації.

ШІ в контексті датафікації це не конкурент для журналіста, але елемент, який неможливо ігнорувати. Фраза «Вас не замінить ШІ, але замінить людина, яка ним володіє» набуває нового змісту в роботі з даними. Адже у засиллі інформації є ризик, що журналістів замінить алгоритм, який може опрацьовувати її набагато швидше. Проте це опрацьовування стосується лише певного функціоналу. ШІ дозволяє автоматизувати рутину (обробити звіти корпорацій, спортивні результати або витягувати цифри з тисяч PDF-документів) і вивільнити більше часу для глибокого аналізу, творчої та розслідувальної роботи. Але тут не обійтися без нових ризиків. Це вимагає від журналіста розуміння логіки алгоритму, щоб не допустити помилок у великих масивах. Журналістика, якій допомагають алгоритми, не замінює цими машинними кодами людей, але змінює характер журналістської експертизи, вимагаючи здатності інтерпретувати логіку коду так само вправно, як раніше інтерпретували цитати політиків. Ми маємо розуміти, чому алгоритм видав саме такий результат, і бачити упередженість у машинних висновках.

---

<sup>1</sup> Mayer-Schönberger, V., & Cukier, K. (2013). *Big Data: A Revolution That Will Transform How We Live, Work, and Think*. Houghton Mifflin Harcourt.

Дані мають ауру об'єктивності, якою легко маніпулювати. Статистика часто використовується як інструмент переконання, а не інформування. Даних багато, вони цікаві, у них багато історій, але їх авторитет стає палицею з двома кінцями. Як зазначає Девід Шпігельгальтер у книзі «Мистецтво статистики...»: «Статистика – це не просто набір математичних методів, це засіб, який допомагає нам критично оцінювати твердження, що ґрунтуються на цифрах. Ми повинні пам'ятати, що дані – це завжди недосконале відображення реального світу, і вони можуть бути настільки ж упередженими, як і люди, що їх збирали»<sup>2</sup> [2]. Це підкреслює, що Data Literacy передусім про критичне мислення. Журналіст має ставити до цифр ті самі запитання, що й до джерел: хто їх зібрав? навіщо? що залишилося поза межами вибірки?

У цьому контексті важливим є переосмислення «цифрової грамотності». Раніше для її набуття достатньо було вміння користуватися базовими програмами. Пізніше ми мали навчитися розпізнавати замовну інформацію, фішингові посилання та відфотошоплені картинки. Нова парадигма Data Literacy це здатність «читати» дані, розуміти алгоритмічні упередження та етично візуалізувати складні процеси.

Без грамотності в даних традиційна медіаграмотність стає беспорядною перед складними алгоритмічними маніпуляціями (наприклад, мікротаргетингом або мережами ботів чи засиллю генеративних пропагандистських повідомлень). Дата-грамотність це не просто навичка роботи з таблицями, це здатність аргументувати за допомогою даних і розуміти, як ці дані конструюють наше бачення реальності<sup>3</sup>. Тим більше, ця необхідність загострюється в умовах війни. Data Literacy стає інструментом національної безпеки. Вміння журналіста розшифрувати дані про допомогу, бюджети чи руйнування, пояснити супутникові знімки або верифікувати дані про втрати ворога — це спосіб протидії пропаганді, яка завжди намагається розмити цифри емоціями.

Дата-центрична журналістика повертає медіа роль «інституту верифікації». Коли ВООЗ під час епідемії ковіду говорила про інфодемію, вона наголошувала, що інфодемія вимагає не

<sup>2</sup> Шпігельгальтер, Д. (2022). *Мистецтво статистики. Прийняття аргументованих рішень на основі даних* (пер. Н. Лавської). КМ-БУКС

<sup>3</sup> D'Ignazio, C., & Klein, L. F. (2020). *Data Feminism*. MIT Press. URL: <https://datafeminism.mitpress.mit.edu/>

просто спростування фейків, а створення доказової бази, де дані слугують фундаментом для відновлення суспільної довіри<sup>4</sup>. Колиш «розбиратися з даними» це знати, що таке судовий реєстр, і вміти знайти у ньому цікаву справу. Зараз це розуміти як дані циркулюють у медіапросторі та відповідати на їхні ризики. Це здатність бачити структуру світу крізь шум цифр і захищати право суспільства на доказову реальність.

Інфопростір перенасичений викликами. Виклики несе засилля інформації, фейків і генеративного ШІ, який використовують для збільшення цих фейків. Часто як протидію цьому засиллю дезінформації протиставляють медіаграмотність. Але у своєму традиційному вигляді вона не є достатньою мірою протидії. Зараз Data Literacy це наш головний інструмент інтелектуальної безпеки. Data Literacy забезпечує журналістиці перехід від інтуїтивного до доказового методу створення контенту. У світі, де цифрами намагаються маніпулювати, вміння їх читати, розуміти та критикувати стають найвищою формою медіарезистентності та запобіжником проти розчинення правди в океані великих даних.

---

<sup>4</sup> World Health Organization (2020). Managing the COVID-19 infodemic. [Online]. URL: <https://www.who.int/news-room/questions-and-answers/item/infodemic>

**ПОСТПРАВДА,  
ДОВІРА ТА ФАКТЧЕКІНГ  
У СУЧАСНИХ МЕДІА**

**POST-TRUTH, TRUST  
AND FACT-CHECKING  
IN MODERN MEDIA**

**Markiyan PROKHASKO**

*MA in Journalism, PhD student at  
Department of Journalism and Mass Communication,  
Lviv Polytechnic National University, Ukraine  
markiyan.t.prokhasko@lpnu.ua*

## **SCIENCE JOURNALISM AS A TOOL FOR COUNTERING POST-TRUTH**

*Повномасштабне вторгнення РФ в Україну порушило систему міжнародного права і безпеки, а також продовольчу, енергетичну та навіть ядерну безпеку. Разом із цим під загрозою опинилася й інформаційна безпека. Адже авторитарні режими, зокрема під час воєн та гібридних воєн, вдаються до активної пропаганди. З початком активного застосування ШІ можливості для створення маніпулятивного контенту зросли у рази. У той же час першочерговою є проблема феномену постправи, коли люди охочіше вірять у те, що їм подобається, а не в те, що базується на фактах. На жаль, особиста практика засвідчує, що навіть при скрупульозній роботі з фактами серед аудиторії є люди, які вірять, наприклад, у теорії змови, а не доказам. Тому роль наукової журналістики, яка доносить інформацію зі світу науки та технологій до аудиторії простими словами, є дуже значною і потребує уваги та розвитку. Проте для створення контенту журналісту, перш ніж вибудувати довіру з аудиторією, необхідно збудувати довіру з науковим середовищем.*

Following the 2022 full-scale Russian invasion of Ukraine, global threats across security, legal, and environmental domains have intensified significantly<sup>1</sup>. Information warfare, in particular, has reached unprecedented levels, where systemic propaganda renders even the most paradoxical narratives, such as accusing Ukraine of aggression, plausible to certain audiences<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Coles, S. et al., (2023). Seven ways Russia's war on Ukraine has changed the world [online]. *Chatham House*. [Accessed 9 April 2026]. Available at: <https://www.chathamhouse.org/2023/02/seven-ways-russias-war-ukraine-has-changed-world>

<sup>2</sup> EU vs disinfo, (2023). DISINFO: the west is the aggressor in Ukraine not Russia [online]. *EU vs disinfo*. [Accessed 10 April 2026]. Available at: <https://euvsdisinfo.eu/report/the-west-is-the-aggressor-in-ukraine-not-russia/>

However, warfare and AI are merely catalysts; the fundamental root lies in the «post-truth» phenomenon, which predates these recent shifts. Oxford Dictionaries' 2016 «Word of the Year» selection marked post-truth's transition into mainstream discourse. Its usage became popular, with its frequency of appearance increasing by 2000 %<sup>6</sup>. It describes a reality where subjective perception outweighs objective facts – a trend that turned hazardous during the COVID-19 pandemic and continues to fuel anti-scientific movements. Such dynamics are increasingly prevalent across various other domains as well.

Humanity strives to process and disseminate new information regarding the world, science, medicine, space exploration, emerging technologies, and discoveries to the widest possible audience. Despite unprecedented access to technology, the dilution of knowledge by AI-generated disinformation creates a paradox: users of advanced smartphones often subscribe to archaic myths, such as “Flat Earth” theories<sup>7</sup>.

My first-hand experience as a journalist in Antarctica confirms this; even direct field reports cannot deter audiences inquiring about «ice walls» or flat-earth evidence<sup>8</sup>. These extremes underscore the urgency of countering post-truth narratives that exploit scientific data. Consequently, the role of science journalism, which translates complex scientific discourse into accessible language for the general public, cannot be overstated.

A science journalist builds audience trust by producing fact-based content and interviewing subject-matter experts. However, this process requires first securing the trust of the experts themselves. In practice, obtaining such cooperation often depends on several key factors: 1) professional referrals from other experts; 2) the journalist's demonstrated preparedness regarding the subject; 3) guarantees of fact-checking and authorization of quotes; and 4) a proven track record of quality previous work. Furthermore, to engage a broad audi-

---

<sup>6</sup> BBC News Ukraine, (2016). Oksfordskyi slovnyk nazvav «postpravdu» slovom roku [Oxford Dictionary names «post-truth» word of the year] [online]. *BBC News Ukraine*. [Accessed 9 April 2026]. Available at: [https://www.bbc.com/ukrainian/society/2016/11/161116\\_word\\_of\\_the\\_year\\_sm](https://www.bbc.com/ukrainian/society/2016/11/161116_word_of_the_year_sm)

<sup>7</sup> Hamilton, L., (2022). Conspiracy vs. science: A survey of U.S. public beliefs. Carsey research [online]. 25 April 2022. p. 2–5. [Accessed 27 March 2026]. Available at: <https://scholars.unh.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1449&context=carsey>

<sup>8</sup> Trukhimovych, S., (2023). *Antarctic podcast* [online]. Season 3, Episode 3, Myths about Antarctica. [Accessed 6 April 2026]. Available at: <https://youtu.be/FMwPveOEpyM>

The rapid advancement of Large Language Models (LLMs) exacerbates these challenges. AI's high-speed generation capabilities place journalists and scholars, who prioritize evidence-based content, at a competitive disadvantage against producers of malicious or low-quality clickbait. Furthermore, AI remains unreliable for factual inquiries, and the regulatory vacuum regarding legal liability for AI-generated content remains a critical concern, as these tools are steered by specific human and corporate interests<sup>3</sup>.

Governments and political organizations are actively leveraging artificial intelligence to suppress opposition, enforce censorship, sow doubt, and manipulate public opinion. Freedom House (2023) reports that at least 16 countries utilized AI to undermine opposition, while 22 nations used LLMs for automated censorship. Authoritarian regimes exploit AI to reduce the cost of state control, further eroding public trust in objective facts<sup>4</sup>. Consequently, the media landscape requires a robust regulatory framework to prevent AI from undermining institutional integrity.

A practical experiment with the Gemini model highlighted these risks. When queried about future restrictions, the model identified a monopoly on truth where security measures control the masses while leaving corporate «gatekeepers» unchecked. Key challenges include:

**Asymmetry of control:** Restrictions imposed on the general public versus the unchecked influence of technology owners;

**On-demand hallucination:** The potential for owners to manipulate narratives while presenting them as objective AI-generated truths;

**Mandatory identification (Digital Passports):** A system where every query leaves a permanent digital footprint, linked to the user's identity;

**Open-source as a counterweight:** The role of open-source models in decentralizing power, despite the inherent risk of misuse by malicious actors<sup>5</sup>.

---

<sup>3</sup> Bryson, J. (2018). No one should trust artificial intelligence [online]. *Our World | Science and Technology : Innovation, Governance, Technology*. [Accessed 21 December 2025]. Available at: <https://ourworld.unu.edu/en/no-one-should-trust-artificial-intelligence>

<sup>4</sup> Shahbaz, A. et al., (2024). *The repressive power of artificial intelligence*. Freedom on the Net 2023 [online]. Washington, DC. p. 1-15. [Accessed 4 April 2026]. Available at: <https://freedomhouse.org/sites/default/files/2024-10/FOTN2023Final24.pdf>

<sup>5</sup> Google, (2026). Gemini [online]. Version Gemini 3 Flash [Large language model]. Mountain View: Google. [Accessed 10 April 2026]. Available at: <https://gemini.google.com>

ence, such materials must transcend narrow specialization. The journalist must bridge the gap between complex subjects and the «outside world» by utilizing the tools of creative non-fiction and immersive reporting.

Ultimately, science journalism serves as a vital frontline against information threats. Success depends on fostering trust between journalists and scientists through verified, fact-based content. However, data alone is insufficient; incorporating personal reporting elements is essential to authenticate the journalist's sincerity and rebuild audience trust in a fragmented information landscape.

**Joanna RAK**

*PhD, Full Professor,*

*Adam Mickiewicz University in Poznań, Polska,*

*joanna.rak@amu.edu.pl*

## **CONSTRUCTING ILLEGITIMACY IN THE POST-TRUTH ERA: STATE MEDIA NARRATIVES ON THE POLISH WOMEN'S STRIKE**

*This paper examines the role of state-controlled media in delegitimizing anti-government protests, using the case of the Polish Women's Strike (2020–2021). Drawing on qualitative content and thematic analysis of news broadcasts and online materials from public television, the study identifies key delegitimization strategies, including outcasting, trait characterization, political labeling, and criminalization. The findings show a shift from symbolic exclusion to framing protesters as lawbreakers, which functioned as a form of “online protest policing.” The analysis demonstrates how media narratives supported the legitimization of government actions while reducing the perceived credibility of protest participants. The study contributes to research on media, power, and democratic backsliding by highlighting how delegitimization mechanisms operate within contemporary information environments.*

The article examines the role of state-controlled media in shaping public perceptions of anti-government protests through delegitimization strategies. The study focuses on the Polish Women's Strike (2020–2021), which emerged in response to restrictions on abortion rights and broader democratic backsliding. The research aims to explain how and why public television in Poland constructed protest participants as illegitimate actors and how these narratives evolved over time.

The theoretical framework draws on the concept of legitimation and delegitimization as mechanisms of political control. Delegitimization is understood as the symbolic exclusion of social groups from the community of legitimate actors by assigning them negative and unacceptable characteristics. In democratic systems, where overt repression entails high political costs, such symbolic strategies can serve as substitutes or complements to coercive measures.

The study is based on qualitative content analysis and thematic analysis of news materials broadcast by Polish public television, including main news programs and online publications. The analyzed period spans from October 2020 to January 2021, covering the key phases of protest mobilization. The coding scheme combines concept-driven and data-driven categories, including dehumanization, outcasting, trait characterization, political labeling, and criminalization.

The findings reveal that delegitimization strategies were dynamic and context-dependent. In the initial phase, the dominant strategy was segregation, which framed protesters as a threat to public health and social order. Participants were portrayed as irresponsible, aggressive, and irrational, often contrasted with “law-abiding citizens.” This narrative reinforced a moral dichotomy between “us” and “them”, contributing to the symbolic exclusion of protesters from the national community.

In the later phase, there was a significant shift toward criminalization. Protest participants were increasingly described as lawbreakers engaged in illegal gatherings, acts of violence, and public disorder. This transformation reflects the emergence of “online protest policing,” in which media narratives perform a quasi-regulatory function by defining acceptable and unacceptable forms of political participation. Through this mechanism, the media effectively supported the legitimization of restrictive government policies.

The analysis demonstrates that delegitimization served multiple functions. It reduced the credibility of protest participants, justified state actions, and mobilized support for the ruling elite. Moreover, it contributed to the normalization of limitations on civil liberties by framing them as necessary and justified responses to social threats. These findings support the argument that media play a crucial role in sustaining political regimes, particularly in contexts of democratic erosion.

In conclusion, the study highlights the importance of examining media narratives as instruments of power in contemporary information environments. Delegitimization strategies not only shape public opinion but also influence the boundaries of democratic participation. By conceptualizing these processes as “online protest policing,” the article contributes to broader debates on post-truth, media control, and the transformation of journalism in the digital age.

**Юрій БІДЗІЛЯ**

*доктор наук із соціальних комунікацій,  
професор, декан філологічного факультету,  
професор кафедри журналістики,  
Державний вищий навчальний заклад  
«Ужгородський національний університет», Україна*

## **ФАКТЧЕКІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОТИДІЇ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ В УКРАЇНСЬКИХ ОНЛАЙН-МЕДІА ПІД ЧАС ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ**

Повномасштабна війна російської федерації проти України супроводжується не лише військовими діями, а й активною інформаційною агресією. Дезінформація стала системним інструментом впливу на громадську думку, спрямованим на підрив довіри до державних інституцій, деморалізацію населення та дискредитацію України на міжнародній арені<sup>1</sup>.

В умовах інформаційної війни особливого значення набуває фактчекінг – процес перевірки достовірності інформації, що поширюється у медіапросторі. В Україні сформувалася низка спеціалізованих платформ, які системно протидіють дезінформації, зокрема StopFake<sup>2</sup>, VoxCheck<sup>3</sup> та Detector Media<sup>4</sup>.

Метою є аналіз фактчекінгу як інструменту протидії дезінформації та порівняння підходів зазначених платформ.

Дезінформація визначається як навмисне поширення неправдивої або викривленої інформації з метою введення аудиторії в оману. У сучасних умовах вона функціонує як складова гібридної війни, поєднуючи інформаційні, політичні та психологічні впливи<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> Yuriy Bidzilya, Zoriana Haladzshun, Yevhen Solomin, Viktoriia Georgiievskia, Nataliia Sydorenko. Ukrainian journalism and media security in conditions of full-scale Russian aggression. Salud, Ciencia y Tecnología – Serie de Conferencias. 2024; 3: 769. <https://doi.org/10.56294/sctconf2024.769>

<sup>2</sup> StopFake. URL: <https://www.stopfake.org>

<sup>3</sup> VoxCheck. URL: <https://voxukraine.org>

<sup>4</sup> Detector Media. URL: <https://detector.media>

<sup>5</sup> Див.: Горбулін В. П. Гібридна війна як ключовий інструмент російської геостратегії реваншу. К.: НІСД, 2014. С. 5–12; Варга Т.М. Дезінформація та пропаганда як інструменти ведення гібридної війни росії проти України. Аналітично-порівняльне правознавство. С. 526–531. DOI <https://doi.org/10.24144/2788-6018.2024.06.85>

Дослідники виокремлюють кілька основних форм дезінформації: 1) фейки цілковито вигадані повідомлення; 2) маніпуляції, що базуються на частковому викривленні фактів; 3) наративи – системні повторювані меседжі, що формують певну картину реальності.

Під час повномасштабної війни особливого поширення набули такі приклади: 1) фейки (про «американські біолабораторії» в Україні, про сотні тіл загиблих бійців ЗСУ угорського походження в рефрижераторах на залізничній станції Батьовона Закарпатті); 2) антиукраїнські наративи («втома Заходу від підтримки України», «Україна – це тягар для Заходу», «Захід зрадив Україну», «Захід втомився», «Українці – невдячні біженці», «Близький Схід важливіший за Україну», «Військова допомога лише затягує війну» тощо); 3) маніпуляції щодо економічного стану України (нав'язування ідеї «неминучого дефолту», дискредитація соціальних виплат, міф про «розпродаж держави», Україна як «економічний тягар» для Заходу та ін. ).

Фактчекінг є одним із ключових інструментів сучасної журналістики, спрямованих на перевірку достовірності інформації. Він включає такі основні етапи: аналіз джерел; перевірку фактів, верифікацію візуального контенту; залучення експертних оцінок<sup>6</sup>.

Особливу роль відіграють методи OSINT (open-source intelligence), що передбачають використання відкритих джерел для перевірки інформації. Наприклад, аналіз супутникових знімків або геолокації дозволяє встановити справжнє місце події, зображеної на відео. Важливим аспектом є також крос-перевірка інформації через різні джерела, що підвищує точність висновків. За словами дослідників, ефективний фактчекінг базується на поєднанні технологічних інструментів та професійних стандартів журналістики.

Порівняльний аналіз українських фактчекінгових платформ доводить, що вони працюють у дещо різних напрямках і кожна з них віднайшла свою нішу в інформаційному просторі. Платформа StopFake є однією з найвідоміших ініціатив у сфері протидії дезінформації. Її діяльність спрямована на оперативне виявлення та спростування фейків, пов'язаних переважно з російською пропагандою. Наприклад, платформа неодноразово спростовувала фейки про нібито існування «секретних біолабораторій» в Україні.

---

<sup>6</sup> Checking the Fact-Checkers: A Global Perspective. Edited By Celine 3) макропівень Yunya Song, Daya K. Thussu, Drew Margolin. London, 2025. 338 p. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781032725154>

VoxCheck, що функціонує в межах VoxUkraine, зосереджується на перевірці заяв політиків та економічних показників. Його матеріали відзначаються глибиною аналізу та використанням статистичних даних. Зокрема, платформа аналізує маніпуляції щодо економічної ситуації в Україні та обсягів міжнародної допомоги.

Detector Media здійснює моніторинг медіапростору та аналіз інформаційних нарративів. Організація досліджує системні інформаційні кампанії, зокрема поширення меседжів про «втому Заходу» або «неефективність української влади».

Таким чином, діяльність цих платформ можна умовно розподілити за рівнями: 1) мікрорівень – викриття окремих фейків (StopFake); 2) мезорівень – перевірка заяв і даних (VoxCheck); 3) макрорівень – аналіз нарративів (Detector Media). Такий розподіл загалом свідчить про комплексний характер протидії дезінформації в українському медіапросторі, хоч з огляду на бурхливі та перманентні російські дезінформаційні кампанії система спростування фейків потребує подальшого удосконалення.

Попри значні досягнення, фактчекінг стикається з низкою викликів. Однією з ключових проблем є швидкість поширення дезінформації, яка значно перевищує швидкість її спростування.

Іншим важливим фактором є поведінка аудиторії: користувачі частіше довіряють емоційно забарвленим повідомленням, ніж раціональним спростуванням. Це знижує ефективність фактчекінгу як інструменту впливу.

Окремою проблемою є поширення фейків у соціальних мережах і месенджерах, де відсутній належний контроль за контентом. Крім того, інформаційна перевага аудиторії ускладнює сприйняття аналітичних матеріалів.

Фактчекінг є важливим інструментом протидії дезінформації в умовах повномасштабної війни. Українські платформи – StopFake, VoxCheck та Detector Media – демонструють різні підходи до перевірки інформації, які взаємодоповнюють один одного.

Ефективність фактчекінгу залежить не лише від якості перевірки інформації, а й від рівня довіри аудиторії та швидкості реагування на інформаційні загрози. У перспективі важливим є розвиток медіаграмотності населення, вдосконалення методів перевірки інформації та введення до шкільних та університетських програм курсу «Основи медіаграмотності».

**Наталія БІЛЬОВСЬКА**

старша викладачка кафедри  
медіариторики та мовної комунікації,  
факультет журналістики,  
Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна  
Nataliya.Bilovska@lnu.edu.ua

**СУБ'ЄКТНІСТЬ АВТОРА І ВЕРИФІКАЦІЯ КОНТЕНТУ  
У ПАРАДИГМІ ГЕНЕРАТИВНОГО  
ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ**

Сучасна медійна екосистема переживає етап радикальної зміни структури, де впровадження генеративного штучного інтелекту (ШІ) стає не просто технологічним оновленням, а фундаментальним викликом для класичної парадигми журналістики. Центральною проблемою цього процесу є трансформація авторської суб'єктності, яка в традиційному розумінні завжди базувалася на антропоцентричності – наявності свідомої волі, етичного вибору та індивідуального стилю. Проте інтеграція великих мовних моделей у редакційні процеси створює ситуацію «дифузного авторства», в якій межа між людським інтелектом та алгоритмічним виведенням стає дедалі прозорішою. У сучасних умовах, коли ШІ здатний не лише до механічної обробки даних, а й до імітації складних нарративних структур та емоційних відтінків, постає питання: чи залишається журналіст автором у повному сенсі цього слова, чи він перетворюється на оператора смислів, чия роль обмежується формулюванням промпту (запиту) і фінальною верифікацією.

Юридичний аспект цієї проблеми перебуває у стані турбулентності, оскільки більшість світових правових систем досі відмовляє алгоритмам у статусі суб'єкта авторського права, залишаючи інтелектуальну власність за людиною. Такі міркування щодо правового регулювання наводять дослідники І. Пирого та О. Ковба: «Хоча на даний момент законодавство більшості країн не передбачає можливості надання ШІ авторських прав, в майбутньому це може змінитися». Також необхідно враховувати етичні та практичні аспекти використання ШІ у творчій діяльності. Наприклад, необхідно вирішувати питання власності на твір, який був створений ШІ, та забезпечувати компенсацію творцям

за використання їхньої праці. Наступним кроком в розв'язанні питання визнання ШІ автором твору може бути створення міжнародних стандартів та норм, які визначатимуть правила використання ШІ в творчій діяльності та встановлюватимуть механізми захисту прав творців та власників ШІ»<sup>1</sup>.

Проте теоретико-прикладний аналіз свідчить про те, що авторство сьогодні зміщується з акта безпосереднього написання тексту до етапу стратегічного проектування та редакційного контролю. Суб'єктність автора в парадигмі генеративного ШІ виявляється не у фізичному наборі символів, а в «інтелектуальному нагляді» за алгоритмом, в якому саме людина виступає гарантом контекстуальної точності та етичної відповідності. За твердженням науковиці А. Чулкової: «Більшість журналістів використовують ШІ для пошуку та аналізу даних, перевірки інформації, генерування ідей тощо. Це робить журналістику швидкою, чого й вимагає сучасна аудиторія. І, в контексті цього, журналісти повинні пам'ятати про загрози, що може нести штучний інтелект, адже його діяльність може призводити до порушень прав людини, соціальної нерівності та дезінформації»<sup>2</sup>. Водночас виникає феномен «алгоритмічного упередження», коли штучний інтелект, навчаючись на величезних масивах даних, мимоволі відтворює стереотипи або викривлення, що змушує журналіста бути не просто редактором, а своєрідним «етичним фільтром», який протидіє автоматизованому поширенню дезінформації.

Криза автентичності, спричинена легкістю генерації переконливого, але потенційно хибного контенту, виводить верифікацію на рівень першочергового виклику для професійної спільноти. На сучасному етапі поняття «fact-checking» трансформується у багаторівневу систему «content provenance» – підтвердження походження контенту. Технічні рішення, такі як впровадження криптографічних метаданих та цифрових водяних знаків (наприклад, за стандартами C2PA), стають необхідними інструмен-

---

<sup>1</sup> Пирого І. С., Колба О. С. Правовий аспект авторського продукту, створеного штучним інтелектом. *Аналітично-порівняльне правознавство*, 1 (4), 2025. С. 409.

<sup>2</sup> Чулкова А. В. Вплив технологій штучного інтелекту на сучасну журналістику. *ОЛЬВІЙСЬКИЙ ФОРУМ–2024: стратегії країн Причорноморського регіону в геополітичному просторі*. Миколаїв, 2024. С. 29.

тами у боротьбі з дипфейками і синтетичними маніпуляціями<sup>3</sup>. Проте технологічна верифікація є лише частиною розв'язання проблеми, оскільки зростає ризик так званого «дивіденду брехуна», коли через загальну недовіру до ШІ-контенту аудиторія починає піддавати сумніву навіть реальні, задокументовані факти<sup>4</sup>. Це змушує медіа інвестувати не лише в алгоритми перевірки, а й у радикальну прозорість власних редакційних процесів, де розкриття ролі штучного інтелекту у створенні матеріалу стає етичним обов'язком.

Практичний аспект верифікації у парадигмі генеративних моделей ускладнений здатністю останніх до «галюцинацій» – переконливого вигадування фактів, джерел та цитат. Це породжує нову форму професійної відповідальності: журналіст не може посилається на помилку алгоритму як на виправдання, оскільки кінцева суб'єктність у публічному просторі залишається за людиною. Взаємодія з ШІ потребує від медіафахівців нової компетенції – «алгоритмічної грамотності», що передбачає розуміння логіки роботи нейромереж і вміння виявляти приховані маніпуляції у згенерованому тексті. На важливості впровадження таких заходів наголошують і дослідники: «важливо активізувати освітні кампанії, проекти з медіаграмотності, спрямовані на підвищення обізнаності про інструменти штучного інтелекту»<sup>5</sup>. Таким чином, сучасний медіатекст стає результатом симбіозу, де штучний інтелект забезпечує обчислювальну потужність і швидкість, а людина – ціннісну орієнтацію, глибину аналізу та емпатію, що залишаються недоступними для машинного навчання.

Зрештою, майбутнє авторської суб'єктності в медіа залежатиме від здатності журналістики зберегти свою роль як інституту суспільної довіри. Якщо ШІ бере на себе рутинні завдання з опису подій, «створює шаблонні фрази для створення подальших новин та перевіряє якість виконання поставлених завдань. Вод-

---

<sup>3</sup> Пазюк О. В. Застосування цифрових водяних знаків для захисту контенту. In *The XXIII International Scientific and Practical Conference «The current state of the organization of scientific activity in the world», June 10-12, 2024, Madrid, Spain*. С. 556.

<sup>4</sup> «Дивіденд брехуна: як відбувається капіталізація фейків», доступно за адресою: <https://vezhelina.medium.com/дивіденд-брехуна-як-відбувається-капіталізація-фейків-d7f593ce57cf> (дата перегляду: 20.04.2026).

<sup>5</sup> Мадей А. Етика використання штучного інтелекту при створенні медіатекстів. *Українська журналістика у світовому інформаційно-комунікаційному контексті: здобутки і перспективи*. К., 2023. С. 62.

ночас відмічається нездатність штучного інтелекту до критичного мислення та емоцій, що й відрізняє його від журналістів, які створюють свої матеріали керуючись почуттями та розумінням людської сутності»<sup>6</sup>, то авторська журналістика має еволюціонувати в бік інтерпретації, розслідування та створення сенсів, які неможливо вивести математичним шляхом. Верифікація в цьому контексті стає не просто технічним процесом, а актом захисту демократичного дискурсу від ентропії фальшивих смислів.

Отже, у парадигмі генеративного штучного інтелекту суб'єктність автора не зникає, а набуває вищої якості: вона перетворюється на усвідомлене кураторство істини, де межею відповідальності є не лише точність окремого слова, а й збереження самої можливості розрізнити реальне та штучне в інформаційному просторі майбутнього.

---

<sup>6</sup> Васьківська О. Є. Технології штучного інтелекту в журналістиці сучасності. *Матеріали X Конгресу «Авіація в XXI столітті»*. Київ: Національний авіаційний університет, 2022. С. 6.2.111.

**Богдан ЖИТАРЮК**

*магістр зі спеціальності «Видавництво і поліграфія»*

*(ОПП «Комп'ютеризовані технології*

*та системи видавничо-поліграфічних виробництв»)*

*Національний університет «Львівська політехніка», Україна*

## **НЕТРАДИЦІЙНА РЕКЛАМА В ЕПОХУ ПОСТПРАВДИ: ЕФЕКТИВНІСТЬ, ДОВІРА ТА ЕТИЧНІ МЕЖІ ВПЛИВУ**

У сучасному медіасередовищі, де інформаційні потоки перенасичені, а увага аудиторії стала дефіцитним ресурсом, рекламна комунікація дедалі частіше звертається до нетрадиційних та інноваційних методів впливу. Йдеться про шоківу рекламу, нейромаркетинг, гейміфікацію, вірусний контент, персоналізацію, партизанський маркетинг та інші креативні формати. Їхня популярність зумовлена високою здатністю привертати увагу, викликати емоції та стимулювати взаємодію з брендом. Водночас у контексті постправди постає питання: де проходить межа між ефективною комунікацією та маніпуляцією?

Постправда як соціокомунікаційний феномен передбачає домінування емоцій, вражень і суб'єктивних переконань над перевіреними фактами. Саме тому значна частина інноваційної реклами використовує не раціональні аргументи, а психологічні тригери: страх, здивування, захоплення, відчуття належності або дефіциту. Наприклад, шоківий маркетинг базується на провокативних образах і сильних емоціях. Такі кампанії легко запам'ятовуються, однак можуть руйнувати довіру до бренду, якщо аудиторія сприймає їх як цинічні чи маніпулятивні.

Особливо показовим є розвиток нейромаркетингу, що використовує знання про реакції мозку на колір, звук, запах, дотик і візуальні стимули. Фактично це перехід від переконування до програмування поведінки споживача через підсвідомі механізми. У добу постправди це посилює ризик непрозорого впливу, коли людина не усвідомлює, чому саме ухвалює рішення про покупку.

Водночас інноваційна реклама не обов'язково має негативний вимір. Гейміфікація та інтерактивні технології здатні формувати позитивний досвід взаємодії з брендом. Наприклад, використання доповненої реальності у застосунках на кшталт IKEA Place дає змогу споживачеві перевірити товар у власному просто-

рі ще до покупки. У такому випадку реклама не вводить в оману, а навпаки — знижує невизначеність і зміцнює довіру.

Вірусний контент – створення відео або мемів, які поширюються через соціальні мережі – також демонструє подвійність сучасної реклами. Кампанія Coca-Cola #ShareACoke стала успішною завдяки персоналізації та залученню користувачів до поширення контенту. Можна згадати вдалий проєкт #ShareACoke від «Coca-Cola». Замінивши традиційні етикетки на пляшках на наліпки з іменами, компанія спонукала споживачів ділитися фотографіями своїх напоїв, що значно збільшило обсяги продажів і впізнаваність бренду.



Рис. 1. Етикетки на пляшках «Coca-Cola» з іменами.

Однак механізми вірусності часто базуються на емоційній імпульсивності, а не на змісті повідомлення. Це споріднює рекламні практики з логікою поширення фейків і маніпулятивних новин у соцмережах.

Окремої уваги заслуговує персоналізована реклама, що ґрунтується на аналізі цифрової поведінки користувачів. З одного боку, вона забезпечує релевантність повідомлень і підвищує конверсію. З іншого — ставить питання приватності, прозорості алгоритмів і права людини знати, чому вона бачить саме цю рекламу. У ситуації постправа непрозорі алгоритми можуть підривати суспільну довіру не менше, ніж дезінформація<sup>1</sup>.

Нетрадиційна реклама ефективна завдяки кільком чинникам: новизні, запам'ятовуваності, інтерактивності, здатності обходити «банерну сліпоту» та уникненню традиційної реклами. Проте в сучасному середовищі цього вже недостатньо. Аудиторія дедалі частіше оцінює не лише креативність, а й чесність бренду,

<sup>1</sup> What is Unconventional Advertising? Types, Effectiveness and Examples. *The Media Ant.* 2024. April 16. URL: <https://www.themediaant.com/blog/unconventional-advertising-types-effectiveness-examples/>

соціальну відповідальність та відповідність заявлених меседжів реальним діям. Щоби бути ефективною, нетрадиційна реклама повинна мати певні риси: а) новизна та привертання уваги; 2) запам'ятовуваність і впізнаваність бренду; 3) цільовість і цікавість конкретній аудиторії; 4) економічна ефективність та рентабельність інвестицій; 5) здатність подолати уникнення реклами<sup>2</sup>.

Доволі ефективними та ефектними є рекламні стратегії, які вже згадано вище. Зокрема, додамо візуалізації щодо «партизанського» маркетингу – реклами, розміщеної в нетрадиційних місцях або з використанням нетрадиційних методів для просування продукту.



Рис. 2. «Партизанський» маркетинг на вулиці<sup>3</sup>.



Рис. 3. «Партизанський» маркетинг у приміщенні<sup>4</sup>.

<sup>2</sup> What is Unconventional Advertising? Types, Effectiveness and Examples. *The Media Ant*. 2024. April 16. URL: <https://www.themediaant.com/blog/unconventional-advertising-types-effectiveness-examples/>

<sup>3</sup> Jaseema Ali. Unconventional Out-of-Home – Creative ideas that grab. 2024. January 10. URL: <https://moviamedia.com/moving-billboard-blog/unconventional-out-of-home-creative-ideas-that-grab/>

<sup>4</sup> Там само.

Ця креативна інсталяція (Рис. 3) була створена для прем'єри фільму «Аліса в Країні Чудес» в Італії в березні 2010 року. Аліса ніби дивиться вниз у яму в торговому центрі в Римі. Такі рекламні акції змушують зупинитися і замислитися, як їм вдалося придумати такі унікальні ідеї і перетворити простір, який був би порожнім, на неповторний мистецький витвір.



Рис. 4. Оригінальна рекламна акція «McDonald's»<sup>5</sup>.

McDonald's запустив у Канаді кампанію «Pole» для просування кави. У ній немає багато слоганів або яскравих кольорів: використано вуличний стовп із повністю зміненим зовнішнім виглядом.



Рис. 5. Реклама на сходах<sup>6</sup>

<sup>5</sup> Jaseema Ali. Unconventional Out-of-Home – Creative ideas that grab. 2024. January 10. URL: <https://moviamedia.com/moving-billboard-blog/unconventional-out-of-home-creative-ideas-that-grab/>.

<sup>6</sup> Там само.

Коли йдеться про привернення уваги глядачів, жодне полотно не є недоступним. Графічні реклами на сходах та ескалаторах використовували з самого початку існування зовнішньої реклами. Ці реклами націлені майже на всі зони громадського транспорту, тому мають максимальну видимість, оскільки кожна людина користується сходами.



Рис. 6. Білборд показує відлік до вимкнення світла<sup>7</sup>.



Рис. 7. Ілюзія, що білборд «KIT KAT» вимкнув міст<sup>8</sup>.

Під час глобальної акції «Година Землі» агентство «J. Walter Thompson London» створило унікальний білборд, який закликав

<sup>7</sup> Jaseema Ali. Unconventional Out-of-Home – Creative ideas that grab. 2024. January 10. URL: <https://moviamedia.com/moving-billboard-blog/unconventional-out-of-home-creative-ideas-that-grab/>

<sup>8</sup> Там само.

зробити перерву у використанні електроенергії. Цифровий білборд, синхронізований із подією, зображував паличку «KIT KAT» як вимикач у простій схемі. О 20:30, одночасно з глобальним вимкненням світла, вона клацнула, вимкнувши електроенергію білборда. Час збігся з вимкненням світла на Тауерському мосту, створивши ілюзію, що білборд «KIT KAT» вимкнув міст.



Рис. 8. Справжні фрукти на білборді<sup>9</sup>.

Модний бренд здорових снєків «Kind» пішов іншим шляхом у своїй інтерактивній зовнішній рекламі: на білборді вони розмістили шоколад і справжні фрукти, які люди могли взяти з собою. Ніхто не очікує, що з стіни можна взяти їжу. Ця рекламна кампанія бренду спричинила справжній фурор, вивівши інтерактивність на новий рівень.

Ефективність нетрадиційної реклами зумовлена її здатністю викликати емоційні реакції, забезпечувати запам'ятовуваність бренду, підвищувати лояльність аудиторії. Інтерактивні елементи, персоналізація пропозицій і використання психологічних прийомів дають змогу брендам не лише виділитися серед конкурентів, а й ефективно впливати на поведінку споживачів, стимулюючи повторні покупки та зміцнюючи емоційний зв'язок.

Водночас маємо розуміти важливість фактчекінгу рекламних повідомлень. Найчастіше варто перевіряти екологічні заяви компаній (greenwashing), обіцянки щодо якості чи результатів про-

<sup>9</sup> Jaseema Ali. Unconventional Out-of-Home – Creative ideas that grab. 2024. January 10. URL: <https://moviamedia.com/moving-billboard-blog/unconventional-out-of-home-creative-ideas-that-grab/>

дукту, маніпулятивну статистику, приховану рекламу у блогерів та інфлюенсерів, неправдиві візуальні образи, створені за допомогою AI.

Отже, у сучасних медіа реклама дедалі більше перетинається з інформаційною політикою довіри. Її ефективність сьогодні визначається не лише охопленням чи продажами, а й рівнем репутаційного капіталу. Нетрадиційні та інноваційні методи можуть бути потужними інструментами комунікації, якщо вони базуються на прозорості, повазі до аудиторії та достовірності повідомлень. В епоху постправди перемагає не той бренд, який голосніше шокує, а той, якому вірять.

**Віктор ЗЕЛЕНИЙ**

*аспірант кафедри теорії і практики журналістики,  
факультет журналістики,  
Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна,  
victor.zelenyi@gmail.com*

## **ДОКУМЕНТАЛЬНА ЖУРНАЛІСТИКА ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОТИДІЇ ІНФОРМАЦІЙНІЙ ВІЙНИ ТА ПОСТПРАВДІ: ДОСВІД УКРАЇНИ 2014–2025 РОКІВ**

Сучасна російсько-українська війна є одним із найінтенсивніше медіатизованих збройних конфліктів в історії. В умовах активного інформаційного протистояння документальна журналістика набуває якісно нових функцій: вона постає не лише як форма фіксації подій, а як практика суспільного свідчення й захисту від маніпуляцій із реальністю. Актуальність дослідження зумовлена тим, що цифровізація медіапростору, поширення deepfake-технологій та алгоритмічні механізми платформ суттєво ускладнюють розмежування між достовірним свідченням і сконструйованим нарративом.

### **Документальна журналістика в умовах інформаційної війни**

У науковому дискурсі документальна журналістика дедалі частіше трактується не лише як жанровий різновид, а й як форма медіасвідчення — практика, що поєднує інформування, збереження соціальної пам'яті й етичну відповідальність перед постраждалими. С. Аллан підкреслює, що візуальна воєнна журналістика виконує функцію суспільного свідчення, надаючи аудиторії можливість «бути присутньою» під час подій, які інакше залишалися б поза публічним баченням<sup>1</sup>. На відміну від оперативних новинних форматів, документалістика буде розгорнутий нарратив, зосереджуючись на тривалому спостереженні, персональних історіях і контекстуалізації подій.

На основі синтезу наукової літератури виокремлено п'ять функціональних вимірів документальної журналістики у воєнних умовах: фіксація факту, збереження свідчення, інтерпрета-

---

<sup>1</sup> Allan S. Witnessing in Crisis: Photo-reportage of Terror Attacks in Boston and London. *Media, War & Conflict*. 2014. Vol. 7, No. 2. P. 9–10.

ція досвіду, міжнародна комунікація та протидія дезінформації. Зазначені функції не є автономними: фіксація фактів створює основу для свідчення, свідчення формує пам'ять, а пам'ять і наративна інтерпретація впливають на глобальне розуміння конфлікту. Г. Хлевіцкайте підкреслює, що матеріали, зібрані журналістами й документалістами, дедалі частіше розглядаються як додаткові джерела доказів у розслідуваннях воєнних злочинців<sup>2</sup>. Таким чином, документальна журналістика опиняється на перетині медіапрактики і правового документування, набуваючи ролі інструменту епістемічної безпеки — захисту суспільства від маніпулятивного викривлення реальності.

Особливого значення набуває функція протидії дезінформації. С. Грегорі зазначає, що в умовах цифрових конфліктів необхідні інфраструктури перевірки автентичності візуальних матеріалів, оскільки зображення мають потужний емоційний вплив на аудиторію<sup>3</sup>. Починаючи з 2014 року, а особливо після вторгнення 2022-го, українська документальна журналістика перейшла від переважно репортажної моделі до формату тривалого документального свідчення. О. Гудошник описує цей процес як «медіатизацію колективних свідчень», коли документальні практики виходять за традиційні жанрові межі й інтегруються в мультимедійні формати<sup>4</sup>. Важливою характеристикою є стирання межі між професійною журналістикою та громадянською документалістикою: цифрові щоденники, блоги й мультимедійні проєкти формують мережеву екосистему свідчень, що водночас загострює питання верифікації контенту.

### **Документальна журналістика та постправа: пам'ять як механізм протидії**

Феномен постправа передбачає пріоритет емоційних апеляцій над верифікованими фактами у формуванні суспільної думки. С. Мандолессі фіксує принципову зміну: цифрова епоха перетворює колективну пам'ять на розподілену систему, що фор-

---

<sup>2</sup> Chlevickaitė G. Documenting conflict-related crimes in Ukraine: Civil society innovations, adaptations and networks in the accountability ecosystem. *Journal of International Criminal Justice*. 2025. Vol. 23, No. 3–4. P. 526–527.

<sup>3</sup> Gregory S. Deepfakes, Misinformation and Disinformation and Authenticity Infrastructure Responses. *Journalism*. 2022. Vol. 23, No. 3. P. 710–711.

Hudoshnyk O. Mediatization of collective testimonies during the Russian-Ukrainian War 2022–2023. *Communication & Society*. 2025. Vol. 38, No. 2. P. 285–286.

мується у взаємодії користувачів, алгоритмів та медіаінституцій<sup>5</sup>. Це означає, що пам'ять про війну більше не є прерогативою очевидців – вона конструюється платформами, алгоритмічно фільтрується і може свідомо викривлятися. Цифрові медіа трансформують комеморативні практики та форми публічної рефлексії, створюючи нові простори для осмислення травматичних подій.

С. Манка вводить поняття «епохи постсвідчення»: пам'ять про війну дедалі більше передається через інституційні цифрові архіви та музеї, а не через безпосередню комунікацію з живими очевидцями<sup>6</sup>. В Україні ця тенденція матеріалізується через розбудову цифрових архівів, які систематизують відеосвідчення, інтерв'ю та масиви документальних матеріалів. Водночас С. Копельман і П. Фрош попереджають, що алгоритмічні системи дедалі більше визначають, які версії пам'яті отримують публічну видимість, а які маргіналізуються<sup>7</sup>. Боротьба з постправдою, таким чином, є також боротьбою за алгоритмічну видимість правдивих свідчень.

Парадокс сучасної документалістики полягає в тому, що нові технології одночасно розширюють і підривають можливості свідчення. С. де Йонг аналізує VR-реконструкції, що створюють ефект «симульованого свідка»: технологія дає змогу «пережити» досвід жертви, однак може формувати ілюзію безпосереднього переживання там, де насправді діє складна медійна конструкція<sup>8</sup>. Цифровий монтаж, колоризація та AI-генерований контент ставлять кордон між документальністю і художньою реконструкцією дедалі умовнішим. У контексті постправди це означає необхідність нових стандартів верифікації: «документальне» саме по собі вже не є гарантією автентичності.

Для аналізу документальних наративів в умовах постправди запропоновано шість методологічних підходів: травматична пам'ять, медіапам'ять, аналіз свідчення, візуальна історія, алго-

---

<sup>5</sup> Mandolessi S. Memory in the digital age. Open Research Europe. 2024. Vol. 3. Article 123.

<sup>6</sup> Manca S. Digital memory in the post-witness era: how Holocaust museums use social media as new memory ecologies. Information. 2021. Vol. 12, No. 1. Article 31.

<sup>7</sup> Kopelman S., Frosh P. The ethics of digital resurrection. New Media & Society. 2023. Vol. 25, No. 9. P. 2396–2397.

<sup>8</sup> De Jong S. The simulated witness: empathy and embodiment in VR experiences of former Nazi concentration and extermination camps. History & Memory. 2023. Vol. 35, No. 1. P. 88–89.

ритмічна пам'ять та верифікація контенту (фактчекінг, OSINT, виявлення deepfake). І. Іжутова обґрунтовує, що стратегічні комунікації в умовах війни мають бути спрямовані не лише на поширення інформації, а й на підтримку верифікованого національного нарративу, що протидіє дезінформації<sup>9</sup>. Дж. Кортті наголошує, що документальні фільми функціонують як медіатори між поколіннями, забезпечуючи передачу досвіду тим, хто не був безпосереднім свідком подій: нелінійні форми оповіді відображають фрагментарність травматичної пам'яті та формують стійкий колективний нарратив, стійкий до маніпулятивних переосмислень<sup>10</sup>.

### *Висновки*

По-перше, документальна журналістика в умовах інформаційної війни виконує п'ять взаємопов'язаних функцій, серед яких протидія дезінформації набуває особливого значення — вона забезпечує захист суспільства від маніпуляцій із реальністю через візуальну верифікацію, персональні свідчення та архівне документування. Це дає підстави трактувати документалістику як інструмент епістемічної безпеки.

По-друге, постправа становить системну загрозу не лише для поточної інформації, а й для пам'яті про події. Алгоритмічне фільтрування нарративів, deepfake-технології та перехід до «епохи постсвідчення» перетворюють цифровий архів на нову арену інформаційного протистояння. Відповіддю має бути розвиток методологій верифікації, OSINT-аналізу та критичної медіаграмотності.

По-третє, українська документальна журналістика 2014–2025 років є унікальним кейсом, що поєднує громадянське і професійне свідчення, медіапрактику і правозахисне документування, локальний досвід і глобальну комунікацію. Вона формує модель журналістики, спроможну відповідати на виклики інформаційної епохи.

---

<sup>9</sup> Іжутова І. В. Українські стратегічні комунікації та російсько-українська війна. Наука і оборона. 2023. № 2. С. 47–48.

<sup>10</sup> Kortti J. War, intergenerational memory and documentary film: mediated and institutional memory in historical culture. Rethinking History. 2022. Vol. 26, No. 1. P. 95–96.

**Леся ЛИСЕНКО**

кандидат наук із соціальних комунікацій,  
доцент кафедри журналістики,  
Полтавський національний педагогічний університет  
імені В. Г. Короленка, Україна

## **ЗОБРАЖЕННЯ ЯК АРГУМЕНТ В ЕПОХУ ПОСТПРАВДИ**

*Розглянуто функціонування зображення як аргументу в умовах постправа. Аналіз зосереджений на тому, як візуальні образи набувають переконувальної сили поза межами верифікованої фактологічної основи та починають діяти як самостійні носії значення. Окреслено ключові механізми такого перетворення: емоційна інтенсифікація, деконтекстуалізація та поширення синтетичних зображень. Особливу увагу приділено епістемологічному статусу фотографії, її сприйняттю як «прозорого медіуму», а також ролі когнітивних упереджень у формуванні візуальної довіри. Окремо увагу приділено впливу генеративних технологій на кризу фотографічного свідчення. У воєнному контексті проаналізовано функції зображення як форми публічного свідчення та водночас як інструменту потенційної інструменталізації. У підсумку запропоновано трактувати зображення як соціально зумовлений аргумент, що формується на перетині технологічних, когнітивних і контекстуальних чинників.*

У медіасередовищі, сформованому за логікою постправа, зображення функціонує як самодостатній аргумент, здатний формувати переконання без опори на перевірену фактологічну базу. На думку Лі Макінтайр постправа виступає не просто як заперечення істини, а як «форма ідеологічної вищості, коли іншу особу прагнуть переконати в чомусь, незалежно від того, є для того переконливі докази, чи ні»<sup>1</sup>. У такому контексті достовірність візуального контенту визначається не індексальною відповідністю фактам, а здатністю вписуватися у вже сформовані когнітивні установки аудиторії.

Девід С. Бердселл і Лео Гроарке визначають візуальні аргументи як «аргументи (у традиційному розумінні засновків та виснов-

<sup>1</sup> Макінтайр Л. Постправа. К. : ArtHuss, 2021. С.29

ків), які передаються в образах»<sup>2</sup>. Потужність такого аргументу підсилюється епістемологічною перевагою фотографії: «механічна природа» дозволяє глядачам інтуїтивно сприймати її як «прозорий медіум», через який ми «буквально бачимо сам світ»<sup>3</sup>. Це створює ілюзію незалежності зображення від переконань автора, ускладнюючи раціональне спростування візуального аргументу.

Аргументативна ефективність зображення визначається не лише його формальною структурою, а й механізмами впливу на сприйняття аудиторії. Ключовим механізмом перетворення зображення на аргумент є емоційна інтенсифікація. Сьюзен Зонтаґ зазначала, що фотографії страждань мають на меті «переслідувати» нас, щоб ми не забували, на що здатні люди, «проте завдяки своєму естетичному потенціалу вона і передає тривогу, і врешті її нейтралізує»<sup>4</sup>. У середовищі цифрових медіа ця властивість посилюється алгоритмічними механізмами. Дослідження Ерін Дж. Ньюман та Норберт Шварц свідчать, що алгоритми онлайн-платформ надають перевагу історіям із зображеннями, особливо коли вони мають високі показники емоційності, негативу та візуальної привабливості<sup>5</sup>. Це створює ефект «правдоподібності»<sup>6</sup>: коли інформація сприймається легко, люди схильні вважати її істинною, навіть якщо фотографія не має доказової сили.

Емоційна інтенсивність стає особливо значущою в поєднанні з контекстуальними зміщеннями, які можуть змінювати інтерпретацію зображення. «Фотографії не існують самі по собі; вони приходять до нас уже наділені значенням через свій контекст»<sup>7</sup>: через заголовок, підпис або супровідну публікацію. Найбільш поширеним типом візуальної дезінформації є використання «перепризначених» фото<sup>8</sup> – справжніх зображень з іншої події, які подаються як «докази» актуальних тверджень. У таких випадках

---

<sup>2</sup> Birdsell, D. S., Groarke, L. *Outlines of a Theory of Visual Argument*. Argumentation and Advocacy. 2007. Vol. 43(3–4). P. 103. URL: <https://doi.org/10.1080/00028533.2007.11821666>

<sup>3</sup> Xhignesse M.-A. *The Transparency of War Photography*. Parrhesia. 2025. Vol. 41. P.120

<sup>4</sup> Зонтаґ С. Про фотографію. Харків: МОКСОР, 2024. С.139

<sup>5</sup> Newman E. J., Schwarz N. *Misinformation by images: How images influence perceptions of truth and what can be done about it*. Current Opinion in Psychology. 2023. URL: <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2023.101778>

<sup>6</sup> Макінтайр Л. Постправада. К. : ArtHuss, 2021. С. 22

<sup>7</sup> Xhignesse M.-A. *The Transparency of War Photography*. Parrhesia. 2025. Vol. 41. P. 135

<sup>8</sup> Newman E. J., Schwarz N. *Misinformation by images: How images influence perceptions of truth and what can be done about it*. Current Opinion in Psychology. 2023. URL: <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2023.101778>

маніпуляція базується на тому, що «будь-яке фото може призвести до когнітивних викривлень залежно від його зв'язку з текстом»<sup>9</sup>. Реципієнт, піддаючись «підтверджувальному упередженню»<sup>10</sup>, схильний надавати більшої ваги тим зображенням, які підтримують його погляди, ігноруючи фактичні суперечності.

Цей механізм наочно проявляється у практиках деконтекстуалізації, коли автентичні зображення набувають нового значення через зміну інформаційного супроводу. Поширеним прикладом є використання фотографій із війни в Сирії як нібито візуальних доказів подій в Україні<sup>11</sup>: зображення, що первинно фіксували інший конфлікт, у новому контексті починають функціонувати як аргумент на користь актуальних тверджень. Подібну логіку мають і випадки, коли візуальні матеріали з військових навчань або навіть сцени з відеогри *Arma 3* циркулюють як «реальні» кадри бойових дій<sup>12</sup>. У цих ситуаціях маніпуляція не потребує фальсифікації самого зображення: достатньо змістити контекст, щоб змінити його інтерпретацію. Внаслідок цього зображення, зберігаючи індексальний зв'язок із реальністю, втрачає коректну референцію і перетворюється на інструмент аргументації, що спирається не на факт, а на правдоподібність.

Якщо в описаних випадках маніпуляція ґрунтується на зміні контексту вже існуючих зображень, то сучасні технології відкривають можливість створення візуальних «доказів» без жодного реального референта. Розвиток генеративних технологій створює загрозу «кінця фотографічної істини»<sup>13</sup>. Поява синтетичних зображень підважує статус фотографії як свідчення, що веде до виникнення «дивіденду брехуна»: ситуації, коли зловмисники можуть «відкидати будь-які реальні докази, стверджуючи, що

---

<sup>9</sup> Newman E. J., Schwarz N. Misinformed by images: How images influence perceptions of truth and what can be done about it. *Current Opinion in Psychology*. 2023. URL: <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2023.101778>

<sup>10</sup> Макінтайр Л. Постправа. К.: ArtHuss, 2021. С. 51

<sup>11</sup> Das S. Old Photo Of Injured Syrian Child Falsely Shared As Ukraine. BOOM Fact Check: Debunking Misinformation and Fake news. URL: <https://www.boomlive.in/fact-check/world/viral-photo-child-victim-russia-ukraine-conflict-old-photo-social-media-platforms-circulation-16913>

<sup>12</sup> Кліпи з відеогри видають за кадри війни в Україні: як відрізнити підробку (відео). ФОКУС. URL: <https://lnk.ua/q5HnmxFBv>

<sup>13</sup> Lalonde, M., Boulianne, G., Rutherford, N., Beaulieu, M., Ghodrati, H., & Dahmane, M. *Visual and Multimodal Disinformation: Analysis, Challenges, Solutions*. Montréal: CRIM; Ottawa: University of Ottawa. 2025. P.24

вони можуть бути дідфейком»<sup>14</sup>. Хоча люди часто впевнені у своїй здатності розпізнати підробку, експерименти показують, що ШІ-генеровані обличчя часто сприймаються як більш реальні та варті довіри, ніж справжні (ефект гіперреалізму)<sup>15</sup>. Це підриває довіру не лише до конкретних медіа, а й до інституцій загалом.

У воєнному контексті зображення як аргумент набуває екзистенційного значення. Візуальні свідчення виконують функцію громадянського свідчення, здатного долати суспільну апатію. Військова фотографія прагне передати «сюрреалістичний жах віддалених подій аудиторіям, які відірвані від щоденних реалій війни»<sup>16</sup>. Однак існує ризик інструменталізації: війна як складне й багатовимірне явище не піддається повному відтворенню в межах одного медіуму. Через механізми візуального фреймінгу медіа нерідко спрощують ці процеси, перетворюючи їх на видовищні образи, що притуплюють чутливість аудиторії до людських страждань. За таких умов професійна журналістика має уникати експлуатації травматичного досвіду заради сенсаційності та забезпечувати максимально точно, фактографічно вивірене висвітлення подій.

Функціонування зображення як аргументу в епоху постправди не зводиться до питання технічної верифікації, а пов'язане з механізмами його сприйняття та інтерпретації. У цьому контексті постправда описує не стільки стан реальності, скільки способи реагування на неї<sup>17</sup>. Відтак аргументативна сила зображення визначається не лише його фактографічною точністю, а й умовами репрезентації та когнітивними установками аудиторії. У такій перспективі відновлення значущості об'єктивних фактів і рефлексивне ставлення до візуальної репрезентації постають як способи обмеження політичного підпорядкування реальності. Як зауважує Лі Макінтайр, «правда досі важлива, як і завжди»<sup>18</sup>. За цих умов професійна журналістика може розглядатися як практика, що структурує візуальні аргументи й опосередковує розрізнення між емоційною правдоподібністю та верифікованою істинністю.

---

<sup>14</sup> Lalonde, M., Boulianne, G., Rutherford, N., Beaulieu, M., Ghodrati, H., & Dahmane, M. *Visual and Multimodal Disinformation: Analysis, Challenges, Solutions*. Montréal: CRIM; Ottawa: University of Ottawa. 2025. P.10.

<sup>15</sup> Newman E. J., Schwarz N. Misinformed by images: How images influence perceptions of truth and what can be done about it. *Current Opinion in Psychology*. 2023. URL: <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2023.101778>

<sup>16</sup> Xhignesse M.-A. *The Transparency of War Photography*. Parrhesia. 2025. Vol. 41. P. 120

<sup>17</sup> Макінтайр Л. Постправда. К. : ArtHuss, 2021. С. 158

<sup>18</sup> Там само.

**Альона РОМАНЮК**

асистент кафедри онлайн-медіа,  
Навчально-науковий інститут журналістики,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна,  
aliona.romaniuk@knu.ua

## **ФОРМУВАННЯ СТІЙКОСТІ ДО ДЕЗІНФОРМАЦІЇ МОЛОДІ В УМОВАХ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ: КЕЙС НОТАЄНОТА**

Повномасштабна війна Росії проти України супроводжується системною інформаційною агресією, у межах якої дезінформація виконує стратегічну функцію. Вона спрямована на підрив довіри до влади, до медіа, один до одного, а також має на меті дезорієнтацію аудиторій, послаблення критичного мислення, розмиття меж між правдою, напівправдою та фейком. У сучасних дослідженнях такі практики розглядають як одну з ключових складових гібридної війни та когнітивного протистояння, де боротьба точиться не лише за території, а й за інтерпретації, емоції та моделі довіри<sup>1-2</sup>.

Вразливими до російської дезінформації є усі верстви населення, але в цій розвідці розглядаємо саме молодь, яка, з одного боку, є активним користувачем цифрових платформ, а з іншого – часто діє в середовищі високої інформаційної щільності, емоційного перевантаження та прискореного споживання контенту. За цих умов питання формування стійкості до дезінформації виходить за межі класичної медіаграмотності й потребує нових педагогічних форматів, здатних працювати в кризовому контексті.

Одним із ефективних форматів розвитку критичного мислення в умовах війни є ігрові комунікаційні технології, в основі яких актуальні теми, що використовуються російською пропагандою, а також реакція на ці теми з боку українських та іноземних фактчекінгових та просвітницьких інституцій. Серйозні ігри (serious games) – ігрові форми з навчальною, а не суто розважальною функцією, які забезпечують так зване «активне нав-

<sup>1</sup>Hoffman F. G. *Conflict in the 21st century: The rise of hybrid wars*. Arlington : Potomac Institute for Policy Studies, 2007. 72 p. URL:[https://www.potomac institute.org/images/stories/publications/potomac\\_hybridwar\\_0108.pdf](https://www.potomac institute.org/images/stories/publications/potomac_hybridwar_0108.pdf) (дата звернення: 28.04.2026).

<sup>2</sup> Померанцев П. Це не пропаганда. Київ : Yakaboo Publishing, 2019. 288 с.

чання», за якого учасник практикує верифікаційне мислення в ситуаціях, наближених до реальних<sup>3</sup>. Прикладом такого формату є антифейкові інтелектуальні ігри “НотаЄнота”. Цей проєкт базується на матеріалах фактчекінгових проєктів<sup>4</sup> таких як “По той бік новин”, “НотаЄнота”, Центр протидії дезінформації при РНБО, SPRAVDI (проєкт Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки), а також освітніх продуктах українських та міжнародних організацій. Він ілюструє, як “перепакуння” спростованих фейків та маніпуляцій в ігрові формати може сприяти формуванню стійкості до дезінформації в епоху постправди<sup>5</sup>.

Дослідження спирається на змішаний дизайн і охоплює дві хвили впровадження проєкту у 2023–2024 роках, а також окремі кейси впровадження ігор у 2025 і 2026 рр. Емпіричну базу становлять аналітика платформи, звіти фасилітаторів, pre/post опитування освітян, а також шість фокус-груп із фасилітаторами (n = 102). Загалом у двох хвилях було залучено 250 педагогів, які провели 948 ігрових сесій для 23 063 учасників. Змішаний дизайн дозволяє тріангулювати кількісні показники охоплення з якісними даними про педагогічний досвід і зміни в поведінці учасників – підхід, рекомендований у дослідженнях втручань з медіаграмотності для уникнення артефактів самозвітування<sup>6</sup>.

У контексті цього дослідження стійкість до дезінформації розуміється не лише як здатність розпізнати фейк або перевірити джерело, і навіть не як спростування фейку. Йдеться про ширшу комунікативну й соціокогнітивну спроможність аудиторії: помічати маніпулятивні техніки; ставити під сумнів сумнівний контент; переносити навички верифікації в нові контексти; зберігати критичну дистанцію навіть в умовах емоційного тиску; підтримувати практики колективного осмислення інформації у спільноті.

Саме така рамка дозволяє аналізувати стійкість до дезінформації не як одноразовий результат навчання, а як процес фор-

<sup>3</sup> Breuer J., Bente G. Why so serious? On the Relation of Serious Games and Learning. *Journal for Computer Game Culture*. 2010. Vol. 4, № 1. P. 7–24.

<sup>4</sup> Романюк А. Хронологія розвитку фактчекінгових ініціатив в Україні: типізація проєктів. *Образ*. 2026. № 1 (50). С. 18–29. [https://doi.org/10.21272/Obraz.2026.1\(50\)-18-29](https://doi.org/10.21272/Obraz.2026.1(50)-18-29)

<sup>5</sup> Романюк А. Повернути Єнота. Як навчити дітей боротися з інформаційними атаками ворога за допомогою гри. *Українська правда. Життя*. 25.02.2023. URL: <https://life.pravda.com.ua/columns/2023/02/25/253071/> (дата звернення: 28.04.2026).

<sup>6</sup> Vraga E. K., Tully M. News literacy, social media behaviors, and skepticism toward information on social media. *Information, Communication & Society*. 2021. Vol. 24, № 2. P. 150–166. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1637445>

мування звички до виокремлення фактів і розуміння відсутності певної інформації, звички ставити під сумнів емоційний контент, аргументовано обговорювати побачене/прочитане/почуте, а також звертати увагу на неочевидне. Загалом же гра сприяє формуванню навичок поводження з інформацією різного типу в умовах інформаційного перенасичення та воєнного контексту.

Ігрові завдання “НотаЄнота” побудовані таким чином, що спочатку гравцям у команді дається кейс-питання для обговорення в умовах обмеженого часу. У кожному раунді, залежно від теми, таких завдань може бути від 3 до 10. Після кожного раунду ведучий-тренер (часто це вчитель, викладач або бібліотекар) озвучує не тільки правильну відповідь, але й надає контекст, звертає увагу учасників на неочевидні на перший погляд для аудиторії деталі, а також може вести невелику дискусію чи взаємодію із гравцями. Такий рефлексивний дебрифінг після кожного ігрового раунду є критично важливим елементом: саме він переводить ігровий досвід із рівня розваги на рівень усвідомленої когнітивної стратегії й забезпечує перенос навичок поза грою.

Тренери отримують усі матеріали для проведення гри: мультимедійна презентація, методичні інструкції із детальним описом завдань та пояснень, додатковою літературою та матеріалами, бланки для команд та бланки для журі, а також маскот гри – плюшевий єнот. Усі тренери обох когорт 2023 і 2024 років отримали набір матеріалів в електронному та фізичному форматах, а також пройшли тренінги з організації та проведення ігор.

За матеріалами обговорення у фокус-групах з учасниками тренінгових курсів, одноразова гра (2023 рік) показала ефективність формату у зацікавленні підлітків і молоді, а також у втриманні уваги впродовж всієї ігрової сесії. Натомість серія з 5 ігор, яку проводили тренери у 2024 році, проілюструвала не тільки зацікавленість грою, але й застосування учасниками ігор попередньо здобутих знань під час розв’язання нових завдань. Ці спостереження корелюють із даними досліджень серійних ігрових втручань у медіаосвіті: повторні сесії суттєво підвищують ймовірність інтеріоризації верифікаційних практик порівняно з одно-

разовим форматом<sup>7</sup>. Слід зазначити, що це непрямі дані від учнів та студентів, а інформація з фідбек-форм тренерів — обмеження, яке зумовлює необхідність подальшого вимірювання із прямим залученням кінцевих учасників.

Кейс «НотаЄнота» демонструє, що серйозна інтелектуальна гра може бути не лише методичним прийомом, а й повноцінним форматом медіаосвітнього втручання, здатним масштабуватися в умовах воєнного часу через мережу тренерів-мультиплікаторів. Ключовим чинником ефективності є не сам ігровий формат, а його архітектура: поєднання емоційного залучення, командного обговорення та рефлексивного дебрифінгу. Саме це поєднання відповідає сучасним уявленням про формування стійкості до маніпуляцій – підходу, відомого як «prebunking» або «inoculation theory», де завчасне «щеплення» проти логіки маніпуляції є ефективнішим за ретроспективне спростування фейку.

Таким чином, кейс «НотаЄнота» засвідчує, що ігрове «перепакування» фактчекінгових матеріалів може бути ефективною комунікаційною технологією формування стійкості до дезінформації серед молоді. В умовах гібридної війни та постправди така модель є цінною не лише як освітній інструмент, а й як механізм розвитку когнітивної самозахисності, критичного мислення та спільнотних практик верифікації.

---

<sup>7</sup> Guess A. M., Lerner M., Lyons B., Montgomery J. M., Nyhan B., Reifler J., Sircar N. A digital media literacy intervention increases discernment between mainstream and false news in the United States and India. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. 2020. Vol. 117, № 27. P. 15536–15545. <https://doi.org/10.1073/pnas.1920498117>

**Сергій СМІРНОВ**

*PhD, асистент кафедри зарубіжної преси та інформації,  
Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна,  
c.smirnov@gmail.com  
Serhii.Smirnov@lnu.edu.ua*

## **МОВА ВОРОЖНЕЧІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВІЙНИ: МОЖЛИВОСТІ КОНСОЛІДАЦІЇ ТА РОЗКОЛУ**

Проаналізовано амбівалентну природу мови ворожнечі (*hate speech*) в українському медіадискурсі періоду повномасштабного вторгнення (2022–2024 рр.). На основі теоретичних підходів наукової школи Львівського національного університету імені Івана Франка досліджено трансформацію ненависті з деструктивного чинника внутрішнього розколу на мобілізаційний інструмент опору зовнішній агресії. Автором систематизовано ключові маркери консолідації та протистояння, а також обґрунтовано необхідність раннього розпізнавання штучно спровокованих конфліктів у цифровому середовищі.

У часи воєнних конфліктів медіадискурс неминуче радикалізується. Мова ворожнечі (*hate speech*), яка в мирний час є об'єктом правових обмежень, в умовах повномасштабного вторгнення РФ в Україну набуває нових функцій. Проблема полягає у розрізненні «функціональної агресії», спрямованої на ворога, і, відповідно, власної консолідації та деструктивних висловлювань, що провокують внутрішні розколи.

Для дослідження систематизовано деякі теоретичні і практичні розвідки науковців Львівського національного університету імені Івана Франка, які можна пов'язати з вивченням проявів та наслідків обох видів мови ворожнечі. За допомогою ШІ Claude здійснено систематизацію частотних маркерів мови ворожнечі у соцмережах за 2022–2024 рр. і проведено аналіз для виявлення кореляції наукових гіпотез з практичними проявами.

Аналіз публікацій науковців факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка, зокрема у «Віснику Львівського університету. Серія журналістика», матеріалах звітних конференцій і нещодавно виданій монографії дозволяє побачити, як можна бачення і методи дослідників застосу-

вати до досліджуваної теми, навіть якщо прямо в статтях про це і не йдеться.

Професор, доктор наук із соціальних комунікацій, завідувач кафедри зарубіжної преси та інформації Мар'ян Житарюк, аналізуючи роль журналістів на війні, фокусує увагу на одночасному дотриманні професійних стандартів та виконанні громадянських обов'язків. Розглядувані ним прикладні аспекти громадянської журналістики і контрпропаганди можна сприймати як ключові для розуміння того, як мова ворожнечі легітимізується в медійному полі<sup>1</sup>.

Наталя Войтович, кандидат наук з соціальних комунікацій, була серед тих дослідників, хто системно аналізував створення фейкових новин як шлях інформаційної війни РФ проти України ще з 2014 року. Її праці про політичну рекламу та маніпуляції підкреслюють соціальну відповідальність медіа за якраз запобігання внутрішній агресії<sup>2</sup>.

Доцент кафедри зарубіжної преси та інформації, кандидат філологічних наук Тарас Лильо у своїх працях (зокрема щодо ідеологічних акцентів медіа) досліджує, як медіатизація впливає на національну ідентичність. Він наголошує на небезпеці «інформаційного відеогедонізму» та ідеологізації медіасфери. Застосовуючи його підхід, можна зрозуміти, як мова ворожнечі стає інструментом маркування ідентичності «свій-чужий» у кризові періоди<sup>3</sup>.

Окремий вимір «мови війни» як інструменту деколонізації та переформатування ідентичності розглядає доцент, кандидат Юрій Мельник. У своїх дослідженнях, присвячених меморіалізації та політиці топоніміки, він фокусується на тому, як зміна назв вулиць та усунення символів імперського минулого стають

---

<sup>1</sup> Житарюк М. Г. Професійний обов'язок журналіста і громадянський обов'язок воїна в умовах війни за незалежність України // Медіадискурс війни: український та закордонний досвід: монографія / [Мар'ян Житарюк, Тарас Балда, Тарас Лильо та ін.]; наук. ред., упорядк., вступ, висновки проф. М. Житарюк – Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2025. – С. 211–237. – ISBN 978-617-10-0904-2. <https://doi.org/10.30970/mdw.2025>

<sup>2</sup> Войтович Н. Створення фейкових новин: новий шлях інформаційної війни // Вісник Львівського університету. Серія журналістика. 2014. Вип. 39. С. 42–47.

<sup>3</sup> Лильо Т. Ідеологічні акценти в медіа: антропологічні наслідки // Вісник Львівського університету. Серія журналістика. 2020. Вип. 48. С. 134–42.

актом утвердження національної пам'яті<sup>4</sup>. Для нашого дослідження це важливо тому, що саме навколо топонімів нерідко спалахують дискусії, забарвлені мовою ворожнечі: від звинувачень у «несвоєчасності» до радикального заперечення будь-яких спільних із агресором культурних маркерів. Наш підхід підказує, що перейменування – це не просто зміна табличок, а складний процес витіснення мови окупанта з нашого щоденного простору, що є формою символічного спротиву, а намагання РФ через своїх агентів відстояти свої маркери є однозначним використанням мови ворожнечі та спробою створити внутрішній конфлікт.

Доцент, кандидат наук із соціальних комунікацій, завідувачка кафедри радіомовлення і телебачення Парасковія Дворянин в кількох своїх статтях зосереджується на етичних викликах та «сенситивному інтерв'ю» в умовах колективної травми. І що важливо, вона наголошує при цьому на важливості українськоцентричної парадигми в новинах, яка має консолідувати суспільство, а не продукувати нові лінії поділу<sup>5</sup>.

В своїх попередніх працях я детальніше досліджував факти у теоріях істини, боротьбу з фейками, аналізував механізми маніпуляцій. В контексті сьогоденної теми ці роботи підкреслюють, що мова ворожнечі часто базується на сконструйованій (не)правді, яка спрямована на дестабілізацію соціальних комунікацій<sup>6</sup>.

На другому етапі дослідження за допомогою ШІ-моделі **Claude** було проведено систематизацію частотних маркерів мови ворожнечі у соцмережах за 2022–2024 рр<sup>7</sup>. Внесок моделі **Claude** у цю роботу полягав у класифікації лексем: 1) автоматичному розпізнаванні відтінків ворожості в текстах; 2) сентимент-аналізі: виявленні сплесків агресії щодо «внутрішніх» груп під час резонансних подій; 3) групуванню маркерів ворожості за кон-

---

<sup>4</sup> Мельник Ю. Деколонізація топонімичного простору як складник інформаційної безпеки України // Матеріали звітної наукової конференції викладачів факультету журналістики за 2022 рік. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2023. С. 84–89

<sup>5</sup> Дворянин П. Сенситивне інтерв'ю: переживання колективної травми війни // Вісник Львівського університету. Серія журналістика. 2023. Вип. 52-53. С. 99–108

<sup>6</sup> Смірнов С. Евфемізми війни. Прикладні аспекти пропаганди та контрпропаганди / наук. кер. М. Житарюк // Сучасний масмедійний простір: реалії та перспективи розвитку : матеріали Другої всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених (м. Тернопіль, 10 квітня 2024 року). Тернопіль : ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2024. С. 244–248. <http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/33365/1/Smirnov.pdf>

<sup>7</sup> Claude (Anthropic). Аналітична систематизація маркерів мови ворожнечі (2022–2024).

структивним та деструктивним впливом і їх аналізу з моделями науковців Львівського Університету.

Було отримано такі результати:

**Конструктивний (мобілізаційний) вплив.** Лексика, спрямована на агресора, виконує функцію захисного механізму та соціальної консолідації. Маркери дегуманізації «орки», «рашисти», «свинособаки» та іронізації: «бавовна», «від'ємний наступ» допомагають подолати психологічний бар'єр у протистоянні та трансформують колективний страх у мобілізаційну енергію. І це цілком відповідає моделям, описаним в дослідженнях М. Житарюка, Т. Лиля, Ю. Мельника.

**Деструктивний вплив (внутрішній розкол).** Найбільш небезпечними є маркери, спрямовані всередину суспільства, що загрожують соціальній згуртованості. Стигматизація ВПО та біженців: «втікачі», «соціальні туристи» (щодо переселенців у межах країни чи за кордоном), мовно-політична ворожнеча: «мовні срачі», «ухилянти» – ці маркери провокують внутрішню агресію, що часто підігрується зовнішніми ІПСО, як і було висунувано та передбачано Н. Войтович та П. Дворянин.

### *Висновки*

Мова ворожнечі в умовах війни не перестає бути «двосічним мечем», а навпаки, ще сильніше проявляє свої можливості. Проведене дослідження доводить, що моделі та методи науковців ЛНУ є ефективними для вивчення і, головне, протистояння мові ворожнечі. Вони дозволяють диференціювати ненависть як деструктивну отруту для суспільства та як необхідний мобілізаційний фактор у відсічі зовнішнього агресора. При цьому ненависть до ворога може бути інструментом консолідації, якщо вона не переходить у дегуманізацію власного народу. і в такі ситуації для медіа і мереж постає необхідність уточнити етичні правила та сценарії виявлення небезпечних зон розколу, раннього розпізнавання штучно спровокованих конфліктів у цифровому середовищі. Це дозволить трансформувати енергію суспільної люті із саморуйнівного напрямку у захисну площину і перевести її до консолідуючого дискурсу.

**Володимир ТАРАСЮК**

кандидат філологічних наук, доцент,  
доцент кафедри журналістики,  
факультет журналістики,  
Державний вищий навчальний заклад  
«Ужгородський національний університет», Україна,  
voltar6868@gmail.com

**ТОЧНІСТЬ У ЖУРНАЛІСТИЦІ ЯК КРИТЕРІЙ  
МЕДІЙНОГО ПРОФЕСІОНАЛІЗМУ**

*У дослідженні розглянуто точність у журналістиці як багатокомпонентний критерій медійного професіоналізму. Виокремлено складові, які призводять до порушення принципу точності в журналістських матеріалах, та розглянуто окремі приклади таких порушень. На основі аналізу праць дослідників, медійних публіцистичних зразків зроблено висновок, що точність ґрунтується на верифікації та уніфікації фактів, скрупульозній роботі з джерелами та забезпеченні відповідного контексту і є фундаментальним показником журналістської професійності. А порушення принципу точності загрожує репутації медійника та засобу масової інформації, який представляє.*

Одним із основних критеріїв професіоналізму в журналістиці є точність. Вона безпосередньо пов'язана з достовірністю, а отже, і впливає на довіру до медіа. Як слушно зазначають дослідники, «точність – це не тільки перевірені факти. Це ще й правильно написані імена та прізвища, цифри. Це вдало обрані джерела, що можуть бути компетентними і не вводять журналістів у оману. Це й точність цитування»<sup>1</sup>.

Точність пов'язана з відповідністю поданої інформації дійсності, без викривлень та домислів і є невіддільним компонентом

---

<sup>1</sup> Іванова О., Мойсеева О., Стеблина Н. Місцева преса: посібник для ЗМІ – Як регіональним журналістам працювати за часів нових медіа та кризи демократії. / Під редакцією О. Іванової. Київ: ТОВ «Бізнесполіграф», 2019. С. 187. URL: <https://www.calameo.com/read/006115356e5f334df8043> (дата звернення 13.04.2026).

якісного медіапродукту<sup>2</sup>. В «Етичному кодексі українського журналіста» також зазначено, що «факти, судження та припущення мають бути чітко відокремлені одне від одного»<sup>3</sup>.

Крім того, стандарти ВВС передбачають, що «точність – це не просто питання правильного наведення фактів. Щоб дійти до істини, можливо, потрібно зважити та врахувати як відповідні думки, так і факти»<sup>4</sup>. Слід також не плутати точність з об'єктивністю. Адже перша пов'язана з достовірністю фактів, а остання – із представленням різних поглядів на одні й ті ж явище, процес, подію.

Точність – багатокомпонентний критерій, якого журналіст має суворо дотримуватися у своїй професійній діяльності. Аналіз сучасного медійного простору, зокрема українського, засвідчує, що дотримання точності є ключовим показником професіоналізму. Натомість її порушення найчастіше спричинені такими складовими:

- **фактичні помилки:** неточності в датах, цифрах, іменах, посадах, плутанина в географічних назвах чи обставинах подій;
- **використання неперевіреної інформації:** поширення чуток або даних із ненадійних анонімних джерел без належного підтвердження;
- **виривання з контексту:** цитування частин висловлювань або ігнорування важливих обставин, що спотворює зміст сказаного;
- **маніпулятивні узагальнення:** необґрунтоване використання категоричних тверджень («усі», «завжди», «ніколи», «катастрофа»), драматизація або перебільшення фактів;
- **помилки в перекладі чи інтерпретації:** некоректне тлумачення термінів, заяв або висловлювань іноземних джерел;
- **змішування фактів і думок:** подання суб'єктивних оцінок як об'єктивних фактів та відсутність чіткої межі між новиною та коментарем;

---

<sup>2</sup> Шульська Н. М., Кошак О. М., Римар Н. Ю. Достовірність, точність та повнота інформації в сучасному українському телемовленні. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2024. Ч. 2. Т. 35 (74). № 3. URL: <https://share.google/ENFEEOjaHW2ChtRf> (дата звернення 13.04.2026).

<sup>3</sup> Етичний кодекс українського журналіста. URL: <https://nsju.org/spilka/dokumen-ti/#1718615643243-a8884595-9382> (дата звернення 13.04.2026).

<sup>4</sup> BBC. Editorial Policy. URL: <https://www.bbc.com/editorialguidelines/guidelines/accuracy/guidelines> (дата звернення 13.04.2026).

- **неповнота інформації:** замовчування важливих деталей або висвітлення лише однієї сторони конфлікту, що веде до викривлення реальності;
- **неправильні акценти:** клікбейт та невідповідність заголовків змісту, що деформує сприйняття події;
- **помилки в цифрах та статистиці:** маніпуляції з вибіркою, некоректне відсоткове співвідношення або відсутність посилань на першоджерела даних;
- **технічні та редакційні огріхи:** друкарські помилки, що змінюють зміст, або некоректні підписи до візуального контенту (фото/відео).

Скажімо, спостерігаємо порушення стандарту точності та повноти інформації на сайті ТСН<sup>5</sup>. Заголовок фокусує увагу лише на розгортанні військ у 2026 році, повністю ігноруючи модальність висловлювання (умовний спосіб). Адже генерал П. Шилл висловив готовність реагувати на загрози та діяти в межах домовленостей з Україною, а не на неминучості відправлення контингенту. Таке подання інформації провокує клікбейтне уявлення та формує в читача нереалістичні очікування, що може призвести до розчарування та падіння довіри до медіа в майбутньому.

Ще один приклад із сайту ТСН<sup>6</sup>. Використання в заголовку емоційно забарвленої лексики («страх і жах») є маніпулятивним прийомом. Це викривлює зміст матеріалу. Експерт лише моделює найгірший сценарій, тоді як заголовок уже подає його як загальну характеристику поточної ситуації.

Виривання фрази з контексту заради емоційного впливу на аудиторію порушує стандарт точності та відповідальності медіа, особливо в умовах воєнного часу. І подібні «зразки» нехтування точністю в українських медіа – непоодинокі. Як ось, приміром, на сайті «Української правди»<sup>7</sup>.

<sup>5</sup> Скаврон Б. Франція готова розгорнути війська в Україні уже 2026 року — начальник штабу армії. URL: <https://tsn.ua/svit/frantsiia-hotova-rozhornuty-viyska-v-ukrayini-uze-2026-roku-nachalnyk-shtabu-armiyi-2942327.html> (дата звернення 14.04.2026)втрати.

<sup>6</sup> Щербак Д. «Це буде страх і жах»: експерт назвав наступну велику ціль Росії на Дніпропетровщині. URL: <https://tsn.ua/ato/tse-bude-strakh-i-zakh-ekspert-nazvav-nastupnu-velyku-tsil-rosiyi-na-dnipropetrovshchyni-2995406.html> (дата звернення 14.04.2026).

<sup>7</sup> Тищенко К. Контрнаступ може зайти в глухий кут через брак зброї та підготовки – WSJ. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2023/07/23/7412575/> (дата звернення 14.04.2026).

Маємо класичний зразок втрати змісту при перекладі у вітчизняному медіа як «глухий кут» терміну «stalemate» у заголовку «The Wall Street Journal»<sup>8</sup>. Хоч словниково ці поняття можуть перетинатися, у контексті публікації в названому впливовому американському щоденнику слово означало «*патову ситуацію*». А вибір варіанту «*глухий кут*» необґрунтовано додає повідомленню відтінку безвиході, тоді як оригінал наголошував на тимчасовій зупинці динаміки через конкретні дефіцити озброєння. Маємо викривлення стратегічного контексту на користь емоційнішого, але менш точного терміну.

Окремо варто виокремити «естетичну точність», яку, до прикладу, часто ігнорують автори-початківці у студентських медіа. Найпомітніше це проявляється в хаотичному представленні дійових осіб під час опису заходів. Скажімо, в одному матеріалі про наукову конференцію герої можуть бути репрезентовані за різними принципами: хтось – лише за іменем та прізвиськом, хтось – із додаванням по батькові, наукового звання, посади, курсу чи факультету. Така розмитість стилю порушує композиційну цілісність тексту і свідчить про відсутність редакторської дисципліни.

На основі аналізу праць дослідників, медійних публіцистичних зразків є підстави стверджувати: точність – фундаментальний показник журналістської професійності. Вона ґрунтується на верифікації та уніфікації фактів, ретельній роботі з джерелами та забезпеченні належного контексту.

Водночас точність вимагає безкомпромісного уникнення маніпуляцій, вигадок та викривлень, залишаючись наріжним каменем, який гарантує якість та етичність медійного контенту. Ігнорування принципу точності не лише знижує якість медійного продукту, спричиняючи фактичні помилки та композиційну недосконалість сюжетів, а й стає потужним інструментом маніпуляції. Деформація дійсності через контекстуальну вибірковість чи хибну інтерпретацію фактів неминуче призводить до серйозних репутаційних втрат. Зрештою, це ставить під загрозу найцінніший капітал у журналістиці – довіру аудиторії до конкретного медійника та каналу інформації, який той представляє.

---

<sup>8</sup> Michaels D. Ukraine's Lack of Weaponry and Training Risks Stalemate in Fight With Russia. URL: <https://www.wsj.com/world/ukraines-lack-of-weaponry-and-training-risks-stalemate-in-fight-with-russia-f51ecf9> (дата звернення 14.04.2026).

**МІЖНАРОДНІ КОМУНІКАЦІЇ  
ТА ГЛОБАЛЬНИЙ  
ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР**

**INTERNATIONAL COMMUNICATIONS  
AND THE GLOBAL INFORMATION SPACE**

**Oleksandra IVASHCHENKO**

*Bachelor of International Relations, Social Communications,  
and Regional Studies,  
Master's student at the Faculty of Journalism,  
Ivan Franko National University of Lviv, Ukraine,  
ivashchenko.oleksandra@gmail.com*

**NARRATIVE LEGITIMATION AND MEDIA DIPLOMACY  
IN SHAPING UKRAINE'S EUROPEAN IDENTITY DURING  
THE RUSSIA–UKRAINE WAR (2022–2026)**

*This study looks at how Ukraine's strategic narratives and media diplomacy have changed between 2022 and 2026. It argues that Ukraine has shifted from being treated mostly as a "peripheral" actor in global communication to becoming an active shaper of its own international image and geopolitical identity.*

*Through a mix of communication tools – from public campaigns like "Bravery" and digital platforms such as United24 to direct engagement with major international media outlets like The Economist – Ukraine has been building a stronger symbolic and political connection with the European security space.*

*The study also points to a noticeable change in how Ukraine is described in global media. Instead of being framed mainly as a local crisis, the conflict is increasingly presented as "Russia's war against Europe." This shift reflects a broader change in interpretation and positioning.*

*Overall, the research suggests that Ukraine's international image is not just being reported by others, but actively shaped through communication strategies that challenge older narratives and re-frame the country as an important part of the Western security and political order. In this sense, Ukraine's European identity is not only a future institutional question, but something that is already being constructed through ongoing communication practices.*

*At LMF 2025, Ola Myrovysh, Head of the Lviv Media Forum, captured this reality in the following words: "War was never our choice,*

but it has become our reality. At the same time, over the past eleven years, the world has been discovering Ukraine through the war”<sup>1</sup>.

It’s a heavy realization. But it points to a massive tectonic shift in the global info-landscape. Since 2022, Ukraine has stopped being a «peripheral subject» that things just *happen* to. Instead, we’ve become the architects of our own strategic narratives. This isn’t just PR; it’s media diplomacy as a survival tool – where communication doesn’t just represent reality, it builds it.

From a theoretical standpoint, this process is best understood through the lens of strategic narratives, which views international politics as a contested space of meanings, interpretations, and legitimacy. If we look at this through the lens of scholars like Miskimmon, O’Loughlin, and Roselle, international politics is essentially a contested space of meanings<sup>2</sup>. Ukraine understood this early. We didn’t just ask for entry into Europe; we aligned our entire communication strategy with the normative foundations of the European security order. We acted as if we were already there.

The transformation of Ukrainian media diplomacy demonstrates a deliberate shift toward narrative construction integrated with geopolitical goals. Moving beyond traditional diplomatic channels, Ukraine employs a hybrid communication model that joins official political messaging with digital platforms and high-stakes global media engagement. This approach has allowed Ukraine to redefine its position: it is no longer a state seeking entry into Europe, but one that is already a functional component of Europe’s normative and security architecture.

The international “Bravery” campaign stands as a landmark example of this shift<sup>3</sup>. By flooding global hubs like London and New York with large-scale visual media, the campaign forged a symbolic link between Ukraine and the universal values of resilience, courage, and democratic resistance. This brand of affective diplomacy created

---

<sup>1</sup> Myrovych, O. (2025). *War was never our choice, but it became our reality: Speech by Ola Myrovych at the opening ceremony of the LMF 2025*. [online] Lviv Media Forum. Available at: <https://lvivmediaforum.com/en/page/war-was-never-our-choice-but-it-became-our-reality-speech-by-ola-myrovych-at-the-opening-ceremony-of-the-lmf-2025> [Accessed 10 Apr. 2026].

<sup>2</sup> Miskimmon, A., O’Loughlin, B. and Roselle, L. (2013). *Strategic Narratives: Communication Power and the New World Order*. New York: Routledge.

<sup>3</sup> Brave.ua (n.d.). *Ukraine.ua – Bravery is the brand of Ukraine*. [online] Available at: <https://brave.ua/en.html> [Accessed 10 Apr. 2026].

a psychological bridge to Western audiences, transforming abstract political support into a deeply personal, emotionally driven identification with the Ukrainian cause.

High-level communication from political leadership has played an equally crucial role. Through interviews with major outlets like *The Economist* and *The Wall Street Journal*, Ukraine presents the war not only as a fight for survival, but also as a defense of Europe. This contributes to Ukraine's growing symbolic alignment with the West.

Digital-first initiatives, most notably the United24 platform, have redefined the boundaries of diplomatic engagement<sup>4</sup>. By recruiting global cultural icons for advocacy and fundraising, Ukraine has successfully converted celebrity influence into a potent form of soft power. This normalization of Ukraine within global pop culture presents the image of a modern, technologically sophisticated European democracy.

Simultaneously, a fundamental shift is occurring in the historical discourse surrounding Ukraine. Analytical long-reads in publications like *The New Yorker* and *Le Monde* are systematically deconstructing the imperial tropes that historically grouped Ukraine with Russia. In their place, a new emphasis on the distinctiveness of Ukraine's historical trajectory and its long-standing European ties is emerging, providing a cultural justification for its contemporary political claims.

Ukraine's institutional role has also evolved considerably. The state has transitioned from an aid recipient to a primary provider of expertise in cybersecurity, digital governance, and hybrid warfare. Agencies like the Ministry of Digital Transformation are positioning Ukraine as an innovative leader in the security sphere – an active, indispensable participant in global processes.

Perhaps the most telling indicator of success is the linguistic shift in international media. The discourse has moved away from the localized «crisis in Ukraine» toward the more accurate and politically charged «Russia's war against Europe»<sup>5</sup>. These changes go beyond se-

---

<sup>4</sup> United24 (n.d.). *United24 - The initiative of the President of Ukraine*. [online] Available at: <https://u24.gov.ua/uk> [Accessed 10 Apr. 2026].

<sup>5</sup> Aslan, S. (2024). *Words as Weapons of War: How Language Shapes International Politics and Determines Public Opinions in the Conflict Between Russia and Ukraine*. [online] IAPSS. Available at: <https://iapss.org/words-as-weapons-of-war-how-language-shapes-international-politics-and-determines-public-opinions-in-the-conflict-between-russia-and-ukraine/> [Accessed 18 Apr. 2026].

mantics, reflecting Ukraine's consolidation within the European normative order as perceived in global public discourse.

The most telling sign of success isn't just a headline – it's the language itself. We've moved from the vague «crisis in Ukraine» to the much more accurate «Russia's war against Europe.» These aren't just semantics; they reflect a «reverse» legitimation. Media narratives influence Western public opinion, which then forces political elites to keep showing up for Ukraine.

Ultimately, the period between 2022 and 2026 has proven that narrative construction is a cornerstone of international legitimacy. Ukraine's European identity isn't some distant «aspiration» we're waiting for. It is a present reality. We're just waiting for the institutions to finally catch up to the story we've already written.

**Тарас БАЛДА**

*старший викладач кафедри зарубіжної преси та інформації,  
факультет журналістики,  
Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна*

**Ксенія ВАСИЛИК**

*студентка групи ЖРН-21 с,  
факультет журналістики,  
Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна*

**УКРАЇНСЬКА ДІАСПОРА В ГЛОБАЛЬНОМУ  
ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ: РОЛЬ ТА ВПЛИВ**

Українська діаспора – це збірне визначення представників української національної спільноти, котрі мешкають поза межами українських земель (української національної території) і почувають духовний зв'язок з Україною. Науковець і публіцист В. Кубійович, який досліджував формування та роль української діаспори в світ, акцентував увагу на тому, що діаспора важлива й цінна не своєю кількістю, а намірами та вчинками: «тих один чи два мільйони людей, що почувають себе українцями й живуть у Вільному світі, не тому мають вартість, що їх один (чи навіть два мільйони), але тому, що вони щось можуть зробити для України»<sup>1</sup>.

Слід сказати, що бажання прислужитися країні свого походження в різні історичні періоди ставало політичною ідеологією свідомої частини української діаспори. Українська діаспора (передовсім це стосується українців, які емігрували до США та Канади) особливо активізувалася під час визначальних світових подій, що простежується на прикладах Першої світової війни та Українських визвольних змагань. Створення Української Центральної Ради та виникнення власної держави в 1917–18 роках, а також проголошення ЗУНР викликали небувале піднесення серед українців за океаном. Відбувалися віча, проводилися грошові збірки на українські цілі. Український Народний Комітет під керівництвом о. Петра Понятишина домігся того, що Конгрес США в 1917 році схвалив і проголосив у всіх штатах «Український День» із зібранням фондів на допомогу Україні. Та найбільш гло-

<sup>1</sup> Кубійович В. Українська діаспора /В. Кубійович // Листи до Приятелів. – 1964. – Ч. 131-132. – С. 3-7.

бальний інформаційний резонанс на Американському континенті виник у грудні 1918 року, коли конгресмен Гемил підтримав пропозицію української громади і зажадав від уряду США визнання незалежності України та допущення її представників на мирну конференцію з приводу закінчення світової війни.

Зазначимо, що всі ці заходи мали інформаційне відображення на шпальтах періодичних видань (в цьому контексті найяскравіше проявили себе автори газети американських українців «Свобода», котрі дуже добре орієнтувалися у світових подіях і робили виважені, а не емоційні висновки).

Після падіння української державності і поділу українських земель між СРСР, Польщею, Чехословаччиною увага діаспорних українців до своїх побратимів на історичних землях не зменшилася. Продовжувалася фінансова допомога членам УВО, збиралася пожертвування на відкриття широкого кола читалень, а діаспорна періодика постійно наголошувала на антиукраїнських заходах тогочасних поневолювачів українського народу – більшовицької Росії та зміцнілої Польщі. Класичним прикладом відстоювання прав українців на самовизначення на рідних землях було віддзеркалення на сторінках діаспорних видань польської «пацифікації» в Західній Україні в 1930-х роках. Окремою темою подавалося й висвітлення організованого більшовиками народобивчого Голодомору 1932–33 років.

Хочемо акцентувати увагу й на протестах української діаспори проти рішення президента США Рузвельта визнати Радянський Союз. Проти такого рішення виступило понад 20 000 українців та симпатиків України, котрі промарширували в Нью-Йорку по 5-й Авеню з великими транспарантами англійською мовою, на яких були висунуті звинувачення більшовицькому уряду Москви в організації штучного голоду в Україні. І в той же період з подання Луки Мишуги, редактора газети «Свобода», відомий англійський публіцист Ланселот Лотон написав та видав актуальну брошуру *The Ukrainian Question* («Українське питання»), у якій детально з'ясував основні аспекти становища українського народу під чужими режимами. А пізніше написав ще декілька статей про поневолених українців та їхні прагнення, зокрема статті *The Oppressed Ukrainians* («Гноблені українці») та *The Ukrainian Nation* («Українська нація»).

Представники української діаспори методично й скрупульозно інформували світове співтовариство про важливі події на теренах України: проголошення й упадок Карпатської України, прихід і звірства більшовиків у Західній Україні, боротьбу ОУН-УПА супроти поневолювачів тощо. Прикметно, що в жовтні 1949 року українські видання за кордоном опублікували «Звернення Воюючої України до всієї української еміграції», де перед кожним представником української еміграції ставилося завдання пам'ятати, що за кожним із них – Воююча Україна, котра рішуче вимагає від української еміграції єдності не на словах, а на ділі, єдності дійової, а не паперової, єдності на базі визвольної боротьби народу на Українських Землях.

Це звернення набуло нового звучання після російської агресії супроти України в 2014 році та після 24 лютого 2022 року – повномасштабного вторгнення й розв'язання війни. Відтоді українська діаспора набула якісно нового значення та перетворилася на промовистого драйвера глобального інформаційного простору. Її діяльність вийшла далеко за межі культурно-просвітницької функції та охопила гуманітарні, інформаційні, військові і політичні виміри.

Одним із ключових напрямів стала активна діяльність у соціальних мережах. Представники української діаспори масово використовували платформи Instagram, TikTok та X (Twitter) для поширення інформації про війну в Україні. Значного поширення набули хештеги #StandWithUkraine, #StopRussianAggression, #RussiaIsATerroristState, #CloseTheSky, які стали інструментами формування міжнародної громадської думки та привернення уваги світових медіа до російської агресії.

У контексті таких глобальних акцій хочемо згадати флешмоб ArmUkraineNow – «надайте Україні зброю негайно». Завдання такого флешмобу, котрий відбувся в квітні 2022 року, полягало в тому, щоб зробити фото з листком паперу, телефоном, планшетом і т.д., на якому буде написано текст Arm Ukraine Now. Далі це фото необхідно було опублікувати в популярних соцмережах: Facebook, Twitter, Instagram, додавши короткий заклик до світової спільноти про надання Україні важкого озброєння. На завершення акції необхідно було передати естафету щонайменше трьом публічним людям (політикам, спортсменам, акторам, іншим впізнаваним особам). До проведення флешмобу долучи-

лися такі знакові постаті української діаспори, як голлівудська актриса Віра Фарміга та Іванна Сахно.

Мільйони українців по всьому світу долучилися до акції No-Fly Zone у тому ж 2022 році, вимагаючи від НАТО закрити повітряний простір над Україною від російської авіації. Однак США та їхні союзники обрали альтернативні заходи підтримки України, побоювшись ескалації з Росією.

Діаспора чинить тиск на світову спільноту та лідерів провідних держав світу не тільки мітингами та закликами, а й впливовими міжнародними недержавними організаціями та асоціаціями. Підтримати Україну в протистоянні з агресором на різних глобальних медійних платформах закликають Світовий Конгрес українців, Український конгресовий комітет Америки, Всесвітній конгрес вільних українців, Організація відродження України, Українська всесвітня координаційна рада, Глобальний форум України, Європейський конгрес українців та інші установи.

Поза організаціями та установами українці за кордоном активно долучалися до міжнародного медійного простору. Представники діаспори виступали в ефірах провідних світових медіа, зокрема CNN та BBC, де висвітлювали реальні події війни, розповідали про досвід вимушеної міграції та актуальні потреби України. Це сприяло формуванню більш об'єктивного та людяного образу війни для міжнародної аудиторії.

Не менш важливою стала гуманітарна діяльність української діаспори. За даними сучасних досліджень<sup>2</sup>, у перші місяці війни діаспорні організації зосередилися на допомозі вимушеним переселенцям: забезпеченні житлом, харчуванням, одягом, оформленні документів та інтеграції в нове середовище.

Варто зазначити, що після 2022 року діаспора стала головним комунікаційним містком між Україною та міжнародною спільнотою. У таких країнах, як Німеччина, Франція та Італія, вона виступає не лише організатором допомоги, а й активним суб'єктом впливу на громадську думку, політичні рішення та медійний порядок денний. Зокрема, у Німеччині українська діаспора розпочала швидко самоорганізовуватися у волонтерські осередки та громадські ініціативи: Vitsche e.V. та LaruHelpsUkraine (Берлін),

---

<sup>2</sup> Українська діаспора та тимчасово переміщені особи за кордоном після повномасштабного вторгнення [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://nowar.nbu.gov.ua/post/0000497>

Ukrainischer Hilfsstab (Північ) та Центральну спілку українців Німеччини.

Таким чином, сучасна українська діаспора трансформувалася у впливову глобальну спільноту, яка поєднує інформаційну боротьбу, гуманітарну діяльність та міжнародну адвокацію інтересів України. Її роль у сучасному світі є надзвичайно важливою та продовжує зростати.

**Мар'ян ЖИТАРЮК**

*доктор наук із соціальних комунікацій, професор,  
завідувач кафедри зарубіжної преси та інформації,  
факультет журналістики,  
Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна,  
maryan.zhytaryuk@lnu.edu.ua*

## **МЕДІАДИПЛОМАТІЯ В УМОВАХ ВІЙНИ**

*У доповіді розглянуто феномен медіадипломатії як ключового інструменту міжнародної комунікації в умовах війни. Проаналізовано трансформацію ролі медіа від інформування до активного впливу на формування міжнародної громадської думки, політичних рішень та коаліцій підтримки. Особливу увагу приділено взаємодії державних інституцій, журналістів і цифрових платформ у протидії дезінформації, інформаційним операціям і наративам противника. Обґрунтовано необхідність інтеграції медіадипломатії у систему національної безпеки як чинника зміцнення міжнародної солідарності та інформаційної стійкості.*

У своїй монографії «Соціокультурна модель журналістики: традиції і новаторство»<sup>1</sup> ми звертали увагу на те, що російська федерація веде повноцінні інформаційні та психологічні війни щодо України.

З українського боку, як завжди, не було передбачено ні стратегічних, ні тактичних заходів для, по-перше, унеможливлення подібного (що досягти важко, але прагнути потрібно), по-друге, для адекватних дій (що реально, якби...), які б урівноважували позиції.

В Україні через тривалу бездержавність і колоніалізм було пролонговано пострадянські комплекси меншовартості. Це нас послаблювало, розбалансовувало, принижувало та усереднювало, тобто не дозволяло стати повноцінним суспільним організмом – ані мислячим, ані примітивним.

Майже 20 років тому ми зазначали, що адекватні дії можливі за наявності низки умов, зокрема:

---

<sup>1</sup> Житарюк М. Г. Соціокультурна модель журналістики: традиції і новаторство: монографія. Львів: Простір-М, 2008. С.232. [https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2014/11/monograf\\_a5\\_cd.pdf](https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2014/11/monograf_a5_cd.pdf)

1) усвідомлення власної самості в реальному контексті: ніхто, крім нас, не може і не повинен домінувати, визначати пріоритети і формувати цілі й завдання в нашому домі; мусимо гідно оцінити себе і не переоцінювати інших;

2) формування національного інформаційного простору України, а не кон'юнктурно-політичного, спрямованого на обмеження інформаційних каналів усередині держави;

3) захист національного інформаційного простору: а) підготовка фахівців певних напрямів (журналіст-міжнародник, дезінформатор тощо), б) залучення ефективного механізму діяльності цих фахівців (по-перше, діяльні пресові бюро у світі не тільки допомагали б перебувати в контексті реального міжнародного життя з погляду України, а не чужих держав чи спецслужб, а й формували б проукраїнський образ (імідж) нашої держави у світі, по-друге, це дало би змогу бути самостійним інформаційним, політичним, культурним гравцем у світі, який був би залучений до формування стратегічних і тактичних кроків у реалізації про(неанти)українських планів, по-третє, усувало б численні перешкоди спеціальним фахівцям-дезінформаторам, до послуг яких давно вдаються провідні світові держави, адекватно, у фаховому і своєчасному реагуванні на конкретні провокації).

Розвинута *мережа закордонних кореспондентів*, з одного боку, та професійних дезінформаторів, з іншого, відігравала б психологічну роль – лише інформація про їхню наявність для багатьох виконувала б стримувальну роль, знижуючи ймовірність агресії ще на стадії задуму.

З плином часу ситуація тут дещо змінилася. Революції на Євромайдані-2004 і Гідності 2013-2014 фактично врятували журналістську професію, коли медіа за допомогою громадянської журналістики (блогерів, стрімерів, фотографів та відеоаматорів) почали виходити за рами владних і приватних (олігархічних) інструктажів і говорити правду. Водночас такий сценарій не вписувався в російську модель «кишенькової України».

У 2014 р. розпочалася війна росії проти України: спершу анексією, потім захопленням частини Донецької і Луганської областей. З 24 лютого 2022 р. новий етап війни, повномасштабне вторгнення, який триває й досі. Саме тоді стало очевидним: стандарт «балансу думок» у класичному вигляді не працює в умовах екзистенційного конфлікту. Адекватні медіа не можуть симетрич-

но легітимувати агресора. Але якщо медіа здатні до нормативної адаптації, то політики, чи пак - політичні актори (Орбан, Фіцо, Трамп та інші) – далеко не завжди, що лише підсилює значення журналістики як інструмента впливу. У цьому вузлі напруги і виникає медіадипломатія як практичний і теоретичний конструкт.

Війна росії проти Заходу на території України є не лише збройним протистоянням, а й боротьбою за інтерпретацію реальності. Інформаційний простір перетворюється на повноцінний театр воєнних дій, де результат залежить від здатності формувати переконливі наративи. У цьому контексті медіадипломатія постає як інтегрована практика на перетині журналістики, публічної дипломатії та стратегічних комунікацій.

Медіадипломатію доцільно трактувати не просто як інструмент комунікації, а як специфічний різновид символічної влади, що реалізується через медіа. Вона функціонує на перетині м'якої сили (soft power), стратегічних комунікацій і публічної дипломатії, але відрізняється від них вищим ступенем динамічності, реактивності та водночас проактивності. Її операційною основою є механізми agenda-setting, framing і priming, тобто встановлення порядку денного, формулювання та підготовка, які дають можливість не лише визначати, про що думає аудиторія, а й як саме вона це інтерпретує.

У структурному вимірі медіадипломатію можна описати через кілька моделей. *Державоцентрична модель* передбачає ієрархічно організовану комунікацію з домінуванням офіційних меседжів (уряди, МЗС, державні мовники). *Медіацентрична модель* надає ключову роль журналістським інституціям як автономним виробникам смислів, тобто визначальними є незалежні національні і міжнародні медіа, які інтерпретують події. *Мережево-цифрова модель* базується на горизонтальних комунікаціях і розмитті меж між професійною та громадянською журналістикою, адже це децентралізована комунікація через соціальні платформи, лідерів думок, цифрові спільноти. В умовах війни формується *гібридна модель*, де відбувається синхронізація цих рівнів, що забезпечує максимальну ефективність в умовах війни.

Український кейс є показовим саме з погляду становлення такої гібридної моделі. Швидкість реакції, високий рівень персоніфікації комунікації (регулярні звернення, інтерв'ю для глобальних медіа), активна інтеграція у глобальні медіапотоки,

використання візуальних доказів війни (відео, фото, свідчення очевидців), координація офіційних і неофіційних комунікаторів – усе це допомогло Україні сформувати потужний міжнародний наратив і досягти високого рівня міжнародної підтримки, зокрема у вигляді санкційних рішень, військової та гуманітарної допомоги. Водночас українські медіа виконують функцію не лише інформування, а й епістемічного засвідчення реальності війни; вони формують доказову базу війни та моральні межі її сприйняття, що особливо важливо в умовах масованих дезінформаційних кампаній.

Роль українських медіа для світу полягає у продукуванні первинного дискурсу війни. Саме вони окреслюють рами, в яких ця війна осмислюється: як колоніальна, як екзистенційна, як боротьба за цінності.

Глобальні медіа стають ключовими ретрансляторами і водночас інтерпретаторами українського дискурсу. Вони інтегрують війну в Україні у глобальний геополітичний контекст, визначають пріоритетність тем у міжнародному порядку денному, впливають на суспільну думку в демократичних країнах, а через неї – на політичні рішення урядів. Світові медіа по суті виконують функцію вторинної інтерпретації і масштабування. Вони інтегрують український дискурс у глобальну систему координат і перетворюють його на елемент геополітики. Отже, медіа стають не лише відображенням геополітики, а й механізмом її конструювання, на що свого часу наголошував проф. В. І. Шкляр.

Водночас ця система залишається асиметричною. Українська міжнародна журналістика, попри якісні зрушення, структурно недорозвинена. Обмеженість фінансових ресурсів унеможливує або дуже сповільнює створення розгалуженої мережі закордонних корпунктів. Недостатня мобільність журналістів звужує поле безпосереднього спостереження. Дефіцит спеціалізованої підготовки знижує рівень аналітичної глибини. У результаті український дискурс часто змушений адаптуватися до вже сформованих зовнішніх інтерпретацій.

Це повертає нас до раніше сформульованої тези про необхідність підготовки спеціалізованих кадрів, зокрема журналістів-міжнародників і фахівців з дезінформації. Останніх, однак, потрібно розглядати не як виробників маніпуляцій, а як аналітиків інформаційного середовища. Їхня функція – виявлення,

деконструкція і нейтралізація ворожих наративів, а також моделювання ефективних контркомунікацій. Використання ж дезінформації як інструменту медіадипломатії є контрпродуктивним, оскільки підриває довіру — базовий ресурс будь-якого впливу в міжнародному середовищі.

У цьому контексті не є другорядним і етичний вимір. Медіадипломатія функціонує у полі постійної напруги між правдою і доцільністю, між мобілізаційною функцією і стандартами професії. Втрата цього балансу веде або до пропаганди, або до неефективності.

Отже, медіадипломатія в умовах війни постає як системоутворювальний механізм, що визначає не лише образ війни у світі, а й саму конфігурацію міжнародної підтримки. Український досвід демонструє значний потенціал, але водночас виявляє структурні обмеження, подолання яких потребує інституційних рішень, інвестицій і довгострокової стратегії. Дуже важливо, щоб у сучасній війні, коли боротьба точиться не лише за території, а й за смисли, медіадипломатія стала одним із ключових інструментів досягнення стратегічної переваги.

Ефективність медіадипломатії можна визначити трьома чинниками: довірою, швидкістю та стратегічною узгодженістю. Український досвід демонструє, що навіть за обмежених ресурсів можливо досягати значного міжнародного впливу, однак для довгострокової ефективності необхідна інституціоналізація міжнародної журналістики та розвиток професійних компетенцій.

Водночас треба пам'ятати про численні виклики, зокрема, про інформаційну втому глобальної аудиторії, алгоритмічну фільтрацію контенту цифровими платформами, конкуренцію наративів у глобальному медіапросторі. І треба навчитися ці виклики долати.

**Тарас ЛИЛЬО**

кандидат філологічних наук, доцент  
кафедри зарубіжної преси та інформації,  
Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна,  
taras.lylo@lnu.edu.ua

**ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ  
РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ  
У ЯКІСНИХ МЕДІА СЛОВАЧЧИНИ  
(НА ПРИКЛАДІ «SME» Й «HOSPODÁRSKE NOVINY»)**

*Після парламентських виборів в Угорщині словацький прем'єр-міністр є єдиним політиком, який відкрито підтримує росію. А як же якісні медіа Словаччини? Чи вони об'єктивно висвітлюють агресію росії? У дослідженні проаналізовано й проілюстровано специфіку подачі таких п'яти наративів у зазначених медіа: 1) причини війни; хто воєнні злочинці?; 2) хто перемагає, а хто програє; 3) роль західних країн; 4) міжнародної спільноти (конструктивна, деструктивна); 5) як війна має завершитися.*

Особливості трактування російсько-української війни – своєрідний детектор свободи преси. Після парламентських виборів в Угорщині словацький прем'єр-міністр є єдиним політиком, який відкрито підтримує Росію. Чи якісні медіа Словаччини об'єктивно висвітлюють агресію Росії? У дослідженні проаналізовано й проілюстровано специфіку трактування причин війни, російської агресії тощо.

«SME» – якісне, ліво-ліберальне видання, яке водночас належить до найпопулярніших видань у Словаччині. Його веб-сайт є одним із найбільш відвідуваних інтернет-порталів.

«SME» пов'язує початок війни з реалізацією путінської політики: «Росія анексувала український Крим у 2014 році та підтримувала сепаратистів у конфлікті проти України на Донбасі, що засвідчило зміну напрямку в зовнішній політиці путінської Росії»<sup>1</sup>. Видання різко критикує депутата з партії «Smer» Любоша

---

<sup>1</sup> Katuska, Michal (2023), "Pre Fica je príklon k Rusku nielen výhodný, ale aj osobný. Ukrajinci ho ponížili (analýza)", *SME*, 2. nov. URL: <https://www.sme.sk/domov/c/ako-putinova-vojna-vratila-smeru-moc> (accessed 20.04.2026)

Благу, який заявляв, що «Війна в Україні – це один гігантський обман, вигаданий американцями...»<sup>2</sup>, а також прем'єра Роберта Фіцо, який попри те, що «о четвертій ранку 24 лютого 2022 року Росія розв'язала найбільший військовий конфлікт у Європі з часів закінчення Другої світової війни»<sup>3</sup> все ще цинічно називає вторгнення в Україну «спеціальною військовою операцією».

Для «SME»<sup>4</sup> суть російської війни в Україні полягає також у побудові історичного міфу, який би виправдовував російські злочини на українській землі.

У своїх публікаціях видання намагається спростувати такі ідеологеми в словацькому інформаційному просторі: «НАТО та ЄС – агресори», «НАТО – загроза Росії», «НАТО чи США навмисно провокували Росію», «Росія є жертвою НАТО», «Україна повинна відмовитися від частини своєї території задля миру», «Заходу потрібна війна, щоб підживлювати економіку США», «постачання Україні словацької зброї лише спровокує Росію», «наш нейтралітет – наша безпека». На думку «SME»: «Цей напрямок містифікацій переважно базується безпосередньо на заявах Володимира Путіна чи інших офіційних представників Кремля. Йдеться про виправдання їхнього вторгнення. Вони часто мають певну реальну основу або базуються на історичних реаліях, але суттєво спотворених, або використовуються в абсолютно фальшивому значенні»<sup>5</sup>.

«Hospodárske noviny» – якісна щоденна газета, яка з усіх словацьких видань приділяє найбільше уваги національній і міжнародній економіці. Видання відверто називає дії Росії агресією: «Україна вже чотири роки захищається від російської збройної агресії. Російські війська вторглися до сусідньої країни в лютому 2022 року за наказом президента Володимира Путіна»<sup>6</sup>.

---

<sup>2</sup> Katuska, Michal (2023), "Pre Fica je príklon k Rusku nielen výhodný, ale aj osobný. Ukrajinci ho ponížili (analýza)", *SME*, 2. nov. URL: <https://www.sme.sk/domov/c/akoputinova-vojna-vratila-smeru-moc> (accessed 20.04.2026)

<sup>3</sup> Там само.

<sup>4</sup> SME (2024), "Cez čiaru: Ako sa ruská tajná služba priblížila k Matici slovenskej", available at: <https://www.sme.sk/video/c/cez-ciaru-ako-sa-ruska-tajna-sluzba-priblizila-k-matici-slovenskej> (accessed 15.04.2026)

<sup>5</sup> Filo, J., Cuprik, R. (2022), "Spravodlivý útok Ruska. NATO provokovalo. A čo Irak? Vyvraciamе hoaxy a propagandu", *SME*, 2. mar. URL: <https://www.sme.sk/domov/c/ukrajina-rusko-vojna-hoax-propaganda#1> (accessed 19.04.2026)

<sup>6</sup> SME (2025), "Rusko zaútočilo na Ukrajinu 112 dronmi, obrana zostrelila väčšinu z nich", available at: <https://hn24.hnonline.sk/hn24/96233183-rusko-zautocilo-na-ukrajinu-112-dronmi-obrana-zostrelila-vaecsinu-z-nich> (accessed 30.03.2026)

Газета вважає досягнення російської армії в Україні незначними, а російські втрати величезними: «Росія досягла лише мінімальних успіхів в Україні... Москва навіть не мала успіху в битві за Донбас, на якому вона зосередилася»<sup>7</sup>. На думку журналістів видання<sup>8</sup>, поразка України була б катастрофою для Європи.

На відміну від «SME», попри критичну налаштованість до агресивних дій росії в Україні, «Hospodárske noviny» частіше цитують Путіна<sup>9</sup> та ідеологеми кремлівської пропаганди на зразок «проти Росії знову розв'язано війну», «причиною катастрофи українського народу є дії Заходу», «Захід забув, хто переміг нацистів», «західні еліти сіють ненависть до Росії».

Також показово, що газета часто намагається забезпечувати так званий інформаційний баланс, що не завжди є коректним. Стверджуючи<sup>10</sup>, що російська пропаганда сильно бреше, а майже фашистський і майже тоталітарний режим Путіна не має права говорити про денацифікацію когось, «Hospodárske noviny» зазначають, що й Україна не завжди обирає лише чесні засоби. Типовим прикладом згаданого балансування є матеріал під назвою «Їх називають ждунами. Вони чекають на росіян у руїнах міст і руйнують наратив про те, що війна об'єднала український народ»<sup>11</sup>. У ньому, з одного боку, видання стверджує, що «дуже важко оцінити, яка велика частина цивільного населення на сході України залишається під впливом російської пропаганди на-

<sup>7</sup> Hlavanda Gogová, Romana (2022), Ruské úspechy na Ukrajině? Dosiahli minimální postup za cenu obrovských strát, hovorí expert", *Hospodárske noviny*, 22.06. URL: <https://hnonline.sk/tv/relacie/doslova/96026572-ruske-uspechy-na-ukrajine-dosiahli-minimalny-postup-za-cenu-obrovskych-strat-hovori-expert> (accessed 19.04.2026)

<sup>8</sup> Vlach, Tomáš (2024), "Scenáře ukrajinské porážky: pohromou by boli pre Európu všetky. Totálnu okupáciu by asi kontinent neustál", *Hospodárske noviny*, 23.05. URL: <https://hnonline.sk/svet/96150735-scenare-ukrajinskej-porazky-pohromou-by-boli-pre-europu-vsetky-totalnu-okupaciju-by-asi-kontinent-neustal> (accessed 14.04.2026)

<sup>9</sup> Hospodárske noviny (2023), "Putin na prehliadke: Proti Rusku opäť rozpútali vojnu. Príčinou katastrofy ukrajinského ľudu sú kroky Západu", available at: <https://hnonline.sk/svet/96081821-putin-na-prehliadke-proti-rusku-opaet-rozpotali-voynu-pricinou-katastrofy-ukrajinskeho-ludu-su-kroky-zapadu> (accessed 20.04.2026)

<sup>10</sup> Macháček, Jan (2022), "Vyhrať treba za každú cenu, káže tradícia ZSSR. Budúcnosť Ukrajiny spečatí to, ako veľmi sa odlíši od Ruska", *Hospodárske noviny*, 27.07. URL: <https://hnonline.sk/komentare/komentare/96032514-vyhrat-treba-za-kazdu-cenu-kaze-tradicia-zssr-buducnost-ukrajiny-specati-to-ako-velmi-sa-odlisi-od-ruska> (accessed 05.04.2026)

<sup>11</sup> Hospodárske noviny (2023), "Volajú ich žduni. V ruínach miest čakajú na Rusov a nabúravaju naratív, že vojna zjednotila ukrajinský ľud", available at: <https://hnonline.sk/svet/96075343-volaju-ich-zduni-v-ruinach-miest-cakaju-na-rusov-a-naburavaju-narativ-ze-vojna-zjednotila-ukrajinsky-lud> (accessed 03.04.2026)

віль після року війни. З іншого – цитує мешканку Соледара, яка не хотіла евакуюватися і дочекалася російських солдатів, вірячи, що ті звільнять її від «київських фашистів» і від українських солдатів, які діяли як «справжні окупанти» в Соледарі.

«SME» і «Hospodárske noviny» загалом об'єктивно висвітлюють російсько-українську війну. Два видання чітко ідентифікують причини війни, агресора і жертву. Водночас «Hospodárske noviny» частіше займають нейтральну позицію, яку можемо трактувати як «нейтральність зі значенням».

**Софія КРУШЕЛЬНИЦЬКА**

аспірантка кафедри радіомовлення і телебачення  
Львівського національного університету імені Івана Франка, Україна,  
e-mail: sofikr95@gmail.com

**Наталія ЛЕБЕДЕНКО**

кандидат філологічних наук, доцент,  
доцентка кафедри радіомовлення і телебачення  
факультет журналістики,  
Львівського національного університету імені Івана Франка, Україна.  
e-mail: natalia.lebedenko@lnu.edu.ua

**НАРАТИВ СТІЙКОСТІ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА  
У ФРАНЦУЗЬКОМУ МЕДІАПРОСТОРІ**

*Наратив стійкості суспільства спрямований на формування образу України як активного і дієздатного суб'єкта. У французьких медіа, зокрема Le Figaro та ARTE, він поєднується з гуманітарним та культурним виміром. Зокрема, матеріали про повсякденне життя під час війни або функціонування культурних інституцій формують складніший образ України – не лише як зони конфлікту, а й як суспільства, що зберігає свою культурну ідентичність. Це відповідає підходу Е. Госкінса і Б. ОЛафліна<sup>1</sup>, які наголошують на ролі медіа у створенні багатомірних образів війни.*

У структурі французького медіадискурсу після 2022 року виокремлюємо фрейм повсякденності війни, який суттєво змінює характер репрезентації України. На відміну від гуманітарного чи воєнного фреймів, де домінують екстраординарні події – руйнування, жертви, бойові дії – тут війну подають як тривалий стан, інтегрований у щоденне життя суспільства. Цей фрейм реалізується насамперед у репортажних і документальних матеріалах Libération, France 24 та ARTE, де увагу зосереджено на функціонуванні базових соціальних інститутів і практик в умовах війни. Показовим є матеріал France 24 «En Ukraine, les écoles rouvrent malgré la guerre» («В Україні школи знову відкривають, незважаючи на війну», де центральною темою стає не руйнуван-

---

<sup>1</sup> Hoskins Andrew & O'Loughlin Ben. War and media. The emergence of Diffused war. John Wiley and Sons Ltd, 2010.

ня освітньої системи, а її адаптація: школи відкривають у підземних приміщеннях, навчання організують в укриттях, а вчителі поєднують педагогічну діяльність із психологічною підтримкою дітей. У самому тексті акцент зміщено з небезпеки на відновлення функції: дієслово *revivre* (відкриватися знову) вказує на відтворення соціального порядку навіть у кризових умовах.

Подібну логіку творення матеріалу простежуємо в репортажах *Libération*, зокрема у серії «Ukraine: voyage dans un pays en guerre» («Україна: подорож у країну, охоплену війною») (2024), де журналісти послідовно демонструють, як різні соціальні середовища функціонують у війні. Наприклад, у матеріалах про реабілітаційні центри у Львові описано історії поранених військових, які проходять тривалу фізичну і психологічну реабілітацію: акцент зроблено не лише на травмі, а на процесі відновлення – заняттях із фізіотерапевтами, роботі психологів, поверненні до повсякденного життя. В інших репортажах показано функціонування залізничних станцій як ключових вузлів мобільності, де війна не припиняє рух, а, навпаки, перебудовує його логіку: евакуація, ротація військових, гуманітарні перевезення стають частиною нової «нормальності».

Особливо показовими є історії цивільних, які не залишають свої міста. У таких сюжетах (зокрема у відеоматеріалах *Le Monde*, 2022) герої прямо артикулюють свою позицію: «Je reste chez moi» («Я залишаюся вдома»). Такий вислів у медійному контексті набуває символічного значення: залишатися означає не лише фізичну присутність, а й акт опору, збереження соціального простору і власної ідентичності. Таким чином, навіть повсякденне рішення не евакуюватися інтерпретовано як елемент ширшої стратегії стійкості.

У документальних матеріалах *ARTE* аналізований наратив отримує ще глибший вимір. У фільмі «Ukraine: un Opéra dans la guerre» («Україна: опера на війні») (2022) увагу зосереджено на діяльності Львівської опери, яка продовжує функціонувати в умовах війни. У центрі сюжету – артисти, технічний персонал, адміністрація, які змушені адаптуватися до нових умов: змінювати графіки, враховувати повітряні тривоги, працювати з обмеженими ресурсами. Важливо, що в цьому випадку культура не зображена як вторинний або другорядний аспект, а як повноцінний елемент суспільного життя, який зберігає відчуття тяглості

та нормальності. Отже, війна тут не руйнує соціальний і культурний простір повністю, а змінює спосіб його функціонування.

Змістовий аналіз цих матеріалів дозволяє виділити кілька ключових рис фрейму повсякденності. По-перше, це зміщення від події до процесу: увагу зосереджено на тривалих практиках життя в умовах війни. По-друге, це акцент на відновленні функцій: школи працюють, лікарні лікують, транспорт функціонує, культурні інституції діють. По-третє, це персоналізація через звичайних людей – вчителів, лікарів, артистів, родини, що дозволяє аудиторії сприймати війну не лише як геополітичну подію, а як людський досвід.

Теоретично такий тип репрезентації відповідає підходу Л. Чуляракі<sup>2</sup>, показує, що сучасні медіа дедалі частіше інтегрують досвід страждання у повсякденний наратив, створюючи не лише ефект емпатії, а й ефект тривалої моральної присутності конфлікту в житті аудиторії. У цьому випадку війна не «вибухає» як подія, а «присутня» як стан.

У наративному вимірі це призводить до формування образу України як стійкого суспільства. На відміну від гуманітарного фрейму, де домінує образ жертви, або фрейму спротиву, де акцент зроблено на героїзмі, фрейм повсякденності формує іншу модель – суспільство, яке не припиняє жити. Саме це має особливе значення для міжнародного сприйняття: Україна постає не лише як країна, що бореться або страждає, а як соціальна система, здатна до адаптації, самовідтворення і збереження внутрішньої цілісності.

Отже, наратив стійкості українського суспільства є важливим елементом трансформації медійного образу України у французькому інформаційному просторі. Його значення насамперед у тому, що він розширює уявлення про війну, переводячи її з площини екстраординарного досвіду у площину тривалого соціального життя, і тим самим формує стійкий наратив України як суспільства, здатного функціонувати навіть в умовах глибокої кризи.

---

<sup>2</sup> Chouliaraki L. The ironic spectator: solidarity in the age of post-humanitarianism. John Wiley and Sons Ltd, 2012. 248p.

**Андрій МЕЛЬНИК**

*кандидат наук із соціальних комунікацій,  
доцент кафедри зарубіжної преси та інформації,  
факультет журналістики,*

*Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна,  
andriy.melnyk@lnu.edu.ua*

## **ІДЕОЛОГІЧНА ПОЛЯРИЗАЦІЯ АМЕРИКАНСЬКИХ МЕДІА (ПОЛІТИЧНО-РИТОРИЧНИЙ АСПЕКТ)**

У доповіді йдеться про ідеологічну поляризацію мас-медіа США – резонансну тему не лише наукових досліджень, а й широкого суспільного обговорення. Поглиблення ідеологічного розколу актуалізується не лише під час виборчого процесу, а й супроводжує щоденну журналістську діяльність. Для окремих видань поляризація є своєрідною бізнес-стратегією. Це не може не позначитися на дотриманні класичних журналістських стандартів, зокрема, на розділенні новин та коментарів, уникненні пейоративної лексики. Наслідки ідеологічної поляризації розглянуто на прикладі висвітлення вбивства українки Ірини Заруцької, загибель якої стала заручницею внутрішньополітичних американських конфліктів.

Ідеологічна поляризація партійної політики у США – одна із найрезонансніших тем, яка стосується не лише внутрішньоамериканського життя, а й має серйозні наслідки для міжнародних справ. Поглиблення недовіри між республіканцями і демократами, радикалізація партійних програм, ерозія інститутів – усе це призводить до того, що Сполучені Штати зосереджуються на внутрішніх проблемах, а зовнішня політика набуває хаотичних форм, позбавлених послідовної ціннісної основи. Україна особливо гостро це відчуває.

Соціологічні дослідження засвідчують стрімке зростання ворожнечі між головними американськими партіями: якщо 2016 року 47 % республіканців і 35 % демократів вважали представників протилежної партії більш аморальними, ніж інші співгромадяни, то у 2022 році таких було 72 % і 63 % відповідно. Ці показники дозволяють аналітикам стверджувати, що американці

бачать свою країну більш розділеною, ніж будь-коли з часів Громадянської війни<sup>1</sup>.

Дослідниця політичної комунікації Джоанна Данавей, пояснюючи механізм поляризації, зазначає, що «політичні лідери, яким медіа приділяють найбільше уваги, зазвичай є найбільш радикальними представниками своїх партій – як лівих, так і правих. Як наслідок, люди схильні вважати, що пересічні прихильники цих партій поділяють погляди їхніх лідерів»<sup>2</sup>. Роль медіа як механізму поляризації, на думку Данавей, важлива, утім, не варто забувати про запити і очікування аудиторії, а також економічний клімат, який змушує мас-медіа акцентувати на обурливих подіях та екстремальних ідеях, щоб привернути увагу аудиторії. Чи можна економічні обставини вважати достатнім виправданням того, що медіа підсилюють чи просто обслуговують ідеологічний розкол, – це питання потребує окремого з'ясування.

Історія із ушануванням пам'яті українки Ірини Заруцької, жорстоко вбитої у США, може бути красномовним прикладом поляризаційного висвітлення у медіа. Щоправда, імпульс до використання загибелі І. Заруцької для політичної мобілізації виходив від політиків-республіканців на чолі із президентом Трампом, який згадав про неї у щорічному зверненні до Конгресу про стан справ у державі. Мільярдер Ілон Маск профінансував створення серії муралів на її честь, що викликало обурення з боку політиків та активістів переважно демократичного табору, зокрема у місті Провіденс, де після хвилі невдоволення незакінчене зображення вбитої українки, яке мало бути намальоване на стіні місцевого ЛГБТ-клубу, ліквідували.

Згідно із підрахунками ресурсу Ground News, який відстежує політичні упередження медіа, із 58 матеріалів в американських медіа, присвячених історії з муралом, 76 % були опубліковані у правих і крайньоправих виданнях і лише 14 % – у лівих. Це може свідчити про те, що ця історія виявилась вигіднішою для правих середовищ, які говорили про лицемірство своїх опонентів і про порушення прав, гарантованих Першою поправкою до Конституції США, тобто права на вільне висловлення поглядів.

---

<sup>1</sup> Stirling D. (2025). The 'Great Divide': Understanding US Political Polarization, *Syracuse University Today*, Oct. 23, available at: <https://news.syr.edu/2025/10/23/the-great-divide-understanding-us-political-polarization/> (accessed 06 April 2026)

<sup>2</sup> Ibid.

Ось приклади риторичних стратегій у кількох публікаціях. Заголовок статті у консервативному виданні «The Daily Wire» недвозначно звинувачує у намірі ліквідувати мурал «ліворадикальних чиновників», які представляють «гіперлівацький анклав» (так далі у тексті статті автор називає місто Провіденс) і які вважають, що деякі жертви рівніші, ніж інші, очевидно натякаючи на вбивство Джорджа Флойда, яке спричинило значну хвилю протестів у контексті руху Black Lives Matters<sup>3</sup>. Як зазначає автор тексту, «у викривленій моральній ієрархії лівих кар'єрний злочинець (тобто Д. Флойд – А. М.), який став мучеником політичного руху, заслуговує на увічнення з боку міської влади, тоді як молода біженка, вбита внаслідок системної неспроможності правосуддя, є провокаційним вчинком з боку правих»<sup>4</sup>. Автор статті неодноразово згадує, що Ірина Заруцька залишила свою охоплену війною країну, щоб бути двічі вбитою у США – спочатку фізично, а потім символічно – через те, що демократи неналежно борються із злочинністю і проводять ідеологічні чистки інформаційного поля, щоб усунути небажані ідеї. При цьому у статті жодного разу не згадано, що чинна республіканська адміністрація згорнула практично усю фінансову та мілітарну допомогу Україні і постійно звинувачує своїх попередників у марнуванні ресурсів. Очевидно, автор свідомо оминає цю тему, бо вона не дозволила б бачити лицемірство лише на боці ідеологічних опонентів. Варто зазначити, що деякі закиди не позбавлені раціональності, але непримиренний тон не спрямований на пошук компромісів. Ця стаття є симптоматичною для видань правого табору, відтворюючи основні симптоми радикалізації риторики.

Щодо видань лівого табору, які приділили цій історії значно менше уваги, то для них основним акцентом була участь у кампанії меморіалізації Ілона Маска. «Пов'язаний з Ілоном Маском мурал у гей-барі в Род-Айленді викликав бурхливу реакцію»<sup>5</sup>

<sup>3</sup> Berrien H. (2026). Leftist Officials Demand Removal Of Iryna Zarutska Mural, *The Daily Wire*, 31 Mar., available at: [https://www.dailywire.com/news/leftist-officials-demand-removal-of-iryna-zarutska-mural?fbclid=IwY2xjawQ4\\_c9leHRuA2FlbQIxMABiCmlkETF1WGZGdE45TDhjkdU5Rk5Qc3JoYwZhcHBfaWQQMjIyMDM5MTc4ODIwMDg5MgABHgOKN8\\_kEwtddm-uhH7gtMXexaW-V24A12pkbYRZYcFyInZHDtu-794voeW2o\\_aem\\_qi-TAEwP9wpe2WKgWu6j8Q](https://www.dailywire.com/news/leftist-officials-demand-removal-of-iryna-zarutska-mural?fbclid=IwY2xjawQ4_c9leHRuA2FlbQIxMABiCmlkETF1WGZGdE45TDhjkdU5Rk5Qc3JoYwZhcHBfaWQQMjIyMDM5MTc4ODIwMDg5MgABHgOKN8_kEwtddm-uhH7gtMXexaW-V24A12pkbYRZYcFyInZHDtu-794voeW2o_aem_qi-TAEwP9wpe2WKgWu6j8Q) (accessed 20 April 2026)

<sup>4</sup> Ibid.

<sup>5</sup> Ogles J. (2026). Elon Musk-linked mural at Rhode Island gay bar sparks backlash, *Out*, 30 Mar., available at: <https://www.out.com/providence-gay-bar-elon-musk> (accessed 20 April 2026)

(заголовок видання «Out»), «Негативна реакція на мурал, профінансований Маском, підсилює хаотичну політику мучеництва» (заголовок видання «Semafor»<sup>6</sup>). Ім'я Ірини Заруцької в обох заголовках навіть не згадано, і у текстах обох матеріалів акцент зроблено на внутрішньополітичних розбіжностях, хоча автор статті у «Semafor» наприкінці дає слово представнику української спільноти, який звинувачує політиків правого табору у маніпуляції смертю Ірини Заруцької.

Відомий американський публіцист і засновник цитованого вище видання «The Daily Wire» Бен Шапіро у книзі «Як зруйнувати Америку за три прості кроки»<sup>7</sup> називає політичну поляризацію ледве не екзистенційною загрозою для США. Утім, цей токсичний світоглядний розкол стає для гіперідеологізованих медіа живильним середовищем, яке можна вдало капіталізувати.

---

<sup>6</sup> Weigel D. (2026). The Musk-funded mural backlash elevates the messy politics of martyrdom, Semafor, 1 Apr., available at: <https://www.semafor.com/article/04/01/2026/the-musk-funded-mural-backlash-elevates-the-messy-politics-of-martyrdom> (accessed 19 April 2026)

<sup>7</sup> Шапіро Б. (2021). Як зруйнувати Америку за три прості кроки, Київ: Наш формат, 240 с.

**Марта СТЕЛЬМАХ**

*асистентка кафедри медіариторики та мовної комунікації,  
факультет журналістики,  
Львівський національний університет імені Івана Франка,  
marta.stelmakh2911@gmail.com*

## **СВОБОДА ЯК ЦІННІСТЬ У ПУБЛІЧНОМУ ДИСКУРСІ (на прикладі праць Тімоті Снайдера)**

У сучасному світі, який постає перед серйозними політичними, соціальними і безпековими викликами, особливої актуальності набуває дискусія щодо осмислення фундаментальних цінностей, що визначають існування демократичних суспільств. Однією з таких ключових принципів є свобода – концепт, який має тривалу інтелектуальну традицію і розглядається у контексті філософії, політики й загалом суспільного дискурсу. Одним із тих публічних інтелектуалів, які на сучасному етапі осмислюють поняття свободи, є Тімоті Снайдер.

Зауважимо, що публіцист окреслює свободу як цінність цінностей, адже це умова, за якої можна утверджувати інші цінності<sup>1</sup>. У розмові з українським філософом Володимиром Єрмоленком письменник зауважує, що в українській мові є два слова «свобода» і «воля», а от в англійській лише «свобода» – «freedom», й воно часто сприймається як щось базове й навіть порожнє слово, але є вкрай важливим: «Свобода цінна тому, що вона дає змогу робити вибір поміж іншими цінностями. Свобода – це той стан спроможності, у якому ми здатні спробувати зробити слухний вибір, який, коли робити його регулярно, робить нас саме такими, якими ми є»<sup>2</sup>. Тобто обмеження або й взагалі втрата свободи призводить до деформації ціннісної системи, й вже не можна говорити, наприклад, про гідність, справедливість чи солідарність.

Окрім цього, він акцентує, що свобода – це не тільки відсутність зла, але й наявність добра<sup>3</sup>. Тімоті Снайдер вважає, що суспільство має не тільки протистояти несправедливості чи системним утискам, а й активно утверджувати і зберігати основоположні принципи. Очевидно, намагаючись обґрунтувати ідеї

<sup>1</sup> Снайдер Т. Про свободу. Львів : Човен, 2024. С. 83

<sup>2</sup> Діалоги про війну / уклад. О. Муха. Харків : Vivat, 2024. С. 483

<sup>3</sup> Снайдер Т. Про свободу. Львів : Човен, 2024. С. 8.

свободи, автор посилається на роботу Ісає Берліна «Дві концепції свободи», в якій розглянуто міркування щодо позитивної та негативної свободи. Тімоті Снайдер є прихильником саме позитивної свободи. «Я не прирівнюю свободу до відсутності обмежень, а трактую її в позитивному ключі – як наявність цінностей, як боротьбу за цінності та здатність комбінувати їх [...]. Якщо свобода для вас – це лише відсутність обмежень, а не реалізація свого потенціалу, ви навряд чи задаватиметеся питанням, що таке людина. Коли ж ви починаєте сприймати свободу в позитивному ключі, з точки зору цінностей, вона стає також позитивною з точки зору інституцій»<sup>4</sup>, – зазначає історик.

У книзі «Про свободу» він виділяє п'ять форм свободи: суверенність, непередбачуваність, мобільність, фактичність та солідарність. Публіцист зауважує, що ці форми не є правилами чи наказами, які нав'язуються людині ззовні, а постають певною системою, що узгоджується з процесом формування індивідів та їхньою політичною участю: «П'ять форм свободи розв'язують два позірні парадокси: по-перше, вільна людина є індивідуальністю, але неможливо стати індивідуальністю на самоті. По-друге, свобода відчувається впродовж одного життя, але повинна бути справою поколінь»<sup>5</sup>.

Тімоті Снайдер розглядає поняття свободи у контексті сьогодення, тому акцентує на розумінні цього концепту з боку росіян і на тому, як це вплинуло на їхнє рішення вторгнутися в Україну. Автор зауважує, що сутністю ідеї свободи у рф є відсутність будь-яких перешкод, і згодом вона перетворилася на політику фашизму, де значення має лише воля і бажання очільника країни. Американський історик неодноразово застерігав щодо шовінізму й загалом щодо повернення до фашизму в російській державі ще у 2010-х роках (пізніше ці спостереження було опубліковано у його книзі «Шлях до несвободи: Росія, Європа, Америка»). Однак міжнародна спільнота сприймала політику країни-агресора радше як гібридну модель, що поєднує формальні інститути демократії з виразними авторитарними ознаками. Світові політики усвідомлювали, що в рф є, наприклад, обмеження політичної конкуренції, контроль над публічним простором (зокрема, відсутність

---

<sup>4</sup> Діалоги про війну / уклад. О. Муха. Харків : Vivat, 2024. С. 483.

<sup>5</sup> Снайдер Т. Про свободу. Львів : Човен, 2024. С. 15.

незалежних медіа), але не вбачали ревізійністських намірів і не ідентифікували її як загрозу для глобальної безпеки.

Тімоті Снайдер акцентує: «[...] люди, які вірили, що свобода є негативною, не вважали російський нігілізм загрозливим. Звісно, він становив загрозу. Вільний від фактів і цінностей вакуум можна заповнити видовищами і війною. Фашистська природа російського режиму мала б бути очевидною задовго до повномасштабного російського вторгнення в Україну 2022 року»<sup>6</sup>. Водночас публіцист наголошує і на небезпеці, яка постає перед американцями, які впевнені у своїй відданості свободі, однак це переконання й робить їх вразливими перед пропагандою та маніпуляцією. Прикладом цього є, звісно, запізніла реакція на агресивну політику росії, а також ігнорування втручання росіян на вибори американського президента у 2016 році.

Зауважимо, що книга «Про свободу» є, як зазначає сам автор, про Сполучені Штати Америки, але він також часто звертається до досвіду України, яка переживає непрості часи, однак точно знає, що таке свобода. У праці автор акцентує, що свобода та безпека повинні співдіяти. Це найкраще розуміють українці, які не погодилися обміняти свободу на безпеку, бо знали, що згодом зможуть втратити і те, і інше. А от американці, навпаки, сприймають свободу як те, що їм передається у спадок, як те, що можна дати, а це може призвести до того, що свобода просто зникне. Тімоті Снайдер зазначає: «Якщо ми пов'язуємо свободу із зовнішніми силами, і хтось каже нам, що зовнішній світ несе загрозу, ми відмовляємося від свободи на користь безпеки. І нам здається, що це розумно, адже ми вже невільні у глибині своїх сердець. Ми віримо, що можемо обміняти свободу на безпеку. І це фатальна помилка [...]. Нам потрібна свобода і безпека. Щоб бути вільними, люди мусять почуватися безпечно – особливо в дитинстві. Вони повинні мати змогу впізнавати одне одного і світ. Тоді, коли вони стають вільними, то самі здатні вирішувати, які ризики брати на себе і з яких причин»<sup>7</sup>.

Ідеї Тімоті Снайдера дають змогу інтерпретувати свободу не як даність, а як цінність, яку потрібно відстоювати, захищати й, водночас, вміти нею користуватися. Американський історик зауважує, що свобода є передумовою існування інших фундамен-

<sup>6</sup> Снайдер Т. Про свободу. Львів : Човен, 2024. С. 39.

<sup>7</sup> Снайдер Т. Про свободу. Львів : Човен, 2024. С. 13–14.

тальних принципів, втрата якої призводить до руйнування суспільного порядку. Розуміємо, що досвід українського суспільства демонструє, що захист свободи нерозривно пов'язаний із боротьбою за безпеку, а у країнах Заходу і США свободу сприймають як спадок, який неможливо забрати, а це ускладнює своєчасне розпізнання загроз та рішучу реакцію на них.

**МЕДІАОСВІТА І ПІДГОТОВКА  
ЖУРНАЛІСТІВ У ДОБУ ЦИФРОВИХ  
ТРАНСФОРМАЦІЙ**

**MEDIA EDUCATION AND TRAINING OF  
JOURNALISTS IN THE AGE OF DIGITAL  
TRANSFORMATION**

**Наталія ГАБОР**

кандидат філологічних наук,  
доцент, завідувач кафедри нових медій,  
факультет журналістики,

Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна

## **АРХІТЕКТУРА ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ОСВІТИ: ВІД ХАОСУ МОЖЛИВОСТЕЙ ДО УСВІДОМЛЕНОГО ВИБОРУ**

У роки української незалежності журналістська освіта зазнала кількох періодів видимих змін. У перший пострадянський період вони були переважно якісними. Нарешті можна було писати про те, про що раніше можна було втрапити за решітку, історія журналістики наповнювалась новим матеріалом. Проте базовим підходом було те, що журналістика – філологічна наука, а журналістські тексти – це літературна творчість. Хоча ідеології в ній стало помітно менше. Радянські методики вже майже не працювали, а нових ще не було.

На другий період вплинули відкриття кордонів: викладачі вперше за багато десятиліть отримали можливість за різними програмами проходити стажування за кордоном (IREX та USAID, Fulbright, JFDP, за підтримки Корпусу миру...). Ще більше західних журналістів, професорів за різними програмами і проектами приїздили в Україну і навчали українських журналістів та освітян західним медіастандартам. Найбільш масовими були американські тренінги, які, безперечно, вплинули не лише на журналістику, а й на журналістську освіту. Перші західні підручники з журналістики, які почали з'являтися в українських університетах у 90-х (їх привозили іноземні тренери), були саме американськими. Це багато в чому пояснює, чому наша журосвіта тривалий час намагалася наслідувати американську модель. Британські стандарти, зокрема ідеали суспільного мовлення, через проекти BBC теж були присутні в Україні, але менш потужно.

Іншим європейським впливом на нашу журосвіту став Болонський процес. Він був амбітним наміром замінити залишки радянської системи на гнучку європейську. Його суть полягала у переході на двоступеневу підготовку (бакалавр/магістр) та запровадженні кредитно-модульної системи (ECTS), що мала б за-

безпечити студентам мобільність як можливість певний час навчатися за кордоном. З часу його впровадження все більше уваги стали надавати вибірковим предметам, намагалися стежити за тим, щоб кількість теоретичних дисциплін значно не переважає кількість практичних. Проте, переважно, це був формальний перехід на європейські стандарти. Архітектура програм залишилася старою. Залучення практиків не було і досі не є підкріпленням належним фінансуванням і є радше волонтерством з їхнього боку, аніж повноцінною співпрацею.

Ще одним викликом журсвітлі стало виникнення феномену «онлайн-журналістики», згодом великих даних та штучного інтелекту. Погоджуюсь з авторами Перес-Сейхо, С. (Pérez-Seijo, S.) та Вісенте, П. Н. (Vicente, P.N.) («Після хайпу: як високі технології переформатовують журналістику»), які підсумували, що традиційні програми, котрі фокусувалися виключно на навичках написання текстів та етичних стандартах, уже не відповідають потребам сучасного медіаринку<sup>1</sup>.

Безперечно, що трансформації української журналістської освіти відбувалися не лише як наслідок освітніх реформ та внутрішніх змін, завдяки новим на той час західним впливам, а, передусім, як реакція на глибокі суспільно-політичні та медійні зміни – від Помаранчевої революції – через появу новомедійних технологій – до повномасштабного вторгнення росії. Кожен етап ставив нові професійні вимоги перед освітянами, як-от: польова репортажистика чи цифрова верифікація інформації. Освітні програми намагалися реагувати на них, як могли. Переважно, на жаль, це було фрагментарно – додавали окремі актуальні дисципліни без їх інтеграції у цілісну систему підготовки.

Як результат, упродовж останніх років українська журналістська освіта пройшла чимало змін: зменшилась кількість історичних та загальноосвітніх годин, збільшилась кількість професійно зорієнтованих, майбутні журналісти отримали більше вибіркових дисциплін та можливість обирати серед запропонованих дисциплін інших факультетів. Зросли кількість годин, що пропонують практику в редакціях, та різновид цих практик. Однак ці зміни,

---

<sup>1</sup> Pérez-Seijo, S., Vicente, P.N. (2022). After the Hype: How Hi-Tech Is Reshaping Journalism. In: Vázquez-Herrero, J., Silva-Rodríguez, A., Negreira-Rey, MC., Toural-Bran, C., López-García, X. (eds) Total Journalism. Studies in Big Data, vol 97. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-88028-6\\_4](https://doi.org/10.1007/978-3-030-88028-6_4) /

корисні за задумом, продемонстрували також певні недоліки та виклики. Наприклад, отримавши додаткову кількість вибірових дисциплін, студенти могли їх коштом оминати важливі предмети спеціалізації, без яких їх професійні навички не можуть бути повноцінними. Насамперед така вибіровість не передбачає академічної логіки – вона не продумана як система, в якій одна дисципліна має виступати «фундаментом» для наступної або доповнювати чи поглиблювати основні знання. І якщо студент обирає вибірову дисципліну, бо цікавою видалася назва чи «кажуть, що там нескладні підсумки», то це призводить до еkleктичності знань, коли отримані компетенції залишаються фрагментарними. Тобто, запозичивши від Болонської системи форму, в неї не вклали потрібний зміст. Фактично, студентам дали у руки складний інструмент (свободу вибору), але не надали «інструкції», як за його допомогою збудувати майбутню професію.

Як вихід бачиться два можливі варіанти. Перший я б назвала «вибір без вибору», коли студент по черзі опановує кожен зі спеціалізацій, що пропонує факультет, зберігаючи право вибору лише всередині цих блоків. Це створює ефект безальтернативності, проте гарантує підготовку мультиплатформного фахівця, здатного працювати в умовах конвергентної редакції.

Інший спосіб вирішення проблеми – коли студентові пропонують якнайширший список курсів, і він свідомо обирає з нього ті, які щонайповніше доповнять його основні дисципліни і навички. Саме так вибудовано споживання спецкурсів в багатьох європейських вишах. Наприклад, в лондонському міському університеті (City, University of London) вибіровість не є стихійною. Студент обирає не окремі предмети, а професійну траєкторію, де кожна наступна дисципліна поглиблює попередню<sup>2</sup>. Проте такий вибір часто зробити самому студентові складно, саме для того у провідних школах журналістики є ментор. І це – не просто куратор (тьютор, наставник, ментор) групи, а стратегічний радник, який допомагає кожному окремому студентові обрати важливі і корисні саме для його професійного інтересу дисципліни. У Познані, зокрема в Університеті імені Адама Міцкевича, система персональних академічних тьюторів є однією з найбільш роз-

---

<sup>2</sup> Investigative Journalism MA Course. (n.d.). City, University of London. Retrieved April 23, 2026, URL:<https://www.citystgeorges.ac.uk/prospective-students/courses/postgraduate/investigative-journalism>

винених у Польщі<sup>3</sup>. Вона базується на оксфордській моделі індивідуальної співпраці. Тут тьюторинг – не просто консультації з предметів, це – персоналізована допомога студентові розкрити його науковий та професійний потенціал, знайти власну «нішу» в медіа та вибудувати індивідуальну траєкторію розвитку.

В американських школах журналістики (Колумбійський університет, Міссурі) менторство часто має подвійну природу: академічний радник допомагає з архітектурою навчання, а ментор-практик допомагає робити вибір в медіаіндустрії. Один ментор опікується лише 1–2 студентами на рік. Це гарантує максимальну увагу обидвох сторін. Зазвичай семестровий цикл включає до 10 зустрічей, тривалістю до години кожна. З їх допомогою студенти обирають одну з чотирьох основних професійних траєкторій, які визначають їхній навчальний план на весь рік<sup>4</sup>.

Спираючись на цей досвід та наші власні реалії, нам би варто було перейти до «свідомого дизайну» освітніх програм, у процесі якого студент не просто «набирає кредити», а цілеспрямовано конструює своє професійне майбутнє. Звичайно ж, за допомогою ментора. Тому для української журосвіти запровадження інституту менторства є критично важливим, але воно впирається у два виклики: брак часу у викладачів та відсутність фінансової мотивації для такої індивідуальної роботи. Проте без ментора свідомий підхід залишиться лише на папері. Бо якщо ОП – це карта, то ментор – це GPS-навігатор. Без нього навіть найкраща карта може завести в тупик.

---

<sup>3</sup> Tutoring na WNGiG. (n.d.). Wydział Nauk Geograficznych i Geologicznych, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Retrieved April 23, 2026, URL: <https://wngig.amu.edu.pl/studenci/tutoring-na-wngig>

<sup>4</sup> Master of Science Degree. (n.d.). Columbia Journalism School. Retrieved April 23, 2026, URL: <https://journalism.columbia.edu/ms-degree> Missouri School of Journalism. (n.d.). University of Missouri. Retrieved April 23, 2026, URL: <https://journalism.missouri.edu/>

**Віталій ГАНДЗЮК**

*кандидат наук із соціальних комунікацій,  
доцент, декан факультету філології й журналістики  
імені Михайла Стельмаха, Вінницький державний педагогічний  
університет імені Михайла Коцюбинського, Україна*

## **ПРОЄКТНО-ОРІЄНТОВАНЕ НАВЧАННЯ В ПІДГОТОВЦІ ЖУРНАЛІСТІВ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ**

*Досліджено впровадження проектно-орієнтованого навчання як одного з ключових чинників підвищення якості підготовки майбутніх журналістів у Вінницькому державному педагогічному університеті імені Михайла Коцюбинського.*

Сучасна система вищої освіти дедалі більше орієнтується на формування практичних компетентностей і здатності здобувачів освіти ефективно діяти в умовах реального професійного середовища. У цьому контексті особливої актуальності набуває проектна робота зі студентами, яка забезпечує не лише засвоєння теоретичних знань, а й їхнє безпосереднє застосування. Важливою складовою такого підходу є індивідуальна співпраця викладача і студента, що суттєво впливає на якість освітнього процесу та результати навчання.

Освітньо-професійна програма «Журналістика» у Вінницькому державному педагогічному університеті імені Михайла Коцюбинського передбачає практико-орієнтоване навчання відповідно до Стандарту вищої освіти, що реалізується через максимальне залучення студентів до різних видів практичної діяльності<sup>1</sup>. Зокрема, здобувачі проходять навчальну практику в друкованих та інтернет-медіа, на радіо і телебаченні, а також виробничу практику в реальних редакціях. Важливо, що студенти мають можливість самостійно обирати бази практики, формуючи власну освітню траєкторію відповідно до професійних інтересів і кар'єрних планів.

---

<sup>1</sup> Стандарт вищої освіти (бакалавр) за спеціальністю 061 «Журналістика». Міністерство освіти і науки України. Офіційний сайт. URL: <https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2021/07/28/061-Zhurnalistyka-bakalavr.28.07-1.pdf>

Особливістю такого підходу є те, що під час практики студенти не лише виконують поставлені завдання, а й реалізують власні медійні проєкти, які можуть бути оприлюднені в медіа. Це створює ситуацію реальної професійної відповідальності та мотивує до якісного виконання роботи. Водночас аудиторні заняття також мають виразне практичне спрямування: студенти вдосконалюють свої навички у студентській радіостудії «Юнітон» та навчальній телестудії університету, де створюють авторські програми, сюжети та інші медіапродукти, що транслюються в корпоративній мережі радіомовлення закладу.

Важливим складником професійної підготовки є можливість студентів-журналістів формувати власне творче портфоліо, що відіграє ключову роль у подальшому працевлаштуванні та професійній самопрезентації. З цією метою викладачі кафедри – Віталій Гандзюк, Ірина Одобецька та Ірина Богачук – створили два інформаційні медіаресурси – онлайніві видання «Вінницький голос» та «ЗМІНИ». Ці платформи функціонують як навчально-практичні майданчики, де студенти мають змогу публікувати власні журналістські матеріали, фотознімки, мультимедійний контент, відпрацьовувати навички роботи з різними форматами та поступово формувати професійне портфоліо ще під час навчання.

У межах дисципліни «Журналістський фах» студенти отримують унікальний досвід створення власних медіапродуктів, що є важливим елементом практикоорієнтованого навчання. Зокрема, на другому курсі (викладачі – Ірина Богачук та Віталій Гандзюк) кожен студент розробляє і презентує власне друковане видання – газету, формуючи її концепцію, структуру, тематику та візуальне оформлення. Під час занять здобувачі опановують основи верстки, дизайну, техніки оформлення матеріалів, працюють із професійним програмним забезпеченням, зокрема Adobe InDesign, що дозволяє їм створювати повноцінний медіапродукт. Такий досвід формує цілісне розуміння процесу підготовки друкованого видання – від ідеї до фінальної презентації.

На третьому курсі в межах цієї ж дисципліни (викладач – Петро Слотюк) студенти працюють над колективним проєктом – створенням глянцевого журналу. У процесі роботи формується повноцінна редакція: розподіляються ролі (редактор, кореспонденти, дизайнери, верстальники), визначаються редакційна політика, концепція видання, його цільова аудиторія та тематичні

рубрики. Кожен студент відповідає за власний напрям – наповнення рубрики, підготовку матеріалів, візуальний супровід, що забезпечує розуміння командної роботи в медіа та відповідальності за кінцевий результат<sup>2</sup>.

Важливою складовою навчання є також ознайомлення з реальним виробничим процесом: студенти відвідують редакції вінницьких газет і журналів, місцеві видавництва та друкарні, де мають змогу побачити, як створюється друкована продукція – від редакційної підготовки до виходу з друку. Крім того, до занять долучаються провідні журналісти друкованих медіа Вінниччини, які проводять майстер-класи, діляться практичним досвідом, знайомлять із сучасними тенденціями галузі та професійними викликами.

Такий комплексний підхід є надзвичайно важливим для підготовки майбутніх журналістів, адже дозволяє не лише опанувати специфіку роботи в друкованих медіа, а й здобути універсальні навички верстки, дизайну та створення контенту. Це відкриває ширші можливості для професійної реалізації: випускники можуть працювати не лише в редакціях, а й виконувати індивідуальні замовлення, створювати власні медіапроекти або розвивати підприємницьку діяльність у сфері дизайну та видавничої справи – від розробки буклетів і флаєрів до створення журналів і книг.

Проектна складова посилюється і в межах курсових та кваліфікаційних робіт. Починаючи з третього курсу, студенти виконують курсові роботи у формі творчих проєктів: створюють журнали, інтернет-сайти, радіопрограми, серії телесюжетів. Кваліфікаційні роботи також мають практичний характер і передбачають розробку власних медіапродуктів – від друкованих видань до документальних фільмів. Важливо, що тематику таких робіт студенти визначають самостійно, орієнтуючись на власні інтереси та творчі здібності, що сприяє підвищенню мотивації та відповідальності за результат.

Ключову роль у цьому процесі відіграє індивідуальна взаємодія студента з викладачем, який виступає не лише носієм теоретичних знань, а й практиком медіасфери. Керівниками проєктів

---

<sup>2</sup> Гандзюк В.О., Слотюк П.В., Одобецька І.С. Гейміфікація освітнього процесу як основа розвитку професійних компетентностей журналіста. Монографія. Київ: Printto UA, 2025. 196 с.

є фахівці з реальним досвідом роботи в журналістиці, зокрема, заслужені журналісти України – Вадим Мазурик та Світлана Бусілова. Їхній професійний досвід дозволяє інтегрувати актуальні стандарти журналістики в освітній процес і забезпечує студентам розуміння реальних вимог медіагалузі. Така співпраця формує сталі професійні орієнтири, розвиває відповідальність за контент і вчить працювати в умовах сучасного інформаційного середовища.

У сучасних умовах інформаційного суспільства вміння працювати з інформацією усвідомлено, критично її оцінювати та адаптувати до потреб аудиторії є однією з ключових компетентностей журналіста. Саме проектна робота, заснована на індивідуальному підході, сприяє формуванню цих навичок, оскільки передбачає повний цикл створення медіапродукту – від ідеї до реалізації та публікації.

Важливо також підкреслити, що ефективна підготовка майбутніх журналістів неможлива без постійного зв'язку з реальним медіасередовищем. Освітній процес має бути динамічним, відповідати сучасним викликам і враховувати розвиток цифрових технологій, нових форматів комунікації та змін у споживанні інформації. Проектно-орієнтоване навчання дозволяє оперативну реагувати на ці зміни, інтегруючи їх у освітню діяльність.

Отже, індивідуальна співпраця викладача і студента в межах проектної роботи є ефективним інструментом підвищення якості журналістської освіти. Вона сприяє формуванню професійних компетентностей, розвитку творчого потенціалу, здатності до самостійного мислення та відповідальної роботи з інформацією. Такий підхід забезпечує підготовку конкурентоспроможних фахівців, готових до викликів сучасного медіапростору та здатних активно впливати на формування інформаційного середовища.

**Мар'ян ЛОЗИНСЬКИЙ**

*кандидат історичних наук,  
доцент кафедри теорії і практики журналістики,  
декан факультету журналістики,  
Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна,  
loz.maryk@gmail.com*

**ЖУРНАЛІСТСЬКА ОСВІТА:  
ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ ОСНОВИ**

Кінець ХХ ст. і початок ХХІ ст., у контексті трансформаційних процесів, які відбулися та тривають далі, зумовили значні реформування журналістської освіти. З одного боку, освітній процес має більше фокусуватися на практико-орієнтованих підходах та на розвитку цифрових компетентностей, а з другого — на запровадженні сучасної освітньої траєкторії із застосуванням ефективних навчальних методик і технологій. Адже журналістська освіта має стратегічне значення для захисту національного інформаційного простору (як приклад – сьогоднішня російсько-українська війна), а також в протидії російській дезінформації в Україні, для оперативного та об'єктивного інформування нашого суспільства, тощо. Для цього обов'язково потрібно переглядати освітньо-професійні програми на відповідність сучасним вимогам медіагалузі. Аналіз нових наукових джерел теоретиків журналістикознавства переконує нас в тому, що потрібно переглядати також традиційні підходи стосовно підготовки фахівців з журналістики. Однак тут зауважу, що без підтримки та сприяння державних інституцій будь-які реформи в освітньому процесі здійснити практично неможливо.

Тим не менш, ми маємо усвідомити, що в основі оновлених підходів в освітньому процесі підготовки майбутніх журналістів теоретична складова не є визначальною, оскільки важливим компонентом все-таки є формування практичних навичок і критичного мислення та творчого підходу до опрацювання всесторонньої інформації. Також вагоме значення має розуміння сучасних викликів та відповідної реакції на виклики медійного середовища, тобто, і науково-педагогічний склад освітніх закладів, і здобувачі журналістської освіти зобов'язані не тільки адаптуватися до змін, але й активно впливати на розвиток медіаосвіти.

Першочерговим завданням для нас має бути створення умов для самореалізації особистості та розвитку її творчого потенціалу, який пропонують, між іншим, зарубіжні дослідники цього напрямку, зокрема, це:

– педагогіка емансипаційна (орієнтується на звільнення освіти від ідеологічного тиску та активне залучення студентів до демократичних процесів)<sup>1</sup>;

– педагогіка визволення як інструмент розвитку особистості, інтерпретації реальності та осмислення соціальних процесів<sup>2</sup>;

– педагогіка радикальна розглядає навчання як шлях до подолання соціальних обмежень у системі освіти та створення простору для вільного самовираження особистості<sup>3</sup>.

Очевидно, що вищезазначені чинники потребують певної зміни моделі між викладачем і студентом, тобто налагодження діалогу, що мало би покращити ефективність освітнього процесу, а, можливо, й удосконалити деякі сучасні моделі навчання (самостійний вибір теми для дослідження, проба визначити актуальні проблеми медіапростору, тощо). Важливим фактором у взаємовідносинах між викладачем і здобувачем освіти має бути поступовий перехід викладача від статусу лектора, наставника до ментора, редактора чи фасилітатора, де студент позбавлений прискіпливої опіки і має вільний простір для творчого зростання та цікавих ідей. Тобто, викладач чи досвічений журналіст-практик здійснює загальне керівництво на правах так званого наставника із обмеженими правами.

Сучасна журналістська освіта перебуває у стані стагнації через її безпрецедентне поширення в освітньому процесі, вкладах освіти різних форм власності. Значна кількість ЗВО, які отримали ліцензію на вишкіл майбутніх журналістів, залучає науково-педагогічні кадри із авторитетних університетів до викладання навчальних дисциплін, оскільки має кадрові проблеми. Така практика набуває поширення і погіршує якість освітнього процесу в підготовці журналістських кадрів в Україні.

---

<sup>1</sup> Левицька О. Альтернативний факультет: медіапроект ідеальної журналістської освіти. Кваліфікаційна робота на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Факультет журналістики ЛНУ ім. І. Франка. Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. Габор Н.Б., Львів, 2025.

<sup>2</sup> Там само.

<sup>3</sup> Там само.

До ключових елементів у підготовці майбутніх журналістів, на нашу думку, слід віднести такі, які віддзеркалюють найголовніші тенденції освітнього процесу:

- правові основи журналістики українського та міжнародного законодавства;
- володіння сучасними технологічними (цифровими) інструментами;
- розвиток аналітичних навичок роботи з медіатекстами різного типу та володіння широким спектром мультимедійних компетентностей;
- розвиток концепції критичного мислення;
- запозичення із журналістських шкіл США, Англії гнучких навчальних програм з медіабізнесу, сторітелінгу, візуального дизайну, фактчекінгу, тощо;
- міждисциплінарність — поєднання журналістики з IT-сферою, маркетингом, психологією, соціологією тощо.

Отже, запровадження альтернативних підходів в освітньому процесі підготовки журналістських кадрів зумовлено сучасною практикою класичної бази розвитку медіа в світі і в Україні. Варто зазначити, що традиційний підхід вишколу журналістських кадрів, попри його стандарти, вже цілком не відповідає вимогам теперішнього динамічного розвитку медіапростору. Хоч він і забезпечує системність та певну базу, однак втрачає практичний досвід, сучасні цифрові компетентності, тощо. Отже, журналістська освіта потребує комплексних змін, які торкаються і науково-педагогічного персоналу, який перебуває не в найкращому стані з багатьох аспектів. Але про це в майбутньому...

**Ольга МІТЧУК**

*доктор наук із соціальних комунікацій, професор,  
в.о. завідувача кафедри інформаційного права та  
юридичної журналістики,  
Національний університет водного господарства та  
природокористування, Україна,  
e-mail: o.mitchuk@gmail.com*

## **ГІБРИДНА ОСВІТА: ПІДГОТОВКА «УНІВЕРСАЛЬНОГО СОЛДАТА» МІЖ КОДОМ ТА ТЕКСТОМ**

*У науковому дослідженні розглянуто концепцію «універсального солдата» медіагалузі як фахівця, що поєднує гуманітарний інтелект із технологічною грамотністю, зокрема у сферах дата-журналістики, алгоритмічного управління та взаємодії з генеративним штучним інтелектом. Ми аналізуємо системний розрив між теоретичною базою вищої школи та практичними вимогами цифрового ринку, де програмування стає «ною латиною» для верифікації даних та боротьби з дезінформацією. Особлива увага приділяється збереженню етичної суб'єктності журналіста в умовах автоматизації редакційних процесів. Висновок акцентує на тому, що гібридна освіта є стратегічним інструментом професійного ренесансу, який дозволяє медіафахівцям не лише адаптуватися до глобальних трансформацій, а й ефективно захищати істину в добу постправди.*

Сучасний медіапростір 2026 року остаточно закріпив статус журналістики як високотехнологічної галузі. Глобальні виклики від персоналізованих інформаційних операцій до тотальної інтеграції штучного інтелекту висувають нові вимоги до підготовки фахівців. Класична модель журналістської освіти, що базувалася переважно на філологічному підході та вмінні працювати з текстом, стикається з кризою відповідності ринку. Сьогодні медіа потребує «універсального солдата» або фахівця, який однаково впевнено оперує сенсами, кодом та алгоритмами. Гібридна освіта стає не просто альтернативою, а єдиною можливим шляхом збереження суб'єктності професії.

Системна криза сучасної підготовки фахівців у галузі журналістики зумовлена глибоким дисонансом між академічною консервативністю вищої освіти та стрімким технологічним вибухом глобального медіаринку. Традиційна освітня парадигма, що базується на лінійних моделях комунікації, виявляється неспроможною адаптуватися до темпів цифровізації, що спричиняє критичний розрив у професійних компетенціях випускників.

Основним аспектом цієї проблеми є технологічне відставання та інструментальний дефіцит, оскільки університетські програми залишаються зосередженими на класичних жанрах і теорії масових комунікацій, тоді як сучасна індустрія вимагає експертності у сфері дата-журналістики, основ програмування та управління алгоритмами соціальних мереж. Випускник може володіти високим рівнем текстової майстерності, проте виявляється технічно невідповідним до верифікації контенту за допомогою OSINT-інструментів або адаптації матеріалів під специфіку конвергентних платформ.

Звернемо увагу, що паралельно з цим загострюється криза верифікації в епоху постправди, адже освітній процес часто ігнорує складність сучасних інформаційних операцій і потребує впровадження курсів із когнітивної психології та протидії синтетичному контенту. Фахівці, навчені працювати виключно з офіційними джерелами, виявляються беззахисними перед дипфейками та маніпуляціями, що потребують технічних знань для виявлення. Додатковим деструктивним чинником є втрата етичного орієнтира через тиск «економіки уваги», де гонитва за віральністю та швидкістю вступає у пряме протиріччя з класичними стандартами точності.

Здобувачі освіти опиняються в етичній пастці між академічними ідеалами та жорсткими вимогами ринку щодо створення клікбейтного контенту, зіштовхуються з проблемою дефіциту міждисциплінарності, оскільки журналістика трансформувалася у синкретичну дисципліну, що вимагає знань із кібербезпеки, медіаправа та економіки стартапів, проте навчання залишається в межах закритого «цехового» підходу.

Нарешті, імітація професійної діяльності через відсутність сучасних медіалабораторій (це і брак коштів, і низька грантова діяльність) призводить до того, що навчання перетворюється на суто теоретичне моделювання, позбавляючи студентів досвіду

роботи в умовах реального дедлайну, що робить їхню подальшу адаптацію до редакційних процесів тривалою та болісною.

Поняття «універсального журналіста» еволюціонувало. Якщо десять років Віталій Голубев<sup>1</sup>, під цим розуміли здатність однієї людини знімати, монтувати та писати текст, то сьогодні мова йде про конвергенцію гуманітарного інтелекту та технічної грамотності. Гібридна модель підготовки передбачає триєдність компетенцій: сенсову (традиційний сторітелінг та етика), технологічну (робота з даними та кодом) та алгоритмічну (взаємодія з ШІ).

Однак у добу «постправди» код стає інструментом пошуку істини. Журналіст, який володіє навичками парсингу або вміє працювати з API державних реєстрів, отримує стратегічну перевагу. Data-журналістика перетворює цифри на візуальні історії, дозволяючи бачити за масивом даних приховані соціальні проблеми. Програмування стає «ною латиною», мовою, яка дозволяє розуміти структуру цифрового світу.

Гібридна освіта впроваджує штучний інтелект як повноцінний навчальний інструмент. Замість заборони використання чат-ботів, сучасна медіаосвіта має вчити критичній взаємодії з ними. «Універсальний солдат» повинен розуміти природу алгоритмічних упереджень та вміти створювати складні запити для глибоких досліджень. Важливим аспектом є автоматизація рутини: гібридний фахівець делегує ШІ транскрибацію та первинний аналіз документів, звільняючи час для творчої та етичної роботи з розслідуваннями та інтерв'ю.

Найбільшим ризиком гібридизації є технологічний детермінізм, це та ситуація, коли захоплення інструментами витісняє сенси. Підготовка «універсального солдата» не повинна перетворюватися на підготовку технічного спеціаліста. Навпаки, чим більше процесів автоматизується, тим вищою стає цінність людської етики. Журналіст залишається «арбітром реальності». Освітні програми мають акцентувати увагу на тому, що жоден алгоритм не несе відповідальності за наслідки оприлюднення інформації. Гібридна освіта – це навчання вмінню сказати «ні» алгоритму, якщо його висновки суперечать журналістським стандартам.

Для реалізації гібридної моделі необхідно відмовитися від ізольованих дисциплін. Замість окремих курсів доцільно впрова-

---

<sup>1</sup> Голубев В. Ю. Школа універсального журналіста: практичне керівництво для початківців. Рівне: Друк Волині, 2009. 128 с.

дживати інтегровані модулі, як-от «Етика алгоритмічних систем» або «Програмування для розслідувачів». Практична підготовка має базуватися на створенні мультимедійних проєктів, де студент проходить повний цикл: від написання коду для збору даних до публікації інтерактивного матеріалу. Тільки такий підхід дозволить подолати розрив між академічною теорією та динамічним медіаринком.

Підготовка «універсального солдата» в журналістиці – це не намагання замінити людину машиною, а стратегія посилення людини за допомогою технологій, бо гібридна освіта дозволяє журналісту бути конкурентоспроможним у світі, де інформаційні війни ведуться за допомогою коду. Поєднання тексту та коду створює новий тип інтелектуала, здатного розуміти механіку цифрового конструювання реальності.

Підготовка «універсального солдата» в журналістиці – це не намагання замінити людину машиною, а стратегія посилення людини за допомогою технологій, бо гібридна освіта дозволяє журналісту бути конкурентоспроможним у світі, де інформаційні війни ведуться за допомогою коду. Поєднання тексту та коду створює новий тип інтелектуала, здатного розуміти механіку цифрового конструювання реальності.

Підсумовуючи викладене, слід наголосити, що трансформація медіаосвіти у напрямку гібридизації є не лише викликом, а й унікальним вікном можливостей для ревіталізації журналістики як інтелектуальної професії. Інтеграція коду, даних та алгоритмів у гуманітарний базис не нівелює роль людини, а навпаки звільняє її від рутинних технічних операцій, повертаючи до першочергової місії: глибокого аналізу, етичної експертизи та створення якісних сенсів.

Оптимістичний сценарій розвитку підготовки «універсального солдата» передбачає формування нового типу медіафахівця, який володіє цифровими навичками для викриття маніпуляцій та захисту істини в умовах глобальних криз. Таке поєднання технологічної потужності з непохитними людськими цінностями здатне подолати кризу довіри до медіа, перетворюючи журналіста на архітектора прозорого та зрозумілого інформаційного майбутнього, а гібридна освіта, є фундаментом для професійного ренесансу, де технології слугують надійним каркасом для вільного та відповідального слова.

**Галина ШАПОВАЛОВА**

кандидат філологічних наук, доцент,  
Ужгородський національний університет, Україна

**Ярослава ШЕБЕШТЯН**

кандидат філологічних наук, доцент,  
Ужгородський національний університет, Україна

## **ТЕОРЕТИЧНИЙ І ПРИКЛАДНИЙ СЕНС МАГІСТЕРСЬКОГО ОПАНУВАННЯ ЗАСАД УПРАВЛІННЯ МЕДІАПРОЄКТАМИ**

*Розглянуто теоретичні й прикладні засади опанування курсу «Управління медіапроектми» у підготовці магістрів журналістики в умовах цифрових трансформацій і воєнних викликів. Акцентовано на значенні критичного мислення, аналітичних і менеджерських компетентностей, а також ціннісного виміру медійної діяльності. Окреслено роль наукового компонента підготовки, необхідність міждисциплінарного підходу та свідомої роботи з джерелами в умовах поширення штучного інтелекту. Проаналізовано тематичні напрями студентських медіапроектів, пов'язані з актуальними суспільними процесами. Наголошено на формуванні фахівця, здатного до інноваційної діяльності, відповідального управління медіапроектми та ефективної комунікації в сучасному медіапросторі.*

Журналістика, як і інші інституції в сучасному світі, детермінована непростими суспільно-політичними, економічними, культурними умовами. Особливо гостро в глобалізованому середовищі постали проблеми популізму, втрати позицій та авторитету професійних медіа, девальвації моральних цінностей. Окремими помітними викликами є й ті, що пов'язані з активним і часто невмотивованим використанням штучного інтелекту, спрощеним емоційним сприйняттям складних питань, характерним для соціальних мереж. В Україні ситуація ще складніша, оскільки на цю непросту парадигму накладаються й воєнні обставини – щоденні загрози життю громадян, пов'язані з воєнним станом обмеження прав і свобод, депопуляцією тощо. Безперечно, все це зумовлює необхідність змін в освітньому процесі, врахування під час підготовки магістрів медійної галузі. У цьому контексті висловимо

міркування про такий актуальний, на нашу думку, компонент освітнього процесу, як «Управління медіапроєктами».

У структурі магістерської освітньої програми Ужгородського національного університету ця навчальна дисципліна теоретико-практичного характеру орієнтована на вдосконалення критичного мислення, розвиток аналітичних менеджерських здібностей, реалізацію творчого потенціалу студентів. Зміст курсу вибудовано навколо основних складових новітнього проєктного менеджменту, специфіки конструктивної комунікації в колективі, ролі керівника та інших учасників проєктної масмедійної діяльності, організаційних форм управління проєктами, сучасних методів управління персоналом, усіх етапів реалізації медійних ініціатив – від пошуку ідеї, розробки концепції до її успішного втілення. Крім того, важливе місце посідають питання контролю всіх етапів реалізації та подальшого функціонування проєкту, включно з оцінкою ризиків, коригуванням діяльності, аналізом результатів, ефективності й перспектив<sup>1</sup>.

У методиці опрацювання курсу «Управління медіапроєктами» суттєвим є теоретичний компонент, що набуває особливо важливого значення для здобувачів, які не мають бакалаврської журналістської бази. Засвоєння необхідних спеціальних понять / термінів дає фахівцеві свободу мислення, глибоке розуміння масовокомунікаційної галузі, можливість адекватного сприйняття актуальних гіпотез, концепцій, теорій, здатність до їх критичної оцінки, інтерпретації та опанування. Оскільки ключовим виміром проєктування є аксіологічний, ціннісні критерії вважаємо першочерговими й особливо значущими для сучасних українських медіа, схильних до заохочення патерналізму, спрощення ситуації, потурання запитам аудиторії. Професійний магістр журналістики має бути готовим протидіяти негативним тенденціям, можливій непопулярності глибоких, але суспільно необхідних ідей і враховувати це в стратегії просування медіапроєкту.

Під впливом сучасних обставин, зокрема цифрової трансформації, доступності глобальних технологій, особливої уваги потребує й робота з джерелами. Під час опанування курсу здобувачі, використовуючи можливості штучного інтелекту, не мають

---

<sup>1</sup> Шаповалова Г., Шебештян Я. Методичні рекомендації до проведення практичних занять і організації самостійної роботи з дисципліни «Управління медіапроєктами»: навчальний посібник для студентів магістратури. Ужгород: УжНУ, 2021.

повністю на нього покладатися. Акцент тут робимо на допоміжній функції ШІ, важливості самостійного мислення спеціаліста, його вмінні продукувати власні ідеї, оцінювати дібраний нейронними мережами матеріал, коректно його використовувати. З одного боку, сучасна робота з джерелами стала набагато легшою з погляду їхньої доступності, з іншого – складнішою, оскільки потребує усвідомленої необхідності верифікації, ретельного аналізу інформації та її оцінювання за різними параметрами.

Наприклад, воєнна тематика в медіа, євроінтеграція, євроатлантичний рух України не були на периферії освітнього магістерського процесу з 2014 року, однак під час повномасштабної війни з численними трагічними втратами й героїчними зусиллями народу для збереження Української держави, екзистенційні загрози перебувають у центрі уваги проєктів. І тут важливо уникнути формального, поверхового ставлення до цих питань, що подекуди спостерігаємо в медіа. Останніми роками студенти нашої магістратури розробляють проблеми, пов'язані зі специфікою роботи медіафахівців у воєнних умовах, службою закарпатських спортивних журналістів у Збройних силах України, волонтерською діяльністю місцевих громад, молодіжними стартапами, адаптацією внутрішньо переміщених осіб на Закарпатті, освітніми викликами, регіональними культурними ініціативами тощо. Робота над різноматематичними проєктами має не лише навчальний і тренувальний сенс, а й неабияке значення для формування особистості кваліфікованого експерта, аналітика, медіаменеджера. А в епоху життєво важливих викликів керівник має розуміти особливу відповідальність, потребу раціонально підходити до розв'язання складних проблем, творчо й гнучко мислити, взаємодіяти з колективом на засадах гуманізму, дотримання культурних норм та правил ділового етикету, загалом сприяти демократичному розвитку українського суспільства.

Оскільки у створенні й управлінні медійними проєктами суттєвою є світоглядна й аналітична складові, а також у зв'язку з сучасними потребами культивування критичного мислення та розвитку ерудиції, набуває особливого значення науковий компонент підготовки журналіста. Ефективність управління медіапроєктами ґрунтується на застосуванні наукових підходів, розумінні засад сучасної гносеології, принципів і методів опрацювання фактів (добору, диференціації, верифікації), умілому

оперуванні науковим апаратом, здатності визначати пріоритети й напрями роботи. А з огляду на те, що у фокусі журналістики перебувають проблеми різних сфер функціонування суспільства, їх розроблення потребує залучення знань із багатьох галузей – політології, соціології, історії, філології, культурології, інформаційних технологій тощо. Базовим та обов'язковим у цьому контексті є загальнонауковий терміноапарат, засвоєний магістрантами під час навчання у вищій школі. Тому в науково-методичній літературі ми пропонуємо здобувачам термінологічні словники, що включають стрижневі наукові поняття. Вони забезпечують основу, логічність і системність мислення, здатність до наукового аналізу та прогнозування<sup>2</sup>.

Розвиток сучасної науки та, відповідно, освіти демонструє стійку тенденцію взаємодії різних напрямів і галузей. Вивчення курсу «Управління медіапроектами» також передбачає врахування комплексу суто фахових підрозділів (з історії, теорії та практики масмедіа) та інших необхідних для цієї діяльності наук – філософії, лінгвістики, юриспруденції, економіки, соціології, психології тощо. Тим більше, що медіаринок потребує ерудованих фахівців, спроможних до самокритики й саморозвитку, здатних планувати й реалізовувати інноваційні суспільно корисні проекти.

Таким чином, теоретичний і прикладний сенс опанування засад управління медійними проектами полягає як у формуванні у студентів уміння оригінально мислити, самостійно генерувати ідеї, пропонувати та реалізовувати концепції, так і в розвитку здатності до самовдосконалення, адаптації до нових умов і викликів та успішної конкуренції в глобалізованому технологічному медіапросторі.

---

<sup>2</sup> Шебештян Я., Шаповалова Г. Студентські наукові студії: соціокомунікаційний і медіалінгвістичний виміри. Ужгород, 2024. 141 с. <https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/86914>

**МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ  
ТА ТРАНСНАЦІОНАЛЬНІ МЕДІА**

**INTERCULTURAL COMMUNICATION  
AND TRANSNATIONAL MEDIA**

**Юлія ДЗЯБКО***Ph.D., доцент,  
Ібарацький християнський університет, Японія  
yu.dzyabko@icss.ac.jp*

## **УКРАЇНСЬКІ ВИМУШЕНІ МІГРАНТИ В ЯПОНІЇ: НОВІ ПІДХОДИ МІГРАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ТА МЕДІЙНЕ КОНСТРУЮВАННЯ ОБРАЗУ**

Історично Японія неохоче приймає мігрантів з інших країн та, незважаючи на офіційну політику інтернаціоналізації та мультикультуралізму, намагається захистити свої кордони від неконтрольованого потоку іммігрантів<sup>1</sup>. Про це свідчить низка чинників: відсутність імміграційних віз, відносно низька кількість іноземного населення (зокрема, 3.3 % серед 123-мільйонного населення станом на 2025 рік), відсутність офіційної інтеграційної програми для мігрантів, а також незмінна риторика уряду Японії щодо імміграційної політики – орієнтацію на висококваліфікованих іммігрантів і небажання приймати низькокваліфікованих іноземних працівників.

Щодо підтримки біженців, Японія ратифікувала Конвенцію про статус біженців (1951) у 1981 році після закінчення Другої індокитайської війни у 1975 році з метою прийняття постраждалих із В'єтнаму, Лаосу та Камбоджі. Впродовж 1975–2005 років Японія надала притулок близько 11 тис індокитайських біженців. У 2008 році Японія запровадила програму прийняття біженців з третіх країн. Ця програма стала важливим кроком у зміні традиційно суворої міграційної політики Японії, однак, до прикладу, до 2021 року статус біженця було надано не більше, ніж 1% заявників<sup>2</sup>, що є одним з найнижчих показників серед розвинених країн світу. Окрім того, засади японської міграційної політики до 2022 року не передбачали програм тимчасового захисту, які б надавали підтримку великим групам вимушених мігрантів.

---

<sup>1</sup> Graburn, N., Ertl, J. and Tierney, R.K. (eds.) (2008). *Multiculturalism in the New Japan*. New York and Oxford: Berghahn Books.

<sup>2</sup> Immigration Service Agency (2022). *Number of refugees recognized in 2021*. Available at: [https://www.moj.go.jp/isa/publications/press/07\\_00027.html?hl=en](https://www.moj.go.jp/isa/publications/press/07_00027.html?hl=en) (Accessed: 1 April 2026).

Незважаючи на те, що уряд Японії не робив виключень для шукачів тимчасового притулку з інших країн, де тривають збройні конфлікти, 2 березня 2022 року колишній прем'єр-міністр Японії Фуміо Кішіда оголосив, що на знак солідарності з українським народом Японія прийме тих українських громадян, котрі шукають притулку за кордоном.

Метою доповіді є охарактеризувати особливості міграційного механізму прийняття українських вимушених мігрантів у Японії та формування їхнього медійного образу.

З огляду на вищезазначене, українці не підпадають під критерії жодної з наявних біженських програм в Японії. Відповідно до Конвенції 1951 року, біженець – це «особа, яка не може або не бажає повернутися до країни свого походження через обґрунтовані побоювання стати жертвою переслідувань за п'ятьма ознаками: раси, релігії, громадянства, належності до певної соціальної групи або політичних переконань»<sup>3</sup>. Натомість заходи прийняття українців у Японії після 24 лютого 2022 року передбачають отримання статусу особи, котра потребує тимчасового прихистку (*asylum seeker*). За визначенням УВКБ ООН, підставою для отримання цього статусу є зовнішня агресія, іноземна окупація, громадянська війна, зіткнення на етнічній основі, природні чи техногенні катастрофи тощо<sup>4</sup> [там само]. Відтак, зважаючи на суворі критерії надання статусу біженця, уряд Японії оголосив, що українців, які шукатимуть прихисток в Японії, класифікуватимуть не як біженців (японською – *nanmin*), а як «евакуйованих» (*hinanmin*).

В березні 2022 року Японія зняла українцям заборону на в'їзд до країни у зв'язку із пандемією COVID-19 (Японія відкрила кордони для іноземців лише у жовтні 2022 року) та спростила процедуру отримання візи «короткострокове перебування» терміном на 90 днів, на яку українці могли податися у найближчому посольстві Японії. Після прибуття до Японії українці отримали можливість податися за спрощеною процедурою на однорічну візу «Спеціальні активності», яка надає право на працевлаштування, участь у державному соціальному страхуванні, відкриття банківського рахунку тощо. Віза була чинною впродовж одного

<sup>3</sup> UNHCR (2026). *Refugees and Asylum-Seekers*. Available at: <https://www.unhcr.org/ua/en/refugees-asylum-seekers> (Accessed: 1 April 2026).

<sup>4</sup> Ibid.

року з можливістю продовження з огляду на безпекову ситуацію в Україні. Залежно від урядових чи неурядових програм підтримки (2 або 3 роки) українці змогли податися на отримання соціальних виплат і допомоги з житлом від місцевих муніципалітетів.

Після рішення уряду місцеві органи влади та приватний сектор одразу висловили готовність підтримати прийняття українців. Взаємодія місцевої влади з організаціями громадянського суспільства, університетами та приватним сектором засвідчила безпрецедентний рівень підтримки з боку японського суспільства стосовно українських евакуйованих<sup>5</sup>. Як наслідок, за перші пів року повномасштабної війни до Японії евакуювалося більше 1,500 українців, а станом на 31 березня 2026 року кількість вимушених мігрантів з України сягнула 2,889 осіб<sup>6</sup>.

У грудні 2023 року Японія імплементувала програму додаткового захисту для осіб, які не відповідають критеріям Конвенції про статус біженців, але потребують захисту через загрозу життя в разі повернення. Цей статус передбачає надання прав, подібних до прав біженців, зокрема можливість проживання в країні строком до п'яти років. Станом на березень 2026 року 2,004 українців (70 % від усієї кількості) отримало додатковий захист<sup>7</sup>.

Водночас такий високий вияв підтримки українців (включно з використанням нетипового терміну на позначення українських вимушених мігрантів) радше розцінюють як політичне рішення, аніж переосмислення японської міграційної політики у відповідь на глобальні гуманітарні кризи.

Підтримка українців отримала значний суспільний резонанс. Японське товариство Червоного Хреста у липні 2022 року провело опитування щодо обізнаності в глобальних гуманітарних кризах, охоплюючи і війну в Україні. Понад 60% респондентів зазначили зростання зацікавленості гуманітарною кризою в Україні, а 40 % брали участь у наданні допомоги (пожертви, волонтерство, поширення інформації тощо). В опитуванні містилося запитання про джерела інформації щодо війни Росії проти України. Серед

---

<sup>5</sup> Yamagata, A. (2023) A Critical Analysis of Japan's Decision to Accept Ukrainians Following the Russian Invasion in 2022. *Refugee Survey Quarterly* 42(4):494-517.

<sup>6</sup> Immigration Service Agency of Japan (2026). *Українцям, які проживають в Японії*. Available at: [https://www.moj.go.jp/isa/support/fresc/ukraine\\_support.html](https://www.moj.go.jp/isa/support/fresc/ukraine_support.html) (Accessed: 2 April 2026).

<sup>7</sup> Ministry of Justice Japan (2025) *Reiwa 7 nen ni okeru nanmin nintei-sha sū tō ni tsuite*. Available at: <https://www.moj.go.jp/isa/content/001434935.pdf> (Accessed: 2 April 2026).

найвпливовіших інформаційних ресурсів більшість респондентів віком 40+, 50+, 60+ назвали телебачення (46 %–65 %), інтернет (16–40 %) та пресу (7–11 %), тоді як опитувані віком 20+ та 30+ обрали телебачення (48%–54 %), інтернет (19–24 %) та соціальні мережі (10–18 %)<sup>8</sup>. Це засвідчило велику роль японського телебачення у висвітленні подій російської війни.

Окрім того, упродовж 2022–2023 років провідні друковані медіа Японії («Асахі», «Майнічі», «Йоміурі», «Ніккей») характеризувалися частим і загалом позитивним та співчутливим висвітленням українських вимушених мігрантів. Так, ліберальна преса («Асахі», «Майнічі») часто висвітлювала особисті історії переміщених українців, тоді як консервативна («Йоміурі», «Ніккей») більше зосереджувалася на загальних проблемах гуманітарної кризи в Україні та світі. Водночас, на думку фахівців<sup>9</sup>, українські евакуйовані значно частіше представлені у медіапросторі і мають менш негативне висвітлення з точки зору загрози безпеки, а також привертають більше медійної уваги, попри коротшу тривалість кризи порівняно з іншими біженцями.

Серед причин високого солідарності до українських вимушених мігрантів називають те, що війна в Україні суттєво відрізняється від інших конфліктів, зокрема в Азії. Російське повномасштабне вторгнення до України зумовило ситуацію, з якою японці можуть легко себе ототожнити з огляду на власний досвід: зокрема, вторгнення радянських військ на Північні території, виселення місцевого населення, утримання військовополонених тощо. Крім того Україна, якій загрожує застосування ядерної зброї та яка пережила Чорнобильську катастрофу, нагадує японському населенню про ядерні травми, пов'язані з атомними бомбардуваннями у 1945 та аварією на АЕС «Фукусіма-1» у 2011<sup>10</sup>.

---

<sup>8</sup> Japanese Red Cross Society (2022). *Ukraine Humanitarian Crisis and Assistance Survey*. Available at: [https://www.jrc.or.jp/press/2022/0721\\_027381.html](https://www.jrc.or.jp/press/2022/0721_027381.html) (Accessed: April 2, 2026)

<sup>9</sup> Mitsui, M. and Green, D. (2026) 'Portraying the refugee crisis: The framing of Afghan, Burmese, and Ukrainian asylum seekers in Japanese print media', *Contemporary Japan*, 38(1), pp. 74–96.

<sup>10</sup> Kawaguchi, Ch. (2023) 'Ukuraina hinanmin taiō ni miru Nihon no jindō shugi: Nihon seifu to shakai no taiō o chūshin ni [Japanese Humanitarianism as Seen in the Response to Displaced Ukrainians: A Focus on Governmental and Societal Responses]', *Humanitarian Studies Journal*, 12, pp. 320–333. Available at: <https://ndlsearch.ndl.go.jp/books/R00000004-1032745665> (Accessed: 1 April 2026).

Безумовно, тривалість війни впливає на суспільний інтерес до українських вимушених мігрантів та рівень їхньої підтримки. В березні 2024 року неприбуткова організація The Nippon Foundation, котра виступила однією з основних неурядових організацій у фінансовій підтримці українських вимушених мігрантів впродовж 2022–2025 років, здійснила опитування місцевого населення щодо підтримки українців<sup>11</sup>. За даними опитування, понад 40 % респондентів продовжують цікавитися поточною ситуацією в Україні, а 55 % позитивно оцінюють подальшу підтримку прийняття українських евакуйованих. Водночас лише 27 % опитуваних підтримують прийняття біженців з інших країн.

Отже, після 24 лютого 2022 року Японія виявила винятково високий рівень підтримки українських вимушених мігрантів на рівні урядових, освітніх і приватних організацій, що стало безпрецедентним в історії міграційної політики країни. Рівень вияву солідарності японських громадян до українських вимушених мігрантів залишається високим завдяки сформованому позитивному медійному образі та відносно частому медіа висвітленню впродовж 2022–2026 років.

**Acknowledgement.** This work was supported by JSPS KAKENHI (Grant-in-Aid for Early-Career Scientists) [grant number JP23K12169].

---

<sup>11</sup> The Nippon Foundation (2024). *Ukraine hinanmin ni kansuru ishiki chōsa*. Available at: [https://www.nippon-foundation.or.jp/wp-content/uploads/2024/04/wha\\_sup\\_sup\\_ukraine\\_in\\_jap\\_o8.pdf](https://www.nippon-foundation.or.jp/wp-content/uploads/2024/04/wha_sup_sup_ukraine_in_jap_o8.pdf) (Accessed: 1 April 2026).

**Ростислав КРАМАР**

кандидат філологічних наук, ад'юнкт,  
Інститут міжкультурних досліджень  
Центрально-Східної Європи,  
Варшавський університет, Польща

**CULTURE.PL/UA ЯК ПЛАТФОРМА  
ПОЛЬСЬКО-УКРАЇНСЬКОГО МЕДІАДІАЛОГУ  
В УМОВАХ ВІЙНИ:  
МІСІЯ, РЕДАКЦІЙНІ ПРАКТИКИ  
ТА АУДИТОРНІ СТРАТЕГІЇ**

У доповіді проаналізовано діяльність української редакції інтернет-видання *Culture.pl*, створеної навесні 2022 року як відповідь на повномасштабне вторгнення Росії в Україну та пов'язані з ним трансформації культурного й інформаційного простору. Українську редакцію розглянуто як кейс транснаціональної культурної медіакомунікації, що, функціонуючи в межах польської інституційної структури, за мовою, тематикою, авторською мережею та аудиторією виходить поза межі однієї національної публічної сфери й формує простір польсько-українського діалогу в умовах війни.

Дослідження зосереджене на аналізі місії та редакційної стратегії, тематичних напрямів публікацій, жанрової структури контенту, мовної політики та принципів добору тем. Простежено, яким чином медіа репрезентує українську культуру в польському контексті та польську – в українському, а також створює комунікаційні механізми солідарності й взаємного перекладу досвідів.

Окрему увагу приділено характеристиці аудиторії, каналам дистрибуції контенту та викликам функціонування редакції в умовах війни, зокрема необхідності балансування між культурною тематикою і воєнним контекстом, поєднання журналістських стандартів із місією інституції культурної дипломатії та роботи з емоційно мобілізованою аудиторією.

Методологічно дослідження поєднує елементи контент-аналізу з інституційним кейс-стаді та рефлексією практичного редакторського досвіду.

*Зроблено висновок, що Culture.pl/ua репрезентує нову модель культурного медіа воєнного часу, яке виконує інформаційні, комунікаційні та інтеграційні функції в транснаціональному публічному просторі.*

Українська версія порталу Culture.pl була запущена 14 квітня 2022 року Інститутом Адама Міцкевича – державною культурною інституцією Польщі, відповідальною за міжнародну промоцію польської культури. Її створення стало безпосередньою реакцією на повномасштабне вторгнення Росії в Україну та пов'язані з ним трансформації інформаційного й культурного простору Центрально-Східної Європи<sup>1</sup>.

Одночасно запуск української версії супроводжувався закриттям російськомовної секції порталу, що мало символічний і політичний характер і відображало зміну культурно-комунікаційних пріоритетів у регіоні<sup>2</sup>. Сам портал Culture.pl, створений 2001 року, функціонує як міжнародна мультимедійна платформа популяризації польської культури і містить великий масив матеріалів, присвячених літературі, мистецтву, театру, кіно, дизайну та історії культури<sup>3</sup>. У цьому контексті українська редакція стала новим мовним сегментом медіапроєкту та водночас елементом системи культурної дипломатії Польщі, спрямованим на формування простору комунікації між польськими та українськими культурними середовищами.

Українську редакцію порталу доцільно розглядати як приклад транснаціональної культурної медіакомунікації. Хоча вона функціонує в межах польської інституційної структури, за мовою, авторською мережею, тематикою та аудиторією вона виходить за межі однієї національної публічної сфери. У редакційній роботі беруть участь автори з Польщі та України, а тематика матеріалів поєднує презентацію польської культури для українського читача з представленням українських культурних явищ у ширшому європейському контексті. Таким чином формується спільний інфор-

---

<sup>1</sup> Instytut Adama Mickiewicza uruchamia sekcję ukraińską portalu Culture.pl Instytut Adama Mickiewicza uruchamia sekcję ukraińską portalu Culture.pl. | Instytut Adama Mickiewicza [15.03.2026];

<sup>2</sup> Po 7 latach znika rosyjska sekcja portalu Culture.pl. Protestują Mariusz Szczygiel i Agnieszka Romaszewska-Guzy Po 7 latach znika rosyjska sekcja portalu Culture.pl. Protestują Mariusz Szczygiel i Agnieszka Romaszewska-Guzy [15.03.2026]

<sup>3</sup> Culture.pl: How it All Began Culture.pl: How It All Began | Article | Culture.pl [15.03.2026]

маційно-культурний простір польсько-українського діалогу, який можна розглядати як новий тип медіапроєкту в умовах війни.

Місія української версії порталу полягає передусім у популяризації польської культури серед української аудиторії, а також у представленні української культури в польському та європейському культурному дискурсі. Редакційна стратегія ґрунтується на культурно-освітньому характері контенту і передбачає пріоритет аналітичних та популярно-наукових матеріалів, тоді як новинна оперативність відіграє другорядну роль. У публікаціях переважають есеї, історико-культурні нариси, інтерв'ю з митцями, огляди книжок і фільмів, а також портрети діячів культури. Такий підхід дозволяє створювати тексти, що інформують про культурні явища, водночас вводячи їх у ширший історичний і культурний контекст та пропонуючи можливості для їх інтерпретації<sup>4</sup>.

Тематика матеріалів української редакції демонструє поєднання кількох напрямів культурної комунікації. Значна частина текстів присвячена історії та сучасності польської культури, зокрема літературі, кіно, театру, музиці та візуальному мистецтву. Водночас портал публікує матеріали про українських митців, культурні інституції та мистецькі явища, що дозволяє вписувати українську культуру у польський і європейський контекст. Особливе місце займають тексти, пов'язані з культурою в умовах війни, які розглядають роль мистецтва та культурних практик у формуванні соціальної стійкості, збереженні культурної пам'яті та підтримці суспільної солідарності<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup> Ростислав Крамар: «Незважаючи на всі імперські спроби, прагнення до волі ні в поляків, ні в українців не вивітрилося» Ростислав Крамар: «Незважаючи на всі імперські спроби, прагнення до волі ні в поляків, ні в українців не вивітрилося» - Українська Служба [15.03.2026]

<sup>5</sup> Див.: В. Молодій, «Польська аудиторія мусить бути готовою до української історії про Крим», – Йоанна Маєвська-Грабовська «Польська аудиторія мусить бути готовою до української історії про Крим», – Йоанна Маєвська-Грабовська; Р. Крамар, Життя після удару. «Черв'яків жувати не можна» Тетяни Колесниченко і Мацея Станіка Життя після удару. «Черв'яків жувати не можна» Тетяни Колесниченко і Мацея Станіка; І. Берчак, Злата Вересняк: «Документалістика – це жива матерія, яка сама ставить тобі запитання» Злата Вересняк: «Документалістика – це жива матерія, яка сама ставить тобі запитання»; Ю. Банахевич, Підтримати культуру, щоб захистити країну: Малгожата Лавровська фон Тадден про українські музеї під час війни Підтримати культуру, щоб захистити країну: Малгожата Лавровська фон Тадден про українські музеї під час війни; А. Канарська, Варшавські кабани, львівські «Файні льоди» та голос молоді на сцені Театру Охоти Варшавські кабани, «Файні льоди» та історії підлітків: вистава Люби Ільницької у Театрі Охоти [15.03.2026]

Важливим елементом редакційної стратегії є мовна політика. Використання української мови має комунікаційне і водночас символічне значення, оскільки виступає формою підтримки українського культурного простору в умовах війни. Значна частина матеріалів створюється або перекладається спеціально для української аудиторії, що передбачає адаптацію текстів до її культурного контексту. У цьому сенсі діяльність редакції можна розглядати як процес двостороннього культурного перекладу, у межах якого польська культура інтерпретується українською мовою, а українські культурні явища отримують додатковий канал репрезентації у польському культурному просторі.

Аудиторія порталу має виразно транснаціональний характер. До неї належать українські читачі в Україні, українські мігранти та біженці в Польщі, польська аудиторія, зацікавлена українською культурою, а також представники академічного та культурного середовища. Поширення контенту здійснюється через вебсайт порталу, соціальні мережі, інформаційні розсилки та партнерські медіаплатформи. Особливо важливу роль відіграють соціальні мережі, які забезпечують швидке поширення культурного контенту та формування активної читацької спільноти<sup>6</sup>.

Функціонування редакції в умовах війни пов'язане з низкою специфічних викликів. Одним із них є необхідність балансування між культурною тематикою і воєнним контекстом, що значною мірою визначає інформаційні потреби аудиторії. Іншим викликом є поєднання журналістських стандартів із місією культурної дипломатії, яка передбачає підтримку міжкультурного діалогу і формування позитивного образу культурних взаємин між Польщею та Україною. Важливим фактором є також робота з емоційно мобілізованою аудиторією, для якої культура виконує функцію естетичного досвіду і водночас слугує формою символічної підтримки у кризовій ситуації.

Методологічно дослідження спирається на контент-аналіз публікацій української редакції порталу, інституційне кейс-стаді самого медіапроєкту та рефлексію редакторського досвіду. Така перспектива дає змогу розглядати Culture.pl/ua як частину ширшої системи культурної комунікації, у якій переплітаються журна-

---

<sup>6</sup> Culture.pl українською <https://www.facebook.com/culturepl.ua>; Culture.pl українською [www.instagram.com/culture.pl/ua](http://www.instagram.com/culture.pl/ua)

лістська практика, інституційна діяльність у сфері культурної дипломатії та транснаціональний медійний обіг культурних змістів.

У підсумку українська редакція Culture.pl постає як нова модель культурного медіа воєнного часу. Вона виконує інформаційну, комунікаційну та інтеграційну функції у транснаціональному публічному просторі, сприяючи взаємному пізнанню культур, формуванню солідарності та створенню каналів культурного перекладу між польським та українським суспільствами. У цьому сенсі Culture.pl/ua можна розглядати як один із важливих інструментів культурної комунікації та міжкультурного діалогу в умовах повномасштабної російсько-української війни після 2022 року.

**Марія РІПЕЙ**

кандидат філологічних наук,  
доцентка кафедри медіариторики та мовної комунікації,  
факультет журналістики,  
Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна

**РУБРИКА «КУЛЬТУРА»  
НА ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПОРТАЛІ ДЛЯ УКРАЇНЦІВ  
У ПОЛЬЩІ «НАШ ВИБІР» (2025– 2026)**

«Наш вибір» – це інтернет-портал для українців у Польщі, який створено у 2011 році. На сайті щоденно публікують актуальні новини про українсько-польські відносини, поради для мігрантів, інтерв'ю, огляди та анонси культурних подій тощо. Матеріал розподілений на блоки, які складаються із таких рубрик: «Новини»; «Точка зору» («Аналітика», «Інтерв'ю», «Огляди»); «Культура»; «Життя в Польщі» («Польща – варто знати», «Люди і ідеї», «Туризм і відпочинок», «Кухня», «Спорт», «Курйози»); «Порадник» («Легалізація», «Освіта», «Робота», «Фінанси», «Бізнес», «Психологія», «Здоров'я», «Стипендії і гранти», «Резиденції», «Курси і майстер-класи», «Волонтерство», «Побут»)<sup>1</sup>.

Проаналізуємо рубрику «Культура» у четвертий рік повномасштабної війни росії проти України (24 лютого 2025 року–24 лютого 2026 року). Насамперед зауважимо, що за цей період у цій рубриці подано 228 публікацій. У середньому друкують від 15–19 до 21–23 матеріалів щомісяця. Найбільшу кількість публікацій виявляємо у травні (24 матеріали), березні (23 матеріали) та жовтні (22 матеріали) 2025 року.

На інформаційному порталі «Наш вибір» у рубриці «Культура» щомісяця друкують анонс українських заходів у Польщі, привертаючи увагу читачів і водночас заохочуючи їх відвідати. Зокрема, читаємо: «Анонс українських заходів у Польщі: травень 2025» (02.05.2025); «Анонс українських заходів у Польщі в червні 2025» (05.06.2025); «Липень з українською культурою: анонс подій на місяць» (01.07.2025); «Українські події у Польщі: афіша на жовтень 2025 року» (03.10.2025); «Українські

<sup>1</sup> Наш вибір. Портал для Українців у Польщі. URL: <https://naszwybir.pl/about/>

концерти, виставки та кінопокази у Польщі в грудні 2025 року» (04.12.2025); «Українські концерти та виставки у Польщі в січні 2026 року» (07.01.2026); «Українські культурні події в Польщі у лютому 2026 – концерти, виставки та зустрічі, які варто відвідати» (02.02.2026). Матеріали повідомляють про важливі заходи, а саме: «Події для українців у варшавському Національному музеї у березні» (15.03.2025); «День вишиванки у Польщі: анонс подій» (12.05.2025); «Куди піти на вихідних у Польщі? Добірка заходів» (27.06.2025); «Куди сходити на вихідних 5–6 липня: Варшава, Вроцлав, Люблін, Краків, Гданськ, Познань і Лодзь» (04.07.2025); «Як провести вихідні 25–27 липня: Люблін, Лодзь, Краків» (24.07.2025); «День Незалежності України: анонс подій у Польщі» (20.08.2025); «День Соборності України: як відзначатиме українська громада у Польщі у 2026 році?» (16.01.2026); «4 роки повномасштабної війни – які заходи відбудуться у Польщі 24 лютого 2026 року» (20.02.2026) тощо.

Заголовки публікацій рубрики «Культура» здебільшого відображають головну думку матеріалу, вирізняються інформативністю, зацікавлюючи читачів. Наприклад, «У польський прокат вийшов фільм «Дві сестри» – перша польсько-українська художня кінострічка, зйомки якої проходили в Україні під час повномасштабної війни» (24.02.2025); «Марцін Гачковський номінований на літературну премію за переклад на польську «Міста» Валер'яна Підмогильного» (06.03.2025); «У Любліні створюють стінопис на знак подяки полякам за допомогу та солідарність з Україною у війні проти Росії» (20.06.2025); «Українець Ілля Тандур став чемпіоном Польщі з поетичного слему» (29.08.2025). Водночас публікації запрошують українців долучатися до важливих заходів, які відбуватимуться у Польщі: «Одеса–Варшава: відродження»: Польське Радіо запрошує на симфонічний концерт, присвячений річниці повномасштабного вторгнення» (26.02.2025); «У Варшаві запрошують на перегляд документальної стрічки «Люди зі сталі» та зустріч з режисером Сергієм Фоменком» (25.02.2025); «У Кракові запрошують відвідати Шевченківські дні» (04.03.2025); «У Варшаві запрошують на презентацію книги «На Захід від Бугу: щоденники з пограниччя» (11.03.2025); «У Варшаві запрошують на перегляд комедійної стрічки «Безславні кріпаки» (20.03.2025); «У Варшаві запрошують на зустріч з українською поеткою та художницею Оленою

Павловою» (18.03.2025); «У Варшаві запрошують на українські вечорниці» (23.05.2025).

У заголовках публікацій аналізованого періоду 110 разів вжито слова «Україна», «українці», «український». Зокрема, у цих матеріалах читаємо про режисера Станіслава Конопльова («У Кракові можна побачити інсталяцію Feel Ukraine Now українського режисера Станіслава Конопльова» (05.03.2025); поетку та художницю Олену Павлову («У Варшаві запрошують на зустріч з українською поеткою та художницею Оленою Павловою» (18.03.2025); художників Івана Світличного («У Варшаві відбудеться зустріч з українським художником Іваном Світличним» (12.04.2025), Павла Макова («У Варшаві відбудеться зустріч із українським художником Павлом Маковим» (27.10.2025) та Давида Чичкана («У Варшаві відбудеться вечір пам'яті українського художника та військового Давида Чичкана» (23.10.2025); співачку Світлану Няню («У Познані виступить українська авангардна співачка Світлана Няню» (27.05.2025); режисерку Злату Вересняк («Лекція про документальне кіно від української режисерки Злати Вересняк у Варшаві» (26.06.2025); мисткиню Ганну Шумську («Українська мисткиня Ганна Шумська потрапила до переліку номінантів на Премію молодих творців міста Гданськ» (28.11.2025) та ін. А також дізнаємося про гурт «Бумбокс» («Восени у Польщі виступить український гурт «Бумбокс» (27.06.2025); фестиваль українського театру («Театр має бути таким, яким суспільство має бути завтра»: у Кракові пройде 12-й фестиваль українського театру «Схід-Захід» (26.03.2025); мюзикл «Ти [Романтика]» («Незабаром у Польщі відбудеться кінопрем'єра українського мюзиклу «Ти [Романтика]» (07.04.2025); українські фільми («Українські фільми на Варшавському кінофестивалі» (03.10.2025) тощо.

Отже, як можемо зауважити, публікації рубрики «Культура» інформаційного порталу для українців у Польщі «Наш вибір» є цікавими і різноманітними. Вони привертають увагу інформативними заголовками, різнобічно висвітлюючи українське культурне життя під час російсько-української війни.

**МЕДІАРИТОРИКА ТА  
АУДІОВІЗУАЛЬНИЙ КОНТЕНТ:  
СТРАТЕГІЯ, АНАЛІЗ, ПРАКТИКА**

**MEDIA RHETORIC AND AUDIOVISUAL CONTENT:  
STRATEGY, ANALYSIS, PRACTICE**

**Христина ДАЦИШИН**

кандидат філологічних наук, доцент,  
доцент кафедри медіариторики та мовної комунікації,  
факультет журналістики,  
Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна

**ПОРУШЕННЯ ЗАКОНІВ ЛОГІЧНОГО МИСЛЕННЯ  
В МЕДІАТЕКСТІ**

Для забезпечення успішної комунікації медіатекст має відповідати певним якісним характеристикам, серед яких, зокрема, логічність і зв'язність висловлювань. Як стверджують Я. Шебештян та Г. Шаповалова, «уміння мислити та висловлюватися є обов'язковою складовою в професійній компетенції журналіста, піарника, рекламника»<sup>1</sup>. На важливості логічного викладу думок у медіатексті наголошує М.Феллер: «Кожен твір повинен мати тематично-логічний ланцюг фактів, компоненти якого є основними інтегруючими зміст елементами розуміння»<sup>2</sup>. З огляду на інформаційні і переконувальні функції, важливо вивчати логіку медіатексту в контексті аргументації, на що звертає увагу З. Партико<sup>3</sup>. Про помилки в логічній побудові висловлювання пише Ф. Бацевич<sup>4</sup>.

Аналіз сучасних українських медіатекстів виявляє відхилення від норм і засад логічного мислення, порушення основних законів логіки – закону тотожності, закону суперечності, закону виключеного третього та закону достатньої підстави. Логічні помилки можуть бути зумовлені труднощами перекладу з внутрішнього мовлення на зовнішнє, неуважністю, втомленістю, редагуванням тексту за допомогою прийомів переставляння чи скорочення тощо.

<sup>1</sup> Шебештян Я., Шаповалова Г. Медіатекст: природа, компоненти, стилістика: навчально-методичний посібник. Ужгород, 2024. 127 с.

<sup>2</sup> Феллер М. Д. Основні вимоги до структури і тексту повідомлення (стандарт, рекомендації) URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=127> (дата звернення 27.02.2016)

<sup>3</sup> Партико З. В. Логіка: підручник. 2-ге вид., перероб. і доп. Київ: Видавництво Ліра-К, 2020. 352 с.

<sup>4</sup> Бацевич Ф. Основи комунікативної девіатології. Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2000. 236 с.

Логічні помилки в медіатекстах можуть ставати комунікативною перешкодою, коли читач не розуміє або помилково розуміє те, що хотів сказати автор. З іншого боку, здатність виявити помилку може викликати в реципієнта сумніви в компетентності автора, що негативно впливатиме на довіру як до конкретного журналіста, медіа, так і до журналістики загалом.

Підвищенню якості медіатексту сприяє усвідомлення журналістом типових «помилконебезпечних місць»<sup>5</sup>. Серед таких, зокрема, прийменники та сполучники, що встановлюють певний характер зв'язку між частинами речення або тексту, наприклад, у фрагменті публікації: *У той же період у Хамайко загинув батько, через кілька місяців її матері діагностували онкологію, а у Оністрата почалися серйозні проблеми на роботі, згодом він втратив бізнес. **Незважаючи на все це**, Валентина навіть не думала кидати чоловіка* (1 хвилина, 10.03.2021). Якщо сприймати встановлені автором логічні зв'язки як правильні, то девіації виявляються на морально-етичному рівні: стосунки можливі, доки в обох партнерів усе добре. Якщо вважати нормою підтримку одне одного у складних життєвих обставинах, то помилковими є виявлені в реченні допустові відношення.

Хибне встановлення відношень допусту, причиново-наслідкових зв'язків виявляємо в інших фрагментах текстів: **Попри те, що українська освітня система випускає безліч непотрібних ринку фахівців, кількість студентів вузів і закладів, що надають середню професійну освіту, з 2014 року вперто скорочувалась** (delo.ua, 12.05.2023). Зміст першого твердження (надмірна кількість непотрібних для ринку випускників закладів освіти України) не заперечує змісту другого (скорочення кількості закладів, що надають вищу та середню професійну освіту), а, навпаки, є його умовою, підставою (забагато непотрібних для ринку випускників закладів освіти – причина скорочення кількості закладів освіти).

Логічна помилка може виникати внаслідок використання слова чи фразеологізму в невластивому для нього значенні. Наприклад, у реченні *Збройні Сили України не виправдали очікувань у війні з Росією, і багато аналітиків пояснюють їх*

---

<sup>5</sup> Бондаренко Т. Г. Типологія мовних помилок та їх усунення під час редагування журналістських матеріалів : автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.01.08. Київ: Інститут журналістики КНУ ім. Т. Шевченка, 2003. 18 с.

успіх військовою допомогою США (Foreign Ukraine, 03.06.2023) журналіст неправильно потрактував вислів «не виправдати очікувань», який означає «розчарувати», «не досягнути бажаного»; успішний результат характеризує вислів «перевершити очікування». Позитивною практикою є усунення таких помилок вже після публікації матеріалу, наприклад, помилкове слово «екссолістка» (дата звернення 18.01.2024) цілком слушно виправили на «солістка» (дата звернення 27.02.2026) в матеріалі LvivMedia: *Померла багаторічна екссолістка Львівської опери* (LvivMedia, 18.01.2024).

Порушення законів логічного мислення виявляється в неправильній побудові речень з однорідними членами, де «як однорівневі, однопланові, однорідні подано поняття, які такими не є», «зміст яких частково перетинається, обсяги значення яких частково збігаються»<sup>6</sup>. Наприклад, у реченні “*Повномасштабна війна... змінила життя українців, а також школярів та студентів*” (Стіна, 24.05.2024) слова «українці», «школярі», «студенти» не можуть бути однорідними членами речення з огляду на перехрещення обсягу понять, адже школярі та студенти також є українцями. У реченні “*За останні три роки колись найвідоміший журналіст-розслідувач... обзавівся сім’єю, прийомною дочкою-школяркою і мальтійською болонкою з кличкою Вуді*” (NV, 24.01.2024) частково збігається зміст понять «прийомна дочка» та «сім’я».

Логічні помилки можуть бути зумовлені невідповідністю між внутрішнім мовленням автора публікації та письмовим оформленням думки, коли окремі елементи мислення залишаються невисловленими. Наприклад, у реченні “*У Белграді втретє від початку травня пройшов багатотисячний протест – люди невдоволені рівнем насильства*” (babel.ua, 20.05.23, дата звернення 21.05.2023) пропущене слово «високим». Текст цієї публікації був оновлений: при зверненні 3 лютого 2024 року замість слова “*невдоволені*” було використано “*обурені*”, що, ймовірно, на думку редакції, визначає рівень насильства як високий, хоча формально логічна помилка не була усунена.

Хиби в логіці висловлювання може спричинити також надмірне слововживання, наприклад, у фрагменті тексту *Через свою*

<sup>6</sup> Капелюшний А.О. Редагування в засобах масової інформації : навчальний посібник. Львів: ПАІС, 2005, 304 с.

відкриту підтримку загарбницького режиму в антиукраїнських групах в «Телеграм» на неї [жительку Херсона] вийшла **ФСБ та запропонувала співпрацю з ворогом**. За такої побудови речення слово «ворог» формально може ускладнювати розуміння (чий ворог?), тому в реченні воно є зайвим. Помилково підібраний займенник «свою» (чию саме?) також не вказує на те, хто оприлюднював дописи (Дзеркало тижня, 17.05.2023).

У деяких текстах логічні помилки виявляються через зіставлення суперечних тверджень про факт. *“Сам факт того, що, **виступаючи** на площі у Мінську біля пам’ятника, він [О. Лукашенко] **не промовив жодного слова**, а виступав міністр оборони Хренін, свідчить про те, що стан здоров’я у нього дуже поганий”* (ТСН, 12.05.2023); *“Водночас ті [російські військовополонені], хто таки йде на інтерв’ю, розповідають, що пішли вбивати українців **через гроші** та заради того, **щоб вийти з в’язниці**. «Президент попросив, я – пішов. **Не за гроші**, за країну», – наголосив 23-річний росіянин, додавши, що знов б хотів на фронт”* (Oboz, 30.11.2023).

Отже, дотримання законів і норм логічного мислення в медіатексті має базуватися на використанні слів, фразеологізмів у властивому для них значенні. Логічності викладу думки сприятиме правильний добір сполучників, прийменників, які встановлюють зв’язки між одиницями тексту. Зіставлення різних тверджень про факт у межах одного тексту має унеможливити використання висловлювань, які суперечать одне одному. Логічна побудова тексту сприятиме не лише ефективній комунікації, а й довірі аудиторії до медіа.

**Парасковія ДВОРЯНИН**

кандидат наук із соціальних комунікацій,  
доцент, завідувач кафедри радіомовлення і телебачення,  
факультет журналістики,  
Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна,  
paraskadvoryanyn@gmail.com

**СУБ'ЄКТНІСТЬ МЕДІА В УМОВАХ  
ПОЛІФУНКЦІОНАЛЬНОСТІ ПЛАТФОРМ  
ДЛЯ ПОШИРЕННЯ КОНТЕНТУ**

Розглянуто новочасні проблеми функціонування медіа в інформаційному просторі України, що дало підстави стверджувати: поліфункціональність сучасних платформ для поширення аудіовізуального контенту може бути викликом для суб'єктності медіа. У контексті теоретичних і методологічних праць науковців розглянуто поняття «суб'єктність медіа», досліджено аспекти, що визначають медіа як інституцію: незалежність, підзвітність перед суспільством, зокрема дотримання професійних етичних стандартів; чіткість структури та прозорість. На основі результатів опитувань цільових аудиторій споживачів медіаконтенту проаналізовано завдання медіа в суспільстві у динаміці від 2020 року до сьогодні.

Поліфункціональність платформ (коли одна платформа одночасно є медіа, соціальною мережею, рекламним ринком, відеохостингом і навіть інфраструктурою публічної комунікації) радикально змінює те, що ми звикли визначати як суб'єктність медіа. Сучасне цифрове середовище ускладнює трактування та розуміння цього явища.

Журналістикознавці окреслюють суб'єктність медіа передовсім як здатність редакційних структур (від репортера до випускового чи шеф-редактора) формувати порядок денний, вибудовувати ієрархію суспільно значущих тем, до певної міри навіть структурувати увагу аудиторії. Ще кілька десятиліть тому журналісти через акценти та контекст навіть пропонували певні рамки для розуміння своїх матеріалів. Суб'єктність медіа також посилювалася роллю редакції як посередника між державою і громадянами, між інституціями та суспільством.

Тепер, в умовах поліфункціональності платформ, суб'єктність медіа набирає радше гібридного характеру. Це вже не кла-

сична редакційна суб'єктність, медіа не можуть діяти самі по собі, відштовхуючись лише від рішень, ухвалених в межах редакцій. Тепер вони змушені взаємодіяти з платформою, її алгоритмами й цільовою аудиторією, до речі, не лише своєю, а й аудиторією, що використовує цю платформу.

Відповідно до щорічного національного дослідження, проведеного ГО «Детектор медіа», українці частіше бачать медіа як джерело корисної інформації та ресурс для навчання (44 % у 2025 році vs 35 % у 2024 році), як платформу для комунікації та діалогу між різними суб'єктами (держава та суспільство (з 29 % до 41 % за останні три роки), як платформу для комунікації громадян між собою (16 % у 2025 рік vs 11 % у 2024 рік)<sup>1</sup>.

Діяльність платформ, зокрема таких, як Youtube чи Телеграм, обмежена алгоритмами та інструментарієм цих платформ, налаштованими відповідно до рекомендацій та уподобань аудиторії. Тобто, якщо до цифрової медіареальності редакція була головним суб'єктом, то тепер на платформі YouTube суб'єктність ділять між собою медіа (автор, блогер), алгоритми платформи та аудиторія, яка вподобає чи не вподобає цей контент.

До речі, індекс використання штучного інтелекту також зріс: люди купують різні версії лінгвістичних моделей, і цей показник сягнув з 24 % у 2024 році до 38 % у 2025 році<sup>2</sup>.

Водночас «користувачі стали краще сприймати використання штучного інтелекту в створенні новин. До прикладу, за інформацією Reuters Institute, 36 % людей без проблем сприймають новини, згенеровані штучним інтелектом, для 19% важливо, аби ці новини були створені ШІ «під наглядом» людини»<sup>3</sup>.

Більше третини українців вважають, що медіа повідомляють про події, які збуджують ажіотаж – 33 %, про найактуальніші – 30 %, ті, у висвітленні яких зацікавлена влада – 28 %, 24 % вва-

---

<sup>1</sup> Індекс медіаграмотності українців: презентація щорічного національного дослідження. <https://www.youtube.com/watch?v=BuTkwwY8L30>

<sup>2</sup> Там само.

<sup>3</sup> Баловсяк Н. Штучний інтелект проти медіа: битва за трафік і увагу аудиторії. <https://ms.detector.media/trendi/post/37715/2025-03-30-shtuchnyy-intelekt-proty-media-bytva-za-trafik-i-uvagu-audytorii/>

жають – що про події, які справді мають суспільну значимість. І це зниження цього показника у порівнянні з минулими роками<sup>4</sup>.

Зважаючи на поліфункціональність платформ для поширення контенту, медіа, щоб не втратити своєї суб'єктності, її урізноманітнює. Насамперед враховувати алгоритмічну залежність, адже редакція втрачає повний контроль над дистрибуцією контенту, тепер платформа визначає – що буде показано, кому і як довго. Журналісти змушені оптимізувати свій контент: підлаштувати заголовки, робити клікабельні прев'ю, застосовувати інструменти для втримування уваги, Себто суб'єктність медіа стає адаптивною, а не суто редакційною. Поліфункціональність платформ також передбачає велику залученість аудиторії, що дивиться медіаконтент: люди коментують, поширюють матеріал, а значить, — впливають на алгоритм платформи, демонструючи свої уподобання. Це означає, що аудиторія стає співсуб'єктом, і медіа втрачає універсального адресата, бо кожен бачить «свій YouTube», і контент не є однаковим для всіх. Суб'єктність стає персоніфікованою та сегментованою. І ще один важливий аспект цифрових трансформацій свідчить про те, що суб'єктність медіа частково комерціалізується: монетизація (заробітки редакції чи окремих авторів) залежить від переглядів, від реклами та, як уже зазначала вище, від алгоритму. Це безперечно впливатиме на обрані теми і стиль подачі матеріалу.

Отже, окрім нових можливостей, ми отримуємо і чимало викликів. Як зауважила директорка Інституту масової інформації Оксана Романюк<sup>5</sup>, є ризик для медіа, які заходять у YouTube, опуститися до хайпу, що стало популярним у цій мережі. «Ми бачили оці «скандали», «шок», «сенсація» або ж «астрологія» чи ще щось. Здається, що вони заповнили ефір, і медіа, яке хоче бути інституцією та зберегти свою суб'єктність, має також фарбуватися в оцей хайповий колір, щоб бути успішним на цьому полі. Але мені здається, що YouTube усе ж не на 100 % заповнений таким, і там є місце для розвитку цікавої, відповідальної інформації. Так само і Тік-Ток»<sup>6</sup>.

<sup>4</sup> Індекс медіаграмотності українців: презентація щорічного національного дослідження. <https://www.youtube.com/watch?v=BuTkwwY8L3o>

<sup>5</sup> Романюк О. Свобода слова та інформаційна безпека в Україні. Київ: Інститут масової інформації, 2020. 120 с.

<sup>6</sup> Медіа як інституція: стійкість, виклики, майбутнє/ Медіадні, Київ. <https://www.youtube.com/watch?v=2RN4yeVDnZs>

Безперечно, центральні (загальноукраїнські) медіа, порівняно з локальними, набагато сильніші інституції, що здатні втримувати свою суб'єктність в умовах поліфункціональності платформ. Колишній головний редактор незалежного медіа «Море людей» Ігор Філіппов зазначив, що одеське медіа свідомо відмовилося від платформи Телеграм. «Ми зосередилися на соцмережах, а потім, завдяки підтримці партнерів, відкрили сайт. Він став такою вітриною серйозного фахового медіа, а в соцмережах – розміщали щось більш неформальне і веселе. Це був наш свідомий вибір»<sup>7</sup>.

Поліфункціональність платформ спричиняє умови, де медіа втрачають свою структурну автономію, статус “центрального джерела інформації”, більше не є єдиними інтерпретаторами реальності, змушені бути одночасно інформативними і розважальними. Новітні дослідження та опитування свідчать, що алгоритмічні системи платформ фактично перебирають на себе частину функцій медіа, трансформуючи їхню суб'єктність у гібридну форму. Адже виробництво, дистрибуція, інтерпретація та монетизація контенту здійснюються в межах єдиної екосистеми. У такій системі медіа виступають не самостійними гравцями, а елементами складної взаємодії між алгоритмами, аудиторією та економічними механізмами платформи. Невідомо, чи вдасться медіакомпаніям знайти спосіб вижити в нових умовах клікбейтної журналістики та вірусного контенту, чи вони зрештою втратять свою роль як основні джерела новин.

---

<sup>7</sup> Там само.

**Олег ДЖОЛОС**

*кандидат наук з соціальних комунікацій, доцент,  
доцент кафедри аудіовізуальних медіа,  
Навчально-науковий інститут журналістики,  
Київський національний університет  
імені Тараса Шевченка, Україна.  
jolos72oleh@knu.ua*

## **УКРАЇНСЬКИЙ НАУКОВО-ПОПУЛЯРНИЙ YOUTUBE В УМОВАХ ВІЙНИ: ТРАНСФОРМАЦІЯ, ФУНКЦІЇ, ПРАКТИКИ**

Сьогодні ми говоримо про явище, яке ще кілька років тому виглядало нішевим, а тепер стало частиною інформаційної безпеки країни. Йдеться про український науково-популярний сегмент на платформі YouTube. Ще донедавна YouTube сприймався передусім як простір розваг. Але в умовах повномасштабної війни його роль кардинально змінилася. Він став майданчиком, де складні речі – від геополітики до економіки – пояснюються доступно. І це не просто освіта. Це інструмент формування критичного мислення та протидії дезінформації.

Якщо подивитися на історію, то до 2022 року український науково-популярний сегмент розвивався повільно. Значна частина аудиторії споживала російськомовний контент. Після початку повномасштабної війни ситуація змінилася радикально. Відбувся не просто мовний зсув – змінився сам запит аудиторії. Люди почали шукати пояснення: що відбувається, чому це сталося і як це зрозуміти. Приклади успішних ютуб-проектів показують ключову зміну: український YouTube почав не лише перекладати знання, а й виробляти власний аналітичний контент. Сьогодні науково-популярний сегмент виконує кілька важливих функцій. Перша – просвітницька. Друга – аналітична. Третя – безпекова. Фактично, пояснювальний контент став частиною інформаційної оборони країни. Війна виступила каталізатором формування нової функціональності науково-популярного контенту. Окрім просвітницької ролі, він почав виконувати аналітичну та безпекову функції: пояснення складних суспільно-політичних процесів, протидія дезінформації, формування критичного мислення. Дослідження цифрових платформ підтверджують, що YouTube є

одним із ключових інструментів поширення знань, але водночас і простором конкуренції між науковою та псевдонауковою інформацією<sup>1</sup>.

Несприятлива політично-економічна ситуація, низька кількість новин про науку в українських онлайн-медіях могли спричинити складнощі для розвитку науково-популярних ютуб-проектів. Водночас статистичні звіти провідних ютуб-каналів (від Texty.org)<sup>2</sup> дають підстави стверджувати: навіть в умовах воєнних дій український науково-популярний ютуб продовжують розвиватися і публікувати нові відео, кількість юту каналів їхня аудиторія росте.

Важливою ознакою сучасного етапу розвитку науково-популярного сегменту українського ютуб є перехід від адаптації перекладного контенту до створення власних аналітичних продуктів. Прикладами є українські YouTube-канали «Цікава наука», «Хмаринка Science», «Клятий раціоналіст», «Всесвіт UA», «Alpha Centauri Україна», які демонструють різні моделі популяризації знань – від перекладу освітніх матеріалів до авторського аналізу та наукової журналістики. Важливо що науково-популярні ютуб-канали відкривають авторитетні інституції: ютуб-канали «Український інститут національної пам'яті», «Центр соціально-економічних досліджень CASE Україна» є проектами відомих інституцій, що додає їм авторитетності.

Умови війни зумовлюють специфічні особливості виробництва контенту: поєднання раціонального аналізу з емоційною складовою, орієнтацію на швидке пояснення актуальних подій, а також зростання ролі довіри між автором і аудиторією. Водночас змінився і стиль подачі. Контент більше не є суто академічним. Він балансує між раціональністю та емоцією. Автори працюють не лише з фактами, а й із довірою аудиторії.

Але цей розвиток має свої виклики. По-перше, конкуренція з розважальним контентом. По-друге, обмежені ресурси - багато авторів працюють самостійно. По-третє, ризик надмірного спро-

---

<sup>1</sup> Allgaier J. Science on YouTube: What users find when they search for climate science and climate manipulation [Електронний ресурс] // *arXiv*. – 2016. – Режим доступу: <https://arxiv.org/abs/1602.02692> (дата звернення: 14.04.2026)

<sup>2</sup> Кропивницька, Т. (2021, 6 травня). 50 найкращих україномовних YouTube-каналів – про науку, культуру, освіту, мандри, гаджети та спорт – *Тексти.org.ua*. : <https://texty.org.ua/articles/103528/top-50-ukrayinomovnyh-youtube-kanaliv-pro-nauku-kulturu-osvitu-mandry-gadzhety-ta-sport/> (дата звернення: 14.04.2026).

щення. І, безумовно, емоційне вигорання, адже значна частина контенту так чи інакше пов'язана з війною.

Попри це, вже сформувалися ключові практики успішного виробництва контенту для науково-популярних і просвітницьких ютуб-каналів:

Перше – пояснювати складне просто, але без спрощення.

Друге – використовувати сторітелінг.

Третє – візуалізація: карти, графіка, анімації.

І четверте – регулярність.

Тематично контент розширюється у напрямках геополітики, історії, економіки війни та технологій.

Водночас сегмент стикається з низкою викликів: конкуренція з розважальним контентом, обмежені ресурси виробництва, ризик надмірного спрощення складних тем, а також професійне та емоційне вигорання авторів. Дослідження (Olga Zagovora, Katrin Weller) <sup>3</sup> показують, що освітні та наукові канали часто поступаються розважальним за рівнем залученості аудиторії.

Серед ключових практик ефективного науково-популярного контенту можна виокремити: доступність викладу без втрати змісту, використання сторітелінгу, активну візуалізацію (графіка, анімація, карти), регулярність публікацій і взаємодію з аудиторією. Серійність контенту та інтеграція коротких форматів (Shorts) виступають важливими інструментами залучення нової аудиторії. Важливо розуміти: YouTube – це не лише творчість, а й стратегія. Назви каналу і відео, обкладинки, регулярність, аналітика – все це має значення.

Український науково-популярний YouTube сьогодні – це більше, ніж медіа чи популяризація науки. Це простір, де формується розуміння реальності. Це інструмент критичного мислення. І це частина інформаційної війни. Таким чином, український науково-популярний YouTube у воєнний період трансформується з периферійного освітнього сегмента у важливий елемент інформаційної екосистеми, що поєднує освітню, аналітичну та безпекову функції.

---

<sup>3</sup> Zagovora O., Weller K. Between Flat-Earthers and Fitness Coaches: Who is citing scientific publications in YouTube video descriptions? [Електронний ресурс] // *arXiv*. – 2024. – Режим доступу: <https://arxiv.org/abs/2404.15083> (дата звернення: 14.04.2026).

**Анатолій КАПЕЛЮШНИЙ**

*кандидат філологічних наук, доцент кафедри медіариторики та мовної комунікації, факультет журналістики, Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна*

## **МАРКЕРИ ОРИГІНАЛЬНОСТІ РОЗДУМІВ І ВИСНОВКІВ АВТОРІВ АНАЛІТИЧНИХ МЕДІАТЕКСТІВ**

*Розглянуто публікації експертів та політичних і військових аналітиків. Особливу увагу приділено оригінальності роздумів і висновків журналістів та запрошених експертів, які часто замість глибоких роздумів з приводу тих чи тих подій просто переповідають думки офіційних осіб та інших аналітиків. Визначено маркери оригінальності цих публіцистичних виступів.*

1. Оригінальність роздумів і висновків авторів аналітичних медіатекстів насамперед залежить від таланту й сумлінності публіцистів. Навіть дуже обдарована людина може піддатися спокусі пришвидшеного реагування на якісь актуальні події чи явища, часто лише для того, аби випередити конкурентів. І навіть дуже сумлінна людина, яка не має особливого таланту, але має навички аналітичної роботи, може вдатися до мимовільного переказування думок, що їй сподобалися.

2. Найбільш помітним і виразним маркером неоригінальності думок журналіста є відверте чи приховане покликання на іншого автора чи на інших авторів. Нерідко після цього йде звичайне переказування роздумів і висновків названого автора. Часто модифікують текст т. зв. своїми словами, але інколи не роблять і цього. Поширеними в українських медіа є, скажімо, покликання на відомості й висновки американського ISW (Institute for the Study of War), а також деяких інших західних джерел: видань «The New York Times», «The Wall Street Journal», «Washington Post», «Financial Times», інформаційних агенцій Associated Press, Bloomberg, Reuters та ін. Наприклад, в «Українській правді» оприлюднено текст «Іран продовжить обмежувати рух суден Ормузькою протокою і збирати мита – WSJ» (УП. 2026. 18 квітня). У заголовку бачимо покликання на «The Wall Street Journal». Надалі аж до останньої крапки йде текст без жодних покликань, без

жодних лапок і без жодної згадки джерела інформації. Журналісти просто сумлінно переказують текст із оголошеного в заголовку видання.

3. Одним із дуже прикметних маркерів неоригінальності автора аналітичного медіатексту є багатослівність, намагання приховати запозичену думку «за частоколом фраз». Багато разів перефразована та сама думка неодмінно в якомусь із варіантів справлятиме враження оригінальної. Наприклад, Михайло Подольак у своїй колонці «Україна поверне окуповані території: для цього потрібно тільки одне» на сайті 24-го каналу пише: «Часом у західних ЗМІ з'являються публікації дивного характеру. Ось, наприклад, одна з тез, у яку вкладаються умовні «антиукраїнці»: «В адміністрації Президента США сумніваються, чи зможе Україна повернути контроль над захопленими територіями... Хтось бачить у таких статтях «складні політичні ігри» чи «російські інформаційні спецоперації», але реальність набагато банальніша. Є «яструби», є «голуби», а є класичні песимісти. Ось прокинувся умовний «працівник апарату» в поганому настрої, поділився за кавою скигленням з журналістом, і от уже мільйони бачать заголовок «Все пропало, Пугін перемагає». Ага, точно перемагає (іронія). Це ті самі люди, які не вірили, що Київ протримається бодай 72 години (126 днів – трошки більше), що Європа запровадить нафтове ембарго та що Україна колись отримає важку техніку від НАТО (питання тепер тільки в темпах постачання)... Підкреслюю ще раз: програш Росії – безумовна мета цивілізованого світу заради прогресивного розвитку людства, а не повернення в радянські табори та холодні війни... Питання поступок та компромісів не стоїть. Стоїть питання конкретних напрямів, над якими маємо працювати задля перемоги. Україна поверне тимчасово окуповані території військовим шляхом. Це не «заспокійлива мантра» та не політичне гасло, це чиста математика та військовий розрахунок. Все, що для цього потрібно, – конкретна кількість позицій конкретної важкої техніки для формування паритету озброєння. Над цим і працюємо» ([https://24tv.ua/podolyak-pro-pesimizm-zahidnih-zmi-zvidki-berutsya-statti-pro\\_n2053463](https://24tv.ua/podolyak-pro-pesimizm-zahidnih-zmi-zvidki-berutsya-statti-pro_n2053463)). У цьому багатослівному фрагменті тексту загубилася основна думка, яку намагається донести до аудиторії автор. Проте й ця думка зовсім не оригінальна – це твердження про те, що Україна поверне тимчасово окуповані території. Автор не навів жодного власного пе-

реконливого аргументу. Натомість він зосереджений на творенні все нових і нових словосполучень і синтаксичних конструкцій, також, до речі, неоригінальних, вважаючи, що кількість може замінити якість. Саме це й створює враження повторюваності думок, які ми вже десь чули.

4. Маркером же оригінальності авторських роздумів є сміливі порівняння аналізованих подій і явищ з іншими такими самими подіями чи явищами, колишніми й сучасними, у цій і в інших сферах діяльності. Скажімо, Віталій Портников у статті «Логіка зворотного відліку» вже на початку розповіді проводить низку аналогій, екскурсів у історію: «Насправді зворотний відлік для України почався 24 серпня 1991 року, у день проголошення незалежності, бо в Москві з першого дня не сприймали це рішення як усталене. На тлі глобальної кризи безпеки на Близькому Сході, що фактично розпочалася 7 жовтня 2023 року після підтриманого Іраном і «Хезболлою» нападу ХАМАС на Ізраїль, нерідко можна почути — принаймні на демонстраціях, де вигукують про «Палестину від річки до моря», - що для єврейської держави почався «зворотний відлік», бо після 2023 року вона втрачає підтримку на Заході, навіть серед великої кількості американців. А якщо в Ізраїля не буде союзників на Заході, питання його ліквідації буде питанням часу. Але головна брехня у цьому твердженні — час, коли почався зворотний відлік. Насправді це відбулося не 7 жовтня 2023 року, а 14 травня 1948 року, коли Давид Бен-Гуріон оголосив про створення Держави Ізраїль. Бо війна арабських країн проти цієї нової держави почалася цього ж самого дня» (Еспресо. 2026. 11 квітня).

5. Здебільшого автор наводить приклади з життя учасників таких самих подій у минулому, а також випадки зі свого життя. На власному прикладі показує істинність чи хибність думок і доцільність чи необґрунтованість дій у таких ситуаціях. Це також один із маркерів оригінальності роздумів автора аналітичного тексту. Скажімо, Павло Казарін у статті «Звички воєнного часу» так розпочинає свої роздуми: «Якщо вам здається, що війна накопичує у ветерані лише ПТСР — вам здається. Наприклад, до війни я мав дуже контрзалежні відносини з роботодавцями. Почнемо з того, що їх було п'ять. Така схема страхувала від ексцесів — якщо котрийсь із роботодавців раптово вирішував збожеволіти, ти завжди міг безболісно звільнитися. Кожен формував п'яту

частину місячного бюджету, тож ніхто не міг претендувати на ексклюзивність. Ніхто не міг диктувати тобі умови, а ваші робочі стосунки були вільними та без зобов'язань. Поки інші продавали свій час гуртом – я вважав за краще торгувати ним у роздріб. А потім у моєму житті сталася армія. Збройні сили – найавторитарніший роботодавець у світі. Армія визначає, де тобі жити, що носити та чим займатися. Регламентує твій графік, зовнішній вигляд та правила поведінки» (УП. 2026. 19 квітня). І вже надалі автор аналізує звички громадян, що виникають у час війни.

6. Ще одним маркером оригінальності є не лише покликання на висловлювання учасників подій, політиків, державних діячів, а й полеміка з ними, спростування їхніх думок. Тобто дослідження цих думок, автори яких у чомусь мають рацію, а в чомусь не мають рації, в чомусь захищають державні інтереси, а в чомусь зосереджені на захисті своїх меркантильних. Наприклад, такими наскрізь полемічними є тексти «Мочити опозицію». Про дивний ентузіазм виконавців» Миколи Княжицького (Еспресо. 2026. 18 квітня), «Не «комуністи», не «Брежнев», не «Путін». Європа скандує: «Росіяни – геть!»» Оксани Забужко (Еспресо. 2026. 16 квітня), «Членство в ЄС – не «приз» за стійкість у війні» Радомира Мокрика (Еспресо. 2026. 15 квітня), «Що не так із «законом про антисемітизм»» Тараса Шамайди (Еспресо. 2026. 17 квітня),

7. Зрештою маркером оригінальності є широта погляду на світ, на світові події, на тло, на якому відбуваються якісь конкретні події, Не менш важливим маркером оригінальності є глибина проникнення в суть подій, несподіваний погляд на них, оригінальні аналогії. Визнаним майстром такого аналізу є Віталій Портников. Саме так розглядає одиничний випадок, окрему подію відомий журналіст-аналітик у тексті «Словенія. Путін продовжує зводити свій дім у Європі». Він пише: «Обрання Стевановича спікером може значно ускладнити шанси чинного прем'єра Роберта Голоба на формування уряду. Натомість відкриває шлях до коаліції з колишнім прем'єром Янезом Яншею. Людиною, яка давно дружить з Орбаном і симпатизує кремлівській логіці «суверенної демократії». До речі, саме це гасло – «суверенна демократія» – використовує і Resni.ca. Щоб ви не сумнівались. Поки Трамп надсилає Венса до Orbana, Путін продовжує будувати свій будинок у Європі. Камінь за каменем. Вибори за виборами. Спікер за спікером. Стеванович за Окамурою».

8. Маркером оригінальності є також спростування суспільних упереджень щодо аналізованих подій, усталених думок, вихід автора із зони комфорту свого й комфорту суспільства. Наведемо приклад з тексту Богдана Буткевича «Наш так званий політикум мріє знову прокинутися 23 лютого 2022 року»: «Те, як приймаються рішення, як призначаються на посади, як це комунікується – це просто золотий стандарт «Як не варто управляти країною на майже вже 5 невдовзі році війни». Стеля для всього цього гнилого болота – вибити «десятку» за якесь підголосування. Все – життя закінчено, можете вимикати світло, краще вже не буде. Що ж, нинішній режим і його представники є породженням сильних часів після Революції Гідності. Але сильні часи породжують слабких» (Еспресо. 2026. 15 січня).

9. Застосувавши маркери оригінальності щодо медійних аналітичних текстів, читачі зможуть дійти висновків, щодо того, чи дочитувати до кінця саме цей текст саме цього автора. Автори ж медійних аналітичних текстів, перевіривши їх на наявність/відсутність згаданих маркерів, зможуть уникати підозри аудиторії щодо оригінальності й автентичності своїх роздумів і висновків.

**Любов КОНИХОВА**

кандидатка філологічних наук, доцент,  
факультет журналістики,

Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна  
lubovkonihova1965@gmail.com

**ДО ПИТАННЯ ПРО ОСОБЛИВОСТІ  
ФУНКЦІОНУВАННЯ В МЕДІА ПОХІДНИКІВ  
ВІД СЛОВА «ПОЛІЦІЯ»**

Сьогодні, коли ми відроджуємо свою українську мову, важливо повернути ті норми, які були втрачені внаслідок законодавчого тиску радянської влади, та деактивувати чужі нам норми. Основну місію у відновленні особливостей української мови виконують масмедіа. З огляду на це, питання про мову медіа як ідентифікатор національної позиції є актуальним і потребує розгляду. Оскільки тривалий час українські словотвірні норми відчували тиск мови-окупантки й набули децю наслідувального, гібридного чи засимільованого характеру, то зараз важливо грамотно впровадити в ужиток слова, утворені за наявними в українській мові словотвірними моделями за допомогою словотворчих засобів.

Показником і виразником напряму культурного розвитку суспільства є не лише слова, а й афікси. Словотвірна норма передбачає побудову слова за певними моделями, які властиві кожній мові. Модель, як зазначають мовознавці, «це еталон структури слова, який імітує граматичну (дериваційну) правильність відповідно до певної теорії. Словотворення за моделлю – це утворення за правилами»<sup>1</sup>.

Особливості використання моделей словотвору засвідчують політичну й національну позицію мовця. Сьогодні важливо, щоб дібраний афікс не лише відобразив значення, а й передав відчуття матриці власної мови.

---

<sup>1</sup> Горпинич В. Сучасна українська літературна мова. Морфеміка. Словотвір. Морфонологія : навч. посіб. для студ. філол. спец. вищ. закл. освіти / В. О. Горпинич. Київ: Вища шк., 1999. с. 144.

Фаріон І. Мовна норма: знищення, пошук, віднова / І. Фаріон // Івано-Франківськ: Місто НВ. 2013. – с. 64

Оскільки тривалий час українські словотвірні норми відчували тиск мови-окупантки й набули дещо наслідувального, гібридного чи засимільованого характеру, то зараз важливо грамотно впровадити в ужиток слова, утворені за наявними в українській мові словотвірними моделями з допомогою словотворчих засобів. З огляду на це, питання про особливості творення похідників від різних слів за нормами української мови є важливим та потребує розгляду. Проблема відродження української словотвірної системи є в центрі уваги сучасних науковців. Мовознавець Т. Береза, опрацювавши твори української літератури, дійшов висновку, що в українській мові є афікси, які концентрують в собі зміст та надають слову компактності. Утворені з їхньою допомогою слова здатні замінити розлогі конструкції. Ці слова виразно передають значення, вони дозволяють говорити природно, уникати кальок та запозичень з інших мов та, зрештою, вивищитися над мовним безкультур'ям<sup>2</sup>. Т. Береза зібрав такі слова у словник «Гарна мова – одним словом: словник вишуканої української мови»<sup>3</sup>. Особливості українського словотвору були в полі зору С. Караванського<sup>4</sup>. А І. Фаріон розглянула «афікси як згустки значень»<sup>5</sup>. Сучасні мовознавці звертають увагу й на процес реалізації відновлення словотвірних тенденцій української мови. Г. Куцак розглядає сучасні тенденції у словотвірному освоєнні новітніх запозичень для позначення дій і станів<sup>6</sup>, І. Демешко звертає увагу на лексико-словотвірні інновації в медіадискурсі періоду війни<sup>7</sup>.

Мета нашого дослідження – з'ясувати, як сьогодні журналісти творять похідні слова від іменника «**поліція**» та визначити нормативність функціонування цих похідників у мові сучасних медіа.

<sup>2</sup> Береза Т. Скажи мені українською. *Апріорі*. Львів, 2020. 428 с.

<sup>3</sup> Береза Т. Гарна мова – одним словом: словник вишуканої української. *Апріорі*. Львів, 2015. 420 с.

<sup>4</sup> Караванський С. Секрети української мови. Вид. 2-ге, розширене. Львів. *БаК*, 2009. 344 с.

<sup>5</sup> Фаріон І. Мовна норма: знищення, пошук, віднова. Івано-Франківськ: *Місто НВ*. 2013. С. 57-103

<sup>6</sup> Куцак Г. Основні тенденції у словотвірному освоєнні новітніх запозичень для позначення дій і станів в українській літературній мові XXI ст. 2024. №2. С. 105-120.

<sup>7</sup> Демешко І. М. Лексико-словотвірні інновації в медіадискурсі періоду війни. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки* 2023. №205. С. 58-63.

Ставимо такі завдання: проаналізувати особливості творення журналістами від слова **поліція** відносного прикметника та номінації на позначення осіб, що працюють у поліції.

Для дослідження будемо використовувати загальні методи (спостереження, аналіз). Основним підходом для дослідження буде індукція – метод, згідно з яким на підставі знання про окреме можна зробити висновок про загальне.

Слово **поліція** ввійшло до українського вжитку відносно недавно (за радянських часів, як знаємо, активним було слово **міліція**). Від цього слова відразу утворилися похідники: відносний прикметник та іменник, що є номінацією особи, яка працює чи служить у поліції. Простежимо, як творять такі слова журналісти.

Ось приклади вживання в медіа відносних прикметників, утворених від іменника **поліція**:

*Львівська облрада делегувала представника громадськості до складу **поліційної** комісії (ZAXID. NET, 12 лют. 2026 р.).*

Відносний прикметник **поліційний** тут утворено від основ слова **поліція** за допомогою суфікса **-н-**. Але це поодинокий приклад такого творення. Здебільшого натрапляємо на таке:

***Поліцейський** капелан: перший на Прикарпатті (Інтернет-ресурс газети ГАЛИЧИНА, 6 квіт. 2026 р.).*

*«На Мартовича. Яким львів'яни запам'ятають **поліцейський** відділок (ZAXID. NET, 3 лют. 2021 р.).*

*Для пошуку нападника проводиться **поліцейська** спецоперація (Твоє місто, 2 квіт. 2026 р.).*

За нашими спостереженнями, журналісти майже не використовують суфікса **-н-** для творення відносного прикметника, натомість активно послуговуються суфіксом **-ськ-**, додаючи перед ним **-ей-**. Але структурна прокладка **-ей-** властива російській мові, а не українській. Отже, прикметник **поліцейський** утворений не за українським, а за російським зразком.

За допомогою суфікса **-ськ-** (та його варіантів **-цьк-**, **-зьк-**) в українській мові творяться прикметники, які вказують на приналежність до особи чи професії (**лікарський**, **журналістський**), на походження/відношення до чогось (**український**, **карпатський**). Цей суфікс приєднується до кінцевих приголосних кореня (іноді зі зміною кінцевих приголосних кореня, наприклад, **Париж+ськ-ий**= **паризький**). Між кінцевим твірної основи (часто кінцевим кореня) та цим суфіксом в українській мові не передбачено

інших суфіксів (крім випадків, коли відносний прикметник твориться від присвійного, наприклад, *синів – синівський, батьків – батьківський*). Від іменників на **-ія** прикметники в українській мові мають утворюватися здебільшого за допомогою суфікса **-н-**, як-от: *релігія – релігійний, аварія – аварійний, емоція – емоційний, коаліція – коаліційний, фракція – фракційний, революція – революційний, еволюція – еволюційний, традиція – традиційний, тенденція – тенденційний, Біблія – біблійний*. Відповідно, *поліція – поліційний*. У деяких словах прокладка **-ей-** усе ж виконує функцію розширювача основи чи суфіксальної зв'язки<sup>8</sup>: *жит-ей-ськ-ий, европ-ей-ськ-ий*. Однак для творення відносного прикметника від іменника **поліція** такої потреби немає, адже утворене за нормами української мови слово **поліційний** є й коротшим (бо без прокладки), і вимовляти його зручно. Тому доцільно послуговуватися відносним прикметником **«поліційний»**.

Простежимо, яку номінацію використовують журналісти для назви людини, яка працює в поліції.

Ось приклади:

**Поліцейський** поранений внаслідок влучання дрона (Суспільне | Новини, 26 берез. 2026 р.).

**Поліцейський** ..., який отримав поранення,... перебуває в лікарні (Суспільне | Новини, 16 лют. 2026 р.).

Внаслідок вибуху у Львові загинула 23-річна **поліцейська** (Суспільне | Новини, 22 лют. 2026 р.).

На Харківщині **поліцейські** допомогли водійці, яка потрапила у скрутну ситуацію (ТСН, 20 лют. 2026 р.).

Голова НПУ про вбивство **поліцейських** (Українська правда, 31 січ. 2026 р.).

**Поліцейські** затримали 47-річного киянина (Українська правда, 2 лют. 2026 р.).

У цих наведених прикладах назву особи, яка працює в поліції, утворено шляхом переходу прикметника в іменник – способом субстантивації, за якої прикметник набуває значення предметності та змінює синтаксичну роль (у наведених прикладах аналізоване слово є підметом).

<sup>8</sup> Карпіловська, Євгенія А. «Суфіксальна підсистема сучасної української літературної мови: будова та реалізація.» К.: Ін-т мовознавства ім. ОО Потебні НАН України. 1999. С. 240

Однак в українській мовній практиці помітна тенденція до творення назв осіб від іменників на **-ія** за допомогою суфікса **-янт-**. Оскільки субстантивована назва «**поліцейський**» не притаманна українській мові, то Інститут української мови вважає, що цю неукраїнську номінацію доцільно замінити на іменник із суфіксом **-янт-**, як і **міліціант, коаліціант**. Тобто українською ліпше вживати **поліціант**<sup>9</sup>.

Сучасні медіа не нехтують такими рекомендаціями та послуговуються суфіксом **-янт-**, як-от:

У Прилуках **поліціанти** збили пішохода на переході (Громадське, 8 квіт. 2026 р.).

У Львові **поліціанти** затримали підозрюваного у вбивстві (ukr.net, 2 квіт. 2026 р.).

**Поліціанти** з'ясували, що загинув — 23-річний мешканець сусіднього будинку (Громадське радіо, 8 квіт. 2026 р.).

У Куп'янському районі **поліціанти** полку поліції особливого призначення врятували тварину (Громадське, 8 квіт. 2026 р.).

Щоправда, словотвірна модель із суфіксом **-янт-** поки що не витіснила узаконеної, хоч і не властивої українській мові субстантивованої форми.

Проведений аналіз дозволяє виснувати, що, творячи похідники від слова **поліція**, журналісти все ж досі послуговуються нормами, які вбулися в українську мову з радянських часів та стали звичними. Однак помітне, хоч поки що й не всеохопне, намагання творити слова за українським зразком: використовувати суфікс **-н-** для творення відносного прикметника, суфікс **-янт-** для творення назви особи.

---

<sup>9</sup> Городенська К. Документ показують, а не пред'являють. *Культура слова*. № 83. 2015. С. 129–130.

**Людмила ПАВЛЮК**

*кандидат філологічних наук, доцент,  
доцент кафедри нових медій, факультет журналістики,  
Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна  
liudmyla.pavliuk@lnu.edu.ua*

## **«СТІНИ», «ЩИТИ» Й «ПЛАЦДАРМИ»: МЕТАФОРИКА І РЕАЛЬНІСТЬ БЕЗПЕКОВИХ СТРАТЕГІЙ УКРАЇНИ ТА ЄС**

Геополітична доля – це дар «місця народження», який для України, розташованої в центрі географічної Європи, є водночас благословенням і випробуванням. Сусідство зі західними демократіями для української держави в теперішності дає низку переваг і стимулів для позитивної культурної й економічної взаємодії. Зі сходу ж над Україною «нависає» і щоденно нагадує про завойовницькі амбіції агресивне утворення – рф. Збройний арсенал і експансивна ідеологія спадкоємиці Союзу загрожують не лише Україні, а й Заходу. Природно, що український і міжнародний дискурс аналізу російсько-української війни містить велику кількість референцій до статусу України як пограниччя між ЄС та російською «імперією зла». Починаючи з 2014-го, а особливо з 2022-го року медіа висвітлюють роль України як захисника Європи й світу від загроз із боку росії, віддзеркалюючи аспекти цієї функції в символічних образах «форпост безпеки», «геополітичний плацдарм», «фронтир захисту Європи», «новий щит Заходу».

Для визначень української ідентичності в сучасному контексті воєнних подій характерні як відлуння мотивів дискусій про «цивілізаційну межу» між «Європою» і «Євразією», так і фактичні вкраплення на тему «захисту Європи» з категорії історичних паралелей. Протягом тривалих часів українські землі були оборонним рубежем на шляху нападників зі сходу. Збережені до сьогодні залишки давніх оборонних систем слугують не лише точками реконструкції історичних подій, а й реальним елементом захисту в сучасному циклі протистоянь «Захід-Схід». В березні 2022 року під Білогірородкою на Київщині ворожим військам не вдалось подолати природно-рукотворний бар'єр, знаний як «Змієві вали». Побудовані в 10-му столітті з урахуванням складного рельєфу, ці укріплення допомогли затримати просування

рф до столиці. «Орківська техніка не змогла форсувати Змієві вали. Давньоруські оборонні системи проти Орди – 2000 років гарантії!», – йшлося у повідомленні Сухопутних військ ЗСУ<sup>1</sup>.

Один із національних міфів у сусідній Польщі – «Bullwork (Бастіон) of Christianity»<sup>2</sup>, про який пише історик Норман Дейвіс, – спирається на факти участі поляків у війнах проти турків і татар (ще монголо-татари, спустошуючи польські території, досягали такої північно-західної точки, як Вроцлав) і є частиною ширшого нарративу про Польщу як оплот західної цивілізації. Свої порахунки Польща мала і з російською імперією та її радянським варіантом (через належність до «соцтабору» і його військово-політичного союзу – Організації Варшавського договору).

У сучасній ситуації, коли Польща завершила історичний цикл інтеграції в західні структури (НАТО, ЄС), Україна перебирає від сусідки функціональну позицію «східного форпосту західного демократичного світу» (з очікуванням у передпокої на право «структурного» закріплення зв'язків), а в плані безпекової конкретики – реального «бастіону», укріпленої території бойових дій. У той час як Україна чинить збройний опір повномасштабному нападові рф, Польща перебуває «на східному фланзі Альянсу» в гібридній війні росії проти Заходу. Тож, природно, йдеться про спільну, партнерську реалізацію завдань із захисту для обох країн. Польща, залишаючись «сходом Заходу»<sup>3</sup>, реалізовує національну програму «Східний щит» (*Tarcza Wschód*): розбудовує фортифікації на кордоні з Білоруссю та Калінінградською областю рф. Складником стратегій НАТО є програма «Східний вартовий» (*Eastern Sentry*), що передбачає розгортання додаткових військових засобів, як-от винищувачі й системи ППО, зокрема в Польщі й країнах Балтії.

З риторично-комунікаційного погляду назви «Східний щит» та «Східний вартовий» прикметно фіксують сучасну манеру означування напрямів діяльності національних оборонних відомств та глобальних союзів. Символічні маркери військових практик у

---

<sup>1</sup> Вивчають історію Русі на власному досвіді: ворог не зміг форсувати Змієві вали під Києвом. 13 березня 2022. <https://fakty.com.ua/ua/ukraine/20220313-vyvchayut-istoriyu-rusi-na-vlasnomu-dosvidi-vorog-ne-zmig-forsuvaty-zmiyevi-valy-pid-kyevom/>

<sup>2</sup> Davies N. Polish National Mythologies, in *Hoskin G. Schopflin G. eds. Myths ! Nationhood*. New York: Routledge, 1997. P. 145.

<sup>3</sup> Буйських Ю. «Уявні» та «фантомні» кордони в антропологічній перспективі. *Українознавство*. 2018, 4 (69). <https://www.academia.edu/38258396/>

публічному дискурсі зазвичай точні, лаконічні й водночас образні, іноді підкреслено яскраві. Медіадискурс фіксує декілька основних груп конденсованих символів військової сфери – назви операцій («Шок і трепет»), стратегій («Анаконда»), військових навчань («Швидкий тризубець»), що віддзеркалюють функції, локації та акторів цих видів діяльності. Виразні назви елементів оборонного сценарію – це квінтесенція визначень місії для самих військових, а також частина стратегічної комунікації, інструмент для роз'яснення змісту військових акцій населенню, та, в більшому масштабі, – легітимаційна пропаганда в світі. Назви операцій програмують історичну значущість подій («Буря в пустелі», «Левиний народ», «Рик лева», «Епічна лютя»), не дозволяють їм загубитися в новинному калейдоскопі.

Актуальні для сучасного світу проєкти стримування наступу, реального і/чи потенційного, часто отримують офіційні назви з символічними компонентами «стіна», «купол», «щит». Історію українських означників технологій захисту, зокрема в контексті російсько-української війни, започатковує проєкт «Стіна» («Європейський вал»), відомий як ініціатива прем'єр-міністра Арсенія Яценюка 2014 року. Елементи цього «інженерного бар'єру» уздовж сухопутного кордону між Україною та рф були зведені лише частково<sup>4</sup>, що стало причиною прискіпливої ревізії дороговартісного задуму з боку громадськості. А за матеріалами розслідувань офіційно звинувачено в розкраданні коштів низку відповідальних за будівництво осіб. Сам колишній очільник уряду все ж запевняє, що «Стіна» – це унікальна модель захисту кордонів, яку сьогодні «копіює низка країн ЄС».

Із 2025 року перебуває на стадії обговорення проєкт «Стіна дронів» – розробка європейських партнерів. Однак доцільність його реалізації переглядають, зокрема з огляду на зростання конкурентоспроможності вітчизняної зброї: «...Україна вибилася в глобальні лідери з виробництва безпілотників і готова виробляти дрони для країн НАТО й разом із країнами НАТО. У зворотному напрямку відправляється розробка французького стартапу

---

<sup>4</sup> Химичук А. Велика українська стіна – вічний проєкт ціною мільярдів з бюджету. 21 травня 2020. <https://statewatch.org.ua/publications/velyka-ukrains-ka-stina-vichnyy-proekt-tsinouiu-mil-iardiv-z-biudzhetu/>

Atreud, що пропонує комплексну систему дронів-перехоплювачів, здатних збивати «Шахеда» та інші ворожі БПЛА»<sup>5</sup>.

Західні військові експерти та політики ініціювали план повітряної безпеки *SkyShield* («Небесний щит»), який передбачає («на час можливого перемир'я») розгортання 120 європейських винищувачів, які патрулюватимуть небо над західними регіонами України, злітаючи з авіабаз у Польщі, Румунії та Чехії<sup>6</sup>. Щодо «куполів», Україна розробляє власну систему протиповітряної оборони, яка, очікувано, перевершить за масштабом ізраїльський прототип «Залізний купол»<sup>7</sup>, а також має намір залучити західні розробки для захисту від дронів і ракет. Зокрема, італійська компанія *Leonardo* планує випробувати свій новий купол протиповітряної оборони *Michelangelo* в бойових умовах на території України<sup>8</sup>.

У назвах технологій і стратегій, опертих на традиційні семіотичні компоненти, з'являється щодалі більше новітніх акцентів («роботизований щит»), а формула «Україна – плацдарм захисту» вбирає в себе таке прагматичне значення, як «хаб для випробувань зброї нового тисячоліття». Це значення стає інституціалізованим, вписаним в офіційні форми співпраці між Україною і ЄС: «Єврокомісія запускає платформу BraveTech EU для бойових випробувань новітньої зброї в Україні»<sup>9</sup>. Партнерство у сфері оборонних розробок – важлива форма допомоги Україні з боку світу, й навпаки – світові з боку України. Що ж до мовних формул, які описують Україну як територію випробувань, слід враховувати гуманітарну сенситивність питання й уникати негативних конотацій «полігону», де дозволені й навіть передбачені втрати людського ресурсу й загрози екології (це характерно для

<sup>5</sup> Судольський Р. Дорозвідка #34: Французька «Стіна дронів» в Україні, Майк Помпео в Fire Point, а також Васильченко з Ябчанкою. 17 листопада 2025. <https://thedefender.media/uk/2025/11/dorozvidka-34/>

<sup>6</sup> Моїсєєв В. Як може працювати щит над Україною із 120 літаків. 6 березня 2025. <https://thepage.ua/ua/economy/skyshield-soyuzniki-proponuyut-stvoriti-nad-ukrayinoyu-povitryanij-shit>

<sup>7</sup> Україна створить власний аналог системи ППО «Залізний купол». 13 березня 2026. <https://noworries.news/ukrayina-stvoryt-vlasnyj-analog-systemy-ppo-zaliznyj-kupol/>

<sup>8</sup> Буріч М. Єврокомісія запустила платформу бойових випробувань технологій для України. 29 квітня 2026. <https://glavcom.ua/techno/devices/jevrokomisija-zapustila-platformu-bojovikh-viprobuvan-tekhnologij-dlja-ukrajini-1116613.html>

<sup>9</sup> Хоменко В. Leonardo випробує в Україні новітній «купол» ППО Michelangelo. 12 березня 2026. <https://militaryni.com/uk/news/leonardo-vyprobue-ukrayina-ppo-michelangelo/>

популістських і тенденційних інтерпретацій). Подібним чином раніше комунікатори дійшли порозуміння щодо потреби розбірливого ставлення до таких означників «межового» статусу українських земель, як «буфер», «транзит», «сіра зона»: створені з їхньою допомогою наративи можуть мати образливі відтінки.

Реалізуючи функції *«форпосту безпеки»*, *«плацдарму захисту»*, *«хабу новітніх технологій»*, *«нового щита Заходу»*, Україна мусить водночас докладати зусиль, щоб зберігати суб'єктність, уникати експлуатації свого статусу захисника та бути готовою рятувати цивілізацію.

## ЗМІСТ

### ТЕОРІЯ, ІСТОРІЯ ТА МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ЖУРНАЛІСТИКИ

#### ***HADO Nataliya***

The conceptual model of ideology in Fulton J. Sheen and its application to the analysis of contemporary political ideologies (*on the example of rashism*) ..... 4

#### ***БУРДЕГА Тетяна***

Критика неославізму на сторінках українських видань початку ХХ століття ..... 12

#### ***ДРОЗДОВСЬКА Олеся***

Володимир Барагура про умови функціонування української преси 1930–1940-х рр. та журналістів ..... 17

#### ***ГОЦУР Оксана, КОКУЛ Яна***

Економічна трансформація та стратегії просування нових медіа в Україні ..... 22

#### ***РУДИК Мирослава***

До питання сучасної жанрології: жанри в епоху соціальних медіа ... 26

#### ***ХОМЕНКО Ілля, СКОБЛІКОВ Нікіта***

Аналіз медіаконтенту з метою виявлення чинників деструктивного впливу: типологія, методологія, верифікація ..... 29

#### ***ХОМЕНКО Тетяна***

Вплив медіадискурсивних практик публіцистики та культури на динамічність сучасного інфопростору ..... 34

### МЕДІА І ВІЙНА: ЖУРНАЛІСТИКА В УМОВАХ ВОЄННИХ КОНФЛІКТІВ ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ЗАГРОЗ

#### ***GREBECKA Zuzanna***

Kronika (nie)zapowiedzianej wojny. Muzea Polskie jako sprawozdawcy pehnoskalowej wojny w Ukrainie ..... 39

#### ***БАЛОВСЯК Надія***

Telegram як простір гібридної війни: між маніпуляцією та мобілізацією ..... 43

#### ***БОНДАР Юрій***

Журналістика в умовах російсько-української війни: між документуванням і пропагандою ..... 47

**ВАРГА Борис**

Кольорові революції та Революція Гідності в Україні в наративах сербської влади та провладних медіа у контексті протестів сербських студентів (2024–2026) ..... 51

**ВАСИЛИК Любов**

Війна та локальні медіа: чи адаптується друкована преса до нових реалій? ..... 55

**ІВАНОВА Ірина**

Storytelling jako narzędzie terapeutyczne w dziennikarstwie zorientowanym na traumę: doświadczenia Ukrainy ..... 61

**КВАСНИЦЯ Ольга**

Особливості висвітлення російсько-української війни в японському медіадискурсі ..... 64

**КУЛЕША Надія**

Медіа в умовах несвободи і війни: український журналіст і берлінська преса для підконтрольних аудиторій ..... 68

**МАЄВСЬКИЙ Орест**

Журналістика військового часу: етика, безпека та стратегії виживання медіа в умовах конфлікту (На прикладі онлайн-медіа Львова) ..... 73

**МИХАЙЛЕНКО Ірина**

Тональність висвітлення російсько-української війни на вебсайті телеканалу Afriqwe Media ..... 78

**ПАВЛЮК Ігор**

Логос під вогнем: поезія опору як медійний і антропологічний феномен у добу інформаційних війн (у контексті авторської експериментальної моделі «Іжаки»: література опору: тексти і контексти про війну) ..... 82

**ПЕТРИК Юрій, ПЕТРИК Тетяна**

Анексія Криму 2014 р. у польських і литовських медіа: конструювання образу загрози ..... 87

**ПРИШЛЯК Ярина**

Ефект звикання до негативу в умовах тривалих криз ..... 91

**ПРОЦИК Ірина**

«Футбол — це війна без зброї»: вербалізація соціальної активності українських футбольних фанатів ..... 94

**РАВЛЮК Юлія**

Візуальне документування руйнувань як інструмент протидії дезінформації (на прикладі матеріалу Reuters «Russia's invasion of Ukraine: Four years of devastation captured in photos») ..... 98

<b>РОМАНЧУК Вікторія, РОМАНЧУК Олег</b>	
Посилити безпеку України: виклики для журналістики .....	102
<b>СОЛОМІН Євген</b>	
Національне телемовлення в умовах повоєнної відбудови: стійкість і моделі функціонального оновлення .....	106
<b>ТАБІНСЬКИЙ Ярослав</b>	
Документування чутливих і табуйованих тем війни (на прикладі візуального дослідження Вячеслава Ратинського «Проект 206») .....	109
<b>ТОЛОЧКО Наталія</b>	
Етичні аспекти репрезентації військовослужбовців у закарпатських медіа .....	112
<b>ШЕВЧЕНКО Вікторія</b>	
Особливості стратегії онлайн-медіа в умовах воєнних конфліктів та інформаційних загроз .....	116
<b>ШКОЛЬНИЙ Віталій</b>	
Телебачення виходить за межі. Телеконтент як один із ключових трендів медіаспоживання під час повномасштабної війни в Україні .	119
<b>ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ І НОВА ЕКОСИСТЕМА МЕДІА</b>	
<b>DİNÇER Emre, KARATOP Türkcan, SERAFIMOVIC Gordana</b>	
The assessment gap in the age of generative AI: measuring the unmeasurable in journalism education — a scoping review .....	124
<b>БІЛОЗЕРОВ Владислав</b>	
Відеоігри як форма сторітелінгу в пропаганді: нова площина медіасистеми .....	128
<b>ВОЙТОВИЧ Наталія</b>	
Штучний інтелект у сучасному суспільстві: етичні виклики та правове регулювання .....	131
<b>ГАВРИЛОВ Гліб</b>	
Нішеві екологічні медіа як інструмент формування екологічної свідомості: порівняльний аналіз європейського та українського досвіду .....	135
<b>ЛАВРИШ Юліана</b>	
Нові медіа в Україні як платформи творення соціальної пам'яті .....	140
<b>МЕЛЬНИК Юрій</b>	
ШІ-пропаганда про Україну в інформаційній кампанії Фідес на виборах 2026 року в Угорщині .....	144

**ОДОБЕЦЬКА Ірина**

Правовий статус та проблеми авторського права на ШІ-контент  
в українських медіа ..... 149

**СТЕКОЛЬЩИКОВА Валентина, КУКІН Андрій**

Трансформація концепції авторства та креативності медіатексту  
в епоху генеративних моделей ..... 152

**ТАБІНСЬКА Ірина**

Принципи використання штучного інтелекту в українських медіа  
(досвід «Бабеля», «Суспільного» та «Української правди») ..... 156

**ХОМЕНКО Ангеліна, ЧЕРНИШ Юлія**

Пастки висвітлення теми штучного інтелекту в онлайн-медіа:  
освітні та професійні виклики ..... 160

**ШЕКЕРЯК-КУШКА Яна**

Трансформація журналістської діяльності в умовах датафікації:  
Data Literacy як нова парадигма цифрової грамотності ..... 165

## ПОСТПРАВДА, ДОВІРА ТА ФАКТЧЕКІНГ У СУЧАСНИХ МЕДІА

**ПРОКНАСКО Markiyan**

Science Journalism as a tool for countering post-truth ..... 170

**РАК Joanna**

Constructing Illegitimacy in the Post-Truth Era:  
State Media Narratives on the Polish Women's Strike ..... 174

**БІДЗІЛЯ Юрій**

Фактчекінг як інструмент протидії дезінформації  
в українських онлайн-медіа під час повномасштабної війни:  
порівняльний аналіз ..... 176

**БІЛЬОВСЬКА Наталія**

Суб'єктність автора і верифікація контенту у парадигмі  
генеративного штучного інтелекту ..... 179

**ЖИТАРЮК Богдан**

Нетрадиційна реклама в епоху постправди: ефективність, довіра та  
етичні межі впливу..... 183

**ЗЕЛЕНИЙ Віктор**

Документальна журналістика як інструмент протидії  
інформаційній війні та постправді:  
досвід України 2014–2025 років ..... 190

**ЛИСЕНКО Леся**

Зображення як аргумент в епоху постправди .....194

**РОМАНЮК Альона**Формування стійкості до дезінформації молоді в умовах  
гібридної війни: кейс ігрової інтервенції Нота Єнота ..... 198**СМІРНОВ Сергій**Мова ворожнечі як інструмент війни: можливості консолідації  
та розколу ..... 202**ТАРАСЮК Володимир**

Точність у журналістиці як критерій медійного професіоналізму ... 206

**МІЖНАРОДНІ КОМУНІКАЦІЇ  
ТА ГЛОБАЛЬНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР****IVASHCHENKO Oleksandra**Narrative Legitimation and Media Diplomacy in Shaping Ukraine's  
European Identity During the Russia–Ukraine War (2022–2026) ..... 211**БАЛДА Тарас, ВАСИЛИК Ксенія**Українська діаспора в глобальному інформаційному просторі:  
роль і вплив ..... 215**ЖИТАРІЮК Мар'ян**

Медіадипломатія в умовах війни ..... 220

**ЛИЛЬО Тарас**Особливості висвітлення російсько-української війни  
у якісних медіа Словаччини (на прикладі «SME»  
й «Hospodárske noviny») ..... 225**КРУШЕЛЬНИЦЬКА Софія, ЛЕБЕДЕНКО Наталія**Наратив стійкості українського суспільства у французькому  
медіапросторі ..... 229**МЕЛЬНИК Андрій**Ідеологічна поляризація американських медіа  
(політично-риторичний аспект) ..... 232**СТЕЛЬМАХ Марта**Свобода як цінність у публічному дискурсі  
(на прикладі праць Тімоти Снайдера) ..... 236

## МЕДІАОСВІТА І ПІДГОТОВКА ЖУРНАЛІСТІВ У ДОБУ ЦИФРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

### **ГАБОР Наталія**

Архітектура журналістської освіти: від хаосу можливостей до усвідомленого вибору ..... 241

### **ГАНДЗЮК Віталій**

Проектно-орієнтоване навчання в підготовці журналістів як чинник підвищення якості освіти ..... 245

### **ЛОЗИНСЬКИЙ Мар'ян**

Журналістська освіта: теоретичні та практичні основи ..... 249

### **МІТЧУК Ольга**

Гібридна освіта: підготовка «універсального солдата» між кодом та текстом ..... 252

### **ШАПОВАЛОВА Галина, ШЕБЕШТЯН Ярослава**

Теоретичний і прикладний сенс магістерського опанування засад управління медіапроектами ..... 256

## МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ ТА ТРАНСНАЦІОНАЛЬНІ МЕДІА

### **ДЗЯБКО Юлія**

Українські вимушені мігранти в Японії: нові підходи міграційної політики та медійне конструювання образу ..... 261

### **КРАМАР Ростислав**

Culture.pl/ua як платформа польсько-українського медіадіалогу в умовах війни: місія, редакційні практики та аудиторні стратегії... 266

### **РІПЕЙ Марія**

Рубрика «Культура» на інформаційному порталі для українців у Польщі «Наш вибір» (2025– 2026) ..... 271

## МЕДІАРИТОРИКА ТА АУДІОВІЗУАЛЬНИЙ КОНТЕНТ: СТРАТЕГІЯ, АНАЛІЗ, ПРАКТИКА

### **ДАЦИШИН Христина**

Порушення законів логічного мислення в медіатексті ..... 275

### **ДВОРЯНИН Парасковія**

Суб'єктність медіа в умовах поліфункціональності платформ для поширення контенту ..... 279

**ДЖОЛОС Олег**

Український науково-популярний YouTube в умовах війни:  
трансформація, функції, практики ..... 283

**КАПЕЛЮШНИЙ Анатолій**

Маркери оригінальності роздумів і висновків авторів  
аналітичних медіатекстів ..... 286

**КОНЮХОВА Любов**

До питання про особливості функціонування в медіа  
похідників від слова «поліція» ..... 291

**ПАВЛЮК Людмила**

«Стіни», «щити» й «плацдарми»:  
метафорика і реальність безпекових стратегій України та ЄС ..... 296

Наукове видання

**ЖУРНАЛІСТИКА В ЕПОХУ  
ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ:**

ІНФОРМАЦІЙНІ ВІЙНИ,  
ПОСТПРАВДА,  
ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ

**“Journalism in the Era of Global Challenges:  
Information Wars, Post-Truth,  
Artificial Intelligence”**

*Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції  
«Журналістика в епоху глобальних викликів: інформаційні війни,  
постправа, штучний інтелект»  
(м. Львів, 21 травня 2026 року)*

Головний редактор і упорядник *Мар'ян Житарюк*  
Технічний редактор *Ольга Кузьмич*

*Усі матеріали подано в авторській редакції.  
За науковий зміст і якість поданих матеріалів відповідають автори.*

Підписано до друку 05.05.2026. Формат 60x90/16.  
Папір офсетний. Друк цифровий. Гарнітура “Georgia”  
Умовн. друк. арк. 19.25. Наклад 100 прим. Зам. №

Видавець та виготовлювач:  
Львівський національний університет імені Івана Франка,  
вул. Університетська, 1, м. Львів, 79007.  
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи.  
Серія ДК від 13.12.2007 р.