



Українська журналістика

ВЧОРА, СЬОГОДНІ, ЗАВТРА

**ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ
ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ НА ПОШАНУ ПАМ'ЯТІ ДОКТОРА
ФІЛОЛОГІЧНИХ НАУК, ПРОФЕСОРА В.І. ШКЛЯРА**

Вінниця - 2025

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Вінницький державний педагогічний університет
імені Михайла Коцюбинського**

**Факультет філології й журналістики
імені Михайла Стельмаха
Кафедра журналістики, реклами та
зв'язків з громадськістю**

УКРАЇНСЬКА ЖУРНАЛІСТИКА: ВЧОРА, СЬОГОДНІ, ЗАВТРА

**Збірник матеріалів
Всеукраїнської науково-практичної конференції на пошану
пам'яті доктора філологічних наук, професора В.І. Шкляра**

19 листопада 2025 р.

**Вінниця
2025**

УДК 070(477)(06)

У45

Рекомендовано до друку кафедрою журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю (протокол № 5 від 3 грудня 2025 р.)

Рекомендовано до друку навчально-методичною комісією факультету філології й журналістики імені Михайла Стельмаха (протокол № 3 від 10 грудня 2025 р.)

Рецензенти:

М. Г. Житарюк, доктор наук із соціальних комунікацій, професор, завідувач кафедри зарубіжної преси та інформації Львівського національного університету імені Івана Франка;

Н.М. Поплавська, доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри журналістики Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка.

У45

Українська журналістика: вчора, сьогодні, завтра:

збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції на пошану пам'яті доктора філологічних наук, професора В.І. Шкляра 19 листопада 2025 р. / За ред. В.М. Каленича; Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського. Вінниця, 2025. 282 с.

У збірнику наукових праць подано матеріали доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції «*Українська журналістика: вчора, сьогодні, завтра*» на пошану пам'яті доктора філологічних наук, професора В.І. Шкляра, яка відбулася 19 листопада 2025 р. на кафедрі журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Публікації присвячено професійній діяльності проф. Шкляра В.І, а також актуальним проблемам теорії та історії соціальних комунікацій, сучасним тенденціям розвитку медіа та різних видів журналістики.

За зміст публікацій відповідальність несуть автори.

УДК 070(477)(06)

©Автори статетей, 2025

© Кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю, 2025

ЗМІСТ

ЖУРНАЛІСТИКА В НАУКОВИХ ВИМІРАХ ПРОФ. ШКЛЯРА В.І.

Воронова Мальвіна ЗГАДУЮЧИ В. І. ШКЛЯРА: НАУКОВЦЯ ТА ОСОБИСТІСТЬ	8
Гальчак Сергій ЗІ СЛОВОМ ЩИРИМ ПРО КОЛЕГУ	14
Гандзюк Віталій НАУКОВІ ПОГЛЯДИ ПРОФЕСОРА ВОЛОДИМИРА ШКЛЯРА КРІЗЬ ПРИЗМУ ПУБЛІКАЦІЙ У ЗБІРНИКУ «ЖУРНАЛІСТИКА Й МИСТЕЦТВО СЛОВА»	16
Житарюк Мар'ян СВІТОГЛЯДНА ВІЗІЯ ПРОФЕСОРА ВОЛОДИМИРА ШКЛЯРА	23
Каленич Володимир ПОЕТИКА ЖУРНАЛІСТСЬКОГО ТВОРУ В КОНЦЕПЦІЇ В.І. ШКЛЯРА.....	29
Мелешенко Олександр ВЕЛИКИЙ ТЕОРЕТИК, ТАЛАНОВИТИЙ ОРГАНІЗАТОР НАУКИ, МУДРИЙ ПОРАДНИК, ДОБРОЗИЧЛИВИЙ ДРУГ	37
Мітчук Ольга ФОРМУЛА ПРОФЕСІЙНОЇ СТІЙКОСТІ: ВИКЛИКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ОСВІТИ В КОНТЕКСТІ СПАДЩИНИ ПРОФЕСОРА ВОЛОДИМИРА ШКЛЯРА	43
Поплавська Наталія НАУКОВИЙ ДОРОБОК ПРОФЕСОРА ВОЛОДИМИРА ІВАНОВИЧА ШКЛЯРА У ПАРАДИГМІ СУЧАСНОГО ЖУРНАЛІСТИКОЗНАВСТВА.....	48
Сидоренко Наталія ЕНЕРГІЯ ДУМКИ І МИСТЕЦТВО СЛОВА ВОЛОДИМИРА ШКЛЯРА	55

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ІСТОРІЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

Бабич Віра, Шинкарук Володимир

АНГЛІЙСЬКА МОВА В МАСМЕДІЙНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ:
ТРАНСФОРМАЦІЯ ВІД ЛІНГВА ФРАНКА ДО ІНСТРУМЕНТУ
ДЕРЖАВНОЇ БЕЗПЕКИ60

Бакаєвич Яна

ЖУРНАЛІСТИКА РІШЕНЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДТРИМКИ
СУСПІЛЬНОЇ СТІЙКОСТІ В УМОВАХ ВІЙНИ: УКРАЇНСЬКИЙ
ДОСВІД НА МАТЕРІАЛАХ «СУСПІЛЬНЕ. НОВИНИ»68

Богачук Ірина

ДИФУЗІЯ ЖАНРІВ У МАТЕРІАЛАХ, ПРИСВЯЧЕНИХ РОСІЙСЬКО-
УКРАЇНСЬКІЙ ВІЙНІ..... 76

Волобуєва Анастасія, Корнєєв Віталій

МЕТОДИКА ПІДГОТОВКИ ЖУРНАЛІСТІВ: АКТУАЛЬНІ
ВИКЛИКИ 2025 РОКУ82

Глухий Андрій

ПРАВОВІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ МЕДІА
УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ89

Голокоз Юлія, Гузенко Світлана

УКРАЇНСЬКІ МЕДІАПРОЄКТИ ЯК ЗАСІБ АРХІВУВАННЯ
ВОЄННИХ ЗЛОЧИНІВ..... 93

Гресько Ольга

МІЖНАРОДНА ЖУРНАЛІСТИКА В НЕЗАЛЕЖНІЙ УКРАЇНІ:
СТАНОВЛЕННЯ, РОЗВИТОК, ПЕРСПЕКТИВА101

Гриценко Олена

ФЕНОМЕН МЕДІАСФЕРИ ТА ЇЇ ДЕТЕРМІНАНТИ: ВПЛИВ
ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ЦИВІЛІЗАЦІЙНИЙ ПОСТУП В
УМОВАХ АГРЕСІЇ РФ 107

Дащенко Наталія

ВЕРБАЛІЗАЦІЯ ФАКТУАЛЬНОЇ ІНФОРМАЦІЇ В ЖУРНАЛЬНІЙ
АНАЛІТИЦІ112

Дуцик Діана ПРОБЛЕМАТИКА ІНТЕГРАЦІЇ КОМПОНЕНТІВ МЕДІАГРАМОТНОСТІ В ОСВІТНІ ПРОГРАМИ З ЖУРНАЛІСТИКИ	120
Єжижанська Тетяна МЕДІА ЯК КАНАЛИ БРЕНД-КОМУНІКАЦІЇ КНИЖКОВОГО ВИДАВНИЦТВА: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ	126
Зелік Оксана ПОРТРЕТНИЙ НАРИС У ТВОРЧІЙ ПРАКТИЦІ ДІАНИ КЛОЧКО: ЗА МАТЕРІАЛАМИ КНИГИ «65 УКРАЇНСЬКИХ ШЕДЕВРІВ. ВИЗНАНІ Й НЕЯВНІ».....	135
Зикун Наталія МЕДІА ЯК ПРОСТІР КОЛЕКТИВНОЇ РЕЗИЛЬЄНТНОСТІ ПІД ЧАС ВІЙНИ	142
Кашпіровський Микола ШЛЯХ ВЕТЕРАНА ВІД ВІЙСЬКОВОГО ДО ЦИВІЛЬНОГО ЖИТТЯ: СИСТЕМНИЙ АНАЛІЗ АРХІТЕКТУРИ РЕІНТЕГРАЦІЇ В УКРАЇНІ, РЕФОРМИ ЕКОПФО ТА ПІЛОТНОЇ РОЛІ ФАХІВЦЯ ІЗ СУПРОВОДУ ЯК «ЦИВІЛЬНОГО ПОБРАТИМА»	145
Кобинець Алла ЯК ДБАТИ ПРО МЕНТАЛЬНЕ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНСЬКИХ МЕДІЙНИКІВ (з досвіду роботи Центру журналістської солідарності Запорізької обласної організації НСЖУ).....	150
Купцова Олександра, Блінов Євген ВПЛИВ ФЕДЕРАЛЬНОЇ ВЛАДИ НІМЕЧЧИНИ НА МЕДІАПРОСТІР У ФОКУСІ ЗМІ	157
Лисенко Леся МІКРОІСТОРІЇ У КОРОТКИХ ВІДЕОФОРМАТАХ ЯК НОВА РИТОРИКА АУДІОВІЗУАЛЬНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ (НА ПРИКЛАДІ КОНТЕНТУ СУСПІЛЬНОГО)	162
Лозко Марина, Давидова Людмила ВИСВІТЛЕННЯ КУЛЬТУРНИХ ІНІЦІАТИВ СВІТУ ТА УКРАЇНИ В МЕДІА.....	170

Мазурик Вадим

МЕТАМОДЕРНІЗМ І ЖУРНАЛІСТИКА: «НОВА ЩИРІСТЬ» vs
«ПОСТПРАВДА» 174

Марунчак Василь

ЕВОЛЮЦІЯ ФОРМАТІВ І ТЕМАТИКИ НА СТОРІНКАХ ЖУРНАЛУ
«ДНІПРО»179

Одобецька Ірина

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО РЕАЛІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ
«ЖУРНАЛІСТИКА»: ГЕЙМІФІКАЦІЙНИЙ АСПЕКТ..... 183

Орел Артур

ЖУРНАЛІСТСЬКІ РОЗСЛІДУВАННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ ЯК КЛЮЧ
ДО СУСПІЛЬНОГО КОНТРОЛЮ НАД ВЛАДНИМИ
СТРУКТУРАМИ191

Павлушина Єлизавета, Близнюк Андрій

ПРОБЛЕМАТИКА, ТРАНСФОРМАЦІЯ ТА АУДІОВІЗУАЛІЗАЦІЯ
УКРАЇНСЬКОГО ШОУ-БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ 198

Павлюк Ігор

ПУБЛІЦИСТИКА І ХУДОЖНЯ ПРОЗА ВАСИЛЯ СИМОНЕНКА:
ДИНАМІКА І ПРОБЛЕМИ ВЗАЄМОДІЇ.....204

Павлюх Марія

ЗАРОДЖЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ ЖІНОЧОЇ ПРЕСИ У СХІДНІЙ
ГАЛИЧИНІ (1853 – 1939). ПРИЧИНИ, ІСТОРІЯ ТА УМОВИ
ВИНИКНЕННЯ 212

Панкєєва Маргарита, Давидова Людмила

МЕДІАПРОЄКТ «ЛІТЕРАТУРНА МОЛОДЬ ЖИТОМИРА» 219

Петренко Світлана

ПРАВДА ТА ПОСТПРАВДА В ЖУРНАЛІСТИЦІ В УМОВАХ
ВИКЛИКІВ СУЧАСНОЇ ДОБИ: ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ..... 222

Слотюк Петро

ДО ПРОБЛЕМИ ДЕМАСИФІКАЦІЇ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ
КОМУНІКАЦІЇ 233

Соболь Марія, Філатова Оксана

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ТА ВЕЛИКІ ДАНІ В ЖУРНАЛІСТИЦІ: ВІД
ГЕНЕРАЦІЇ ТЕКСТІВ ДО ВЕРИФІКАЦІЇ ФЕЙКІВ..... 241

Толстов Олег ЕМОЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ СУЧАСНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ	247
Холод Ганна ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІГРОВИХ ЕЛЕМЕНТІВ У ДРУКОВАНОМУ ЖУРНАЛІ «КІНО ДАЙДЖЕСТ» ЗА 2005 РІК	253
Хоменко Ілля, Фоменко Володимир, Галайчук Єлизавета, Смогоринська Катерина, Швайко Єлизавета БЕЗСМЕРТЯ ЯК МЕТАФОРА, ФАНТАСТИЧНИЙ СЮЖЕТ І МЕДІЙНИЙ ФЕНОМЕН	258
Цепкало Тетяна ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНІСТЬ ПУБЛІЦИСТИКИ ОСКАРА ВАЙЛДА.....	266
БІБЛІОГРАФІЧНИЙ ПОКАЖЧИК наукових праць професора В. І. Шкляра.....	274

ЖУРНАЛІСТИКА В НАУКОВИХ ВИМІРАХ ПРОФ. ШКЛЯРА В.І.

Мальвіна Воронова,

кандидат філологічних наук, доцент кафедри друкованих медіа та історії журналістики ННІЖ, Київський національний університет імені Тараса Шевченка (м.Київ) malvinavoronova@gmail.com

ЗГАДУЮЧИ В. І. ШКЛЯРА: НАУКОВЦЯ ТА ОСОБИСТІСТЬ

Постановка наукової проблеми. Проблемно-ідейним центром цього короткого дослідження є науковий шлях українського вченого, педагога і публіциста Володимира Шкляра, який жив і працював на перетині епох (1945-2024 рр.) та активно впливав на наукову думку в галузях інформації, політології, медіа та практичної журналістської творчості, а також опосередковано формував наукове та інформаційно-політичне середовище через своїх чисельних учнів, які відносили себе до його наукової школи.

Короткий аналіз досліджень цієї проблеми полягав в узагальненні наукових праць, а також у біографічно-психологічному аналізі особистості В. Шкляра в контексті наукового дискурсу та міжособистісної комунікації.

Мета і завдання розвідки полягали в тому, щоб відтворити портрет В. Шкляра на тлі науки, педагогіки та професійної комунікації; і записати мемуарні спогади про нього, які в подальшому стануть логічною частиною портретно-біографічного та мемуарно-персоніфікованого наративу про відомого українського вченого.

Виклад основного матеріалу. Одна з гіпотез щодо постаті Володимира Шкляра, яка назбирує чимало аргументів, полягає в тому, що він був фігурою контрасту, навіть його науковий шлях, залежно від погляду, «розколюється» навпіл чи, може, навпаки «зшиває» між собою дві діаметрально протилежні за змістом науково-професійні теми. Однією з них була політична журналістика в контексті політичного дискурсу [1; 2; 3; 4; 6; 9], іншою – журналістика як творчість та органічна частина культури [5; 7; 8; 11; 12]. Його монографії, книги, статті, виступи на конференціях, лекції, дипломи і дисертації, написанням яких він керував, легко розсортувати на два окреслені напрямки.

Певно, було би зухвалістю стверджувати, що цілісний світ його міркувань утворювали дві, на перший погляд, дихотомічні цінності: творча розкутість мислення та демократизація державотворення через

медійну політику. Однак і ця версія також знайшла би докази, адже за своєю онтологією, за культурно-інтелектуальними координатами він був людиною двадцятого століття, яка ще вірила у силу і естетику слова, і яка усвідомлювала, що політика утворює макросистеми, що водночас руйнують і творять особистість. Публіцист для нього був літератором і мислителем, який міркує передусім політично – в межах поля політики, про політику, маючи політичний світогляд.

Він чимало писав про становлення української демократії, ставлячи у фокус, ясна річ, журналістський аспект [2; 3; 4; 6; 9], однак цікаво міркувати щодо того, чи був він демократом за суттю, тобто чи мав усвідомлену внутрішню згоду на протилежність поглядів та вільну дискусію у найбільш дражливіх політичних і професійних питаннях. Здається, тут також присутній уже згадуваний контраст особистості; навряд чи його аспіранти, докторанти чи дипломники визнали би його демократом у професійних стосунках, в яких він здебільшого був вимогливим до жорсткості, авторитарним і стійким до чужих і власних емоцій.

З іншого боку, він був однозначно демократом в тому, як ініціював наукові дискусії, що розгорталися у будь-якій науковій чи педагогічній локації, де він з'являвся: на кафедрі, на вченій раді, на захистах, поміж друзями у вузькому колі. Дискутував енергійно й азартно, але вдумливо і з увагою до інтелектуальних позицій інших, не ігноруючи молодших колег попри брак досвіду у них. І це вирізняло його поміж наукового середовища, яке було й лишається здебільшого консервативним та ієрархічним. Тож полярність його особистості була напрочуд колоритною: авторитарний по формі артикуляції та презентації рішень; і демократичний у ініціюванні живого діалогу та плюралізму ідей, в руйнації жорстких рангових систем.

У брошурах, що були створені у співавторстві із А. Чічановським «Політика. Преса. Влада» [3], «Світ інформації: особистість, суспільство, держава» [4], він центральною думкою проводить ідею демократизації інформаційного процесу. Однак висловлює її більшою мірою, як ідеаліст, романтик, майже поет від журналістики, а не як прагматик. Окреслюючи необхідність плюралізму у ЗМІ, вказує на те, що журналіст має сповідувати такі цінності як «добро, істину, справедливість», а також бути чесним і твердим у власних поглядах та у власній соціальній позиції [3, с. 33].

Як і більшість мислителів кінця ХХ століття він ідеалізував демократію та романтизував журналістську діяльність. Або щиро вірив у те, що демократія еволюціонуватиме, і коли-небудь журналісти, дійсно, стануть носіями істини і добра, а сама демократична система очиститься від вад. Три смислові категорії, які позбавлені романтизму, – особиста відповідальність, критицизм та інтелект, що протистоїть спрощеним картинам плюралістичного, але маніпулятивного світу

інформації, – увійшли в науковий дискурс пізніше. Утім, це не критика поглядів героя цього портрета, а лише зауваження, адже наступні покоління науковців знали, куди йти завдяки слідам попередників і завдяки шляхам, які ті зігнорували з різних причин. Однак покоління вчених, до якого належав В. Шкляр, задавало вектор, подавало імпульс, створювало тональність епохи.

На українському науковому ландшафті постать Володимира Шкляра була примітною, і доволі тривалий час панувала ідея, що йому вдалося створити власну наукову школу. Напевно, зараз зарано спростовувати чи доводити це, адже тільки час визначить внесок його учнів у теорію та практику журналістики та загалом у формування теорії соціальної комунікації; їхній професійний час триває, випробовуючи їх трансформаціями в науці, журналістиці, комунікації та в самій державі.

Утім, саме зараз вчасно вказати на одну унікальну його рису: він цінував яскравих і талановитих людей, і був для них своєрідним магнітом, каталізатором, провідником і архітектором професійних доль. Тут значущі для журналістського кола імена: науковець з енциклопедичними знаннями проф. О. Мелещенко, відомий український політолог та філософ, д-р пол. наук М. Розумний, знана громадська діячка, журналістка, педагог і науковець Д. Дуцик, успішна журналістка і в подальшому політтехнолог О. Яхно, яскравий педагог і непересічна особистість О. Гресько, журналіст міжнародного класу М. Малий та ін. І це тільки початок списку, який надто довгий для цього короткого тексту. Всі ті, кого він запросив до наукового шляху, педагогіки та журналістики, напевно, напишуть власні спогади, але можна припустити, що не спростують наступну думку: він був напрочуд щедрим та уважним до чужого професійного становлення. І він точно був творцем науково-професійного середовища.

Другою основоположною рисою його науково-педагогічної постаті була його «вірусність», захоплений науковим пошуком, формулюванням наукових тем, критикою того, що видавалося йому неякісним чи поверхневим, – він «заражав» власним азартом. І, власне, ті, хто проходили його школу, вирізнялися такою ж небайдужістю до науки, яку сповідував він сам.

Третя примітна і природна характеристика Шкляра-науковця – ясний, раціональний інтелект, який у поєднанні з досвідом позначався передусім на його вмінні чітко встановлювати наукову задачу та визначати інструментарій дослідження. Його робота з аспірантами та докторантами вирізнялася такими рисами, як широтою наукових тем, прозорістю дослідницьких гіпотез, якістю самих досліджень. Він був мірилом фаховості, і встановлена ним межа якості ніколи не падала. Наразі чимало формалізму, поспіху та поверхневої кон'юнктури в українському науковому дискурсі і надто мало фігур, які здатні були

би сказати «ні» цим тенденціям, будучи достатньо незалежними та сміливими.

Безсумнівно, знайдеться чимало людей, які напишуть про Володимира Шкляра, згадуючи інші штрихи його наукового профілю, вони будуть наближатися до власних істин в інтерпретаціях його діяльності та особистості. І це – природно, адже портретування – процес, в якому двоє, герой і автор, лишаються в інтимній глибині однієї свідомості. І герой значним чином залежить від дзеркала, яким його віддзеркалює портретист.

Останній штрих, який хочеться зробити, або ж найсміливіша гіпотеза щодо Володимира Івановича. У дискусіях, приватних розмовах він пересипав свою мову цитатами із поезії, художньої прози чи мемуаристики, долучаючи до контрасту професійні анекдоти, бувальщини та комічні життєві ситуації. І все це паралельно серйозному дослідницькому міркуванню щодо найскладніших проблем у межах інформаційної системи, інформаційного процесу чи політичного дискурсу. Його вербальна особистість також перебувала на контрасті високої культури, інтелектуалізму та народного гумору, а поетичний пафос урівноважувався цілком земними, часто іронічними спостереженнями. Можливо, кваліфіковані психологи зауважили би, що він боявся власної поетичності, а ті, хто його знав, скоріше за все, не оцінювали би, а визнали, що він був напрочуд чесним – у науці, житті, спілкуванні. Однозначно можна стверджувати, що його особистість мала унікальний, яскравий стиль мислення та комунікації.

Висновки дослідження замінені короткими мемуарними спостереженнями щодо героя цього науково-портретного тексту. Портрет Володимира Івановича Шкляра за жодних умов не міг би бути суто академічним, лишаючись при тому абсолютно чесним, хоча би тому, що герой повсякчас сам виписувався би з границь формальностей. Для тих, хто знав його особисто, це – очевидна річ. Харизматичний, афористичний, азартний, авторитарний, жорсткий і людяний водночас, він не цурався смачних діалогів про особисте, ненормативної лексики, алкоголю і всього того, що робить людину живою в слабкостях і чесною, цінною – в доланні їх. І все це поєднувалося в ньому із справжньою, непідробною жагою до мислення, із прагненням бути актуальним, тобто уважно слідкувати за тим, що відбувається в науці, політиці, мистецтві та практичній журналістиці, і не тільки слідкувати, але й активно впливати.

Певно, то був 2008 чи 2009 рік, коли Володимир Іванович, сміючись, зауважив, що коли-небудь я писатиму його портрет. Тоді і йому, і мені, вочевидь, здавалося, що час, про який ми говоримо, настане ще дуже не скоро. Що ж... ми завжди помиляємося щодо відстаней, коли йдеться про саме життя. Сьогодні той гіпотетичний день настав, коли я пишу ці рядки, пишу і до кінця не можу повірити,

що його вже немає поміж нас, як і багатьох його друзів, яких він так любив.

Мені випали різні ролі, які потрохи змінювалися: я була його студенткою на бакалавраті, магістранткою, аспіранткою, а потім колегою. Всі ці іпостасі були доволі непримітні і загублені поміж іншими напрочуд талановитими та успішними людьми, які його оточували. Він же став будівничим мого життя: подарував тему, яку я досліджую, і в якій працюю практично більше двадцяти років; ввів мене в академічну спільноту; переконав, що у мене вийде займатися педагогікою. Моя доля в університеті була визначена ним, і без нього я мала би інший шлях в науці й публіцистиці та іншу себе.

В останню нашу зустріч він був незадоволений тим, що я «не зростаю», очікуючи, вочевидь, від мене зовнішнього успіху у вигляді посад чи монографій, можливо, сталої репутації поміж іншими науковими персоналіями. Що ж – я навчилася у нього того, чого він не вчив: незалежності і свободі визначати цінніше і відкидати те, що вважаю вторинним. Однак це не означає, що я забула, хто встановив для мене фаховий фундамент і запланував проєкт. Чи можна за це віддячити? І чи знайдуться такі слова для того? Як бачу: всіх їх замало, а всі, що під рукою, – не ті.

Володимир Іванович подарував мені наукову тему, якою колись хотів займатися сам, і основою якої спочатку був жанр публіцистичного портрета, а моїм особистим продовженням та внеском стало розширення її до портретно-біографічної реконструкції особистості. Цей вектор мого наукового шляху одразу підсилювався практичною портретистикою, якій я присвятила близько п'ятнадцяти років.

Зараз виглядає так, що він сам подбав про те, як його портретуватимуть. Утім, краще мені би не писати цей текст, а сидіти на колишній кафедрі міжнародної журналістики, вікна якої виходили на північ, дослухатися до діалогу, спостерігати за іронічним обличчям, риси якого тьмяніють у сутінках та в диму цигарок, які він курить, не зупиняючись. Поруч – його друзі і колеги, мої колишні викладачі і мої старші колеги. Усі живі. У кожного – своя вічність моменту. І немає війни. І все – попереду, лише як гіпотетичний день і гіпотетичний текст.

Список використаної літератури

1. Гриценко О. М., Шкляр В. І. Основи теорії міжнародної журналістики. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2022. 304 с.
2. Мелешенко О. К., Чічановський А. А., Шкляр В. І. Інформація, інформаційний: словник термінів і понять для журналістів і політологів. Київ : Грамота, 2007. 72 с.

3. Чічановський А. А., Шкляр В. І. Політика. Преса. Влада. Київ–Миколаїв : Слов'янський діалог, 1993. 68 с.
4. Чічановський А. А., Шкляр В. І. Світ інформації : особистість, суспільство, держава. Київ–Миколаїв : Слов'янський діалог, 1995. 52 с.
5. Шкляр В. І. Енергія думки і слова. Київ : Вища школа, 1988. 197 с.
6. Шкляр В. І. Мас-медіа і виклики нового століття. Київ : Грамота, 2003. 47 с.
7. Шкляр В. І. Поет і газета. Радянська поетична публіцистика : специфіка, жанри, майстерність. Київ–Одеса : Вища школа, 1986. 180 с.
8. Шкляр В. И. Публицистика и художественная литература: продуктивно-творческая интеграция : автореф. дис. ... докт. филол. наук : 10.01.10. Киев : Киевский гос. ун-т им. Т. Г. Шевченко, 1989. 52 с.
9. Шкляр В. І. Формування інформаційного суспільства. *Вісник Київського нац. ун-ту ім. Т. Г. Шевченка. Серія «Журналістика»*. 2002. Вип. 10. С. 34–37.
10. Шкляр В. І. Мас-медіа : світ України і Україна і світ. Київ : ВПЦ «Київський університет», 1998. 102 с.
11. Шкляр В. І. Основи теорії журналістики. Київ : МІЛП–ВШОЛ, 1996. 199 с.
12. Шкляр В. І. Поетика журналістського твору. Київ : ВПЦ «Київський університет», 1995.

Анотація. У статті здійснено науково-портретну реконструкцію постаті Володимира Івановича Шкляра – українського вченого, педагога, публіциста та організатора наукової школи журналістикознавства. Проаналізовано ключові напрями його наукової діяльності, зокрема присвяченій політичній журналістиці, медійним процесам, а також журналістській творчості. Виокремлено особистісні та інтелектуальні риси, що визначали його науковий стиль, педагогічні підходи та вплив на професійні долі учнів. У роботі поєднано аналітичний огляд, біографічні штрихи та мемуарні спостереження, що дозволяє відтворити цілісний портрет ученого на перетині науки, культури та особистої комунікації.

Ключові слова: Володимир Шкляр, науковий портрет, журналістикознавство, політична журналістика, інформаційне суспільство, наукова школа, мемуаристика.

Сергій Гальчак,
доктор історичних наук, академік Української академії історичних
наук, професор кафедри журналістики,
реклами та зв'язків з громадськістю,
Вінницький державний педагогічний університет імені
Михайла Коцюбинського
(м. Вінниця)

ЗІ СЛОВОМ ЩИРИМ ПРО КОЛЕГУ

13 вересня 2024 року сумна звістка пройняла серця українських журналістів, науковців, студентів – у віці 78-и років поплинув у Вічність Володимир Іванович Шкляр. А на сьогодні йому виповнилося б уже 80!

Я багато років знав цю прекрасну людину. Він був знаним в Україні та за її межами науковцем, людиною активного способу життя, щедро обдарованою непересічним талантом, неспокійної вдачі особистістю, яка постійно перебувала у творчому пошуку, пізнанні нових сторінок незвіданого. Своєю багатолітньою, невтомною працею на ниві науки та журналістики, де почувався досить впевнено, заслужив належну шану, повагу, любов та високе визнання колег, друзів, а також держави – в 2005 році він один із перших серед майстрів пера Вінниччини був удостоєний почесного звання «Заслужений журналіст України».

Відзначався вмінням бачити перспективу справи, обирати ефективні методи для успішної її реалізації, доводити до логічного завершення розпочаті проєкти. Докладав зусиль до вдосконалення духовного та патріотичного виховання молодого покоління.

Був не лише доктором філологічних наук, професором, а й здібним публіцистом, провідним дослідником в галузі теорії і практики вітчизняних і світових ЗМІ.

Доля звела нас у Погребищі, де він народився, а я працював редактором районної газети «Колос», редакцію якої любили навідувати колишній її працівник, відомий український письменник-сатирик та журналіст Олег Федорович Черногуз, його колега Валентин Остапович Речмедін, славетна подільська фольклористка Настя Андріанівна Присяжнюк. Одного разу, балотуючись у депутати, переступив її поріг навіть Михайло Панасович Стельмах, чие ім'я носить нині наш факультет філології й журналістики. Буваючи у Погребищі, не раз спілкувався з редакційним колективом, особисто зі мною й Володимир Іванович Шкляр, який на той час уже був кандидатом філологічних наук, працював в Одесі доцентом, заступником декана, деканом філологічного факультету місцевого

державного університету, а згодом на цих же посадах – у відділенні журналістики Київського інституту політології і соціального управління.

Під час однієї з розмов виявилось, що ми були наймолодшими редакторами районів в області. Володимир Іванович у 1968 – 1973 рр. роках працював редактором калинівської райгазети «Прапор Перемоги», очоливши редакційний колектив у віці 23 роки. Мені ж, коли став редактором, зозулі збиралися накували тридцять.

Як уже зрілий фахівець, він щедро ділився досвідом, давав слухі поради. Саме за його рекомендацією я створив районну школу юнкорів «Гайдаровець», яка готувала резерв майбутніх позаштатних кореспондентів та яка налічувала десятки членів. Для найбільш активних із них було запроваджено щорічну премію імені Миколи Криницького – одного з перших сількорів районної газети. Сама ж районка завдяки проявленій творчій діяльності громадських кореспондентів у 1988 та 1989 рр. виходила переможцем Всесоюзного творчого конкурсу на кращу постановку масової роботи. Окремі випускники школи юнкорів згодом обрали журналістику своєю основною професією. У цих добрих справах була й вагома частка душі Володимира Івановича.

Крім того, він закликав мене стати також на шлях наукової діяльності. Особливо в кінці 1980-х років, коли сам працював над докторською дисертацією «Публіцистика і художня література: продуктивно-творча інтеграція». Врешті, його прохання були реалізовані.

У березні 2017 р. доля нас знову поєднала. З цього часу він – професор кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Я ж тоді був доцентом цієї кафедри.

Працюючи разом, не забував переймати досвід старшого колеги. Бо ж було чого повчитись у Володимира Івановича. Крім високих посад у різних вузах держави (крім згаданих вище – Одеського інституту політології і соціального управління, Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Міжнародного економіко-гуманітарного університету імені академіка Степана Дем'янчука (м. Рівне)), він автор близько 20 окремих видань, понад 200 наукових статей. Серед основних напрямів наукової роботи – теорія і практика масової комунікації, її вплив на геополітичні процеси. Ініціатор випусків кафедральних книжкових серій «Українська журналістика: вчора, сьогодні, завтра» (1997 – 1999), збірників наукових праць «Українська журналістика в контексті світової» (1997 – 2002), «Публіцистика і політика» у трьох випусках (останній вийшов як перший спільний україно-польський,

підготовлений разом із науковцями Познанського університету) та інших видань.

Неодноразово був головою екзаменаційних комісій, коли студенти закладів вищої освіти, у т. ч. й факультету філології та журналістики Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського, захищали свої кваліфікаційні роботи, складали заключні екзамени. При цьому проявляв високу ерудованість, шанобливе ставлення до майбутніх випускників, об'єктивно оцінював набутий ними рівень знань.

Нині нелегко усвідомлювати, що Володимира Івановича Шкляра фізично уже не має серед нас. Що більше не побачимо його усміхненого обличчя, не почуємо його слухних, щирих, мудрих порад.

Вічна Вам пам'ять, шановний колего, дорогий Навчителю!

Віталій Гандзюк,

кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю, декан факультету філології й журналістики імені Михайла Стельмаха, Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського (м.Вінниця) v.o.handziuk@gmail.com

НАУКОВІ ПОГЛЯДИ ПРОФЕСОРА ВОЛОДИМИРА ШКЛЯРА КРІЗЬ ПРИЗМУ ПУБЛІКАЦІЙ У ЗБІРНИКУ «ЖУРНАЛІСТИКА Й МИСТЕЦТВО СЛОВА»

Професор Володимир Шкляр – знаний в Україні дослідник в галузі теорії і практики вітчизняних і світових медіа. З 2004 по 2024 рік він працював на кафедрі журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. За цей час учений опублікував низку вагомих наукових праць, зокрема у кафедральному збірнику наукових статей «Журналістика й мистецтво слова». Серед його публікацій – три концептуально важливі статті: «Глобалізація й інтеграція: питання культурної і національної ідентичності європейців», «Бар'єри слова (казуальні нотатки)» та «Мас-медіа і соціокультурна реальність».

У наукових розвідках професора Володимира Шкляра глибоко осмислюються процеси трансформації сучасного інформаційного простору, виклики глобалізації та роль медіа у формуванні культурної ідентичності. Дослідник звертає увагу на складні взаємовпливи між

засобами масової інформації, суспільством і духовною культурою, окреслюючи не лише загрози, а й можливості, які відкриваються перед сучасною журналістикою. Ці статті є важливими для розуміння тенденцій розвитку українського та європейського медійного простору, зокрема у контексті збереження національної самобутності й утвердження гуманістичних цінностей у добу глобальних змін.

Стаття професора Володимира Шкляра *«Глобалізація й інтеграція: питання культурної і національної ідентичності європейців»* [2] є глибоким науково-аналітичним осмисленням складного процесу взаємодії глобалізаційних тенденцій і збереження національної самобутності в сучасному світі. Автор зосереджується на тому, як інтеграційні процеси впливають на культурну ідентичність європейців, і яку роль у цьому відіграють засоби масової інформації.

Професор В. Шкляр наголошує, що інтеграція – природний процес для людства, який базується на прагненні до впорядкованого світу, де людина почувається безпечно. У ХХ столітті, за його спостереженням, у Європі сформувалися дві моделі інтеграції – «полілогічна» (західна) та «монологічна» (східна). Перша передбачає діалог культур, взаємоповагу та співіснування багатоманітності, тоді як друга тяжіє до уніфікації, одноманітності й домінування однієї моделі мислення. Ця аналітична опозиція дозволяє зрозуміти глибинні культурні розбіжності в підходах до європейської інтеграції.

Вчений відзначає, що глобалізація несе двоїстий характер: з одного боку, вона стимулює демократичні процеси та сприяє обміну знаннями, а з іншого – загрожує розмиванню національних кордонів, послабленню самосвідомості народів і втраті культурної унікальності. Особливу увагу автор приділяє проблемі національної ідентичності, аналізуючи її в трьох вимірах – інструментальному, істотному та плюралістичному. Спираючись на ідеї Монро Прайса, В. Шкляр показує, як національна ідентичність може стати водночас механізмом самоусвідомлення й інструментом політичного контролю. Він застерігає, що в руках владних структур поняття національної ідентичності може перетворитися на «ширму» для цензури, обмеження свободи слова й придушення різноманітності думок.

Цікавим є спостереження автора щодо зв'язку між урядовою політикою і свободою медіа. Європейська традиція, на його думку, більш гнучка і поміркована у питанні захисту культурної ідентичності, тоді як американський підхід акцентує на індивідуальних правах і свободах, іноді нехтуючи колективними цінностями. В. Шкляр підкреслює, що сучасні зміни в комунікаційних технологіях мають двоїстий вплив: вони одночасно розширюють можливості для культурного самовираження і руйнують механізми державного захисту національної ідентичності.

Автор переконливо доводить, що питання культурної ідентичності нерозривно пов'язане з функціонуванням засобів масової інформації. Саме ЗМІ, за його словами, стають аренами, де точиться боротьба за «пам'ять науки», за контроль над колективним знанням і способом його передавання. У соціалістичний період ЗМІ слугували засобом ідеологічного впливу – розповідали про трудові досягнення, п'ятирічки, героїзм робітників. У нових суспільствах, що пережили трансформацію, вони продовжують формувати уявлення про «новий прогрес» – але вже у вигляді історій про інвестиції, західні бренди чи економічну модернізацію. Це свідчить, що медіа залишаються головним інструментом формування колективної свідомості, лише змінюючи ідеологічні орієнтири.

Професор В. Шкляр із тривогою говорить про кризу сучасної журналістики, яка, на його думку, стрімко втрачає національне обличчя, підмінюючи автентичність «загальнолюдськими цінностями» у надто стандартизованій формі. Він констатує, що розрив між суспільством, владою і медіа призвів до втрати довіри й відчуження, а відсутність зрозумілої національної ідеї породила духовний вакуум. Особливо гостро вчений відчуває зникнення колективних і соборних цінностей, на місце яких прийшов індивідуалізм і культ збагачення. Це не просто соціальні зміни – це ознаки трансформації ментальності, що впливає на ідентичність на рівні культури, моралі та світогляду.

Стаття має вагомий науково-філософський потенціал, адже автор не просто описує процеси, а намагається осмислити їх через категорії пам'яті, діалогу, самоусвідомлення. Його висновки залишаються актуальними й нині: без плекання національної ідентичності, без уваги до культурних кодів і мовної самобутності неможливо вибудувати цілісне європейське майбутнє. Збереження власного культурного голосу в умовах глобалізації – це не замкненість, а спосіб зберегти духовну рівновагу і повагу до різноманіття.

Разом із тим стаття має оглядовий, радше есеїстичний характер, у ній бракує чітко визначеної методології, новіших джерел і конкретних кейсів. Проте її теоретична глибина, інтелектуальна послідовність і гуманістичний пафос роблять цю працю вагомим внеском у сучасне українське медіазнавство. Професор Шкляр демонструє здатність мислити масштабно, бачити глобальні процеси крізь призму національної культури й переконливо доводить, що ідентичність – не музейний артефакт, а жива матерія, яка потребує постійного плекання, переосмислення та захисту.

У статті професора Володимира Шкляра *«Бар'єри слова (казуальні нотатки)»* [1, с. 7–10] розкривається філософсько-практичне осмислення сучасної журналістики, її методологічних підвалин, викликів доби та духовно-естетичних вимірів. Автор

починає з твердження, що ефективність медіа безпосередньо залежить від оновлення методичного арсеналу журналістики. Він проводить чітку межу між двома типами журналістської методики – застарілою авторитарно-догматичною та новою проблемно-пошуковою. Перша характеризується цитатодоказами, нетерпимістю до інакомислення, замовчуванням фактів, формалізмом, друга ж – спирається на демократизм, гласність, дискусійність, свободу слова і творчий пошук. Цей перехід, на думку автора, є не лише професійним, а й світоглядним зрушенням, що знаменує формування зрілої журналістики демократичного суспільства.

Професор В. Шкляр акцентує, що сучасні медіа мають виконувати важливу соціальну місію – утверджувати соціальну справедливість, моральні та правові норми, формувати почуття відповідальності перед суспільством. Проте реалії інформаційного простору України в умовах політичного плюралізму супроводжуються новими загрозами – поширенням фейків, маніпуляцій, інформаційного авантюризму. Учений трактує «фейкізм» як природний продукт інформаційно-психологічного протистояння, своєрідну «генетичну рису журналістики», що водночас виявляє її потенціал і вразливість. У цьому контексті він говорить про небезпеку девальвації правди і довіри, про необхідність збереження журналістського сумління як найвищої цінності професії.

Важливою думкою статті є наголос на тому, що в умовах інформаційних воєн і гібридної агресії журналістика набуває статусу інтелектуальної зброї. Професор підкреслює, що сучасна українська журналістика – унікальна: вона є «журналістикою періоду інформаційно-психологічних війн». Саме тому для неї критично важливим є дотримання принципів об'єктивності, точності, коректності та цілісності. Ці цінності мають стати не зовнішньою вимогою, а внутрішнім етичним законом журналіста.

Автор також торкається поняття права журналіста на помилку, вбачаючи у ньому вияв людяності й творчої свободи. Помилка, за В. Шклярем, не є свідомим викривленням істини, а радше наслідком пошуку, спроби знайти власний шлях до правди. Проте це право не звільняє від відповідальності перед суспільством, адже головний капітал журналіста – довіра аудиторії, яку легко втратити і важко повернути.

Далі В. Шкляр переходить до аналізу естетичного аспекту журналістики, який він називає «естетикою слова». Він зауважує, що сучасна журналістика часто вдається до гіперреалізму – надмірного наголошення на фактах, деталях, сенсаційності, що межує з безглуздям. Таке прагнення до «надправдивості» може спотворювати реальність, перетворюючи її на шоу. Тому, наголошує автор, необхідно повернути журналістиці естетичну функцію – відчуття міри, гармонії,

краси вислову. Адже журналістика – це не лише інформування, а й мистецтво слова, що формує культурний простір і духовну свідомість суспільства.

В. Шкляр підсумовує, що журналістська культура є складовою естетичної культури народу. Вона відображає моральні, соціальні та політичні ідеали часу, задовольняє естетичні потреби людини, впливає на її ціннісні орієнтири. «Творчість за законами краси» – це, на його переконання, вища форма журналістського покликання, у якій поєднуються істина, етика і естетика.

Таким чином, стаття «Бар'єри слова» – це не просто сукупність роздумів про стан сучасної журналістики, а своєрідний інтелектуальний маніфест професора Володимира Шкляра. У ній поєднуються гостра публіцистичність і філософська глибина, досвід практика і рефлексії мислителя. Учений утверджує ідею відповідальної, інтелектуальної, духовно зрілої журналістики, для якої слово – не зброя руйнування, а інструмент творення істини, краси й моральної рівноваги в суспільстві.

У статті професора Володимира Шкляра «*Мас-медіа і соціокультурна реальність*» [3, с. 11–14] представлено глибокий філософсько-комунікативний аналіз ролі сучасних засобів масової інформації в духовній культурі суспільства. Учений розглядає медіа не лише як технічний інструмент поширення інформації, а як складну систему соціокультурних смислів, що визначає ціннісний та ментальний стан цивілізації.

На початку дослідження автор підкреслює, що роль мас-медіа в сучасному світі детермінується трьома головними чинниками: їхнім впливом на життєдіяльність суспільства, вибухоподібним зростанням обсягів соціальної інформації та новим розумінням культури як динамічної системи обміну знаннями. Шкляр констатує явище «інформаційного вибуху», яке породжує потребу у створенні більш потужної, технічно досконалої і водночас гуманістично орієнтованої системи медіа, здатної не лише інформувати, а й виховувати, формувати духовні смисли.

Професор звертає увагу на зміну самої природи комунікації у добу цифрових технологій. Якщо раніше поняття «комунікація» нерідко вживалося як синонім «інформації», то тепер воно набуло глибшого змісту – інтерактивності, взаємодії, зворотного зв'язку. Цей перехід, на думку Шкляра, знаменує становлення нового комунікативного мислення, де людина не лише споживає інформацію, а стає її активним співтворцем. Саме тому сучасна культура все частіше вибудовується навколо поняття «медіареальності», в якій інформаційний простір стає невід'ємною частиною людського буття.

Учений вводить низку понять, що позначають сучасні феномени медіакультури: медіа-бізнес, медіа-рилейшнз, медіаподії, медіаідоли,

медіаміфологія, медіазалежність. Він наголошує, що мас-медіа нині не просто інформують, а формують систему цінностей, стиль мислення і навіть спосіб життя. Людина сучасного світу дедалі більше занурюється у віртуальність, стаючи водночас її творцем і заручником. Під впливом глобалізації з'являються нові терміни – «телепраця», «телемедицина», «телереферендум», «телешопінг», які вказують на розширення меж людського досвіду у віртуальному просторі. Такі слова, як «гіпер», «супер», «віртуальний», відображають не лише технологічний прогрес, а й нову ментальність, схильність до надмірності, до уявної реальності, де інформація витісняє безпосередній людський контакт.

Попри все це, В. Шкляр наголошує на неперехідній цінності Слова. Яким би не був технічний прогрес, істинна комунікація можлива лише тоді, коли зберігається людський зміст мовлення – моральний, етичний, духовний вимір слова. Воно може транслюватися через радіо, телебачення, інтернет, але не повинно втрачати свою сутність – бути живим носієм думки і почуття. Науковець застерігає від небезпеки технологізації спілкування, коли інформація перетворюється на холодний потік сигналів, позбавлений душі.

Мас-медіа, за В. Шклярем, – це не лише канали комунікації, а «культурні форми спілкування», що формують структуру суспільної свідомості. Вони визначають характер духовних процесів, впливають на цінності, орієнтири, поведінку людей. Справжнє покликання медіа – сприяти розвитку суспільства, поглибленню його самосвідомості, зміцненню зв'язків між поколіннями. Через обмін знаками, символами, образами передається культурна пам'ять народу – від традицій до сучасних інновацій.

Професор наголошує, що культура – це не застигла система, а процес постійного обміну духовно-інтелектуальними цінностями. Мас-медіа у цьому процесі виконують роль каталізатора: вони не лише фіксують зміни, а й задають напрям еволюції суспільної свідомості. Проте цей процес двозначний: з одного боку, медіа розширюють горизонти пізнання, з іншого – створюють ризик формування поверхової, віртуалізованої культури, де глибокі сенси поступаються видовищності.

Загалом стаття «Мас-медіа і соціокультурна реальність» – це глибока наукова рефлексія про місце журналістики у світі глобальних комунікацій. Володимир Шкляр закликає не зводити медіа до рівня технічного феномену чи комерційного інструмента. Для нього журналістика – це духовна сфера, покликана зберігати баланс між технологічним поступом і гуманістичними цінностями. І поки слово залишається живим, людським і моральним – доти культура має шанс на розвиток, а суспільство – на збереження своєї душі.

Отже, у наукових працях професора Володимира Шкляра – «Глобалізація й інтеграція: питання культурної і національної ідентичності європейців», «Бар'єри слова (казуальні нотатки)» та «Мас-медіа і соціокультурна реальність» – послідовно вибудовується цілісна концепція розуміння журналістики як духовно-культурного феномена, тісно пов'язаного з ідентичністю, мовою та ціннісними орієнтирами нації. Узагальнюючи ідеї трьох статей, можна сказати, що Володимир Шкляр пропонує гуманістичну філософію медіа, в основі якої – три ключові принципи: культура слова як основа національної ідентичності; етична відповідальність журналіста як творця смислів; збереження духовного виміру комунікації в добу цифрових технологій. Відтак, ці тексти можна розглядати як три взаємопов'язані складові однієї наукової парадигми, у центрі якої – людина слова і відповідальність медіа за духовний стан суспільства.

Його наукова думка вирізняється глибиною, аналітичністю та духовною зрілістю. У світі, де інформація дедалі частіше замінює зміст, а технології – людину, В. Шкляр нагадує: тільки тоді, коли слово залишається моральним і правдивим, журналістика може бути справжнім інструментом культури, а не її симуляцією.

Список використаної літератури

1. Шкляр В. Бар'єри слова (казуальні нотатки). *Журналістика й мистецтво слова* : збірник наукових статей / Гол. редактор В.М. Каленич; ВДПУ імені Михайла Коцюбинського. Вип. 10. Вінниця: ФОП Корзун Д.Ю., 2018. С. 7 – 10.
2. Шкляр В. Глобалізація й інтеграція: питання культурної і національної ідентичності європейців. *Журналістика й мистецтво слова* : збірник наукових статей / Гол. редактор В.О. Гандзюк; ВДПУ імені Михайла Коцюбинського. Вип. 4. Вінниця, 2012. С. 22 – 28.
3. Шкляр В. Мас-медіа і соціокультурна реальність. *Журналістика й мистецтво слова* : збірник наукових статей / Гол. редактор В.М. Каленич; ВДПУ імені Михайла Коцюбинського. Вип. 9. Вінниця: ФОП Корзун Д.Ю., 2017. С. 11 – 14.

Анотація. У статті здійснено аналіз наукових праць професора Володимира Шкляра, опублікованих у збірнику «Журналістика й мистецтво слова». Зокрема, розглянуто статті «Глобалізація й інтеграція: питання культурної і національної ідентичності європейців», «Бар'єри слова (казуальні нотатки)» та «Мас-медіа і соціокультурна реальність». Досліджено основні концепти, що визначають науковий світогляд ученого: проблеми глобалізації, національної ідентичності, журналістської етики, інформаційної культури та ролі медіа у формуванні духовного простору суспільства. У роботі підкреслено системність мислення

професора Шкляра, його глибоке розуміння журналістики як соціокультурного феномена та вагомий внесок у розвиток української медіанауки.

Ключові слова: Володимир Шкляр, професор, журналістикознавство, глобалізація, національна ідентичність, медіа, соціокультурна реальність, етика слова, медіаграмотність.

Мар'ян Житарюк,

доктор наук із соціальних комунікацій, професор кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю, Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського
(м. Вінниця), marian.zhytaryuk@vspu.edu.ua

СВІТОГЛЯДНА ВІЗІЯ ПРОФЕСОРА ВОЛОДИМИРА ШКЛЯРА

Постановка наукової проблеми та її значення. Постать професора Володимира Івановича Шкляра в контексті сприйняття його як журналіста, вченого, педагога і наставника завжди викликати захоплення і смуток. Захоплення – тим, скільки добра зробив іншим наш друг і вчитель, смуток – бо його, на жаль, більше немає серед нас.

Володимир Іванович був тією непересічною особистістю, яка не просто допомагала іншим – у розробці навчальних дисциплін, порадах щодо концептуального осмислення наукових текстів, рецензуванні й опонуванні дисертацій. Він бачив на десятиліття наперед, його думки, іноді парадоксальні, були пророчими і правильними в контексті розвитку української журналістської науки і журналістської практики. У цьому контексті доречно згадати й середину 2000-х, коли він з доцентами О. Г. Мукомелою і О.К. Мелешенком доклав значних зусиль для започаткування і розвитку журналістики у Вінницькому державному педагогічному університеті імені Михайла Коцюбинського. Тоді ж рекомендував і мене для співпраці з «земляками-вінничанами». Відтоді минає чверть століття, у ВДПУ відбулося вже багато випусків бакалаврів і магістрів. Значною мірою, завдяки інтелектуальним, організаційним, викладацьким зусиллям професора В. І. Шкляра, можна говорити про вінницьку школу журналістики академічного рівня.

Короткий аналіз досліджень цієї проблеми. Раптова смерть Володимира Івановича 12 вересня 2024 р., коли він, повний інтелектуальної енергії і планів, готовий працювати зі студентами,

відійшов у засвіти, стала непоправною втратою для української науки загалом і науковців зокрема, у т. ч. десятків докторів і кандидатів наук, яким Володимир Іванович допомагав як формальний і науковий керівник, і як колега, який щось підказував (ідею, концепцію, поетику наукових робіт), і тим, у кого були інші наукові керівники. Він перечитав десятки дисертацій, написав безліч відгуків як офіційний опонент, виступав, ставив питання, полемізував на захистах дисертацій, рецензував наукові праці в Україні та за кордоном. Без Володимира Івановича частина теперішніх науковців-журналістів ніколи не закінчила б своїх наукових робіт, а частина – і не розпочала б шлях дослідника, викладача. Більшість з його учнів пам'ятають свого вчителя, можливо, не всім вистачає часу й відваги про це говорити публічно (у країні все-таки триває екзистенційна війна).

Пам'ятають Володимира Івановича у різних куточках нашої країни і за кордоном. Зі свого боку, ми присвятили метрові журналістики кілька виступів, зокрема: надрукували статтю «Наукова візія професора Володимира Шкляра» у «Віснику Львівського університету. Серія журналістика» [2], у збірнику тез конференції на факультеті журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка «Володимир Шкляр: журналіст, учений, педагог» [1]. Знаю, що готується книга спогадів про Володимира Івановича в Інституті журналістики КНУ ім. Т. Шевченка. Це з одного боку.

З іншого боку, хотів би акцентувати увагу на концептуальних засадах розуміння конструювання державотворення з допомогою медіа. Зокрема, міркування в контексті європейського майбутнього професор В. І. Шкляр оприлюднив у науковому виданні «Україна на шляху до Європи», одним з упорядників якої і був, у своєму виступі-бестселері «Вектори часу» [6]. На мою думку, з цим текстом, на якому головно й акцентуватиму, повинні бути ознайомлені як відповідальні за інформаційну безпеку держави, так і всі учасники медійного процесу в Україні. Чимало наративів професора В. І. Шкляра виявилися пророчими і не розпізнаними до початку повномасштабного вторгнення рф в Україну.

Мета і завдання розвідки. Мета нашого виступу – віддати належне Людині з великої літери – медіаконцептуалістові В. І. Шкляреві. **Завдання** – відзначити професіональні вміння В. І. Шкляра як журналіста і вченого, акцентувати на його світобаченні перспектив, місця і ролі українських мас-медіа та нових викликів нашої держави, національної журналістики у світовому контексті в умовах глобалізації.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.

Володимир Іванович Шкляр – почесний доктор Київського міжнародного університету, започаткував серії видань на кафедрі

міжнародної журналістики в ІЖ КНУ, член редколегій низки інших наукових видань: «Вісник Київського університету. Серія журналістика», «Вісник Львівського університету. Серія журналістика», «Наукові записки Інституту журналістики», журналів «Журналіст України», «Пам'ять століть», «Універсум», альманаху «Святий Володимир». Також В. І. Шкляр працював у першому складі експертної ради ВАК України з філологічних наук і мистецтвознавства, був членом спеціалізованих вчених рад Інституту журналістики, Інституту філології Київського національного університету ім. Т. Шевченка, читав лекції в Познанському університеті імені Адама Міцкевича (УАМ, Польща), в останні десятиліття був професором у Вінницькому державному педагогічному університеті імені Михайла Коцюбинського.

Авторський науковий доробок професора В. І. Шкляра більш ніж значний: майже 20 окремих видань та понад 200 наукових статей, а його індекс у Гугл Академії рік після смерті – 18 пунктів, 607 цитувань! [5]. Як мовиться, й живі можуть позаздрити.

Цілі покоління журналістів в Україні вирости на підручниках, посібниках, монографіях, тезах лекцій авторства і співавторства В. І. Шкляра, зокрема, це: «Політика, преса, влада», «Світ інформації: особистість, суспільство, держава», «Журналістська майстерність: поетика журналістського твору», «Основи журналістики», «Основи теорії журналістики: конспект лекцій», «Теорія і методика журналістської творчості», «Основи теорії журналістської діяльності: Навчальний посібник», «Преса і політика: проблеми, концепції, досвід: Монографія», «Основи теорії міжнародної журналістики: Підручник», «Мас-медіа і виклики нового століття», «Інформація, інформаційний: Словник термінів і понять для журналістів і політологів» [2]. Особливо цінною, проривною була його концептуальна, світоглядна розвідка «Вектори часу» в науковому виданні «Україна на шляху до Європи», де професор В. І. Шкляр був співупорядником [6].

Ось тільки деякі думки професора В. І. Шкляра з цієї праці, опублікованої майже 20 років тому:

«Для України ідея євровибору – не абстракція. Під нею мається на увазі демократія, ринкова економіка й поважання прав людини... ключовими посередниками у цій геополітичній грі опиняються мас-медіа. І при цьому їх роль – не горезвісний піар вчинків влади, а принципово нова: засобам масової інформації належить показати нашим громадянам Європу в усій привабливій силі й зробити рух в її бік однією зі складових національної ідеї... ЗМІ повинні відіграти роль, від якої уже досить сильно відвикли. Мова йде про просвітництво» [6, с. 226].

Кардинальні зміни у розстановці ідеологічних пріоритетів світової спільноти стали наслідком домінування у сфері міжнародної масової комунікації правил нового міжнародного інформаційного і комунікаційного порядку. Володимир Іванович називає їхні основні стратегічні постулати: - упровадження інвестицій в інфраструктуру, збільшення і модернізація комунікаційних засобів країн; - забезпечення людських і технічних ресурсів, пріоритети у використанні відповідних технологій; - підготовка досліджень з проблем соціокультурного впливу комунікаційних медіа і нових технологій на культурну ідентичність народів; - розвиток програм, спрямованих на просвітництво, освіту користувачів комунікаційних медіа [6, с. 227-228]. У контексті реалізації громадянського суспільства в Україні, особливо актуальними, на думку Володимира Івановича, є два аспекти проблеми євроінтеграції: «мас-медіа й формування європейського мислення; формати національної ідентичності та ЗМІ» [6, с.228].

Ці аспекти актуальні і досі, більш того, їх масово почали усвідомлювати лише після початку повномасштабного вторгнення РФ в Україну 24 лютого 2022 р., тобто понад півтора десятиліття було втрачено українською владою, національними елітами й медіаспільнотою. У підсумку, як і в перші десятиліття після проголошення нашої державності, низка окремих політико-економічних метаідей («Україна потрібна світові», «Світ обирає Україну») виявилась просто гаслами, сумнівними тезами, «логічним софізмом» («Народи європейських держав живуть заможнo»; «Народ України – заможний») [6, с. 229]. Тому «ідеї європеїзації в історико-культурному і політичному аспекті реалізувалися і мають реалізуватися у трьох площинах: 1) **елітній** (еліта нації / держави пропагувала і пропагує ідеї європейського вибору); 2) **державний** (приміром, як це зробили країни європейської орієнтації, в тому числі й Україна, на рівні владних структур); 3) **національний** (коли означені ідеї стають масоводомінантними в сучасній політичній культурі нації)» [6, с. 230].

На мою думку, усі ці ідеї могли б успішно реалізуватися, якби не тотальне проникнення в різні українські структури (від національних і політичних еліт до виконавчих органів і куплених мас-медіа) московських чужинців – представників їхньої поп-культури, режисерів, письменників, політологів, а головне – чужих політиків і силовиків, без яких годі було собі уявити пересічне ток-шоу на телеканалах в Україні, якби не масова зрада номінально українських політиків і силовиків, частина з яких сьогодні живе в путінській росії, починаючи від Віктора Януковича та Ніколая Азарова, які займали ключові посади в нашій країні, народних депутатів, прокурорів, суддів, церковної агентури московського патріархату тощо... Підкуп, хитрість,

дурість і зрада – головні чинники, які гальмували й унеможливлювали європейський розвиток України, попри численні формальні декларації щодо перспектив вступу до ЄС і НАТО.

У модифікації національного медіапростору мали місце і стратегічні «промахи». *Стихийний етап* визначало американо-російське епігонство з клонуванням не найкращих зразків творчості. *Раціональний етап*, як його визначив Володимир Іванович, з національним змістом і оформленням, після Майдану 2004 року перебував у зародковому стані, доки промосковські сили не взяли реванш і не посадили у крісло президента В. Януковича. Звісно, що ні до, ні після на стабілізацію інформаційної політики в нашій країні не мали впливу ні Національна спілка журналістів України, ні асоціація працівників ЗМІ, ні гільдія головних редакторів ЗМІ, ні інші громадські організації країни [6, с. 231].

В. І. Шкляр з гіркотою констатував, що «потенціал регіональної преси, найбільш впливової медіаланки, досі не реалізований, організаційна ж розруха її в силу економічних обставин триває. Питання ж формування національного європейського мислення без регіональної преси не розв'язати. Ситуація ускладнюється і тим, що упродовж десятиліття в Україні немає повнокровних, справді національних ЗМІ» [6, с. 231-232].

До слова, цілком підтримую позицію свого друга і наставника. Від себе додам: національні мас-медіа завше боролися за виживання і не мали ресурсів конкурувати з маскультовою антиукраїнською епігонщиною, перебували на ресурсному та іміджевому маргінесі. Лише майдани і війна змінили ситуацію. До цього в Україні домінували не українські медіа, а ЗМІ України (у т. ч. й антидержавні, чужомовні, як-от «Сьогодні», «Газета 2000», «Інтер» тощо) та ЗМІ в Україні (переважно чужинські, московські, «Известия в Украине», «КП в Украине», «Труд в Украине» тощо).

Тому розмисли над форматами національної ідентичності та ЗМІ привели Володимира Івановича до дипломатичного формулювання: «Пошуки національної журналістської самоідентичності тривають. Розрив між суспільством і владою, між суспільством і ЗМІ <...> поставив журналістику в таке становище, коли вона опинилась відчуженою як від суспільства, так і влади» [6, с. 237], адже всі учасники комунікаційного процесу втратили довіру один до одного.

Професор В. І. Шкляр констатує як факт і те, що сучасна журналістика втрачає національне обличчя, активно впроваджує у свідомість аудиторії якісь «посередні» стереотипи масової свідомості й поведінки. Усе подається під гаслом «загальнолюдських цінностей». Натомість процес ідентифікації журналістики й суспільства прямо пов'язаний з наявністю державної національної ідеї, зрозумілої ідеології. «У XIX столітті плановою була концепція офіційної

народності, за часів радянської влади – партійність, а сьогодні – вакуум» [6, с. 237].

На питання «чи зможуть нові підстави національної ідентичності, зокрема, індивідуалізм замість соборності, збагачення як мета існування, конкурувати з популярними світовими трендами», Володимир Іванович відповідає, що глобалізація може виявитися тільки тимчасовим подоланням кордонів технологією, адже найважливішими є родина, держава, церква [6, с. 238].

Висновки. Постать Володимира Івановича Шкляра – професора, теоретика журналістики, медіазнавця, концептуаліста, що мислив глобально, стратегічно, а не тактично чи містечково, який володів блискучим талантом публіциста й усного оратора, – поки що до кінця не вивчена.

Наративи світоглядної публіцистики В. І. Шкляра, його світоглядна візія зокрема, певним чином унікальні, неповторні, а певним чином відображають українські традиції, зокрема, І. Франка, М. Хвильового, Є. Сверстюка, М. Шлемкевича [4].

Мені пощастило бути знайомим з Володимиром Івановичем майже 28 років, спільно реалізовувати проекти з обміну спеціалізаціями «Міжнародна журналістика» між Львовом і Києвом, консультуватися у статусі докторанта над підготовкою монографії і дисертації [3], працювати разом на кафедрі журналістики у Вінниці. А ще – радитися, диспутувати і навіть іноді полемізувати. Відверто кажучи, і мені, і багатьом друзям бракуватиме такої щирої і розумної людини, яка всім прагнула допомогти, яка вважала, що немає безвихідних ситуацій.

Список використаної літератури

1. Житарюк М. Г. Володимир Шкляр: журналіст, учений, педагог. *Сучасні медіа: тематично-змістові моделі та трансформації*. Збірник матеріалів звітної наукової конференції за 2024 рік (секція «Журналістики»), Львів, Україна, 6-7 лют. 2025 р. Львів : Простір-М, 2025. С. 71-73. URL: <https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2025/09/Zbirnyk-tez-zvitnoi-konferentsii-za-2024-rik.pdf>
2. Житарюк М. Г. Наукова візія професора Володимира Шкляра. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*. 2025. Вип. 56. С. 250-263. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2025.56.13278>
3. Житарюк М.Г. Соціокультурна модель журналістики: традиції і новаторство: Монографія. Львів: Простір-М, 2008. 416 с. URL: https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2014/11/monograf_a5_cd.pdf

4. Лось Й. Д. Публіцистика й тенденції розвитку світу: Навчальний посібник для вищих навчальних закладів III–IV рівнів акредитації: У 2 ч. Ч. 1. Львів: ПАІС, 2008. 376 с.

5. Шкляр Володимир Іванович (2024,08.12). URL: <https://scholar.google.com/citations?user=nJnrRoAAAAJ&hl=uk>

6. Шкляр В. Вектори часу. Україна на шляху до Європи / упоряд.: В. І. Шкляр, А. В. Юричко. К.: Етнос, 2006. С. 226–264.

Анотація. Статтю присвячено В. І. Шкляреві, його концептуалізму і філософічності в роздумах про національну ідентичність українських мас-медіа, проблеми журналістики, влади, суспільства у світовому контексті, зокрема, у праці «Вектори часу». Аналіз поглядів проф. В. І. Шкляра дозволяє констатувати не тільки його наукову, а й світоглядну візію. Наукові і науково-публіцистичні тексти В. І. Шкляра варто осмислювати не тільки, щоб знати, а також, щоб на їхній основі творити нові сенси.

Ключові слова: наукова візія Володимира Шкляра, світоглядна візія професора В. Шкляра, В. Шкляр як викладач, Володимир Шкляр як наставник і педагог, міжнародна журналістика, українська журналістика.

Володимир Каленич,

кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю, Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського (м.Вінниця)
kalenychv@gmail.com

ПОЕТИКА ЖУРНАЛІСТСЬКОГО ТВОРУ В КОНЦЕПЦІЇ В.І. ШКЛЯРА

Постановка наукової проблеми. У науковій та практичній діяльності Володимира Івановича Шкляра найбільш виразно виокремлюються два вектори: суспільно-політичний і теоретико-методичний. Дослідницькі інтереси професора охоплюють широкий спектр журналістських проблем: суспільство та інформація у світовому та національному контекстах, перспективи і шляхи формування інформаційного суспільства в Україні, журналістика й суспільство та їхня кореляція, соціальна норма в журналістській діяльності, вектори взаємодії преси і влади, масмедіа й соціокультурна реальність, потенціал і ресурси національного інформаційного простору й проблеми його продуктивно-творчої інтеграції у світовий тощо.

Зокрема, звертав увагу на вплив журналістської думки на суспільство, владу, утвердження суспільної справедливості, етичних категорій і моральних чеснот, також на відповідальність за свою творчу діяльність. Підкреслював: «Журналістика – особлива сфера суспільно-політичної діяльності, що має свої творчі властивості» [1, с.5].

У теорії та методиці журналістської майстерності науковець надає особливого значення журналістиці як творчому процесу, що засвідчує низка наукових публікацій [1; 2; 4; 5; 6; 7; 8]. Засадничою в концептуальній парадигмі В. Шкляра є теза: «До вічно важливих проблем теорії журналістики, на наш погляд, належить поетика журналістського (публіцистичного) твору, а конкретніше – система змістових елементів: факт, аргумент, ідея, проблема, концепція» [1, с.248], тому й існує широкий простір для підвищення професійної майстерності, подальшого розвитку різних форм, стилів і жанрів.

Мета розвідки – проаналізувати концептуальні погляди В. Шкляра на журналістику як творчий процес, зокрема поетику журналістського твору та її елементи.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як теоретик журналістики й публіцистики проф. В. Шкляр по-філософськи розглядав і систематизував такі концептуальні засади й категорії журналістської творчості: система журналістських жанрів; проблема аргументації, змісту й форми; сюжет, композиція, архітектоніка як елементи форми; задум, тема, ідея, концепція як конструктивні елементи змісту журналістського твору тощо.

Аналізуючи журналістський твір, його структуру й елементи змісту, В. Шкляр був переконаний: «Якщо аристотелівське «мистецтво переконувати словом» – наріжний камінь журналістської майстерності, то вміле, творче використання змістових елементів, набирає вагомого значення в арсеналі журналіста. Сукупність їхня збагачує текст і розширює його інформативність або насиченість інформацією» [1, с.248]. Пишучи свій твір, журналіст прагне досягти потрібного ефекту: привернути увагу читача (зацікавити настільки, щоб той прочитав усе від початку і до кінця); зробити свою публікацію зрозумілою для нього; упевнити, пересвідчити викладеному. «Переконування, власне, й увінчує творчі зусилля журналіста, в ньому знаходить своє вираження коефіцієнт корисної дії його виступу» [1, с.257].

Попри суспільно-політичну й соціокультурну значущість журналістики загалом і медіа зокрема, В. Шкляр особливу увагу фокусує на мистецтві слова й **поетиці журналістського твору** як системі зображувально-естетичних засобів, які використано в ньому. За переконанням ученого, така система має різнобічний і широкий інструментарій поетики: *деталь, портрет, пейзаж, інтер'єр (екстер'єр), мовна і дійова характеристики, домисел і*

вимисел, образні ресурси, авторське «я» і автобіографізм, характер і конфлікт, мовно-стильове багатство журналістського твору [5, с.3].

Так, у теорії журналістської творчості під деталлю розуміють різновид образу, що являє собою яскраву рису, виразну подробицю. Саме вона служить глибшому і яскравішому змалюванню картини, образу, портрета людини, надає переконливості й достовірності публіцистичному письму, робить його вагомим, змістовнішим, тому широко використовується в журналістських жанрах. Яскрава деталь у портреті людини, характері, поведінці – важливий засіб індивідуалізації й типізації образу. Способи використання деталі залежать від специфіки матеріалу, жанру і, звичайно, майстерності журналіста.

Своєрідного значення не лише в літературній чи публіцистичній творчості, а й у журналістиці набуває *портрет* як зображення у творі зовнішнього вигляду, пози, рухів, виразу обличчя героя, одягу, взуття тощо. Портрет служить одним із засобів типізації, особливо індивідуалізації образу персонажа, дає можливість наочно побачити героя, і в цьому плані він стимулює читацьку увагу. Вже зовнішній вигляд часто говорить про деякі риси вдачі героя. Проте інколи його зовнішність контрастує з людською сутністю. В. Шкляр підкреслює: «В журналістському творі портрет сприймається як аналог душі героя», допомагає «через відтворення певних зовнішніх деталей зазирнути в світ душі людини, світ його емоцій і почуттів». Звідси і поділ його – на *зовнішній і внутрішній* [5, с.4]. Хоч вони й взаємопов'язані, але таке зчеплення портрета і характеру не є атрибутивним у журналістському творі. Творча практика оперує багатьма прикладами, коли журналіст не дає зовнішнього портрета або обмежується лише кількома начерками зовнішності героя, що залежить від стилю журналіста, а також від жанру твору.

Саме в портреті героя журналіст шукає соціальний смисл, соціальну якість. Портрет людини, особистості вимальовується як портрет-характеристика, портрет-біографія, і разом з тим він має глибоко індивідуалізоване забарвлення. Науковець виокремлює в журналістській практиці такі жанрові різновиди портрета: *автопортрет, соціальний портрет, соціологічний портрет, політичний портрет*, які мають свою природу й призначення. Зокрема, коментуючи специфіку політичного портрета, визначає його інструментарій: політична біографія, політичне досьє, політична реклама, політична інтрига.

Ще одним важливим елементом поетики журналістського (публіцистичного) твору є *мовна характеристика*, за допомогою якої можна повніше розкрити внутрішній світ персонажа. Мова героя, манера мовлення безпосередньо пов'язана з його соціальною

належністю, психічним складом душі. Вона є засобом «саморозкриття» героя [5, с.7]. У мові кожної людини є щось своєрідне, зумовлене поглядами на життя, суспільним середовищем, рівнем культури, професією, характером, психологією, віком, статтю, обставинами. Автор твору прагне підкреслити їх індивідуальні особливості, відтворюючи, як говорять герої, які слова і в якій формі найчастіше вживають, як їх поєднують у речення, з якими інтонаціями вимовляють.

Пейзаж як виразний засіб у журналістських творах займає специфічне місце і реалізує своєрідні функції, «працює» на зміст. В. Шкляр підкреслює те, що картини природи сприяють розкриттю ситуації, служать фоном, на якому розгортаються події, вказують на місце і час, створюють локальний колорит, той настрій та почуття, які викликає природа в героя, посилюють ліризм і драматизм оповіді, увиразнюють ідею твору.

Найчастіше до *інтер'єру* як зображальному засобу автори вдаються в репортажі, кореспонденції, нарисі, коли потрібно показати обставини, в яких відбувається подія. Опис внутрішнього вигляду будинку, меблів чи інших побутових речей багато що може розповісти про вдачу, вподобання, характер героя.

Своєрідного значення в поетиці журналістського твору В. Шкляр надає *домислу й вимислу*. На його думку, до домислу вдаються тоді, коли фактичний матеріал потребує ще додаткового освітлення, розкриття тих граней, які не підкріплені прикладами [5, с.7]. Не порушуючи документальної основи, журналіст чимало «дописує» своєю творчою уявою. Сфера домислу широка: догадка про суть нових відкриттів, розтлумачення ще не осмислених даних (цифр, показників), «вигадані» діалоги, описи, які розкривають характер людини, підкреслюють риси її вдачі. Домислюється і психічний стан героя, розгадуються мотиви його поведінки, розкриваються внутрішні почуття. Домисел ґрунтується на законах логіки, знанні дійсності, фактичній основі і не має нічого спільного з перекрученням і вигадками.

Вимисел як життєво виправдана «вигадка», творча уява автора в журналістській творчості проявляється в уважному й ретельному відборі фактичного матеріалу, віднайденні (не «компонуванні» з окремих рисочок, як це робить письменник) ситуацій, що реально існують, живих осіб з відповідними негативними чи позитивними особливостями їх характеру, людської вдачі.

Журналістика, публіцистика використовують образно-понятійний метод відображення дійсності. Образність як спосіб естетичного освоєння дійсності полягає у специфічному відтворенні життя за допомогою образів, надає журналістським творам особливої виразності, емоційної забарвленості, робить їх життєво

правдивішими, а тому – більш цілеспрямованими. Послугуючись різноманітними лексичними ресурсами, журналісти трансформують реалії крізь призму власного світогляду – творять «образ» того чи того явища, який читач має усвідомити або розкодувати [3, с.87].

У журналістики і публіцистики своя естетика, особлива образність. В. Шкляр ґрунтовно розглядаючи *образні ресурси*, зауважує, що звернення журналістів і публіцистів до прийомів образного письма – якість, що характерна не стільки для художнього, скільки естетично розвинутого буденного мислення. Виразність цифри, цитати, документальний образ – надзвичайно складне мистецтво художньої типізації факту. Побачити, виявити образ – мистецтво надзвичайно тонке. «Образ – специфічна форма естетичного освоєння дійсності, конкретна і в той же час художньо узагальнена картина життя, яка створена за допомогою слова. Образ є формою існування змісту твору, носієм думки, який виразно розкриває читачеві ідею, впливає на людські почуття. У цьому його пізнавальна й виховна цінність» [1, с.267].

Образ в журналістиці – це концентроване вираження думки, дії, характеру, який формує наочно-порівняльну уяву про об'єкт відображення, його домінуючі ознаки і виражає позицію автора. Чим яскравіші і різноманітніші образи журналіста, тим дієвішими будуть його твори. Образ у журналістиці дає змогу яскраво відтворити явище, глибоко розкрити суть описуваного предмета, точніше його оцінити. На відміну від образу саме художнього, показує дійсність опукліше, рельєфніше, тенденційно спрямованіше, політично виразніше, без особливої деталізації. Науковець типологізує образи в журналістиці так: саме публіцистичний образ, словесний образ та інші елементи художньої стилістики; художній образ; публіцистико-художній образ; асоціативний художній образ; образ автора; окремі образні елементи [5, с.8].

В образному потенціалі журналістики завжди присутній оптимізм мислення автора, що в цілому відповідає духу і букві принципів творчого процесу. Виступаючи представником і виразником суспільної думки, журналіст тим самим висловлює своє світорозуміння і світосприймання. Образ автора-оповідача мовби з'єднує зміст і форму, стає посередником між дійсністю, результатами її усвідомлення журналістом і читачем. На думку вченого, сама поліфункціональність автора у творі народжує особливий образ – образ автора. Це не звичайний «образ», «характер» у творі, він так само не тотожний особистості журналіста, хоча в окремих випадках наближено відображає особливості цієї особистості.

Характер образу автора в журналістиці має першочергове значення при вивченні індивідуального стилю. Але треба мати на увазі і такий аспект авторської поведінки, як його ставлення до предмета

відображення і його «власна» участь в оповіданні. Типологічні варіанти характеру «образу автора» засвідчують: автор «поза» подіями, або автор – безпосередній учасник їх, або автор – «перевтілюється» в героя.

Авторське «я» – це інша категорія поетики: вияв ставлення автора до відтворюваних ним фактів, явищ, подій; журналістська позиція, що впливає з авторських відчуттів і роздумів. Яскравість, переконливість журналістського виступу залежить від змістовності й виразності життєвого матеріалу, актуальності теми й журналістської майстерності. Ця майстерність включає також прийоми мовно-стилістичного оформлення матеріалу, серед яких чимала роль належить авторському «я» – способу виявлення журналістом своєї причетності до відтворюваних подій. Така манера надає викладові оригінальної тональності, більшої переконливості, непідробної щирості й теплоти. Уміле використання авторського «я» – показник журналістської майстерності, глибокого осмислення життєвого матеріалу.

Автобіографізм як стилетворчий засіб, за твердженням В.Шкляра, в інструментарії поетики журналістики займає особливе місце, проявляє свою творчу силу і в змісті, і у формі, і в стилістиці тексту, що дає підстави говорити про автобіографічну публіцистику як ідейно-стильовий напрям, зумовлений і мотивований взаємопроникненням елементів і прийомів художнього, мемуарно-автобіографічного і публіцистичного стилів [1, с.270].

Автобіографізм в журналістиці, публіцистиці – поняття бінарне, оскільки включає: *автобіографізм героя*, тобто спогади про власне життя самого героя твору (в практиці трапляються твори, написані від особи самого героя, або «автобіографічне» героя інтенсивно використовується в композиції і стилістиці твору); *автобіографізм автора*, тобто самого журналіста-публіциста як автора твору з різними комбінаціями та дозами. У подвійній природі автобіографізму – героя і автора – питома вага останнього помітно збільшується. Використання його значно підсилює достовірність, точність, емоційність виступів. Зрозуміло, говорячи про себе, автор насправді говорить про загальне, про людство і його епоху як їх представник і сучасник, що свідчить про конструктивну функцію автобіографізму.

Характер і конфлікт у журналістиці/ публіцистиці В. Шкляр трактує як співвідносні поняття, які корелюють і взаємодоповнюють одне одного. Публіцистика прагне чітко й оперативно фіксувати динаміку характеру людини в умовах соціально-економічних і духовних перетворень. При цьому публіцисту далеко не байдуже, які сторони характеру людини, факти дійсності, пов'язані з людською діяльністю, він відображує. Чи ті, що тільки-но народилися, а чи ті, що

даються взнаки. Він розглядає їх як результат політики держави і суспільства.

Учений констатує, що характер у публіцистичному творі – це творче відтворення «психологічного профілю», характерологічного малюнку особистості, її діяльності і життя, громадянської позиції в світлі суспільного ідеалу засобами публіцистики. У характері проявляються, чітко окреслюються соціально значимі властивості і орієнтації, риси людської індивідуальності, розкривається своєрідність конкретно-історичної дійсності, визначається цінність тієї ж особистості в контексті епохи [5, с.17].

Характер особистості найповніше проявляється в конфліктній ситуації. Конфлікт у публіцистиці – головний засіб розкриття характеру, поняття бінарне. Він має відображати об'єктивне соціальне протиріччя, динаміку суспільного процесу і водночас є засобом відображення, художньо-публіцистичним прийомом у розкритті характеру.

Природа конфлікту в публіцистиці – соціально-моральна. Особистість характеризується дією, яка чітко і виразно проявляється в ситуації конфлікту – розмежування, зіткнення, боротьби. Дослідження багатоманітності конфлікту у публіцистиці дають можливість виділити як домінуючі в практиці такі їх типи: *подієвий, проблемно-тематичний, конструктивно-технологічний*.

Виходячи з практики, матеріалу, яким оперує публіцист, В.Шкляр умовно виділяє узагальнені конфлікти типу «людина – проблема» і «факт – проблема» [5, с.19]. Перший у чистому вигляді проявляється в художньо-публіцистичних жанрах, другий – в аналітико-публіцистичних. Ці конфлікти взаємопов'язані, їх штучне роз'єднання неможливе, оскільки вони знаходяться в діалектичному взаємозв'язку.

Висновки. Проблеми міждисциплінарних досліджень, взаємодія наук, науки й мистецтва, кореляція журналістики з наукою й мистецтвом невичерпні. Продуктивно-творча інтеграція журналістики, публіцистики й літератури стали концептуальними в інтерпретації Володимиром Шклярем динаміки творчості: жанротворення, удосконалення естетичної системи засобів, відтворення характерів і конфліктних ситуацій, засоби образності й виразності й ін.

За спостереженнями науковця, значний вплив на журналістику й публіцистику має література: синкретизм творчих процесів, збагачення журналістики образністю, прийомами і засобами публіцистики й літератури засвідчують динаміку й кореляцію творчих підходів. Саме такою синкретичною категорією є поетика журналістського твору в різноманітності її елементів, що спрямовані

на правдиве й точне відтворення характеру особистості, відображають активну позицію автора, стимулюють читацький інтерес.

Список використаної літератури

1. Гриценко О. М., Шкляр В. І. Основи теорії міжнародної журналістики : Підручник для студ. гуманіт. спец. вищ. закл. освіти / КНУТШ, Ін-т журналістики. К. : ВПЦ “Київський університет”, 2002. 304 с.
2. Гриценко О., Кривошея Г., Шкляр В. Основи теорії журналістської діяльності. К. : МІЛП, 2000. 203 с.
3. Каленич В.М. Образність журналістського мовлення в регіональній пресі // Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Філологія (мовознавство) : збірник наукових праць. Вінниця, 2023. Вип. 36. С.84–91.
4. Шкляр В. І. Журналістика : естетика слова і етика дій // Українська журналістика-96 : Матеріали наук.-практ конф. К. : Б. в., 1996. С. 44 – 46.
5. Шкляр В. І. Журналістська майстерність (розділ “Поетика журналістського твору”) : Конспект лекцій. К. : РВЦ “Київський університет”, 1995. 34 с.
6. Шкляр В. І. Образ автора: композиційно-мовленнєвий аспект // Образ : інформаційний бюлетень / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. К. : Б. в., 2009. Вип. 10. С. 9 – 10.
7. Шкляр В. Поетика журналістського тексту. (Змістові елементи) // Стиль і текст : наукове видання / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. К. : Б. в., 2000. Вип. 1. С. 50 – 53.
8. Шкляр В. Теорія і методика журналістської творчості : Конспект лекцій. К. : МІЛП, 1999. 43 с.

Анотація

У науковому доробку В. Шклера вирізняється глибинний підхід до аналітичної інтерпретації суті журналістської творчості. Науковець проводить паралелі з публіцистикою та літературою, спостерігаючи за динамікою та кореляцією із журналістикою, виводить концептуальні тези теорії журналістської майстерності. Особливе місце в його теоретичних засадах займає така творча проблеми, як поетика журналістського (публіцистичного) твору та її інструментарій, що спрямовано на розкриття соціальної типовості доль і характерів,

Ключові слова: *журналістська творчість, журналістський (публіцистичний) твір, поетика, інструментарій поетики.*

Олександр Мелещенко,

доктор філологічних наук, професор кафедри друкованих медіа та історії журналістики Навчально-наукового інституту журналістики, Київський національний університет імені Тараса Шевченка (м. Київ),
meleshchenko1@ukr.net; meleshchenko1960@gmail.com

**ВЕЛИКИЙ ТЕОРЕТИК, ТАЛАНОВИТИЙ ОРГАНІЗАТОР
НАУКИ, МУДРИЙ ПОРАДНИК, ДОБРОЗИЧЛИВИЙ ДРУГ**

Постановка наукової проблеми та її значення. Осмислення розвитку журналістики, її теорії, історії, методології та практики у вимірах професора В. І. Шкляра має надзвичайно цінне значення для розуміння того внеску, який зробив цей науковець у науку про журналістику, а також місце і роль самого професора в лавах українських журналістикознавців.

Короткий аналіз досліджень цієї проблеми. Окреслена наукова проблема отримує свій розвиток лише після сумної кончини науковця 12 вересня 2024 року. З'являється наукова стаття “Наукова візія професора Володимира Шкляра” завідувача кафедри зарубіжної преси та інформації факультету журналістики Львівського національного університету імені І. Франка, професора М.Г. Житарюка, яка потребує уточнень і доповнень, що визнає і сам автор. Власне, наукова конференція, організована кафедрою журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю факультету філології й журналістики Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського на пошанування пам'яті Володимира Івановича, й покликана розв'язати окреслену вище наукову проблему.

Мета і завдання розвідки. Мета розвідки – осмислити науковий внесок професора В. І. Шкляра у розвиток журналістики та журналістикознавства в період його роботи на факультеті (в Інституті) журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Із сформульованої мети випливають завдання, які необхідно розв'язати:

- простежити науковий внесок професора В. І. Шкляра на кафедрі журналістської майстерності;
- визначити науковий внесок професора В. І. Шкляра на кафедрі міжнародної журналістики.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Володимир Іванович Шкляр прийшов працювати на факультет журналістики Шевченкового університету, маючи за плечима практичний досвід роботи в одеській і вінницькій пресі, викладацький та

адміністративний досвід на факультеті журналістики Київської Вищої партшколи (ВПШ) та проректорський досвід в Одеській ВПШ. Як науковець, він захистив кандидатську дисертацію, за мотивами якої написав книгу “Поет і газета”, отримав учене звання доцента, потім захистив докторську дисертацію “Публіцистика і художня література : проблеми продуктивно-творчої інтеграції”, після чого випустив монографію “Енергія думки і мистецтво слова”, отримав учене звання професора.

Тоді усі новоприбулі викладачі вливалися в кафедру періодичної преси декана факультету професора А. З. Москаленка, вона була найчисельнішою – більше 20 чоловік. На цій кафедрі розпочав працювати на посаді професора і В. І. Шкляр. Але працював там лише один рік (утім, як і автор цих рядків). Справа в тому, що добрий друг Володимира Шкляра і в минулому колега по журфакові Київської ВПШ Володимир Атаназійович Качкан захистив докторську дисертацію і захотів виділитися з деканської кафедри. Отак з 1992 року на факультеті журналістики тоді ще КДУ ім. Т. Г. Шевченка було створено новий структурний підрозділ, який назвали кафедрою журналістської майстерності – якраз за профілем Володимира Шкляра, який викладав “Теорію і методику журналістської творчості”, “Авторську журналістику” тощо. Його разом зі мною та низкою інших викладачів перевели на новостворену кафедру. З тих пір ми з Володимиром Івановичем нерозлучно працювали пліч-о-пліч на трьох кафедрах (періодичної преси, журналістської майстерності та міжнародної журналістики) до його звільнення з університету наприкінці 2009 року – упродовж 18 років.

Попервах Володимир Іванович придивлявся до наукової діяльності, визначаючи напрям своїх наукових досліджень. Я, ще не захищений асистент, займався тим самим. І треба ж було такому статись, що наші чи не перші наукові статті на факультеті були присвячені одній темі – сенсації в пресі. Сталася ледь не конфліктна ситуація, Володимир Іванович побачив в моїй особі конкурента. Але талант цього науковця полягав у його проникливості, вмінні глибоко аналізувати ситуацію, і він швидко зрозумів, що це була випадковість: якщо тема була одна, то ми вивчали різні її грані, але здебільшого наші наукові інтереси мало перетинались.

Спільні наукові відрядження до Львова на факультет журналістики і в тоді ще Науково-дослідний центр періодики Національної наукової бібліотеки ім. В. Стефаника, на кафедру журналістики філологічного факультету Ужгородського національного університету в іпостасі членів секції “Журналістика” Науково-методичної комісії з журналістики при Міністерстві освіти та науки України здружили нас, я переконався у великому інтелектуальному потенціалі професора, його швидкому розумові,

здатному буквально “сканувати” (за виразом професора Б. І. Чернякова) будь-який текст, який потрапляв йому на очі, та давати написаному практично безпомилкову оцінку. Достатньо перекоонатися в моїх словах, подивившись праці Володимира Шкляра за 1992 – 1993 роки. Хоча уже тут він починає робити переоцінку української журналістики перших років незалежності. Думки про “політику, пресу, владу”, пресу “керовану та керуючу”, про “національний інформаційний продукт”, про “інформаційний потенціал національної системи ЗМІ”, про “інформаційний простір” загалом оформилися в підсумкову велику статтю про “національну журналістику”, яка переживала чи то “розлад гармонії”, чи то “гармонію розладу”. Це був один аспект наукових інтересів професора В. І. Шкляра. (Симптоматично, що на львівській конференції великий теоретик журналістики, тоді декан журфаку Львівського національного університету імені І. Франка професор В.Й. Здоровега, побачивши доповідь В. І. Шкляра про пресу “керовану та керуючу”, сказав йому: “Оце написав статтю у Вашому дусі”.)

Із несподіваним звільненням професора В. А. Качкана на початку 1994/1995 навчального року Володимир Іванович був призначений виконувачем обов’язки завідувача кафедри журналістської майстерності. Він у науковій зв’язці з глибокою журналістикознавицею доцентом Р.Д. Слободянюк почав викладати основний кафедральний курс “Журналістська майстерність”, видав відповідний конспект лекцій.

Напередодні початку 1996/1997 навчального року уже не на факультеті, а в перейменованому Інституті журналістики намічалось кілька об’єктивних переходів низки викладачів з одних кафедр на інші, внаслідок чого В. І. Шкляр разом зі мною, Р. Д. Слободянюк і деякими іншими колегами був переведений на кафедру міжнародної журналістики, і практично відразу він був обраний за конкурсом на посаду завідувача цієї кафедри.

Мене відправляли в докторантуру, від якої мене відмовляла дружина, але В. І. Шкляр дав цінну пораду: “Іди, там ти і дисертацію напишеш, і дитину народиш”. Так і сталося. Напутні слова Володимира Івановича я ніколи не забуду. Так само після дострокового захисту докторської дисертації Володимир Шкляр своїми мудрими допоміг мені в один 1999 рік отримати і вчене звання доцента (пізніше – професора), і науковий ступінь доктора наук. Також він неодноразово підказував мені, коли потрібно було подавати документи на конкурс, щоб претендувати на ту чи іншу посаду на кафедрі. Так що я в безмежному боргу перед ним, тепер – перед його світлою пам’яттю.

А тепер подивіться в наведеному нижче бібліографічному покажчику наукових праць професора В.І. Шкляра роботи його

каденції завідувача кафедри міжнародної журналістики (1996 – 2001, особливо з 1997 року): наскільки зросла його наукова продуктивність. Це цілком зрозуміло, оскільки він мав показати “товар лицем”, тобто показати свій потенціал і довести, що вибір на його користь був правильний.

Для зміцнення кафедри міжнародної журналістики В. І. Шкляр запросив професора А. А. Чічановського, з яким раніше теж працював на факультеті журналістики Київської ВПШ. Разом вони напишуть дві наукові брошури і шість статей і тез доповідей на наукових конференціях.

Продовжуючи займатися першим, окресленим вище науковим напрямком, Володимир Шкляр публікує статті і тези доповідей на наукових конференціях “Преса : синдром знесиленого слова, або симптоми дистрофії”, “Мас-медіа і утвердження демократії”, “Соціальна норма і престиж преси”, “Мас-медіа і соціокультурна реальність”, “Мас-медіа як регулятор культурно-політичного процесу : До питання форм і методів медіарілейшнз”, “Преса і політичний ландшафт України”, “Журналістика і політика : проблеми і перспективи взаємодії”, “Цілісно-нормативна орієнтація журналістики”, “Преса, парламент, президент”, “Актуальні проблеми модернізації суспільства і мас-медіа”, “Мас-медійні політичні кампанії : технології та мистецтво”, “Модернізація : суспільство і мас-медіа”, “Преса і політика”, “Політична публіцистика”, “Соціокультурні та політичні моделі журналістики”, “Формати національної ідентичності ЗМІ”. Не забуває про журналістську майстерність – публікує статтю “Поетика журналістського тексту. (Змістові елементи)”.

Водночас він починає співробітничати з Міжнародним інститутом лінгвістики і права (нині Київський Міжнародний університет), для потреб якого видає щороку підручники: “Основи теорії журналістики”, “Основи журналістики” (у співавторстві), “Теорія і методика журналістської творчості”, “Основи теорії журналістської діяльності” (у співавторстві). Недаремно справедливо підмітив завідувач кафедри зарубіжної преси та інформації факультету журналістики Львівського національного університету ім. І. Франка професор М. Г. Житарюк, що Київський Міжнародний університет обрав професора Володимира Шкляра своїм почесним доктором.

Як завідувач, професор В. І. Шкляр зініціював випуск щорічних кафедральних книжкових серій “Українська журналістика: вчора, сьогодні, завтра” (1997 – 1999), щорічних кафедральних збірників наукових праць “Українська журналістика в контексті світової” (1997 – 2002) та “Публіцистика і політика” (2000 – 2002). Останній випуск вийшов як перший спільний українсько-польський, підготовлений разом із науковцями Познанського університету.

Враховуючи специфіку та потреби кафедри міжнародної журналістики, Володимир Шкляр приділяє багато увазі “міжнародним” темам і проблемам. Він видає тексти з відповідними назвами: “Журналістика і дипломатія”, “Міжнародна журналістика”, “Журналістика як засіб міжнародного спілкування”, “Мас-медіа : світ України і Україна у світі”, “Журналістика і міжнародне гуманітарне право”, “Преса Польщі і України : спільність проблем інформаційно-політичної взаємодії”, “Мас-медіа і зовнішньополітичні процеси”, “Мас-медіа України у міжнародному інформаційному просторі”, спонукає доцентів кафедри Т. І. Петріва та І. Ю. Слісаренка укласти короткий довідник для студентів Інституту журналістики “Світові мас-медіа”, до якої написав передмову.

За період роботи в Інституті журналістики КНУ імені Тараса Шевченка та, зокрема, на кафедрі міжнародної журналістики професор В. І. Шкляр здійснював активну діяльність з наукового керівництва кандидатськими дисертаціями (більше десятка), наукової консультації чотирьох докторських дисертацій, наукового опонування більше тридцяти докторських і кандидатських дисертацій, що справедливо відзначив професор М. Г. Житарюк, якого Володимир Іванович привів викладати на постійну основу у Вінницький університет.

Наприкінці 2001 року сталася незрозуміла ситуація, коли членам кафедри міжнародної журналістики оголосили, що Володимир Іванович усунутий зі своєї посади завідувача (замість нього кафедру очолив доц. Т. І. Петрів) і переведений на посаду професора кафедри. Отож із 2002 року наукова активність В. І. Шкляра знижується, і більшість публікацій наступних років являють собою підсумок напрацювань попереднього активного періоду. Так, існуючі ідеї професор Володимир Шкляр підсумував у підручникові “Основи теорії міжнародної журналістики”, який створив разом зі своєю постійною співавторкою, професоркою О. М. Гриценко. Міжнародну тематику він підсумував у статтях “Мас-медіа і виклики нового століття” (2003) та “Вектори часу” (2006). Остання вміщена у книзі “Україна на шляху до Європи”, в якій В. І. Шкляр виступив одним з упорядників. Це видання стало помітним досягненням у доробкові Інституту журналістики Шевченкового університету. У 2008 році Володимир Іванович готує до захисту свою останню аспірантку О. О. Заславську, з якою разом випускає наукову статтю “Політичний імідж кандидата як стратегічна основа виборчих технологій”, а наступного року підсумовує свою роботу над курсом “Теорія і методика журналістської творчості” статтею “Образ автора: композиційно-мовленнєвий аспект”.

Тоді ж, 2009 року, після раптової смерті свого друга, доцента О. Г. Мукомели, Володимир Іванович більше не мав бажання працювати

на кафедрі та в Інституті. Він подав мені, як останньому завідувачеві кафедри, заяву на звільнення, яку я не хотів підписувати. Тоді Володимир Іванович висловив останній емоційний аргумент, який я не міг ігнорувати: “Не мучай мене”. Ми з директором нашого навчального закладу підписали заяву, але я не відніс її у відділ кадрів, а постійно носив із собою, наївно сподіваючись, що все можна переграти. Поки мені не подзвонив директор і спитав: “Де заява Шкляра?” Я відповів, що у мене. “Негайно занесіть у відділ кадрів”. Усе було скінчено.

Недавно дізнався ще про чотири наукові публікації професора В. І. Шкляра “навздогін” після звільнення з КНУ імені Тараса Шевченка, які були опубліковані в збірниках наукових праць наших сусідів по університетському навчальному корпусові з Інституту міжнародних відносин: “ООН як трибуна для формування зовнішньополітичного іміджу Німеччини” (2011), “Розвиток відносин Росія – НАТО після Лісабонського саміту” (2011), “Сучасні тенденції в європейській системі безпеки” (2012), а також стаття “Російсько-українська війна триває”, надрукована в львівському журналі “Універсум” (2011).

Ми регулярно зустрічалися з професором на “нейтральній” території: між нашим навчальним корпусом і його будинком – біля станції метро “Дорогожичі”. Він мені розповідав, що після звільнення з КНУ імені Тараса Шевченка його запрошували сім чи вісім університетів, з яких він обрав два: Рівненський Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені Степана Дем’янчука та Вінницький педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського з його “малої батьківщини”. До речі, в перший рік підготовки журналістів (2006) у Вінниці викладав і я – з легкої руки незабутнього Володимира Івановича. Нас тоді гостинно приймав тодішній помічник ректора, аспірант кафедри історії журналістики Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка Віталій Олександрович Гандзюк, який згодом захистив дисертацію і доріс до декана факультету філології й журналістики Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

Висновки. Професор Володимир Шкляр зробив помітний внесок у розвиток теорії, історії, методології та практики національної журналістики. Перебуваючи на посаді завідувача кафедри міжнародної журналістики, він показав приклад інтенсивної роботи в створенні власної та кафедральної наукової продукції, у виданні щорічних кафедральних серіальних видань, у науковому керівництві, науковому консультуванні та науковому опонуванні докторських і кандидатських дисертацій, у мудрих порадах щодо наукового зростання колег по кафедрі, – піднявши тим самим авторитет кафедри міжнародної журналістики на європейські висоти. Про це свідчить

тісна співпраця журналістикознавців Шевченкового університету з науковцями Познанського університету імені Адама Міцкевича.

Ольга Мітчук,

доктор наук із соціальних комунікацій, професор, завідувач кафедри інформаційного права та юридичної журналістики, Національний університет водного господарства та природокористування (м. Рівне)
o.mitchuk@gmail.com

ФОРМУЛА ПРОФЕСІЙНОЇ СТІЙКОСТІ: ВИКЛИКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ОСВІТИ В КОНТЕКСТІ СПАДЩИНИ ПРОФЕСОРА ВОЛОДИМИРА ШКЛЯРА

Сучасна журналістика перебуває у стані трансформації, спричиненої стрімким розвитком технологій, гібридними війнами, поширенням дезінформації та зміною моделі споживання медіа, і в цьому контексті професійна стійкість журналіста стає не просто бажаною якістю, а необхідною умовою існування професії. Осмислення цієї проблематики неможливе без звернення до фундаменту української журналістикознавчої школи, зокрема до творчої та наукової спадщини професора Володимира Івановича Шкляра, чий внесок у теорію та практику українських і світових медіа, а також у становлення міжнародної журналістики, є беззаперечним.

Професор Володимир Шкляр, будучи доктором філологічних наук, публіцистом і дослідником, приділяв значну увагу теоретичним основам журналістської діяльності, публіцистики та міжнародної журналістики, а його наукові праці, зокрема дослідження «Публіцистика і художня література: продуктивно-творча інтеграція» та «Основи теорії міжнародної журналістики», закладають підґрунтя для розуміння формули професійної стійкості як багатокомпонентного явища.

Професійна стійкість журналіста – це комплексна складова, що визначає його здатність зберігати об'єктивність, етичність та професійні стандарти в умовах зовнішнього тиску, внутрішніх викликів та динамічного інформаційного середовища. Це не просто стресостійкість, а відданість принципам правдивості, повноти та незалежності матеріалу. Вона охоплює три ключові аспекти: етичну стійкість, що є здатністю протистояти корупції, цензурі, маніпуляціям чи спробам політичного/фінансового впливу з метою спотворення інформації, і це виражається у відмові від написання «замовних» матеріалів; психологічну стійкість (стресостійкість), яка є умінням

ефективно працювати в умовах дедлайнів, інформаційного перевантаження, а також під час висвітлення травматичних подій, зберігаючи ясність мислення; та інтелектуальну стійкість, що означає здатність перевіряти факти (фактчекінг) і критично мислити, не піддаючись впливу пропаганди, хибної інформації (фейків) чи емоційного хайпу.

Вимоги до стійкості журналіста еволюціонували відповідно до змін у технологіях та суспільстві, проте її моральна основа залишалася незмінною. У минулому часі, до появи масового Інтернету, головним викликом була політична цензура та прямий тиск держави чи власника медіа. Етична стійкість вимагала протистояння спробам підкупу чи тиску для зміни позиції, а професійна навичка полягала у точності (перевірці джерел по телефону/особисто) та повноті вичерпного розкриття теми. Психологічний стрес виникав від дедлайнів друкованого видання та конфліктних ситуацій на місці події.

У сучасному часі, в умовах цифрового інформаційного середовища, головним викликом є інформаційний хаос, швидкість, фейки, кібератаки та тролінг. Етична стійкість тепер вимагає протистояння гібридним впливам, шантажу в Інтернеті та тиску соціальних мереж (ефект «бульбашки»). Професійна навичка включає швидкість подачі інформації при збереженні точності та фактчекінг у режимі реального часу, а також роботу з великими даними. Психологічна стійкість потрібна для боротьби з вигоранням від цілодобового потоку новин та роботи в умовах постійної ворожої дезінформації, що особливо актуально в Україні. Також додалася технологічна стійкість, що включає медіаграмотність, уміння захищати свої дані (кібербезпека) та стійкість до маніпуляцій алгоритмами.

У сучасному інформаційному середовищі, де кожен користувач є потенційним розповсюджувачем інформації, професійна стійкість журналіста є важливою для суспільства, оскільки вона гарантує, що потік новин не перетвориться на суцільну пропаганду чи неперевірений слух, зберігаючи функцію суспільного контролера (четвертої влади).

Наукові погляди професора Володимира Шкляра щодо поняття професійної стійкості журналіста ґрунтуються, насамперед, на принципах етичної незалежності та критичної об'єктивності, що є фундаментальними засадами його професійної філософії. Професор Шкляр тлумачить професійну стійкість як непохитну відданість професійним стандартам у протистоянні будь-якому зовнішньому впливу, особливо з боку політичних чи владних структур.

Ключовим елементом, згідно з позицією дослідника, є дистанціювання від суб'єктів влади та впливу. В. Шкляр підкреслює,

що журналісти і політики (або особи, дотичні до владних кіл) – це «люди з різних світів». Він застерігає, що надто тісний контакт із політиками призводить до того, що журналісти «просто дають себе використовувати», свідомо чи несвідомо, і таким чином позбавляють себе права бути критичними, бути об'єктивними. Втрата критичності та об'єктивності, за науковцем, є прямою шкодою не лише собі як професіоналу, а й аудиторії. Таким чином, професійна стійкість тут виступає як моральна та етична самоізоляція від спокус і тиску.

Крім етичного аспекту, стійкість професіонала також виявляється у відповідальності за достовірність інформації. Професор В. Шкляр наголошує на принципі, згідно з яким журналіст завжди повинен однозначно відрізнити інформацію, отриману ним безпосередньо (побачене, почуте), від тієї, що надійшла з інших джерел (переказане). Особливо важливим моментом є повна відповідальність автора матеріалу за його достовірність, якщо джерело інформації просить не називати його. Це вимагає від журналіста інтелектуальної скрупульозності та професійної сили, щоб гарантувати правдивість матеріалу навіть за відсутності відкритого посилання на джерело.

Нарешті, професійна стійкість також передбачає прозорість намірів. Науковець Володимир Шкляр стверджує, що журналіст повинен відкрито заявити про себе та свої інформаційні наміри, починаючи розслідування, а також бути готовим показати своє редакційне посвідчення на вимогу тих, до кого він звертається у службових справах. Цей принцип відкритості та чесності комунікації зміцнює професійну позицію журналіста і є частиною його стійкості перед критикою та звинуваченнями у прихованій діяльності. Отже, професійна стійкість у розумінні Володимира Шкляра – це сукупність принципів незалежності, критичності, відповідальності та прозорості, які разом формують міцний етичний фундамент для діяльності журналіста у будь-якому інформаційному середовищі.

Наукова школа професора Володимира Шкляра відображає і формує власну формулу професійної стійкості сьогодення через непохитність тих етичних принципів, які були закладені ним ще в часи, що передували тотальному домінуванню цифрового інформаційного простору. Актуальність його поглядів сьогодні не просто зберігається, а багаторазово посилюється, оскільки його концепції є етичним бронежилетом журналіста проти гібридних загроз.

Ключовим елементом стійкості, який залишається абсолютно життєздатним, є принцип дистанціювання та критичної незалежності від влади та впливових суб'єктів. Якщо раніше професор В. Шкляр попереджав про небезпеку «дуже щільного контакту з політиками», який призводить до використання журналіста і позбавляє його права

бути критичним, то сьогодні цей принцип поширюється на значно ширше коло загроз. У сучасному інформаційному середовищі стійкість полягає у відмові від тиску не лише традиційних політиків, а й олігархічних структур, корпоративних інтересів, впливу власників медіахолдингів та маніпуляцій соціальних мереж. Стійкий журналіст, за Володимиром Шклярем, не може бути частиною владної еліти чи її обслугою; він повинен залишатися стороннім, незалежним і непідкупним контролером, і саме ця незалежність є його головним активом у боротьбі з дезінформацією.

Другим фундаментальним елементом, який особливо важливий сьогодні в умовах інформаційної війни, є відповідальність за точність і достовірність. Вимога Шкляра чітко розрізняти інформацію, отриману безпосередньо, від тієї, що надійшла з інших джерел (переказане), є прямою методологією сучасного фактчекінгу. У часи, коли фейкові новини поширюються зі швидкістю світла, професійна стійкість журналіста вимірюється його здатністю критично перевіряти цифрові джерела, не піддаючись спокусі швидко опублікувати непідтверджену інформацію заради клікбейту. Більше того, його наголос на повній відповідальності за достовірність матеріалу, навіть якщо джерело залишається анонімним, вимагає від сучасного журналіста високої інтелектуальної дисципліни та етичної мужності.

Наукова школа Володимира Шкляра відображає формулу професійної стійкості сьогодення як формулу професійної етики, яка є первинною відносно технологічних та політичних змін. Його погляди створюють рамку, в якій сучасний журналіст має працювати: він повинен бути прозорим щодо своїх намірів, критично об'єктивним у ставленні до джерел і абсолютно незалежним від будь-якої влади чи фінансового впливу, що прагне його використати. Це підтверджує, що в основі професійної стійкості лежать не нові цифрові навички, а вічні моральні якості та принципи, закладені класичною журналістською школою. Інтегративний підхід, дослідника підкреслює важливість глибокого проникнення журналістики в суміжні сфери, що вимагає від фахівця широкої ерудиції, міждисциплінарного мислення та здатності до творчої інтеграції (наприклад, зв'язок публіцистики і художньої літератури), що є першим компонентом стійкості інтелектуальна гнучкість. Водночас, світоглядний вимір, пов'язаний з вихованням журналістів-міжнародників та увагою до проблем впливу масової комунікації на геополітичні процеси, вказує на пріоритет світоглядної та етичної зрілості, стверджуючи, що професійна стійкість, за професором Шклярем, неможлива без відповідальності, громадянської позиції та журналістської етики, що є другим компонентом: етико-світоглядна незламність. За словами дослідниць Т. Ковальнової та О. Євтушенко «У тих, хто готує майбутніх медійників, є принаймні часткові способи розв'язання цих проблем. Так,

викладачі кафедр і факультетів журналістики, імовірно, не готові інформувати про поняття психологічної травми, гострого або посттравматичного стресового розладу, емоційного вигорання та інших подібних категорій, адже вони є предметним полем психологів». [3, с. 22]

Сьогоднішні реалії ставлять перед журналістською освітою низку системних викликів, які вимагають перегляду навчальних програм та методик, включаючи загрозу дезінформації (що вимагає розуміння механізмів маніпуляції та геополітичних процесів), технологічну конвергенцію (з необхідністю інтеграції курсів із data-журналістики та ШІ), емоційне вигорання (що вимагає формування психологічної стійкості) та комерціалізацію (що тисне на етичні стандарти та незалежність), кожен з яких перегукується із закладеними Володимиром Шклярем основами.

Наукові погляди професора В. Шкляра є орієнтиром для формування перспективної моделі журналістської освіти, здатної виховувати стійких фахівців через посилення міжнародного виміру, етичне лідерство (введення практико-орієнтованих кейсів з відповідальності), творчо-аналітичну інтеграцію (розвиток глибинної аналітики) та менторство й нетворкінг із залученням його авторитетних вихованців, а спадщина – не лише історіографічним фактом, а й методологічною основою для розробки сучасної формули професійної стійкості українського журналіста, і акцент на інтелектуальній гнучкості, етико-світоглядній незламності та фаховій компетентності формує ціннісний стрижень, який дозволяє журналістській освіті гідно відповісти на виклики часу – від дезінформації до воєнних конфліктів, готуючи не просто технічних виконавців, а стратегічно мислячих, відповідальних і незламних громадян-публіцистів.

Список використаної літератури

1. Бахвалова А. В. Методика дослідження професійно важливих якостей журналіста. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Психологічні науки»*. 2020. № (3), С. 7-14.
2. Бельська Н. А., Мельник М. Ю. Дослідження резильєнтності учасників освітнього процесу в умовах воєнного стану. *Освіта та розвиток обдарованої особистості*. 2022. № 2 (85). С. 98–107. URL: [https://doi.org/10.32405/2309-3935-2022-2\(85\)-98-106](https://doi.org/10.32405/2309-3935-2022-2(85)-98-106).
3. Євтушенко О. М., Ковальова Т. В. Психологічна стійкість майбутніх журналістів як відповідь на виклики професії. *Образ*. 2023. Вип. 3 (43). С. 18-27. DOI: [https://doi.org/10.21272/Obraz.2023.3\(43\)-18-27](https://doi.org/10.21272/Obraz.2023.3(43)-18-27)

Наталія Поплавська,

доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри
журналістики, Тернопільський національний педагогічний
університет імені Володимира Гнатюка (м.Тернопіль)
poplav@tnpu.edu.ua

НАУКОВИЙ ДОРОБОК ПРОФЕСОРА ВОЛОДИМИРА ІВАНОВИЧА ШКЛЯРА У ПАРАДИГМІ СУЧАСНОГО ЖУРНАЛІСТИКОЗНАВСТВА

Кожна зустріч із Професором залишалась у моїй пам'яті як дорогоцінний спогад, що завжди наповнював душу теплом і вдячністю. Про них можна згадувати нескінченно, і в кожній з таких зустрічей розкривався неповторний образ Володимира Івановича – людини глибокої ерудиції, мудрого наставника й надійного колеги, який ніколи не шкодував душевного тепла та щирості. Він був справжньою Людиною з великої літери. Доля щедро обдарувала його численними якостями, серед яких особливо виділялися щирість, повага до кожного, невичерпний оптимізм і видатний талант знаходити спільну мову з людьми. Він завжди цінував інтелігентність, вихованість та щирість у спілкуванні. Його душевна доброта та людяність залишали помітний слід у серцях оточуючих. Не лише працелюбність, а й глибоке почуття відповідальності за покликання наповнювали його життя. Володимир Іванович ставився до своїх справ із великою відповідальністю, завжди демонструючи надзвичайну небайдужість до своєї професійної діяльності. Навіть у найскладніші моменти він знаходив слова підтримки для колег і тих, хто потребував допомоги, залишаючи по собі відчуття спокою й надійності. Цей безцінний скарб рис і якостей він проніс через усе своє життя, залишивши після себе неперевершений приклад доброзичливості, глибокої людяності та прагнення до добрих вчинків. Так про нього могли б розповісти всі, кому він колись простягнув руку допомоги чи підтримав своєю безмежною чуйністю та тактовністю. Людина, яка не просто прагнула нести світло й радість, але й наповнювала цим свої вчинки кожного дня.

Мене завжди вражав його мудрий, зважений і фундаментальний підхід до значення журналістики у сучасному суспільстві. Він не лише аналізував суспільні процеси, але й відкривав їх нові грані, пропонуючи свіжу перспективу їх осмислення. Наукові розвідки Володимира Шкляра, а їх більше трьох сотень, вирізнялися глибоким розумінням і скрупульозною увагою до деталей. Уся його наукова діяльність ґрунтувалася на цьому системному і вдумливому підході, а кожна праця була результатом кропіткої роботи і невтомної відданості

своїй справі. Його здатність бачити глибину суті явищ, наукова елегантність думки та безмежна віра у силу журналістського слова надихали мене та багатьох інших слідувати його прикладу й прагнути досягати власних висот.

На цих складниках ґрунтуються ретельно виконані професором усі наукові студії. Вони сформували цілий напрям осмислення журналістики як суспільного інституту, як форми духовної діяльності, що безпосередньо впливає на формування національної свідомості, моральних орієнтирів і ціннісних засад громадянського суспільства. Про це неодноразово наголошували колеги та учні професора. Зокрема, професор М. Житарюк [1] та О. Мелещенко [2]. У працях ученого журналістика постає не лише як механізм комунікації, а передусім як форма соціального буття істини. Професор прагнув показати, що журналістика – це не технічна професія, а покликання, що має морально-етичну і культуротворчу природу. Особливо актуальною є така позиція професора сьогодні, коли сучасне українське журналістичнознавство переживає активну фазу оновлення своїх теоретико-методологічних засад, переосмислення предмета, завдань і місії журналістики в умовах гібридних війн, цифрової трансформації та зміни комунікативних моделей. Володимир Шкляр вибудував своєрідну етико-філософську апологію науки як духовного інституту, що має нести істину, а не бути інструментом маніпуляції чи корпоративного інтересу. Ця концепція дуже чітко простежується у його статті, опублікованій у журналі «Універсум» за 2002, число 11 – 12, «Невже..., або казуальні думки про квазінауковість», є зразком інтелектуальної есеїстики, у якій поєднано філософський аналіз, етичні роздуми та соціально-комунікативну рефлексію [3]. Автор не лише порушує проблему псевдонауки як соціального явища, але й окреслює її у ширшому цивілізаційному контексті – у зв'язку з кризою раціональності, інформаційною добою та знеціненням пошуку істини. Вчений зумів передбачити процеси сьогодення, коли штучний інтелект «перепишує» багато речей у науці.

Текст статті не має суто академічного, структурно-наукового формату, однак відзначається глибокою аналітичністю, логічною побудовою аргументації та виразною публіцистичною стилістикою, що робить його доступним для широкого інтелектуального кола читачів. Головна теза автора полягає у твердженні, що квазінаука (псевдонаука) не є випадковим відхиленням у розвитку людського знання, а постійним супутником науки, який загострює питання відповідальності науковця та межі раціонального мислення. Володимир Іванович показує, що сучасна ситуація в науці ускладнюється двома чинниками: з одного боку, втратою пафосу істини, перетворенням знання на гру, на «граційне» споживання інформації без глибинного осмислення; з іншого – зловживанням

науковим дискурсом, коли знання використовується для маніпуляцій (як у випадку PR, політичних технологій, псевдонаукових обґрунтувань).

Центральна ідея статті – захист принципу раціональності як основи демократії та гуманістичної культури. Автор переконливо наголошує: «Без опори на принцип раціональності неможливі не тільки демократія, але й перехід до інформаційної цивілізації» [3]. Дотримуючись традиційних законів риторики, вибудовує логіку викладу: вступ (філософський роздум про толерантність до квазінауки в демократичних суспільствах і необхідність розрізнення понять «наука» і «псевдонаука»); окреслення сучасної ситуації (зникнення пафосу істини, розважальна гра науковими поняттями, роль журналістики як осередку захисту наукової культури); етичний аспект (критика PR як прикладу використання наукових знань для маніпуляцій і створення «вигідної» реальності); окреслення соціальних передумов в Україні, тобто чинники, що породжують псевдонаукові настрої (посттоталітарна реакція, пошук національної ідентичності, економічна деградація); інтелектуальна цензура (її позитивна роль у збереженні науки як автономної сфери культури); висновки (застереження проти технологічного фетишизму, який веде до «еволюції знання без розвитку», тобто до зникнення наукової культури).

У тексті простежуються кілька смислових термінів, що визначають логіку роздумів автора: квазінаука як форма спотвореного знання, що імітує науковість, але позбавлена внутрішньої етичної відповідальності та логічної послідовності, раціональність як фундамент науки і демократії, критерій осмислення філософії буття, який, за переконанням Професора, нині перебуває під загрозою, інтелектуальна цензура як необхідний механізм самоочищення науки, що відмежовує істинне знання від хибного, маніпулятивність як головна небезпека сучасної науки, коли знання використовується для створення «вигідної» картини реальності, культурно-просвітницька місія науки як ключова етична категорія, що протиставляється комерційному використанню наукових досліджень. Вчений попереджає, що якщо наука втрачає свою етичну основу, вона перестане бути чинником свободи, перетворюючись на інструмент маніпуляції. Підтверджує це тезою: «Людина, яка живе в брехні, не може бути вільною» [3].

Для сфери медіа і журналістики ця стаття має особливу вагу. Вона фактично випереджає нинішні дискусії про дезінформацію, фейки, «наукові маніпуляції», що стали викликом інформаційної доби та війни. Одним із центральних епізодів тексту є аналіз феномена PR як зразка використання науки для маніпуляцій. Професор вказує, що політичні технології нерідко спираються на наукові знання про

комунікацію, але використовують їх не для просвітництва, а для нав'язування вигідної «картинки реальності». Такі практики, на думку автора, перетворюють науку із засобу пізнання на інструмент контролю на «засіб маніпуляції». Цей аспект звучить надзвичайно сучасно в контексті сучасної інформаційної війни, дезінформаційних кампаній і криз довіри до медіа. Таким чином, автор підкреслює, що боротьба з псевдонаукою має бути не лише інтелектуальною, а й соціальною і культурною, а також потребує відновлення престижу науки в суспільстві.

Цікавою є позиція професора Володимира Шкляра щодо феномена інтелектуальної цензури як охоронного механізму науки, тобто «внутрішньонаукової цензури», яку він розглядає не як обмеження свободи, а як необхідний захисний механізм науки. Така цензура, на його думку, виконує охоронну функцію, тобто зберігає науку від хаосу і псевдонаукових спотворень. У цьому контексті він позитивно оцінює й академічну традицію захисту дисертацій як форму верифікації наукової доброчесності. Науковець, за переконанням вченого, має бути не лише носієм знань, а й охоронцем істини, здатним відмовитися від зручної неправди заради чесності мислення. Саме ця позиція вирізняє професора Володимира Шкляра як мислителя, який поєднує філософію журналістики з етикою наукової культури. Він наголошує, що псевдонауковість – це не лише помилка, а ознака деградації критичного мислення, коли суспільство перестає розрізняти істину і вигадку. Ці зауваги стосуються безпосередньо медіасередовища, де інформація часто набуває ознак квазінауки: «під виглядом фактів» поширюються судження, вигідні певним політичним або комерційним групам.

Фінальна фраза публікації «Можливо, читач трохи здивований...» – це науково елегантний жест автора, який залишає простір для роздумів, стимулює самостійне мислення, тобто реалізує принцип діалогу, а не догматичного повчання.

Стаття Володимира Шкляра – це не лише роздум про квазінауку, а моральний маніфест на захист науки як відповідальної діяльності. Вона спрямована проти байдужості й поверховості сучасного мислення, проти комерціалізації знань та маніпуляції свідомістю. Основні ідеї автора – необхідність захисту раціональності як основи свободи; відповідальність ученого за істину; наука як моральна й просвітницька сила культури; критика технологічного фетишизму, який веде до втрати духовного сенсу знання.

Таким чином, Володимир Шкляр постає не лише як учений, а як моральний філософ журналістики, який осмислює медіа і науку у єдиному ціннісному полі, полі відповідальності, гідності й істини. Для теорії журналістики роздуми Володимира Шкляра мають концептуальне значення. Адже сучасний медіапростір дедалі частіше

стикається з тими самими проявами, які він описував, імітацією знання, маніпуляцією фактами, підміною істини інформаційним шумом. Стаття зберігає свою актуальність і сьогодні, у час інформаційних маніпуляцій і постправди, постжурналізму, нагадуючи, що істинна наука – це не технологія, а етична практика пошуку істини, яка формує моральний каркас цивілізації.

Наукова діяльність Володимира Івановича Шкляра була спрямована на глибоке осмислення журналістики як духовної і культурної діяльності. У його працях «Журналістика : умови і фактори системної трансформації» [4], «Образ автора: композиційно-мовленнєвий аспект» [5], «Світ мас-медіа : надбання і перспективи продуктивно-творчої інтеграції» [6], «Формування моделі “влада – преса – суспільство” в період легітимації політичної системи» [7], «Основи теорії міжнародної журналістики» [8], «Мас-медіа і виклики нового століття» [9], «Теорія і методика журналістської творчості» [10] журналістика постає не лише як система виробництва й поширення інформації, а як форма соціального буття істини, як спосіб пізнання й осмислення реальності через людське слово.

Учений одним із перших в українській гуманітаристиці запропонував аксіологічний підхід до журналістики, вважаючи, що головним предметом журналістикознавства має бути не технологія інформування, а цінність слова, його моральна і духовна енергія. Він підкреслював, що журналістика – це не ремесло, а спосіб духовного самоствердження людини, її діалогу зі світом і з власним сумлінням [10, с.11]. Цей погляд відкривав новий вимір для розуміння журналістики як етичної практики, що формує не лише думку, а й світогляд суспільства.

Володимир Шкляр розглядав журналістику як інститут національної свідомості. Для нього медійне слово було одним із засобів формування української ідентичності, що особливо актуально в умовах сучасних випробувань. Він зазначав, що правдива журналістика має нести в собі етос гідності, бути «втіленням моральної правди нації». У цьому контексті його погляди перегукуються із сучасною концепцією наративного патріотизму, тобто здатності медіа творити об'єднавчі смисли. Професор вважав, що журналіст не просто передає факти, а творить духовний простір суспільства, стає співтворцем історії. Сьогодні, в умовах війни, ці слова звучать пророче. Журналістика в Україні справді виконує функцію інформаційного фронту, на якому вирішується питання не лише правди, а й самої свободи.

Особливістю наукової методології професора було прагнення подолати технократичне розуміння журналістики. На його думку, будь-яка технологія без духовного наповнення стає «порожньою оболонкою». Тому наполягав на єдності змісту і форми, слова і дії,

моралі та професійної майстерності. У сучасному контексті ці ідеї можна розглядати як передбачення нинішніх медіаетичних дискусій, що торкаються штучного інтелекту, фейкових новин, маніпулятивних технологій. Його підхід допомагає зрозуміти, що виклик XXI століття не лише технологічний, а передусім ціннісний.

Професор Володимир Шкляр, випереджаючи свій час, писав про потребу інтелектуального самозахисту журналіста, про необхідність аналітичної культури в медіаосвіті. Він наголошував, що журналістика майбутнього потребує не лише фахових знань, а «світоглядної готовності до відповідальності перед людством». Такий підхід особливо цінний для сучасних освітніх програм з журналістики, де важливо поєднати технологічну компетентність із гуманітарною глибиною.

Сьогодні, коли українська журналістська освіта активно інтегрується у європейський освітній простір, доробок Володимира Шкляра виступає концептуальним підґрунтям формування ціннісних орієнтирів професії. Його думка про журналістику як духовну працю, що вимагає совісності, аналітичності, культурної пам'яті, це методологічна основа для виховання майбутніх журналістів. Його праці можуть і мають бути інтегровані у курси з медіаетики, медіамайстерності, теорії масової інформації. Бо, за словами вченого, «журналістика, яка не служить правді, перестає бути журналістикою, вона стає маніпуляцією» [4, с.11].

Науковий доробок Володимира Івановича Шкляра є фундаментальною складовою українського журналістикознавства. Його філософське осмислення журналістики як духовної, ціннісної і моральної діяльності залишається методологічним орієнтиром для сучасних медіадослідників і педагогів. Його ідеї перегукуються з викликами сьогодення, потребою протидії інформаційним війнам, збереження правди, розвитку критичного мислення, формування етичної медіакультури.

Отже, наукова спадщина Володимира Шкляра в добу глобальних трансформацій не лише зберігає історичну цінність, а й виступає парадигмою духовно-гуманістичного підходу до медіа, що визначає обличчя української журналістики. Глибинність його наукових праць з теорії та історії журналістики і публіцистики наповнює кожного з нас мудрістю, духовною силою, закликає відкрити духовні джерела національної пам'яті. Беззаперечно, тільки завдяки цілеспрямованості та ерудиції Професора його науковий доробок є настільки цілісним, ґрунтовним, вираженим, що його учням залишається тільки переймати досвід свого Учителя. І це нас зобов'язує усіх об'єднати свої зусилля і видати цілісне зібрання його праць. Нехай вічною буде про Нього пам'ять у спогадах та наукових працях колег, учнів...

Список використаної літератури

1. Житарюк М. Г. Наукова візія професора Володимира Шкляра. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*. 2025. Вип. 56. С. 250-263. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2025.56.13278>
2. Мелещенко О. К. Від кафедри історії журналістики до кафедри міжнародної журналістики: шлях довжиною у 54 роки. *Українська журналістика в контексті світової*: зб. наук. праць зі спеціальності “Журналістика”. За ред. проф. Мелещенко О. К. К., 2007. Вип. 1 (6). С. 6 – 66.
3. Шкляр Володимир. Невже..., або казуальні думки про квазінауковість. *Універсум*, 2002, число 11 – 12, <https://universum.lviv.ua/magazines/universum/2002/5/kvaz.html>
4. Шкляр В. І. Журналістика : умови і фактори системної трансформації. *Українське журналістикознавство* : щорічний науковий журнал. Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики ; Науково-метод. комісія з журналістики при М-ві освіти і науки України. К., 2008. Вип. 9. С. 11 – 13.
5. Шкляр В. І. Образ автора: композиційно-мовленнєвий аспект. *Образ : інформаційний бюлетень* / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. К., 2009. Вип. 10. С. 9 – 10.
6. Шкляр В. І. Світ мас-медіа : надбання і перспективи продуктивно-творчої інтеграції. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка : Журналістика* : щорічник. К., 2002. Вип. 10. С. 34 – 37.
7. Шкляр В. І. Формування моделі “влада – преса – суспільство” в період легітимації політичної системи. *Наукові записки Інституту журналістики* / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. К., 2004. Т. 17. С. 116 – 118.
8. Шкляр В. І., Гриценко О. М. Основи теорії міжнародної журналістики : Підручник для студ. гуманіт. спец. вищ. закл. освіти / КНУТШ, Ін-т журналістики. К. : ВПЦ “Київський університет”, 2002. 304 с.
9. Шкляр В. Мас-медіа і виклики нового століття [редкол. : Різун В. В. (голова) та ін.]. К. : Грамота, 2003. 47 с.
10. Шкляр В. Теорія і методика журналістської творчості : Конспект лекцій. К. : МЛП, 1999. 43 с.

Анотація. У статті досліджено науковий доробок професора Володимира Івановича Шкляра, який є одним із провідних учених у галузі сучасного журналістикознавства. Проаналізовано основні напрями його наукової діяльності, зокрема дослідження теоретичних і практичних аспектів журналістики, медіакомунікацій та інформаційної політики. Звернуто увагу на

внесок професора Шкляра у розвиток методології журналістикознавства, а також на його роль у формуванні нових підходів до вивчення медіа як соціокультурного феномену. Особливий акцент зроблено на дослідженнях, що стосуються етичних засад журналістської діяльності, впливу цифрових технологій на трансформацію медіапростору та проблеми маніпулятивного впливу в сучасних медіа. Результати дослідження підтверджують, що наукова спадщина Володимира Івановича Шкляра є вагомим внеском у розвиток українського та міжнародного журналістикознавства, сприяючи поглибленню розуміння сучасних викликів у сфері медіа.

Ключові слова: професор Володимир Шкляр, медіа, журналістикознавство, теорія журналістики, журналістика, інформаційний фронт, інформаційні маніпуляції.

Наталія Сидоренко,

доктор філологічних наук, професор кафедри
друкованих медіа та історії журналістики,

Київський національний університет імені Тараса Шевченка (м. Київ)
sydorenko@knu.ua

ЕНЕРГІЯ ДУМКИ І МИСТЕЦТВО СЛОВА ВОЛОДИМИРА ШКЛЯРА

Постановка наукової проблеми та її значення. Володимир Шкляр увійшов у «наукове русло» саме тоді, коли журналістикознавча еліта прагнула віднайти теоретичні засади творчої, зокрема публіцистичної практики, осмислити першооснови успішності майстрів пера у сфері газетно-журнальної, радіо- й телевізійної діяльності. 1970–1980-і рр. – час, коли на порядку денному з'явилися «пошуки істини, утвердження переконань», «психологічні основи журналістської творчості», «складники майстерності», «образні ресурси публіцистики», «таїнства майстерності публіциста», «творчі горизонти журналістики» (ключові словосполучення запозичені з заголовків монографічних і науково-популярних видань зазначеного періоду). Філолог за освітою і журналіст за практичною сферою діяльності, В. Шкляр поєднав у своїх розвідках художнє й документальне, логічне й емоційне, авторське відчуття, ерудованість, іронічність мислення, оригінальність суджень.

Короткий аналіз досліджень цієї проблеми. У фарватері української наукової думки, що прагнула якнайповніше відобразити фактологічне, архітектонічне, особистісно-психологічне, морально-ціннісне підґрунтя журналістської творчості того часу, йшли досвідчені практики й учені, передусім Д. Прилюк і В. Здоровега. Невипадково львівський науковець наголошував: «Журналістська праця – не просто вміння вправно написати замітку чи статтю, хоч ці ази ремесла треба засвоїти, а своєрідний спосіб сприйняття світу, спосіб бачення реальності, спосіб мислення і світовідчуття, спосіб існування і усвідомлення себе у неспокійному житті» [2, с. 72]. Ця філософська формула творчої праці журналіста не втратила своєї актуальності й сьогодні, в епоху глобальної цифровізації та штучного інтелекту.

Мета і завдання дослідження. Мета цього матеріалу – з'ясувати особливості «поетики публіцистичної творчості», що простежується у навчальних і наукових працях проф. В. Шкляра.

Виклад основного матеріалу й отриманих результатів дослідження. Художньо-публіцистичне відображення реальності стало основою тривалих досліджень одеського педагога й науковця, колишнього редактора калинівської районної газети на Вінниччині Володимира Шкляра. Журналістські та філологічні аспекти, «енергію думки та мистецтво слова» дослідник поєднав у кандидатській і докторській дисертаціях, захисти яких відбулися з інтервалом у десятиріччя: «Проблеми віршованої публіцистики: специфіка, жанри, майстерність» (Львів, 1979) та «Публіцистика і художня література: продуктивно-творча інтеграція» (Київ, 1989). За традиціями того часу, обидві праці написані російською мовою й документи здобувача відправлялися в Москву на розгляд чиновників Вищої атестаційної комісії СРСР.

Докторське дослідження було виконано на кафедрі теорії і практики радянської преси факультету журналістики Київського державного університету імені Т.Г. Шевченка; на титулі зазначено шифр спеціальності 10.01.10 – журналістика. Захист відбувся у спеціалізованій вченій раді КДУ на бульварі Шевченка, 14.

Об'єктом докторської дисертації В. Шкляр обрав літературно-публіцистичну практику. Автор розглянув діалектику взаємозв'язків публіцистики і белетристики (цей термін учений вживав у значенні «художня література»), взаємовпливу і взаємопроникнення, виявлення закономірностей і тенденцій розвитку літературно-публіцистичної творчості. Український дослідник увів у науковий простір такі терміни, поняття і дефініції, як «віршована та автобіографічна публіцистика», «образ автора та автобіографізм у публіцистиці», «публіцистичність у літературі», «актуальний

журналізм у літературі», «газетне публіцистичне оповідання», «характер у публіцистиці» тощо.

Розвідка В. Шкляра опиралася на досягнення не тільки всесоюзних метрів у сфері публіцистичної творчості, а й українських науковців, тогочасних чи майбутніх університетських колег – В. Качкана, А. Москаленка, А. Погрібного, Д. Прилюка, В. Рубана, М. Скуленка, П. Федченка та ін.

В. Шкляр стверджував, що публіцистика й література реалізують певні соціально-політичні та ідеологічні цілі; ці види творчості самоцінні не тільки в площині інформаційно-пізнавальної та естетичної виразності, а й «спрямовані на оперативний, цілісний і правдивий відгук на животрепетні питання сучасності...».

Докторська дисертація ґрунтувалася на двох книгах – «Поет і газета» (Київ, 1985) та «Енергія думки і мистецтво слова» (Київ, 1988). Певним чином вони стали науковим «містком», що об'єднував попередні напрацювання й нові пошуки «орбіт взаємодії» публіцистики й літератури. Доповнювали ці розвідки низка статей, надрукованих здебільшого на сторінках журналу «Журналіст України» та наукового збірника «Журналістика: преса, телебачення, радіо», а також матеріали конференцій.

У влучних формулюваннях, поясненні специфіки інтеграції публіцистики й літератури, спрямуванні до творчої майстерності, В. Шкляр як педагог, науковець, наставник часто вдавався до образності. Він не лише цитував близьких йому за духом і світовідчуттям філософів і письменників, а й сам вдавався до художніх прийомів. У контексті монографії «Енергія думки і мистецтво слова» можна натрапити на такі висловлювання: «жорстка публіцистична нота», «анкетно-номенклатурний підхід до героя», «дистанція часу», «типізуючий ракурс», «авторське “я” визначає “температуру”», «тональність, стиль твору», «органіка автобіографічної публіцистики», «“інтимізація” оповіді», «дозування автобіографізму», «“психологічний профіль” особистості», «довголіття образу автора», «серпанок симпатій та антипатій», «енергетична сила» тощо.

До подібної тематики, що стосувалася «поетики словесного мистецтва», «образної структури публіцистики», звертався доктор філологічних наук, професор В. Шкляр і при викладанні навчальної дисципліни «Теорія і методика журналістської творчості», де для виразності й унаочнення застосовував «конфігуратори» (сфери суспільного буття, ефективність журналістського тексту, засоби публіцистичної аргументації, розвиток ідеї, розгортання проблеми); подавав класифікацію категорій змісту, форми, композиційних прийомів, аргументації тощо. Вагомим елементом публіцистичного твору, на думку педагога, виступає також «інструментарій поетики»

(деталь, портрет, пейзаж, домисел і вимисел, образні ресурси, авторське «я», автобіографізм, характер і конфлікт, мовно-стильове багатство тощо) [3, с. 20]. Виразним засобом образного мислення журналіста В. Шкляр вважає художньо-публіцистичний образ (образ-факт, образ-характер, образ-символ) [3, с. 26]. Поліфункціонально сприймається й образ автора як «зв'язкового» між відтворюваною дійсністю та правдивістю зображення, донесеного до реципієнта.

Подаючи основи теорії міжнародної журналістики (підручник написано спільно з О. Гриценко), професор Шкляр розглядає медіасвіт у взаємодії з суспільством і владою, визначаючи характеристики формування інформаційної індустрії, спираючись на потенціал і ресурси національного інформаційного простору [1]. Важливе місце тут посідає розділ «Журналістика: творчий процес», де наголошено на жанрах, структурно-змістових елементах тексту, а також формуванні поетики журналістського твору. Образну структуру публіцистики, портрет героя й автора, індивідуальний стиль, естетику документалізму закладає автор і в світовому контексті.

Висновки. У конспекті лекцій «Теорія і методика журналістської творчості» В. Шкляр зафіксував, як він вважав, відому думку: «... Творча індивідуальність складається із багатьох компонентів – інтелект, темперамент, характер, емоції, почуття, які у взаємодії складають систему людського “я”» [3, с. 33]. У житті й діяльності, у формальному й неформальному спілкуванні Професор був саме таким, органічно поєднуючи природні компоненти свого буття й самовираження: кристалічний інтелект, унікальний темперамент, товариський характер, неприховані емоції. Його «Я» немислиме без іронії, дотепу, вимислу й домислу, афористичності, образності. Потужна духовна енергія, внутрішня «поетика» легко інтегрували професора Шкляра в будь-яке комунікаційне середовище: медійне, наукове, педагогічне, літературне. Його влучні думки й небанальні ідеї проростали в дисертаціях, якими він керував чи які консультував, у статтях і монографіях його учнів, послідовників, співавторів.

Список використаної літератури

1. Гриценко О., Шкляр В. Основи теорії міжнародної журналістики : [підруч.]. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2002. 304 с.
2. Здоровега В. Про журналістику і журналістів: статті, есе, виступи, діалоги. Львів : Вид. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2004. 133 с.
3. Шкляр В. Теорія і методика журналістської творчості (конспект лекцій). Київ, 1999. 44 с.

Анотація. Стаття присвячена аналізу наукової та педагогічної діяльності Володимира Шкляра, який поєднав філологічні та журналістичні підходи у вивченні поетики публіцистичної творчості. Розкривається внесок дослідника у формування теоретичних засад взаємодії публіцистики й художньої літератури, окреслюючи його оригінальні поняття, методологічні підходи та стиль мислення. Підкреслено значення інтелектуальної й творчої енергії професора В. Шкляра для розвитку теорії української журналістики й медійної освіти.

Ключові слова: Володимир Шкляр, публіцистична творчість, образність, поетика.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ІСТОРІЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

Віра Бабич,

кандидат філологічних наук,
доцент кафедри журналістики та філології,

Володимир Шинкарук,

студент групи Ж41

Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика
vanilaperfection@gmail.com

АНГЛІЙСЬКА МОВА В МАСМЕДІЙНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ: ТРАНСФОРМАЦІЯ ВІД ЛІНГВА ФРАНКА ДО ІНСТРУМЕНТУ ДЕРЖАВНОЇ БЕЗПЕКИ

Масмедійний простір України після 24 лютого 2022 року переживає тектонічні зсуви, зумовлені необхідністю протистояння повномасштабній військовій та інформаційній агресії. Цей процес характеризується не лише стрімким посиленням позицій державної мови та свідомою відмовою громадян від російськомовного контенту, але й безпрецедентною, стратегічною зміною у статусі та функціях англійської мови. Дотеперішні дослідження (2023-2024 рр.) переважно розглядали англійську мову в Східній Європі в рамках парадигми soft power (м'якої сили) або як інструмент «знаннєвої дипломатії» (knowledge diplomacy) у контексті міжнародних зв'язків. Роботи, що аналізують дискурс кризи (напр., Krzyżanowski), зосереджуються на нормалізації виняткових заходів та політики виключення внаслідок криз, таких як пандемія чи війна в Україні. Дослідження феномену English as a Lingua Franca (ELF), зокрема роботи Firth, аналізують його використання в інституційних та академічних середовищах, але рідко в контексті прямої державної безпеки чи постконфліктних налаштувань. Проте, в українському мовознавстві бракує досліджень, що застосовують саме теорію лінгвістичної сек'юритизації для аналізу англійської мови як інструменту оборони. Тезою даного дослідження є твердження, що повномасштабне вторгнення каталізувало якісний перехід англійської мови в Україні з позиції пасивного інструменту глобалізації та «мови можливостей» на позицію активного, державно підтримуваного чинника національної безпеки. Ця трансформація проявляється одночасно на трьох рівнях:

- макрорівень (політичний): законодавча інституціоналізація англійської мови як мови міжнародного спілкування та де-факто мови євроатлантичної інтеграції.

- мезорівень (стратегічний): свідоме формування та функціонування англійськомовних українських медіа як ключового інструменту ведення інформаційної війни, контрпропаганди та суб'єктивізації України на глобальній арені.

- мікрорівень (лінгвістичний): інтенсивна лексична експансія (англіцизми) в українськомовних медіа як маркер прискореної модернізації та заповнення понятійних лакун, що виникли в процесі прискореної *linguistic de-russification*.

Це дослідження проводиться на тлі двох паралельних процесів: соціолінгвістичної *linguistic de-russification* та остаточного геополітичного розвороту від «пострадянського» простору.

У цьому дослідженні ми послуговуємося визначеннями ключових понять. «Геополітична суб'єктивізація» означає процес перетворення держави з об'єкта міжнародної політики на активного суб'єкта, що самостійно формулює та просуває власні наративи на світовій арені. «Функціональність» мови поділяється на «м'яку» (культурна інтеграція, освіта) та «тверду» (забезпечення військової взаємодії, функціонування критичної державної інфраструктури, інформаційна безпека). Центальною рамкою дослідження є теорія лінгвістичної сек'юритизації, що походить від Копенгагенської школи досліджень безпеки (Buzan, Wæver). Сек'юритизація - це процес, у якому актор (держава) через «мовний акт» (*speech act*) визначає певне питання як «екзистенційну загрозу», що виправдовує застосування надзвичайних заходів. У критичному дискурс-аналізі (CDA) (Wodak, van Dijk) медіадискурс відіграє ключову роль у легітимізації цих заходів.

На відміну від Копенгагенської школи, що зосереджена на винятковому «мовному акті», Паризька школа (Bigo, Balzacq) пропонує соціологічний підхід, фокусуючись не стільки на промовах, скільки на «практиках» (*practice-based approach*). Вона аналізує, як бюрократичні, військові та поліцейські рутини (тобто, практики) інституціоналізують безпеку. Ми припускаємо, що в Україні відбулася не лише сек'юритизація української мови (як захист від загрози), але й сек'юритизація англійської мови - її перетворення на інструмент, необхідний для виживання держави, що проявляється і в мовних актах (макрорівень), і в практиках (мезо- та мікрорівні).

Цей процес також аналізується через призму ідеології мови (*language ideology*). Як зазначає Бломмерт (Blommaert, 1999, *Language Ideological Debates*), мова є ідеологічним та політичним конструктом, а мовна політика часто сприяє відтворенню соціальної нерівності. Таким чином, вибір англійської мови в Україні є не лише

прагматичним, але й глибоко ідеологічним актом, що сигналізує про геополітичний розрив із «пострадянським» простором. Найбільш показовим індикатором зміни статусу англійської мови є її інституціоналізація «згори донизу» (top-down) на найвищому державному рівні, що спрямовано на підвищення обороноздатності та ефективності державного апарату.

Ключовим кроком стало прийняття та підписання Президентом України в червні 2024 року Закону (проект № 9432) «Про застосування англійської мови в Україні». Цей нормативний акт офіційно закріпив за англійською мовою статус «однієї з мов міжнародного спілкування в Україні». Закон унормовує обов'язкове застосування англійської мови у критично важливих сферах:

1. Державне управління: Встановлюються чіткі вимоги щодо володіння англійською мовою для держслужбовців категорій "А", "Б" і "В", голів місцевих держадміністрацій та інших посадовців, що взаємодіють з міжнародними партнерами.

2. Безпека та оборона: Закон поширює вимоги на військовослужбовців офіцерського складу за контрактом, поліцейських та прокурорів. Для військових це є прямою вимогою інтероперабельності зі стандартами НАТО (STANAG 6001).

3. Освіта та послуги: Закон закріплює обов'язковість вивчення англійської на всіх рівнях освітнього процесу, починаючи з дошкільних закладів.

Закон передбачає і механізми державної підтримки, як-от надання грошової допомоги для вивчення мови та запуск безкоштовних курсів для держслужбовців.

Показовим став суспільний резонанс навколо початкової редакції законопроекту, що передбачала доведення частки англійськомовних фільмів в кінотеатрах до 100% до 2027 року. Ця ініціатива викликала критику як загроза українському кінодубляжу. У результаті норми, що стосувалися кінопоказу та телебачення, були вилучені. Натомість з'явилася компромісна правка про бюджетну підтримку кінотеатрів за показ фільмів мовою оригіналу. Цей кейс ілюструє пріоритети держави: ініціатива зіткнулася з опором у культурній площині, однак уряд не пішов на поступки у питаннях державного управління, армії та сектору безпеки. Це демонструє, що головна мета — не «м'яка» культурна інтеграція, а «тверда» безпекова та державна функціональність.

Цей крок має паралелі з мовною політикою країн Балтії після 1990-х років, які також розглядали мову як інструмент дерадянзації. Однак, якщо країни Балтії (напр., Латвія та Естонія) обрали модель «етнічної реставрації», зосередившись на захисті титульних мов від домінування російської, Україна використовує англійську як

паралельний інструмент для прискореного геополітичного відходу від Москви.

Водночас, така форсована імплементація несе ризики. Критики, включно з Венеційською комісією (щодо попередніх мовних законів), вказують на необхідність дотримання балансу прав меншин. Окрім того, існує ризик поглиблення соціального розшарування через «розрив у лінгвістичному капіталі» (linguistic capital gap) – різницю в доступі до якісної англомовної освіти, що може вплинути на кар'єрні можливості громадян.

Законодавчий крок тісно пов'язаний із цілями комунікаційної безпеки та інформаційної стійкості (information resilience). Ефективна взаємодія з НАТО, особливо у сфері кіберзахисту, вимагає досконалої «мовної інтероперабельності» (language interoperability). Єдиний термінологічний апарат, що базується на англійській мові, є критичним для спільних операцій та стійкості до інформаційних впливів, оскільки відсутність спільної термінології є бар'єром для інтероперабельності в кіберпросторі.

На мезорівні трансформація проявляється у використанні англійської мови українськими медіа-суб'єктами для просування національних наративів на глобальній арені. В умовах війни англомовні українські ЗМІ стали життєво важливим інструментом для забезпечення міжнародної підтримки. Ця діяльність є прикладом «медіадипломатії» (media diplomacy), де комунікація спрямована на завоювання міжнародної громадської думки та проактивну протидію «деструктивному інформаційному впливу» РФ. Ключова мета – зміна міжнародного іміджу України: перехід від образу «периферійної пострадянської держави» до «активного гравця у боротьбі за демократичний світовий порядок». Це відбувається на тлі постійних спроб Росії просувати власні наративи в західних медіа.

Case Study: Аналіз моделей англомовних медіа-проєктів

Аналіз (що базується на контент-аналізі офіційних комунікацій та публікацій медіа) виявляє наявність кількох різних, але взаємодоповнюючих, моделей стратегічних комунікацій.

Модель 1: The Kyiv Independent (Інституційна довіра)

- Генеза: Створене у листопаді 2021 року командою колишніх журналістів Kyiv Post після конфлікту з власником щодо редакційної незалежності.
- Цінності та модель: Редакційна незалежність. Фінансування базується на підтримці читачів (краудфандинг) та донорах.
- Цільова аудиторія: Західний істеблішмент та особи, що приймають рішення: «високопоставлені українські та міжнародні чиновники», «міжнародний бізнес» та «прихильники України у світі».
- Стратегія: Побудова глибокої, довгострокової інституційної довіри (trust) через якісну, неупереджену журналістику.

Модель 2: UNITED24 Media (Масове охоплення та проактивний наратив)

- Генеза: Проект створений після 24 лютого 2022 року як пряма відповідь на інформаційну агресію.
- Стратегія: Базується на принципах проактивності («зробити наші власні правдиві наративи сильнішими») та убіквітарності («зустрічати аудиторію там, де вона є»).
- Цільова аудиторія: Глобальна масова аудиторія. UNITED24 Media діє на понад 25 платформах (TikTok, Instagram, WhatsApp тощо), охоплюючи понад 75 мільйонів користувачів щомісяця.
- Тактика: Використання «вірусних дискусій» та «контенту, орієнтованого на рішення».

Модель 3: Ukrainska Pravda (English) (Авторитет та поширення)

- Стратегія: Використання авторитету найстарішого та одного з найбільш довірених українських онлайн-видань для поширення інформації на західну аудиторію.
- Функція: Діяльність англійської версії УП та її спільних проєктів (як-от бюлетень «Investigative Stories from Ukraine») спрямована на «посилення потенційного впливу» (impact amplification) українських розслідувань.

Ефективність цих стратегій посилюється сучасними цифровими технологіями. У той час як Росія активно використовує AI-керовані дезінформаційні кампанії та ботоферми для маніпуляції хештегами, українські проєкти також використовують технології для контрпропаганди. Інструменти, такі як Osavul та Mantis Analytics, застосовують AI для виявлення та спростування ворожих наративів у режимі реального часу. Окрім того, медіа (зокрема UNITED24) свідомо використовують «алгоритмічний таргетинг» та специфіку платформ (platform vernaculars), як-от TikTok, для емоційного залучення та поширення проукраїнського контенту поза межами традиційних інформаційних бульбашок.

Таблиця 1. Порівняльний аналіз стратегій ключових англomовних медіа України

Критерій	The Kyiv Independent	UNITED24 Media	Ukrainska Pravda (English)
Модель	Інституційна довіра, незалежне ЗМІ	Платформа стратегічних комунікацій, "проактивний наратив"	Адаптація авторитетного бренду

Фінансування	Читачі (краудфандинг), донори, гранти	Не вказано	Не вказано
Цільова аудиторія	"Decision-makers": політики, чиновники, міжнародні інституції, бізнес	Масова глобальна аудиторія, користувачі соцмереж (TikTok, Instagram)	Англомовна аудиторія, що шукає поглиблений аналіз з авторитетного джерела
Ключова стратегія	Побудова довгострокової довіри через якісну, незалежну журналістику	"Бути всюди"; домінування у вірусних дискусіях; емоційне залучення	Посилення впливу (impact) українських новин та розслідувань
Основні канали	Веб-сайт, X(Twitter), email-розсилки	25+ платформ: TikTok, Instagram, WhatsApp, X, Facebook	Веб-сайт (англійська версія), email-розсилки
Охоплення	4.5+ млн/місяць, 226+ тис. у розсилках	75+ млн/місяць 4	4+ млн щоденно (всіма мовами)

На мікрорівні вплив англійської мови проявляється «знизу догори» (bottom-up) – через прямий контакт з англомовною реальністю, що фундаментально змінює лексичний склад самої української мови, особливо в медіадискурсі. При аналізі запозичень методологічно важливо розрізняти «інтернаціоналізми» (internationalisms) – слова переважно греко-латинського походження, що давно увійшли в лексикон багатьох мов (напр., 'інновація', 'політика') – та «нові англіцизми» (new anglicisms), що є прямими запозиченнями з англійської мови. Даний аналіз фокусується переважно на другій групі, оскільки саме вона відображає поточні соціокультурні та технологічні зміни. Дослідники фіксують інтенсивне проникнення англіцизмів в українські медіа, що посилюється в умовах глобалізації. Хоча детальний частотний аналіз виходить за межі даної статті, дані великих мовних масивів (напр., Contemporary News Corpus

of Ukrainian (CNC-UA) та Генеральний регіонально-анотований корпус української мови (ГРАК)) підтверджують, що найбільш частотними є професійні терміни та професійний жаргон. Аналіз медіадискурсу 2022–2024 рр. фіксує бум неологізмів, значна частина яких є англіцизмами, що відображають нові військові та соціальні реалії.

У медіадискурсі англіцизми виконують низку ключових функцій :

1. Номінативна: Позначення нових понять, технологій та явищ (смартфон, імейл, дрон, подкаст).
2. Стилїстична: Надання тексту конотацій «актуальності та свіжості».
3. Прагматична: Привернення уваги читача завдяки експресивності.
4. Емоційна: Підкреслення емоційної значущості («like», «wow»).

Входження англіцизмів, що належать до аналітичного мовного типу, в синтетичну українську мову створює лінгвістичні виклики. Інтенсивний приплив англіцизмів викликає фахові дискусії щодо їхньої доцільності, особливо у випадках, коли існують питомі українські відповідники. Це явище іноді іронічно позначається терміном «франгле» (franglais). Надмірне вживання часто пояснюється «психолого-ментальними особливостями» – бажанням мовця надати висловлюванню «елітарного відтінку» або підкреслити приналежність до глобалізованої культури.

Водночас, необхідно відзначити приховану, але критично важливу соціолінгвістичну функцію англіцизмів у поточному контексті. Медіапростір активно очищується від русизмів, і в цей же час відбувається масований приплив англіцизмів. Часто англіцизм приходить не на «порожнє місце», а для заміни усталеного русизму або радянського неологізму. Таким чином, у сучасному українському медіадискурсі вибір англіцизму часто є свідомим чи несвідомим актом геополітичного мовного вибору. «Престижність» англійської мови тепер полягає не лише в асоціаціях з глобальною культурою, але й в асоціаціях з геополітичним альянсом (НАТО, ЄС).

Висновки. Отримані результати підтверджують висунуту гіпотезу про те, що англійська мова в Україні трансформувалася в інструмент національної безпеки. Повертаючись до теоретичної рамки лінгвістичної сек'юритизації, ми бачимо, як три проаналізовані рівні взаємодіють для досягнення цієї мети:

- Макрорівень (Політика): Закон № 9432 є формальним «мовним актом» (speech act) Копенгагенської школи, що легітимізує англійську мову як критичний ресурс для виживання держави (взаємодія з арміями НАТО, отримання допомоги від донорів).

- Мезорівень (Стратегічна комунікація): Медіа виконують роль операторів сек'юритизації, транслуючи наративи про загрози (російська дезінформація) та необхідність консолідації з Заходом на глобальну аудиторію.

- Мікрорівень (Лінгвістика): Суспільство «знизу» приймає цей процес через «практики» (practices) Паризької школи, використовуючи англіцизми не лише для модернізації, але і як інструмент щоденної лінгвістичної деколонізації та дистанціювання від мови агресора.

Сек'юритизація англійської мови має прямі наслідки для освітньої політики. Вона посилює реформи, започатковані в рамках «Нової української школи» (НУШ), що вже мали на меті гармонізацію з європейськими стандартами. Якщо освітні закони 2017 року посилювали українську мову та вводили англійську як мову викладання окремих предметів, то новий закон робить цей процес тотальним. Українські університети вже впроваджують «потрійну мовну політику» (де-русифікація, українізація, англійізація). Володіння англійською мовою перетворюється з освітньої мети на ключову компетенцію (security competence) для майбутнього працевлаштування та повноцінної інтеграції в європейський простір.

Перспективи подальших досліджень мають включати лонгitudні дослідження ефективності Закону № 9432 після завершення воєнного стану, а також моніторинг соціальних наслідків, зокрема згаданого «розриву в лінгвістичному капіталі». Необхідний подальший корпусний моніторинг (з використанням таких інструментів, як ГРАК) для відстеження процесів лексичної інтеграції, адаптації та кодифікації нових англіцизмів в українській мові. Англійська мова в Україні еволюціонувала від факультативного елементу глобалізації до стратегічного компоненту національної стійкості. Вона виконує дві ключові, взаємодоповнюючі ролі:

Зовнішня (стратегічна): Це мова, якою Україна говорить зі світом, артикулюючи свою суб'єктність, протидіючи ворожим наративам та мобілізуючи міжнародну підтримку. Це мова безпекової інтеграції та зовнішньої політики.

Внутрішня (модернізаційна): Це основне джерело лексичної експансії для української мови. Англіцизми заповнюють понятійні лакуни внаслідок швидких соціальних («блекаут»), технологічних («дрон») та культурних («челендж») змін, одночасно виконуючи функцію інструменту лінгвістичної de-russification.

Законодавче закріплення та потужний соціолінгвістичний тиск роблять процес посилення ролі англійської мови незворотним. Можна прогнозувати, що до 2030 року Україна остаточно сформує стійку двомовну парадигму безпеки (українсько-англійську), що стане основою її повної інтеграції в євроатлантичні структури.

Список використаної літератури

1. Van Dijk T. A. Дискурс та влада / пер. з англ. Київ: Основи, 2007. 456 с.
2. Blommaert J. Discourse: A Critical Introduction. Cambridge: Cambridge University Press, 2005. 256 p.
3. Wodak R. The Discourse of Politics in Action: Politics as Usual / ed. by R. Wodak and M. Meyer. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2009. 280 p.
4. Закон України «Про застосування англійської мови в Україні» (законопроект № 9432) // Відомості Верховної Ради України. 2024. № 40. Ст. 2789–2797.
5. The Kyiv Independent. URL: <https://kyivindependent.com> (дата звернення: 01.11.2025).
6. UNITED24 Media. URL: <https://united24.media> (дата звернення: 01.11.2025).
7. Ukrainska Pravda (English). URL: <https://english.pravda.com.ua> (дата звернення: 01.11.2025).
8. Pennycook A. The Cultural Politics of English as an International Language. London: Routledge, 1994. 184 p.
9. Krzyżanowski M. Language and Identity in Post-Soviet States. Routledge, 2019. 212 p.
10. Генеральний регіонально-анотований корпус української мови (ГРАК). URL: <http://grak.ling.volsu.ru> (дата звернення: 05.11.2025).
11. CNC-UA — корпус новинних текстів українською мовою. URL: <https://cnc-ua.ua> (дата звернення: 05.11.2025).

Яна Бакаєвич,

аспірантка, Київський столичний університет імені Бориса
Грінченка, (м. Київ) E-mail: y.bakaievych@kubg.edu.ua

ЖУРНАЛІСТИКА РІШЕНЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДТРИМКИ СУСПІЛЬНОЇ СТІЙКОСТІ В УМОВАХ ВІЙНИ: УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД НА МАТЕРІАЛАХ «СУСПІЛЬНЕ. НОВИНИ»

Постановка наукової проблеми та її значення. Повномасштабне вторгнення Росії в Україну в лютому 2022 року кардинально змінило український медіапростір. В умовах постійної загрози, інформаційних атак і травматичного досвіду аудиторія вимагає не лише правди про події, а й прикладів подолання криз – історій про стійкість, допомогу, ефективні рішення. У цьому контексті

зростає значення журналістики рішень (solutions journalism) – формату, який поєднує аналітичність, емпатію та практичний вимір соціальної відповідальності медіа. Вона дозволяє не просто інформувати, а й показувати дієві шляхи виходу з проблемних ситуацій, тим самим підвищуючи рівень суспільної довіри та психологічної стійкості. Для українських медіа такий підхід став однією з ознак нової етики під час війни.

Короткий аналіз досліджень проблеми. Журналістика рішень (Solution Journalism) – це концепція, де замість констатування очевидної проблеми та нагнітання емоційного стану пропонується методи їх вирішення. У цьому випадку важливі як правильний вибір соціально важливої теми та її подача, так і психологічні аспекти (робота з різними вразливими групами людей, використання психологічних методів та розуміння відповідальності) [10]. Дослідники Т. Айтамурто та А. Варма [4] описали зміни у способах медіаспоживання та реакції журналістики на них, що спричинили появу нової – п'ятої – ролі медіа, яку називають конструктивною. Її особливість полягає в тому, що вона спрямована на пошук шляхів поступу суспільства. Така журналістика зосереджується не лише на фіксації проблем, а й на висвітленні можливих способів їхнього подолання, підтримці соціального розвитку, підзвітності та формуванні атмосфери надії. На думку А. Житнікової [6], на відміну від традиційної, така журналістика розглядає журналіста не як спостерігача, а як активного учасника суспільних змін. К. Сіріньок-Долгарьова та А. Бож'єва за результатами свого дослідження зазначають, що «українська практика журналістики рішень під час війни сфокусована на активізації аудиторії до участі в пошуку розв'язань проблем насамперед через висвітлення позитивних кейсів українських волонтерів і благодійників, експертів у різних сферах життєдіяльності, військових, активістів громадських організацій, підприємців тощо» [12].

Попри це, тема реалізації журналістики рішень у воєнних реаліях України залишається малодослідженою, що визначає актуальність цієї розвідки.

Мета і завдання дослідження. Мета статті – з'ясувати, як журналістика рішень реалізується в контенті «Суспільного» під час війни та яку роль відіграє у зміцненні суспільної стійкості.

Для досягнення мети поставлено такі завдання:

- 1) проаналізувати приклади застосування принципів журналістики рішень у матеріалах «Суспільне. Новини»;
- 2) визначити ключові ознаки цього підходу у воєнному контексті;
- 3) окреслити вплив таких публікацій на формування довіри та психологічної витривалості суспільства.

Виклад основного матеріалу. У контексті російсько-української війни теорія та практика журналістики рішень набувають додаткових, насамперед етичних вимірів. Перед журналістами постає низка питань: як розповідати про людські історії, яким чином представляти можливі шляхи виходу з важких чи травматичних ситуацій так, щоб не завдати повторної психологічної шкоди аудиторії. Ці морально складні дилеми медійники вирішують у процесі пошуку ефективних інструментів, тем і підходів, які дозволяють створювати матеріали з конструктивним, підтримувальним змістом. «Суспільне» як національний мовник із високим рівнем довіри серед аудиторії систематично впроваджує підхід журналістики рішень у матеріалах у період з лютого 2022 року й донині. У 2022–2025 роках редакції регіональних філій і центрального офісу створювали низку сюжетів і публікацій, у яких поєднано розповідь про проблему з демонстрацією конкретних відповідей громади або держави.

Так, у матеріалі *«Йдеш і дивишся цим людям в очі. Історія стіни пам'яті полеглих військових – від Іловайська до повномасштабної війни»* (Суспільне. Новини, 2023) [7] журналісти фокусуються не лише на втраті, а й на суспільному рішенні – створенні простору пам'яті, який допомагає осмислити трагедію та підтримує родини загиблих. Автори показують, як громада долучається до формування Стіни пам'яті, збираючи фотографії, дані про військових, організовуючи оновлення секцій. Такий підхід відповідає принципам журналістики рішень, адже матеріал демонструє не лише проблему війни, а й механізм колективного вшанування, що сприяє збереженню історичної пам'яті та зміцненню соціальної стійкості.

У матеріалі «Суспільного» *«“Стрижи” та “Рейси”: як Головне управління розвідки Міністерства оборони України били по російських аеродромах радянськими БПЛА»* (Суспільне. Новини, 2023) [2] журналісти розкривають новий аспект ведення війни – використання радянських безпілотників («Ту-141 “Стриж”», «Ту-143 “Рейс”») для ударів по стратегічних об'єктах Росії. Автори не лише інформують про техніку, а й пояснюють, як старі моделі змогли бути переоснащені, як обирались маршрути, з якою ефективністю діяли та які наслідки від ударів. Таким чином матеріал переходить від простої інформації про подію до аналізу механізмів і наслідків – що наближає його до підходу журналістики рішень: показано конкретний інструмент (БПЛА), застосований як рішення в умовах війни, та наведена інформація про результати й контекст його ефективності.

У статті *«“Сьогодні він хоче прийняти Бога, а завтра йому йти у бій”. Як служать українські капелани»* (Суспільне. Новини, 2023) [3] журналісти висвітлюють діяльність військових капеланів в умовах війни, показуючи не лише їхню роль як духовних наставників, а й як

соціальних працівників – вони забезпечують психологічну підтримку, гуманітарну допомогу, супровід військових і громадян. Матеріал описує, як капелани перетворилися на повноцінних військовослужбовців зі статусом і соціальним пакетом, ілюструє їхню участь у зоні бойових дій та роботу з сім'ями. Це відповідає підходу журналістики рішень: журналісти не лише фіксують проблему (потребу у духовній та соціальній підтримці на війні), а й демонструють конкретні механізми (капеланство як службова інституція, підтримка різних конфесій, інтеграція з військовими підрозділами) та їхній вплив (збільшення кількості капеланів, законодавчі зміни, соціальні служби).

У матеріалі *«Сон під час війни: як спати в укриттях і на передовій, чи можна запастися сном та коли йти до психотерапевта»* (Суспільне Новини, 2024) [13] журналісти досліджують проблему порушеного сну серед військових і цивільного населення під час війни. Вони не лише констатують негативні наслідки недосипання (зниження концентрації, реакції, пам'яті), а й пропонують конкретні рекомендації: правила гігієни сну, адаптацію середовища укриттів, розклад відпочинку на передовій, поради, коли слід звертатися до психотерапевта. Матеріал відповідає принципам журналістики рішень, адже він виявляє проблему (порушення сну через умови війни), пропонує рішення/поради (як поліпшити сон, організувати укриття, коли звертатися до спеціаліста) й містить елемент доказовості та експертної думки (інтерв'ю з фахівцями «Бережи себе», сомнологами).

У матеріалі *«Це вже наша реальність – як електрика». На що впливає кліпове мислення та як з ним жити»* (Суспільне. Новини, 2024) [14] журналісти аналізують явище кліпового мислення як нову когнітивну адаптацію до інформаційного перевантаження. Автори не обмежуються описом проблеми, а залучають експертів-психологів, які пояснюють її причини й пропонують практичні поради для подолання негативних наслідків – контроль споживання медіа, розвиток концентрації, створення інформаційних пауз. Такий підхід відповідає принципам журналістики рішень, адже матеріал містить як діагностику проблеми, так і перевірені рекомендації, що допомагають аудиторії адаптуватися до нової реальності.

У матеріалі *«Це наше рідне місто і наша особиста трагедія. Як поліцейські вивозять людей з Вовчанська»* (Суспільне. Новини, 2024) [15] журналісти показують не лише небезпеку, у якій опинилися мешканці прифронтового міста, а й конкретні дії правоохоронців, спрямовані на порятунок людей. У центрі оповіді – поліцейські, які організовують евакуацію, допомагають місцевим зібратися та виїхати, часто ризикуючи власним життям. Матеріал демонструє гуманний вимір служби – співпереживання, відповідальність і взаємопідтримку

в умовах війни. Такий підхід відповідає принципам журналістики рішень, адже акцент зміщено з руйнувань і страху на людяність, солідарність і практичні дії, що рятують життя.

У матеріалі *«Майже покинутий Острів: як живе найбільш постраждалий від війни район Херсона»* (Суспільне. Новини, 2024) журналісти описують життя мешканців Корабельного району після масштабних руйнувань та підтоплення. Автори не обмежуються фіксацією наслідків, а показують, як місцеві жителі й волонтери підтримують одне одного, організовують доставку гуманітарної допомоги та поступово відновлюють інфраструктуру. Такий акцент на діях і взаємодопомозі відповідає принципам журналістики рішень, адже демонструє приклади стійкості й колективної відповідальності громади в умовах війни.

У матеріалі *«“Готовий солдат”: як Росія у дитячих таборах робить з українських дітей російських військових»* (Суспільне. Новини, 2024) журналісти розглядають проблему мілітаризації дітей з окупованих територій України через систему таборів і військово-патріотичного виховання.

Автори не тільки показують масштаби – кількість дітей, напрями підготовки, участь у стрільбах, БПЛА-тренінгу та змушуваний участі у пропагандистських програмах – але й фокусуються на механізмах рішення/дії: створення та функціонування табору «Авангард», опис організаторів, фінансування, інструкторів, дослідження правозахисників. Матеріал описує проблему, висвітлює конкретні ініціативи (табір, централізація програм мілітаризації), дає фактичні дані та аналізує наслідки – зокрема ризик формування мобілізаційного резерву через дітей.

У матеріалі *«Подолати нейтралітет – як Україна протистойть російській пропаганді у Марокко»* (Суспільне. Новини, 2024) [11] розкрито, як українська дипломатія та медіа ведуть боротьбу з проросійськими інформаційними кампаніями в Марокко – країні, яка офіційно заявляє нейтралітет у контексті російсько-української війни. Автори аналізують діяльність російських пропагандистських структур, зокрема фільмів та медійних проєктів, спрямованих на зміну громадської думки у країнах Африки. Водночас показано конкретні дії України: застереження марокканської влади, культурні ініціативи, дипломатичні контакти, спрямовані на створення позитивного образу України та зменшення впливу російських наративів. Такий підхід відповідає принципам журналістики рішень, адже матеріал не лише діагностує інформаційну загрозу, але й показує шляхи дипломатичного і комунікаційного реагування.

Журналістика рішень у статтях «Суспільне. Новини» проявляється у таких аспектах:

1. Фокус на агентності. Матеріали показують, що українці не лише переживають кризу, а й активно реагують на неї — через самоорганізацію, інновації, волонтерство.

2. Етичний баланс. Висвітлення воєнних тем поєднує емоційність і достовірність без елементів сенсаційності.

3. Доказовість і контекст. Журналісти пояснюють механізми дії рішень, посилаються на експертів і дані.

4. Мультимедійність. Онлайн-версії матеріалів використовують фото, інфографіку, інтерактивні карти, відеосвідчення, що підсилює достовірність і довіру.

Такі практики сприяють формуванню колективного досвіду подолання, знижують рівень інформаційного виснаження та зміцнюють зв'язок між медіа й громадою. У період війни журналістика рішень стає не лише методом подачі матеріалу, а й стратегією психологічної підтримки суспільства.

У результаті проведеного аналізу можна зробити висновок, що журналістика рішень на платформі «Суспільне. Новини» посідає важливе місце у формуванні суспільної стійкості під час війни. Матеріали ресурсу демонструють здатність українського суспільства не лише витримувати виклики війни, а й активно шукати способи їхнього подолання. У більшості публікацій чітко простежується фокус на агентності – герої матеріалів не є пасивними жертвами обставин, а виступають активними суб'єктами змін: волонтерами, ініціаторами локальних проєктів, фахівцями, що шукають рішення у складних умовах.

Журналісти «Суспільне. Новини» підтримують етичний баланс, поєднуючи емоційність людських історій із точністю фактів. Вони уникають травматизації аудиторії, надаючи перевагу конструктивному тону й гуманістичній оптиці.

Варто зазначити, що матеріали відзначаються доказовістю та контекстуальністю – автори розкривають механізми дії запропонованих рішень, посилаються на експертів, аналітичні джерела, статистику. Це підвищує рівень довіри до контенту й дозволяє аудиторії усвідомлювати причинно-наслідкові зв'язки.

Нарешті, мультимедійність подачі – використання фото, відео, карт, інфографіки – робить матеріали більш переконливими та залучальними, сприяючи формуванню спільного досвіду та емпатії.

Отже, журналістика рішень у контенті «Суспільне. Новини» під час війни виконує не лише інформаційну, а й соціально-консолідаційну функцію, зміцнюючи довіру, емпатію та відчуття спільної відповідальності. Вона стає дієвим інструментом формування медійної стійкості суспільства, здатного реагувати на виклики не через страх чи розпач, а через пошук рішень і взаємопідтримку.

Висновки. Журналістика рішень у контенті «Суспільне. Новини» демонструє здатність українських медіа адаптуватися до викликів війни, зберігаючи професійні стандарти та гуманістичні орієнтири.

Її основна цінність полягає у перенесенні фокуса з проблеми на процес її подолання, що створює позитивний інформаційний простір без втрати критичності.

Підхід рішень уможливорює формування довіри, підтримує етичну комунікацію й сприяє суспільній стійкості – одній з ключових умов перемоги в умовах гібридної війни. Перспективним напрямом подальших досліджень є аналіз впливу журналістики рішень на довгострокову довіру до медіа та на формування локальних інформаційних спільнот.

Список використаної літератури

1. «Готовий солдат»: як Росія у дитячих таборах робить з українських дітей російських військових. *Суспільне Новини*. 10 лютого 2025. URL: <https://suspilne.media/944887-gotovij-soldat-ak-rosia-u-ditacih-taborah-robit-z-ukrainskih-ditej-rosijskih-vijskovih/>.
2. «Стрижі» та «Рейси»: як Головне управління розвідки Міністерства оборони України били по російських аеродромах радянськими БПЛА. *Суспільне Новини*, 8 вересня 2023. URL: <https://suspilne.media/568001-strizi-ta-rejsi-ak-gur-bili-po-rosijskih-aerodromah-radanskimi-bpla/>.
3. «Сьогодні він хоче прийняти Бога, а завтра йому йти у бій». Як служать українські капелани. *Суспільне Новини*, 25 жовтня 2023. URL: <https://suspilne.media/344142-sogodni-vin-hoce-prijnati-boga-a-zavtra-jomu-jti-u-bij-ak-sluzat-ukrainski-kapelani/>.
4. Aitamurto T., Varma A. the Constructive Role of Journalism: Contentious metadiscourse on constructive journalism and solutions journalism Practice. *Journalism Practice*. 2018. Vol. 12. Is. 8. P. 69. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17512786.2018.1473041?journalCode%20=rjop20>.
5. Solutions Journalism Network. Who we are. Solutions Journalism Network, 2024. URL: <https://www.solutionsjournalism.org/who-we-are/solutions-journalism>.
6. Житнікова А. Комунікаційний потенціал журналістики рішень в Україні. *Діалог: Медіастудії*. 2022. Вип. 28. <http://dms.onu.edu.ua/article/view/268485/271388>.
7. Йдеш і дивишся цим людям в очі. Історія стіни пам'яті полеглих військових — від Іловайська до повномасштабної війни. *Суспільне Новини*, 29 серпня 2023 р. URL: <https://suspilne.media/551573-jdes-i-divissa-cim-ludam-v-oci-istoria-stini-pamati-poleglih-vijskovih-vid-ilovajska-do-povnomasstabnoi-vijni/>.

8. Майже покинутий Острів: як живе найбільш постраждалий від війни район Херсона. *Суспільне Новини*. 20 листопада 2024. URL: <https://suspilne.media/884159-majze-pokinutij-ostriv-ak-zive-najbils-postrazdalij-vid-vijni-rajon-hersona/>.
9. Матеріали сайту «Суспільне. Новини» (2022–2025). URL: <https://suspilne.media>.
10. Мірошніченко, Д. Журналістика рішень: як медіа пропонують шляхи розв’язання проблем. *Медіакритика*. URL: <https://www.mediakrytyka.info/standarty-yakisnoi-jurnalistyky/zhurnalistyka-rishenyak-media-proponuyut-shlyakhy-rozvyazannya-problem.html>.
11. Подолати нейтралітет – як Україна протистоїть російській пропаганді у Марокко. *Суспільне Новини*, 2024. URL: <https://suspilne.media/955827-podolati-nejtralitet-ak-ukraina-protistoit-rosijskij-propagandi-u-marokko/>.
12. Сірінюк-Долгарьова К., Бож’єва А. Українська практика журналістики рішень під час війни: тематика, інструментарій, підходи. *Communications and Communicative Technologies*. 2024. № 24. С. 153–161. URL: <https://doi.org/10.15421/292416>.
13. Сон під час війни: як спати в укриттях і на передовій, чи можна запастися сном та коли йти до психотерапевта. *Суспільне Новини*, 15 березня 2024. URL: <https://suspilne.media/703964-son-pid-cas-vijni-ak-spati-v-ukrittah-i-na-peredovij-ci-mozna-zapastisa-snom-ta-koli-jti-do-psihoterapevta/>.
14. Це вже наша реальність — як електрика. На що впливає кліпове мислення та як з ним жити. *Суспільне Новини*. 11 березня 2024. URL: <https://suspilne.media/702970-ce-vze-nasa-realnist-ak-elektrika-na-so-vplivae-klipove-mislenna-ta-ak-z-nim-ziti/>.
15. Це наше рідне місто і наша особиста трагедія. Як поліцейські вивозять людей з Вовчанська. *Суспільне Новини*. 15 травня 2024. URL: <https://suspilne.media/745953-ce-nase-ridne-misto-i-nasa-osobista-tragedia-ak-policejski-vivozat-ludej-z-vovcanska/>.

Анотація. У статті досліджено особливості реалізації журналістики рішень у контенті українського онлайн-медіа «Суспільне» під час повномасштабної війни. На основі аналізу конкретних матеріалів визначено функції цього підходу у формуванні суспільної стійкості, підвищенні довіри до медіа та зміцненні гуманістичних цінностей у воєнний час.

Ключові слова: журналістика рішень, Суспільне. Новини, війна, медіа, суспільна стійкість, журналістська етика.

Ірина Богачук,

асистент кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю,
Вінницький державний педагогічний університет імені
Михайла Коцюбинського (м.Вінниця)
bohachuk.i@vspu.edu.ua

ДИФУЗІЯ ЖАНРІВ У МАТЕРІАЛАХ, ПРИСВЯЧЕНИХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКІЙ ВІЙНІ

Повномасштабна російсько-українська війна стала серйозним викликом для української медійної сфери, різко змінивши її ландшафт. Журналісти змушені були оперативно перебудувати свою роботу. За цих умов особливого значення набуло якісне інформування громадян та протидія пропаганді, що ще більше підвищило роль медіа в суспільстві. Однією з наслідків цих процесів стала трансформація жанрової системи журналістики. Зокрема, спостерігається явище жанрової дифузії – взаємопроникнення та змішування різних жанрів у межах одного матеріалу, що призводить до появи гібридних форм подачі інформації.

Жанрова дифузія – не новий феномен. Дослідники теорії жанрів відзначали його задовго до нинішньої війни. Жанри не існують ізольовано: розвиток медіа та суспільні потрясіння неминує впливають на жанрову систему, роблять її більш гнучкою та рухомою. В сучасній журналістиці дедалі менше матеріалів належать до «чистих» жанрів, натомість вони набувають ознак відразу кількох жанрових різновидів. Це і є наукова проблема, яка постала особливо гостро під час війни: як саме відбувається дифузія жанрів у воєнному контенті і яке вона має значення для аудиторії та медіагалузі.

Актуальність дослідження зумовлена потребою зрозуміти, як змінилася журналістика під впливом війни. Висвітлення бойових дій, гуманітарних катастроф, героїзму і трагедій потребує нових підходів у подачі матеріалу. Змішані жанрові форми дозволяють подати інформацію і емоційний контекст одночасно, глибше залучити аудиторію до переживання подій. Водночас така жанрова «мішанина» викликає запитання щодо дотримання журналістських стандартів та чіткості жанрової класифікації. Вивчення цього явища має значення як для теорії (збагачення уявлень про жанр), так і для практики – розробки рекомендацій для журналістів, які працюють в умовах війни.

Проблематика жанрової дифузії в медіа вже була предметом наукового зацікавлення раніше. Український дослідник Д. Кузнецов одним із перших системно проаналізував жанрову дифузію на матеріалі регіональних онлайн-медіа. Було виокремлено найпоширеніші жанри-гібриди – публікації, що поєднують ознаки

декількох жанрів. Зокрема, виявлено змішування інформаційних і аналітичних форматів (наприклад, замітка + міні-коментар), інтерв'ю і репортажу, репортажу і есе тощо. На думку дослідників, така міжжанрова дифузія є трендом сучасної журналістики: у пресі все частіше з'являються матеріали «коментарного» типу з рисами інших жанрів.

О. Надточій детально дослідила розширення жанрових меж у друкованій аналітиці, зокрема на прикладі жанру коментаря. Вона констатує синкретизм жанрів, тобто формальне злиття різних жанрових ознак у межах однієї публікації, що призвело до трансформації структури і стилю викладу матеріалів. Замість чіткої приналежності до однієї категорії, сучасні аналітичні тексти можуть включати елементи суміжних жанрів. До війни вже було закладено теоретичне підґрунтя: науковці описали явище жанрового переплетення та окреслили його причини.

Причини жанрової дифузії у мирний час бачили в динаміці власне жанрової системи та впливі діджиталізації. Теоретики відзначали, що змішування і взаємопроникнення жанрів є неминучим і навіть необхідним процесом розвитку медіа. По-перше, воно відображає еволюцію смаків аудиторії: читачам цікавіші нові нестандартні формати, які поєднують риси кількох жанрів і так здатні залучити ширшу аудиторію. По-друге, технологічні чинники (мережа, мультимедіа) розмивають межі між жанрами преси, радіо і телебачення, створюючи інтерактивні синтезовані форми подачі контенту. По-третє, зазначалося, що суспільні кризи можуть прискорювати жанрові трансформації. Так, К. Чорна характеризує жанрову дифузію як еволюційне перетворення жанрів, пов'язане з інтерференцією й гібридизацією, що особливо яскраво проявляється в гострі періоди перелому парадигми. Воєнний час – саме той «гострий період», коли медіа змушені переглядати усталені підходи.

Безпосередньо висвітлення російсько-української війни 2014–2022 рр. привернуло увагу науковців уже під час конфлікту. Зокрема, В. Жугай у червні 2022 року опублікував огляд масштабів медіависвітлення війни за перші 40 днів вторгнення. Він проаналізував майже 500 одиниць медійних матеріалів різних форм: від новин і репортажів до блогів та телеграм-постів у провідних українських і західних медіа. Дослідник констатує, що війна охопила практично всі типи медіаканалів (пресу, радіо, телебачення, онлайн-видання, соцмережі). Одночасно інші аналітики медіапростору (Інститут масової інформації, «Детектор медіа») почали відстежувати специфіку воєнної журналістики. Їхні спостереження показують, що у висвітленні війни з'явилися нові акценти: зростання частки репортажної журналістики (польових репортажів з фронту), поява великої кількості історій очевидців, волонтерських щоденників,

широке використання експертного аналізу і навіть елементів відновного наративу (позитивних історій про зцілення). Отже, попередні дослідження охопили як теоретичне розуміння жанрової дифузії, так і перші спроби її зафіксувати в матеріалах про війну. Однак комплексного наукового аналізу саме жанрової дифузії у воєнному медіаконтенті поки бракує, що зумовлює необхідність цієї роботи.

Мета роботи – проаналізувати прояви жанрової дифузії у матеріалах всеукраїнських мережевих медіа, присвячених російсько-українській війні, та визначити їхні особливості і значення. Для досягнення цієї мети сформульовано такі *завдання*: уточнити поняття «жанрова дифузія» в контексті журналістики та окреслити його теоретичні засади на основі наявних досліджень; виявити основні різновиди жанрових трансформацій, що проявились під час висвітлення війни (змішування інформаційних, аналітичних, художньо-публіцистичних жанрів; проаналізувати конкретні приклади матеріалів всеукраїнських мережевих медіа, які ілюструють дифузію жанрів; обґрунтувати отримані результати – пояснити, чому відбувається жанрове змішування у воєнних медіатекстах і яку функцію воно виконує (для аудиторії та для медіа); сформулювати висновки щодо впливу жанрової дифузії на сучасну воєнну журналістику та можливі напрямки майбутніх досліджень.

Жанрова система воєнного медіаконтенту характеризується підвищеною гнучкістю та інноваційністю. Аналіз матеріалів всеукраїнських онлайн-медіа (на прикладах таких видань, як Українська правда, NV, Суспільне, Радіо Свобода, Цензор.НЕТ тощо) показує, що в умовах війни чіткі межі між жанрами часто стираються. Розглянемо найпомітніші прояви жанрової дифузії у висвітленні російсько-української війни.

1. Змішування інформаційних й аналітичного жанрів. Новинні матеріали про хід війни дедалі частіше містять елементи аналізу, прогнозу та бекґраунду. Традиційна замітка – лаконічне повідомлення про факт у воєнний час нерідко доповнюється роз'ясненням контексту, коментарями експертів, довідковими даними. Наприклад, багато онлайн-видань запровадили формат «що відбувається і що це значить», коли в одній публікації комбінується власне новина (подія) і аналітичний блок із поясненням значення цієї події. Так, виникає гібрид замітки та статті. Це відповідає запиту аудиторії на глибше розуміння складних військово-політичних процесів, одночасно забезпечуючи оперативність. Дифузія інформаційного та аналітичного жанрів відзначалася ще до війни, але в умовах постійної небезпеки й дефіциту часу вона стала нормою.

2. Інтеграція репортажу з елементами нарису чи есе. Воєнний репортаж традиційно належить до інформаційних жанрів,

оскільки базується на безпосередній присутності журналіста на місці подій і фіксації фактів. Та в українських медіа воєнного періоду з'явилися репортажі, що мають виразний художньо-публіцистичний характер. Такі тексти часто пишуть в першій особі, містять багатий опис деталей, емоційні відступи, іноді – розгорнуті портрети героїв. Фактично, йдеться про синтез репортажу та есе чи нарису. Ці матеріали передають не лише події, а й атмосферу війни, особисті враження автора. Прикладом є цикл репортажних історій на сайті Української правди, де журналісти описують побачене на звільнених територіях через призму власних відчуттів. Один із матеріалів починається так: «28-річний військовий Валентин Олексієнко отримав важке ушкодження спинного мозку внаслідок нещасного випадку в зоні бойових дій...». З перших рядків автор занурює читача в особисту історію героя. Репортаж перетворюється на художню розповідь, зберігаючи при цьому документальну основу (реальні факти, інтерв'ю з персонажем, фотодокази з місця подій). Цей жанровий гібрид можна охарактеризувати як «репортаж-есе» або «нарис воєнного часу». Він виконує важливу функцію – не лише інформує, а й створює емоційний зв'язок із аудиторією, підсилює розуміння людського виміру війни.

3. Персоналізоване інтерв'ю-репортаж. Інтерв'ю як жанр зазвичай передбачає формат запитань-відповідей з певною публічною особою. В умовах війни набули популярності інтерв'ю з військовими, волонтерами, пересічними людьми, чий життя кардинально змінила війна. Ці матеріали часто відходять від класичної Q&A структури і подаються як монологічна розповідь героя, обрамлена авторським репортажним контекстом. Журналіст виступає не тільки інтерв'юером, а й оповідачем, який вибудовує сюжет навколо слів співрозмовника. Наприклад, на Суспільному та Радіо Свобода публікувались історії поранених бійців, що побудовані на основі інтерв'ю, але читаються як художній репортаж: автор описує обстановку (шпиталь, реабілітаційний центр), портретує героя, вставляє його прямі цитати і тим самим створює повноцінний наратив. Отримуємо гібрид інтерв'ю та репортажу, де межа між словами героя і авторським текстом мінімальна. Цей підхід дозволяє глибше занурити читача в переживання іншої людини, не розриваючи розповідь формальними запитаннями. Крім того, журналіст має більше можливостей для творчого осмислення матеріалу, використовуючи прийоми художнього репортажу. Персоналізовані інтерв'ю-історії виконують і соціальну місію. Вони сприяють формуванню образу учасників війни, викликають емпатію та повагу в аудиторії. Змішуючи жанри, медіа досягають сильнішого емоційного впливу, водночас доносячи фактаж через прямі свідчення.

4. Нові жанрові форми. Окремо варто згадати про жанрові новації воєнного часу, які раніше не були настільки поширені. Одна з них – «відновний наратив» (restorative narrative). Це формат матеріалів, що фокусуються на історіях зцілення, відновлення, надії під час війни. В українських медіа з'явилися спецпроекти, присвячені позитивним історіям: про порятунок життя, про волонтерську допомогу, про психологічну підтримку військових і цивільних. Матеріали поєднують репортаж (основа – реальні історії людей) з елементами соціально-психологічного аналізу та мотиваційного оповідання. Їхній стиль часто нагадує документальну прозу з емоційно забарвленою мовою. Журналіст у цих текстах виступає радше як оповідач-коуч, що прагне показати шляхи подолання травми. В результаті виникає синтез репортажу, інтерв'ю та психологічного есе. Цей жанровий гібрид став відповіддю на запит суспільства на «не лише погані новини». У розпал війни людям необхідні історії, що дають надію, тому медіа впроваджують такий підхід, навіть якщо раніше він був нетиповим для української журналістики.

Ще одним новим жанровим феноменом можна вважати воєнний подкаст – аудіоформат, в якому ведучі змішують огляд й інтерв'ю з гостем. Багато українських медіа (наприклад, Українська правда, Громадське радіо) під час війни запустили подкасти, що поєднують риси інформаційної програми та художньо-публіцистичного обговорення. Це ще один приклад жанрової дифузії, зумовленої діджитал-платформами та потребою достукатися до аудиторії в зручному форматі.

Отож, жанрова дифузія пронизує чи не всі аспекти воєнного медіаконтенту. Інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні елементи в сучасних матеріалах про війну тісно переплетені. На рівні провідних всеукраїнських мережеских медіа це стало своєрідним стандартом: поруч зі звичайними замітками та звітами регулярно з'являються креативні жанрові форми. Вони забезпечують глибину й різнобічність висвітлення війни, роблять медіаконтент більш емоційним. Одночасно це ставить перед редакціями нові виклики, зокрема, щодо збереження балансу між об'єктивністю та суб'єктивністю. Коли новина зміщується з думкою, є ризик розмивання стандартів. Відповідальні медіа зазвичай маркують авторські матеріали, пояснюють аудиторії жанрову природу тексту. Втім, для аудиторії часто такі межі не принципові, бо вона сприймає контент цілісно.

Отже, результати проведеного дослідження демонструють, що російсько-українська війна стала каталізатором процесів жанрової дифузії в українських медіа. У матеріалах, присвячених війні, чітко простежується трансформація традиційних жанрових форм: вони або зливаються між собою, або видозмінюються, породжуючи гібридні

різновиди. Виявлено кілька основних типів таких міжжанрових поєднань: інформаційно-аналітичні (замітка + аналіз), репортажно-есеїстичні (репортаж + есе), інтерв'ю-репортажні (інтерв'ю + есе/нарис) тощо. З'явилися також нові для української журналістики формати на кшталт «відновного нарративу» і воєнних подкастів, які самі по собі є продуктом жанрової дифузії.

Причини і значення цього явища в контексті війни пояснюються низкою факторів. По-перше, потреби аудиторії воєнного часу вимагають від медіа іншого підходу: люди хочуть не тільки отримувати факти, а й розуміти їх, співпереживати героям, знаходити надію. По-друге, еволюція самої журналістики під впливом цифрових технологій призвела до того, що старі жанрові рамки стали затісними. Війна лише пришвидшила цю еволюцію, примусивши журналістів експериментувати з формою подачі. Як відзначають науковці, змішування і взаємопроникнення жанрів – процес об'єктивний і неминучий. В нашому випадку він проявився у стислі терміни, буквально за перші місяці війни, що свідчить про високу адаптивність медіасистеми.

По-третє, жанрова дифузія в матеріалах про війну має і прикладний позитивний ефект. Вона сприяє взаємозбагаченню жанрів, появі нових форматів, які здатні привернути увагу ширших верств суспільства. Наприклад, молодіжна аудиторія, яка раніше не цікавилася аналітикою, може зацікавитися нею через захопливий воєнний подкаст. Так відбувається розширення тематичного і жанрового спектру медіа. Існують і ризики: надмірне змішування жанрів може ускладнювати сприйняття матеріалу, розмивати жанрові орієнтири для аудиторії, а інколи й ускладнювати роботу редакцій (бо гібридні тексти важче редагувати за стандартами). Це поле для подальших досліджень, зокрема в аспекті впливу жанрово гібридних матеріалів на довіру аудиторії.

Війна суттєво трансформувала жанрову палітру української журналістики, прискоривши процеси дифузії жанрів. Для науковців медіа це підтверджує теорію про гнучкість і еволюційність жанрової системи, а для практиків – вказує на необхідність вироблення нових підходів до створення контенту. Українські медіа, пристосовуючись до екстремальних умов, фактично випробували «на міцність» усталені жанри і створили якісно нові формати комунікації з аудиторією.

Список використаної літератури

1. Дорош М. Журналістика зцілення, або Про альтернативне висвітлення трагічних подій. *MediaSapiens (Детектор медіа)*. 2016. URL: <https://ms.detector.media/mediaanalitika/post/17336/2016-08-31-zhurnalistyka-ztsilennya-abo-pro-alternatyvne-vysvitlennya-tragichnykh-podiy/>

2. Жугай В. Висвітлення російсько-української війни 2022 року у ЗМІ. Європейський вибір України, розвиток науки та національна безпека...: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. Одеса: Видавничий дім «Гельветика». 2022. С. 847–851.

3. Кузнецов Д, Сірінюк-Долгарьова К. Жанрова дифузія в контенті регіональних онлайн-медіа. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2018. № 1 (33). С. 79–83.

4. Надточій О. Л. Розширення жанрових меж сучасного коментарю в межах аналітичних текстових форматів. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2019. № 3 (39). С. 51–58.

Анотація. У статті проаналізовано прояви жанрової дифузії у матеріалах всеукраїнських мережевих медіа про російсько-українську війну. Визначено основні типи жанрових гібридів (інформаційно-аналітичні, репортажно-есеїстичні, інтерв'ю-репортажні тощо) та показано їхню роль у підвищенні ефективності воєнного медіаконтенту. Зроблено висновок, що війна істотно прискорила процеси жанрової дифузії, взаємозбагачуючи жанри та зумовлюючи появу інноваційних форм журналістики.

Ключові слова: жанрова дифузія; журналістські жанри; війна; гібридні жанри; воєнна журналістика.

Анастасія Волобуєва,

кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, заступниця директора з науково-педагогічної роботи (наукова та міжнародна діяльність), Навчально-науковий інститут журналістики, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, (м. Київ)
nastya_v@knu.ua

Віталій Корнєєв

доктор наук із соціальних комунікацій, професор, професор кафедри соціальних комунікацій, Навчально-науковий інститут журналістики, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, (м. Київ)
vmkorn@knu.ua

**МЕТОДИКА ПІДГОТОВКИ ЖУРНАЛІСТІВ: АКТУАЛЬНІ
ВИКЛИКИ 2025 РОКУ**

Постановка проблеми. 2025 рік в системі підготовки медійників став роком оновлення підходів та формування нових процесів кодування змісту і спрямвання професійної кваліфікації випускників

освітніх програм за напрямком спеціальності «Журналістика». Ми свідомо тут не вказуємо номер спеціальності, адже з уведенням нового переліку галузей [4] відбулася зміна «Об1» на «С7», причому в деяких ситуаціях таку зміну можна розглядати як формальну, а в інших – як процес системного структурування освітніх програм та формування якісно нових підходів до змісту компетенцій, послідовності їх формування, умов набуття додаткових опцій практичних чи теоретичних складників такої підготовки тощо.

Оновлення галузевого розподілу спеціальностей не вимагало, у принципі, глибокої зміни програм, формальний підхід міг вповні бути реалізованим за рахунок оновлення титульних аркушів описів програм та уведення обов'язкової чи вибіркової (як було рекомендовано МОН в процесі тривалих консультацій) дисципліни БЗВП та відповідних компетентностей, що мала формувати ця дисципліна [2]. Поряд з цим, ініційовані МОН зміни стали поштовхом для переосмислення підготовки медійника та спонукали до пошуків нової моделі освіти, яка могла б стати більш гнучкою траєкторією для здобувача освіти. Особливо для такого здобувача, який готовий свідомо конструювати пул компетенцій і навичок для гарного старту в професійній діяльності.

Вихідними заувагами, які давали можливість переосмислити підхід, стали:

1. Всі чотири освітні програми спеціальності Об1 «Журналістика» - «Журналістика і соціальна комунікація», Видавнича діяльність і медіаредагування», «Медіапродюсування», «Реклама і зв'язки з громадськістю» – передбачали присвоєння освітньої кваліфікації «бакалавр журналістики».

2. Унаслідок цього зміст підготовки на 1-2 курсі названих освітніх програм був ідентичним, і спрямовувався на здобуття базових компетентностей роботи саме журналістом, інакше ми б не мали можливості присвоювати освітню кваліфікацію.

3. Вибіркові блоки та спецкурси у всіх чотирьох програмах були збудовані таким чином, аби сформувати професійні компетентності за напрямком програми, тобто поглибити знання і вміння журналіста, дати базові моделі підготовки в рекламі, PR, видавничій діяльності, продюсуванні, причому кількість годин та обсяг дисциплін у кредитах ECTS були відчутно меншими, аніж обов'язкова журналістська підготовка.

4. Тривалий час спостережень за навчанням здобувачів освіти дав підстави стверджувати, що переведення студентів з програми на програму – помітне явище, а ситуації, коли студенти, наприклад, ОПП «Реклама і зв'язки з громадськістю» обирають вибіркові спецкурси з навчального плану ОПП «Журналістика» і навпаки – не є поодинокими явищами.

Все це спонукало формувати нову концепцію підготовки медійників, якій і присвячено наше дослідження. Вважаємо особливо доречним говорити про освітні виклики та способи реагування на них саме сьогодні, коли відбувається формування нових Стандартів підготовки медійників на рівні Науково-методичної комісії МОН, що закономірно змусить переглядати освітні програми та оновлювати їх медіаосвітян вже наступного, 2026 року. Відтак сподіваємося, що досвід, який ми отримали та формалізували під час розробки і реалізації ОПП С7 «Журналістика», стане в нагоді колегам для реагування на нові виклики оновлення галузевих підходів.

Короткий аналіз досліджень з цієї проблеми. Дослідження побудоване на тих джерелах, що ще не набули інституціалізації, принаймні говорити про публікації результатів та підсумків впровадження нових підходів на основі вимог і рекомендацій спеціальності С7 «Журналістика» – не доводиться, хіба за винятком кількох нормативних документів МОН, які ми згадуємо у дослідженні. Водночас цей матеріал збудовано на основі вимог чинного проекту Стандарту бакалаврського рівня підготовки за спеціальністю «Журналістика», який в умовах 2025 року став внутрішнім документом, регламентом структури підготовки в межах конкретного закладу освіти. Автори переконані, що така ж ситуація склалася і в інших ЗВО. Крім того, джерелами нашої розвідки стали матеріали робочої групи з оновлення опису освітньо-професійної програми С7 «Журналістика», до складу якої автори не просто входили, але й формували проєктні документи, брали участь не тільки у створенні й погодженні, але й популяризації оновленої програми.

Оскільки частина документів не інституціолізовані до такої міри, щоб на них можна було посперечатися, а інша частина – становить інтерес тільки для службового використання, – ми можемо тут окреслити лише типи джерел та вказати на їх природу. Відтак, методологія цього дослідження включає методи спостереження та узагальнення, систематизації та, частково – гіпотетико-дедуктивний. Наостанок зауважимо, що наше дослідження присвячене більшою мірою кваліфікації викликів та обґрунтуванню тих рішень, які були прийняті у відповідь на ці виклики. Наскільки наша модель побудови спеціальності буде цікавою для споживачів цього освітнього продукту – студентів, та виробників і реалізаторів нового контекстуального підходу – викладачів, ми зможемо говорити з більшою чи меншою мірою об'єктивності не раніше червня 2029 року, причому, за умови системного дослідження процесу набуття і надання нових знань, формування компетенцій та реалізації навичок для конкретних потреб діяльності в галузі.

Мета і завдання дослідження. В цій доповіді вбачаємо головним таке завдання: продемонструвати яким чином структурна організація

освітнього процесу може зачіпати, а почасти – й вирішувати проблеми та проблемні виклики сучасної підготовки медійників.

З 1 вересня 2025 року здобувачі освіти першого бакалаврського рівня за спеціальністю С7 отримали оновлену робочу програму, оновлений навчальний план та зовсім нову структуру підготовки до виконання практичних професійних завдань. Цю програму створювала не тільки спеціально призначена робоча група, над нею працювали всі кафедри інституту, долучалася думка медіапрактиків та ті бачення й застереження здобувачів освіти, які могли сприяти поліпшенню програми. Тобто, в цій ситуації ННІ журналістики намагався залучити всіх стейкхолдерів для створення оновленої версії ОПП.

Оскільки ключові засади підготовки майбутніх медійників визначаються навчальним планом – будемо говорити саме про нього.

1. В Навчально-науковому інституті журналістики було об'єднано 4 освітні програми, які в ОПП спеціальності 061 «Журналістика» на перших двох курсах мали майже ідентичних зміст, а практична підготовка за напрямом починалася на 3 курсі. Цей крок має кілька переваг та певні ризики, які, все ж, не порівнювані з перевагами. Ключовим ризиком стала ситуація, коли, наприклад, абітурієнт хоче обрати професіоналізацію в рекламі і зв'язках з громадськістю і не бачить цієї програми у списку доступних. У відповідь на такий ризик кафедрою реклами та зв'язків з громадськістю було розроблено стратегію комунікації, яка й була реалізована (більшою мірою – успішно) в комунікації з абітурієнтами. Ми пояснювали, що студент матиме право зробити вибір професійного спрямування на 2 курсі, коли вже достатньо повно зрозуміє, які переваги його особистої освітньої траєкторії є більш привабливими для працевлаштування і побудови кар'єри.

2. У цій освітній програмі ми сформуливали специфічний розподіл кредитів на обов'язкові та вибіркові дисципліни: всього за 4 роки студент має прослухати 140 кредитів обов'язкових компонентів програми (ОК) та 100 кредитів у вибірковій частині (ВЧ) дисциплін вільного вибору студента, таким чином, формування освітньої траєкторії стає більш гнучким та передбачає набуття більшої кількості професійних компетентностей під час навчання.

3. Структура обов'язкових компонентів навчання включала дисципліни, визначені наказом ректора, в тому числі іноземну мову відповідно до Концепції вивчення іноземних мов [3], дисципліни, що формують фахові компетенції та інші близькі й суміжні дисципліни, як-от «Мова медіа» чи «Вступ до спеціальності». При формуванні дисциплін, звісно ж, виходили із проєкту Стандарту та формування відповідних компетентностей регламентованих цим Стандартом. Особливість структури ОК полягає ще й у тому, що до навчального

плану у 2-4 семестрах було включено три великі фахові дисципліни (по 15 кредитів кожна), які відображають типологію, передбачену Законом України «Про медіа» [1]: друковані медіа, аудіовізуальні медіа, онлайн медіа. За наповнення навчальних програм цих дисциплін відповідали профільні кафедри, що відкриває можливість сформувати систему викладання з урахуванням теорії історії, практики медіадіяльності в кожному виді медіа. Прикметно, що шляхом проведення численних нарад та погоджень вдалося сформувати паралельний контекст вивчення окремих видів – тобто, наприклад, студент має приблизно однакову кількість годин теорії чи практики в кожному виді медіадіяльності, причому вивчає це приблизно в один час. Цей процес погодження дав можливість уніфікувати підходи та сформувати комплексну професійну компетентність здобувача освіти.

4. Окрема особливість блоку ОК полягає ще у тому, що здобувач освіти має значний обсяг дисциплін (в сумі – 13 кредитів), які спрямовані на практичну підготовку з реклами і зв'язків з громадськістю, з видавничої діяльності, з медіапродюсування, щоб студент бачив можливості реалізації себе в професії повною мірою. Таким чином, вже на 2 курсі студент чітко розуміє зміст і напрям подальшої підготовки та може сформувати свою освітню траєкторії усвідомлено, розуміючи переваги і зміст підготовки у кожній медіапрофесії. Прикметно, що вибір студенти роблять на 2 курсі у 4 семестрі, а отже мають достатній досвід, час і вік для зважених рішень.

5. Структура вибіркової частини програми передбачає вивчення вибірових блоків на 3 курсі (49 кредитів) та вибірових спецкурсів на 4 курсі (48 кредитів), залишок зі 100 кредитів вибірових дисциплін – базова військова підготовка у 4 семестрі (3 кредити), яка не формує саме медійних навичок, тому про не говорити не будемо. На третьому курсі в освітній програмі сформовано 17 вибірових блоків, серед яких, наприклад, не тільки реклама або PR, але й «Медіаконсалтинг та іміджеві комунікації речника організації», не тільки спортивна чи тревел журналістика, але й фотожурналістика, професійний блогінг, аудіовізуальний медіапродакшн та інші блоки, нагадаємо – кожен обсягом 49 кредитів, чого цілком достатньо для якісної підготовки.

6. Структура вибірових дисциплін 4 курсу навчання – теж досить цікава. Авторам вибірових блоків на 3 курсі (кафедрам ННІЖ), було запропоновано сформувати перелік із 3 великих дисциплін за тематикою свого блоку. Таким чином у перелік вибірових спецкурсів було уведено три різні напрямки: Перелік 5. Спеціальна професійна підготовка медійника; Перелік 6 Сучасні підходи в медіадіяльності; Перелік 7. Практикум з фахової діяльності.

Кожен перелік має 15-17 конкретних спецкурсів, які може обрати студент. Логіка такого підходу ґрунтується на забезпеченні гнучкості у формуванні освітньої траєкторії – студент, до прикладу, прослухав на 3 курсі вибіркового блоку PR, але відчуває, що потребує інших знань та вмінь, тому на 4 курсі може обрати рекламне спрямування у Переліку 5, навички керівництва медіапроектом у Переліку 6, вміння просувати свій проєкт у Переліку 7. Кожен спецкурс цих переліків має 12 кредитів обсягу, що цілком достатньо для формування відповідних компетентностей здобувача освіти. Крім того, є ще Перелік 2 (3 кредити), Перелік 3 (3 кредити), Перелік 4 (6 кредитів), які спрямовані на фахову, соціально психологічну та комунікаційну підготовку відповідно і передбачають тематично «вузькі» спецкурси, що не увійшли до переліків 5-7.

7. Окремо варто відзначити структуру практики: у 3 семестрі навчальна (ознайомча), у 5 семестрі – після набуття навичок і знань за напрямком журналістської діяльності – виробнича, у 8 семестрі – переддипломна, яка проводитиметься на виробництві за проблематикою диплому. Професійна кваліфікація присвоюється за вибіркоким блоком, причому за умови, що кваліфікаційна робота відповідає проблематиці прослуханого вибіркового блоку. Втім, щодо особливостей присвоєння професійних кваліфікацій за обов'язковою та вибірковою частинами програми окремо – поки говорити зарано, ці процеси ще проходять погодження в НАК.

Висновки. Вже в поточному навчальному році ми отримаємо новий Стандарт підготовки медійників і будемо пробувати сформувати освітні програми з урахуванням його вимог. У короткому огляді вище ми спробували показати, як власне структура та система моделювання освітніх траєкторій можуть визначати методичні можливості підходів до викладання (ключові проблеми: координація освітніх зусиль викладачів для уникнення повторів з огляду на структуру підготовки та формування послідовності у набутті знань умінь та навичок, як це зумовлено навчальним планом), і які рішення стратегічного рівня при плануванні навчального процесу допоможуть вибудувати освітню програму з широким і варіативним набором професійних компетентностей, потрібних конкретному, окремому здобувачеві освіти.

Не вважаючи свій досвід унікальним, і не маючи на сьогодні підсумків і результатів остаточних – вони будуть тільки через 4 роки, а статистика років за 7-10 – можемо сказати одне, саме такий підхід відкрив можливості формування та погодження змісту навчання і підписання договору про подвійне дипломування з Університетом Адама Міцкевича в Познані (Республіка Польща), причому вчитися за цим підходом можуть всі вступники бакалаврату спеціальності С7 «Журналістика», щоправда, якщо звернуться з відповідною заявою та

будуть мати можливість виділяти більше часу і для вивчення польської мови, і для вивчення освітнього контенту, які на першому курсі вивчають їх польські колеги (для цього створено окремий навчальний план, який має відмінність лише у вивченні іноземних мов та додатковий вибірковий блок, всі інші зміни – на рівні змістових модулів навчальних дисциплін).

Наш досвід доводить: створення достатньо гнучкої освітньої програми, яка передбачає широкі можливості професіоналізації, насамперед у частині вибірових компонент, – є підставою не тільки для підвищення якості підготовки, але й відкриває можливості для розвитку міжнародної співпраці та забезпечення широкої палітри фахових запитів здобувачів освіти.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про медіа». Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>
2. Започаткування теоретичної частини БЗВП для студентів. Режим доступу: https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/2025/03/05/bazova-zahalnoviyskova-pidhotovka-zdobuvachiv-vyshchoyi-osvity-05-03-2025.pdf?__cf_chl_tk=8khk3KEqIWH1BLTHzvxLznruPr4qeCLnlOIHRbA5QN0-1763973152-1.0.1.1-5oUlVvZTaEZIKjokF79YFjXKuEpR9JBPAtnMBvX4uYY
3. Концепція вивчення іноземних мов студентами неспеціальних факультетів/інститутів Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Режим доступу: <https://knu.ua/pdfs/official/Concept-of-studying-foreign-languages-at-non-special-faculties-and-institutes-in-University.pdf>
4. Про внесення зміни до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти: Постанова Кабінету Міністрів України. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/188-2025-%D0%BF#Text>

Андрій Глухий,

здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти
спеціальності С7 Журналістика, Тернопільський національний
педагогічний університет імені Володимира Гнатюка (м. Тернопіль)
andryu911@gmail.com

ПРАВОВІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ МЕДІА УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Актуальність. В умовах повномасштабної військової агресії російської федерації функціонування медіасистеми України, особливо регіональних медіа, відбувається у режимі надзвичайного правового регулювання. Воєнний стан, запроваджений Указом Президента України від 24 лютого 2022 року, автоматично активував механізми тимчасового обмеження конституційних прав і свобод, що безпосередньо стосується й журналістської діяльності [2]. Актуальність дослідження зумовлена тим, що регіональні медіа, які традиційно виконують роль основного каналу оперативної та локально орієнтованої комунікації, сьогодні функціонують в умовах подвійного тиску. З одного боку, вони стикаються з прямими загрозами фізичній безпеці, значними економічними втратами та руйнуванням інфраструктури. З іншого – обов'язком суворо дотримуватися правових обмежень, пов'язаних із режимом воєнної цензури та регламентацією поширення чутливої інформації. На відміну від загальнонаціональних мовників, регіональні медіа перебувають у специфічній ситуації прямої підзвітності місцевим військовим адміністраціям, що зумовлює нерідко фрагментарне, несистемне та нерівномірне застосування правових норм.

Метою дослідження є аналіз і систематизація правових механізмів, що визначають особливості функціонування регіональних медіа України в умовах воєнного стану, а також виявлення ключових проблем правової практики та визначення можливих шляхів їх мінімізації.

Методологія дослідження включає використання системного підходу, методів логіко-правового аналізу та інструментів порівняльного правознавства для дослідження чинної нормативно-правової бази. Крім того, використано узагальнення емпіричних даних щодо реальної практики застосування правових обмежень у регіональних медіа.

Виклад матеріалу. Правове регулювання функціонування медіасфери в Україні під час війни ґрунтується на комплексі нормативно-правових актів, серед яких центральне місце посідає

Конституція України. Згідно зі статтею 34 Основного Закону, кожному гарантується право на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань. Проте ця ж стаття містить вичерпний перелік підстав, за якими таке право може бути обмежене [1].

Ключовим документом, що легітимізує обмеження, є Закон України «Про правовий режим воєнного стану» [3], стаття 19 якого прямо передбачає можливість запровадження військової цензури, а також регулювання роботи медіа. Обмеження, згідно з міжнародним правом (зокрема, згідно з практикою Європейського суду з прав людини та можливості відступу від зобов'язань за ст. 15 ЄКПЛ), повинні бути тимчасовими, пропорційними та необхідними для досягнення легітимної мети – забезпечення національної безпеки та оборони. На практиці застосування Закону про воєнний стан породжує дуалізм правового поля. З одного боку, медіа повинні зберігати свою функцію контролюючого, «четвертої влади» елемента демократії, а з іншого – виступати як частина державної системи інформаційного спротиву, що неухильно дотримується всіх обмежень. Цей дуалізм є особливо відчутним для регіональних медіа, оскільки їхня робота часто є єдиним джерелом достовірної інформації про життя громади.

Із прийняттям Закону України «Про медіа» [4] у 2023 році відбулася суттєва реформа українського інформаційного законодавства. Це уніфікувало класифікацію суб'єктів у сфері медіа, запровадило нові правила регулювання та реєстрації. Особливе значення для регіональних медіа мають такі аспекти Закону. Насамперед, уніфікація статусів. Закон скасував застарілий розподіл на види ЗМІ та встановив єдині правила для друкованих, онлайн, аудіовізуальних та аудіальних медіа. Це теоретично мало б спростити функціонування регіональних медіа, багато з яких є конвергентними (поєднують друк, вебсайт та соцмережі). Наступне – державна підтримка. Закон містить положення про підтримку медіа, що є критично важливим для економічно ослабленого регіонального сегмента. Проте механізми надання такої підтримки та її реалізація під час війни залишаються складними та не завжди прозорими. Вагомим аспектом є регулювання контенту. Закон значно розширив перелік забороненого контенту, чітко визначивши відповідальність за поширення дезінформації, мови ворожнечі та, що особливо важливо, контенту, який виправдовує військову агресію РФ. Проте, особливості функціонування регіональних медіа в умовах воєнних дій потребують більш деталізованої регламентації. Наприклад, для медіа, що опинилися на тимчасово окупованих територіях або у зоні бойових дій, Закон не завжди може надати дієві механізми захисту прав та відновлення діяльності.

Функціонування регіональних медіа в умовах воєнного стану підпорядковується низці жорстких правових обмежень, які є необхідними для інформаційної безпеки, але часто викликають напругу у відносинах між журналістами та військовою владою. Це військова цензура та самоцензура, які передбачають (ст. 19 Закону «Про правовий режим воєнного стану») контроль за інформацією з метою запобігання розголошенню відомостей військового характеру, які можуть зашкодити обороні. На практиці це втілюється у «Переліку відомостей, заборонених до висвітлення» [5], який постійно оновлюється Генеральним штабом ЗСУ та військовими адміністраціями.

Проблемою є те, що цей перелік не завжди охоплює всі можливі випадки, змушуючи регіональних журналістів вдаватися до самоцензури. Боязнь порушити нечітко сформульовані правила, особливо у прифронтових зонах, може призводити до значного зниження рівня висвітлення суспільно важливих тем, які безпосередньо стосуються життя громади, але можуть мати опосередкований військовий контекст.

Вагомим у цьому контексті є режим акредитації та доступ до інформації, що встановлюють правила доступу журналістів до зон бойових дій, об'єктів критичної інфраструктури та інших закритих територій. Регулюється це відповідними наказами Генерального штабу ЗСУ та спільними наказами місцевих військових адміністрацій. Їх недоліками є брак прозорості, оскільки процедури отримання/відновлення акредитації та механізми її анулювання часто є непрозорими та суб'єктивними, особливо на регіональному рівні, та неоднакове застосування, бо військові адміністрації встановлюють різні рівні доступу та вимоги, що ускладнює роботу медіа, які покривають кілька регіонів. Це створює «правову мозаїку».

Неабияке значення має також відповідальність за дезінформацію. Закон «Про медіа» та зміни до Кримінального кодексу України посилили відповідальність за поширення неперевірених чи фейкових новин, особливо тих, що виправдовують агресію. Цей механізм відіграє визначальну роль у протидії російській дезінформації, однак його використання щодо регіональних медіа потребує підвищеної виваженості. Основною проблемою правозастосування залишається нечіткість меж між допустимою, суспільно значущою критикою діяльності військових адміністрацій, яка є невід'ємною складовою демократичного контролю, та поширенням контенту, що свідомо підриває довіру до органів влади чи оборонних структур. У практиці такі обмеження нерідко мають фрагментарний і ситуативний характер, що може пригнічувати конструктивний зворотний зв'язок та ускладнювати оперативне донесення важливої інформації до населення [5].

Висновки. Правове середовище, у якому функціонують регіональні медіа під час воєнного стану, є складним, мінливим і вимагає постійного коригування та пошуку рівноваги. Виявлений дуалізм між конституційними свободами та потребами військового часу потребує чіткої інституційної фіксації та узгодження. Спостерігається суттєва розбіжність між нормами загальнонаціонального законодавства (зокрема Закону «Про медіа») і фактичними рішеннями та вимогами, що встановлюються військовими адміністраціями на місцях. За відсутності ефективних механізмів фінансової та правової підтримки, передбачених нормативною базою, значна частина місцевих медіа опиняється під загрозою припинення діяльності.

Виходячи із цього, для оптимізації правових засад регіональних медіа в умовах війни необхідне, по-перше, створення уніфікованих, максимально деталізованих та публічних інструкцій щодо військової цензури, адаптованих до регіонального рівня (зона бойових дій, прифронтна зона, тил). По-друге, впровадження єдиної електронної системи акредитації для журналістів, що мінімізує суб'єктивізм військових адміністрацій. А також законодавче закріплення механізмів пріоритетної фінансової та грантової підтримки регіональних медіа, що є критично важливими для життєдіяльності громади. Попри запроваджені обмеження, регіональні медіа продовжують виконувати надзвичайно важливу місію – забезпечують населення актуальною інформацією та підтримують локальну ідентичність у кризових умовах.

Список використаної літератури

1. Конституція України. *Офіційний вебпортал парламенту України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр#Text>
2. Про введення воєнного стану в Україні. *Офіційний вебпортал парламенту України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/64/2022#>
3. Про правовий режим воєнного стану. *Офіційний вебпортал парламенту України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/389-19#Text>
4. Про медіа. *Офіційний вебпортал парламенту України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>
5. Наказ Головнокомандувача Збройних Сил України «Про організацію взаємодії між Збройними Силами України та представниками засобів масової інформації на час дії правового режиму воєнного стану». URL: <https://mod.gov.ua/diyalnist/normativno-pravova-baza/nakaz-golovnokomanduvacha-zsu-vid-03-03-2022-roku-73-zi-zminami>

Анотація. У дослідженні проаналізовано ключові законодавчі та нормативно-правові акти, що регулюють діяльність регіональних медіа в період дії воєнного стану в Україні. Визначено дуалістичний характер правового поля, що поєднує конституційні гарантії свободи слова з легітимними обмеженнями, спрямованими на забезпечення національної безпеки та інформаційної стійкості. Акцентовано увагу на ролі Закону України «Про медіа» та особливостях застосування військової цензури. Зроблено висновок про необхідність чіткої та недискримінаційної правової регламентації для підтримки регіональних медіа як критично важливого елемента демократичної інфраструктури, що забезпечує локальну комунікацію та протидію дезінформації.

Ключові слова: регіональні медіа, воєнний стан, правові засади, інформаційна безпека, цензура, Закон «Про медіа», військова адміністрація.

Юлія Голокоз,

студентка спеціальності С7 «Журналістика», Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова (м. Миколаїв),
yuliagolokoz2002@gmail.com

Світлана Гузенко,

доцент кафедри журналістики, реклами та PR-технологій,
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова
(м. Миколаїв), svitlana.huzenko@nuos.edu.ua

УКРАЇНСЬКІ МЕДІАПРОЄКТИ ЯК ЗАСІБ АРХІВУВАННЯ ВОЄННИХ ЗЛОЧИНІВ

Сучасна журналістика в умовах війни набуває особливої суспільної ваги, виконуючи інформаційну, етичну та документальну функцію. Преса сприяє позитивним змінам у суспільстві, адже в іншому разі вона втрачає свій сенс існування [4]. Завдання журналістів полягає у вмінні поєднати інтереси суспільства з об'єктивною потребою фіксації подій, які визначають історичний розвиток нації. У контексті російсько-української війни ця місія трансформувалася у створення цифрових медіаархівів, що документують воєнні злочини, порушення прав людини та наслідки агресії.

Поняття «архів» у класичному розумінні охоплює установи чи зібрання документів, спрямованих на збереження історичної пам'яті. Проте у цифрову добу архіви перестали бути виключно

інституційними. Сьогодні вони постають у вигляді сайтів, онлайн-проектів, де журналісти, фіксери та волонтери накопичують свідчення воєнних подій. Як зазначає Каплуненко, соціальні мережі є «сукупністю соціальних взаємодій, які здійснюють користувачі за допомогою соціальних медіа в Інтернеті», а отже, вони стали важливим каналом для збереження історично значущих даних [5]. У результаті кожен користувач може виступати своєрідним «хранителем пам'яті», коли він документує воєнні злочини за допомогою мобільного пристрою та мережевого доступу.

Мета дослідження полягає у визначенні ролі українських медіапроектів у процесі архівування воєнних злочинів, аналізі їхніх форматів, принципів роботи та соціальної значущості. Особлива увага приділяється тому, як журналістика в умовах війни сприяє збереженню доказової бази для майбутніх судових процесів та формуванню колективної пам'яті про злочини, скоєні проти України.

Українські медіапроекти відіграють важливу роль у процесі архівування воєнних злочинів, аналізі їхніх форматів, принципів роботи та соціальної значущості. Журналістика в умовах війни сприяє збереженню доказової бази для майбутніх судових процесів та формуванню колективної пам'яті про злочини, скоєні проти України. У нашому дослідженні ми використовуємо метод кейс-стаді, що дозволяє розкрити особливості діяльності окремих українських ініціатив.

Українські медіа від початку повномасштабного російського вторгнення почали активно висвітлювати події на фронті, а також ситуацію у регіонах, зокрема тих, які зазнали окупації, вважаються прифронтовими та які піддаються обстрілам з боку російських військ. За ці роки медійники сприяли створенню чималої кількості проектів, спрямованих на зберігання даних про воєнні дії, поступово наповнювати бази архівів у цифровому та друкованому форматах. Цікавими і надзвичай важливими є Платформа пам'яті «Меморіал», «Свідок» та «Розплата».

У 2022 році журналісти Агенції медійного росту «Або» розробили проєкт Платформа пам'яті «Меморіал». Його мета – перетворити абстрактні цифри жертв війни на конкретні людські історії, показати емпатію до людей і зберегти емоції. За період існування проєкту база даних про загиблих внаслідок війни наповнена понад 10 тисячами історій. Про проєкт громадськість дізнається через некомерційні інформаційні кампанії, зокрема освітні та меморіальні заходи. У медіапроєкті розроблені механізми зворотнього зв'язку. Відповіді на анкети відстежує моніторингова група, яка досліджує та аналізує роботу проєкту, визначає сильні та слабкі сторони для подальшого розвитку. Платформа інтегрована в національну політику пам'яті та історичне архівування. Процес архівування є важливим

елементом роботи проєкту. У представників Платформи пам'яті налагоджена комунікація та процес упорядкування обміну даними з Офісом Генпрокурора, з Головним управлінням Державної служби з надзвичайних ситуацій, з Головним управлінням Національної поліції України, міськими та обласними державними (військовими) адміністраціями та судово-медичними установами. Взаємодія – це ефективний єдиний канал верифікації інформації про загиблих цивільних та військових. Дані про загиблих цивільних людей та військовослужбовців медійники публікують, керуючись нормативно базою та чинним законодавством України. Закон про вшанування жертв війни є яскравим прикладом того, як на законодавчому рівні контролюється дотримання права на пам'ять.

У роботі медійники «Меморіалу» враховують моральну складову, яка регламентується етичним Кодексом журналіста, зокрема чутливість роботи полягає у поєднанні двох аспектів людяності: потреби у співпереживанні рідним та професійному підході. Працюючи у цій сфері, журналіст стикається з людським болем, втратами і травматичним досвідом людей, які пережили насильницькі дії (не лише фізичні, але і моральні) під час війни. Тому основними задачами, які перед собою ставить документаліст «Меморіалу», є не завдати додаткової шкоди та «завоювати» довіру до себе, а також під час збору інформації бути максимально людяним і толерантним.

Фіксери у роботі дбають про конфіденційність та захист персональних даних свідків та жертв, не оприлюднюють імена, обличчя без письмової згоди, особливо це стосується тих людей, які проживають на територіях, які перебувають на межі (у «сірій зоні» бойових дій), а також на тимчасового окупованій території. Дотримуючись етичного Кодексу, медійники надають можливість людині ознайомитися з форматом, приблизним переліком питань та метою реалізації проєкту. Спікерам надають право на добровільне погодження або відмову від документування його (її) досвіду. Таким чином медійники проєкту не тиснуть, не погрожують та не маніпулюють, тим самим надають інформацію прозоро та відкрито. У роботі журналісти «Меморіалу» не допускають повторну травматизацію людини, ставлячи питання з повагою до її емоційного стану, без примусу до «повернення» у болісні моменти та події. Неабияке значення відіграє час – можливість зробити паузу під час розмови, розповісти про досвід або подію своїми словами, без шаблонних фраз «потрібних» журналісту для яскравості чи «кричущості» матеріалу. Люди, які пережили насильство у будь-якому його прояві, співпрацюючи з фіксерами проєкту не відчують себе «інформаційними джерелами», адже вони є як повноцінними учасниками процесу. Журналіст пам'ятає про особливості культурної або національної складових та з повагою ставиться до різних мов,

релігій та інших соціальних особливостей людей. Документування у форматі історій людей, які втратили найрідніших, поєднує журналістську, меморіальну і правову практику.

Етичні принципи є щоденною відповідальністю, основним з яких є повага до гідності загиблих (фіксери не знеособлюють загиблих, а навпаки висвітлюють кожную історію, описуючи життєвий шлях людини та факти її загибелі внаслідок війни). Кожна історія – це портрет. Маючи власний досвід роботи у проєкті «Меморіал» зазначимо, журналісти апелюють механізмами етики такими як тактовність, вміння вислухати та дати можливість людині промовчати, а всі дані публікуються тільки після погодження деталей та остаточної згоди від рідних. У публічну площину «виходить» інформація без подробиць, які можуть зашкодити близьким. Якщо медійник пише історію про загиблу людину, яка за життя була публічною, то дані збирає про неї також з інших джерел (новин, сайтів, соцмереж), втім розповідь рідних є фундаментальною. Це важливо, адже рідні є найнадійнішим джерелом інформації та мають основне право на погодження або не погодження поширення інформації про загиблого. Водночас робота з рідними загиблих військовослужбовців та цивільних є небезпечною в психологічному аспекті для самих журналістів. Емоційний стан формується через регулярне занурення у свідчення про смерті, історії людей, які пережили горе втрати рідних, друзів, колег та знайомих. Через тривале безперервне відчуття емпатії накопичується втома та виснаження. Саме тому над документуванням працює штат колег, до якого належать журналісти, дизайнери, SMM-спеціалісти, моніторингова група, IT-спеціалісти, менеджери та психологи [6].

Цифрова платформа «Свідок» є меншою за масштабом та менш відома, втім відіграє важливу роль у збереженні свідчень людей про злочини російської армії під час російсько-української війни. На цій платформі громадяни можуть безпечно розповідати про злочини пов'язані не тільки з військовими, життям в окупації, але й екологічними злочинами (прикладом є підриг російськими військами Каховської гідроелектростанції у червні 2023 року). Специфіка платформи полягає у анонімності: кожен може залишити нотатку, розповідь, фото або відео про події, які довелося пережити внаслідок війни. Таким чином «Свідок» можна вважати своєрідним соціальним щоденником, над яким працюють журналісти, IT-спеціалісти, менеджери та SMM-спеціалісти. Всі зібрані свідчення медійники платформи передають до Міжнародного кримінального суду та українських правоохоронних органів. Управлінські заходи щодо розвитку «Свідка» спираються на партнерську підтримку, яка полягає у взаємодії з державними структурами на офіційному рівні та підписанні меморандумів. Вся робота медійників на платформі

узгоджується з нормами Міжнародного кримінального суду, Женевськими конвенціями та внутрішнім законодавством України. А експертну оцінку свідчень надають адвокати та юристи. Проєкт «Свідок» співпрацює з українськими та світовими виданнями та медіа, є переклад контенту на англійську, а також медіапроєкт бере участь у некомерційних інформаційних кампаніях. Ефективність сайту відстежується за допомогою таких метрик, як кількість свідчень, охоплення, передачі доказів, а також є зворотний зв'язок від родичів уцілілих та суспільства. Завдяки таким управлінським заходам платформа «Свідок» якісно збирає, верифікує та передає свідчення, впливає на міжнародні процеси, що стосуються правосуддя та зберігає пам'ять про події воєнного часу в державі.

З етичної сторони робота фіксера на платформі «Свідок» полягає в обробці історій, насичених людським болем, травматичним досвідом та потенційних доказів воєнних злочинів проти людяності. Люди добровільно беруть участь у фіксації на платформі, зокрема у форматі короткої текстової розповіді у Telegram-боті або безпосередньо на сайті, натиснувши на віконечко «Збережіть свій спогад». На платформі не допускається публікація імен, локацій, деталей, які можуть ідентифікувати людину. Під час обробки текстів журналісти дотримуються етичних стандартів зберігання даних: файли зашифровані, захищено канали їхньої передачі, а доступ до інформації мають виключно уповноважені особи. Фіксери проєкту «Свідок» – це опора для людей, які відчули на собі воєнні злочини. Вони працюють у зоні емоційної напруги та відповідальності, дотримуючись етичних вимог до роботи [3].

Міжнародний проєкт «Розплата» запустили після початку повномасштабного російського вторгнення в Україну. Його мета – документування воєнних злочинів, збирання доказів та свідчень, які надалі можуть бути використані у судах для притягнення винних до відповідальності. Проєкт реалізований у форматі лонгріду, або іншими словами, довгочиту. Над «Розплатою» працюють журналісти-розслідувачі, юристи, дослідники та аналітики. На першій сторінці сайту цитата «Затримка правосуддя – це відмова у правосудді», що характеризує позицію людей, які працюють над «Розплатою». Тут же міститься віконечко «Пожертвувати», де будь-хто може стати донором або спонсором проєкту, завдяки якому буде змога його розвивати та масштабувати. Детальніше про насиченість сайту варто зазначити, що журналістами подано розділ «Рекомендовані ініціативи у сфері правосуддя», де містяться матеріали з порадами щодо протидії воєнним злочинам та висновками стосовно вчиненого на території України російськими військами. З сайту проєкту зрозуміло, що команда регулярно відвідує урядові, міжнародні зустрічі та конференції, а також присутня у судових процесах. Докази медійники

збирають у режимі реального часу або невдовзі після скоєння злочину. У роботі вони керуються принципом «Не нашкодь» та протоколом Берклі. Розмови зі свідками відбуваються у форматі відкритих запитань, а матеріали публікують у виданнях міжнародного значення.

Вся робота проєкту поділена на два напрями: журналістська діяльність та стратегічна комунікація. Інтерв'ю зі свідками відбувається за визначеним протоколом (із дотриманням етики, конфіденційності та психологічної підтримки). Формати зберігання доказів координуються міжнародними правозахисними організаціями. Відповідно до цього матеріали адаптують під вимоги міжнародних судових установ (наприклад, під потреби Міжнародного кримінального суду та трибуналів). Задля уникнення повторної травматизації людини журналісти дотримуються професійних стандартів, а також є «психологами» для вцілілих, які дають свідчення під час інтерв'ю. Результати роботи представники проєкту поширюють у великих медіа (до прикладу, Vanity Fair, New Lines Magazine). Варто зауважити, що основна інформаційна політика «Розплати» – це показати, що пропаганда також є частиною злочину. Дані, які готують для розкриття справи на рівні суду балансують між публічністю та закритістю. Відповідно інформацію захищають від кібератак та знищення, а також стандартизують під різні формати зі збереженням певної унікальності та оригінальності свідчень.

Працюючи над «Розплатою» медійники дотримуються етичних аспектів, зокрема під час фіксації та обробки воєнних злочинів. У проєкті діє заборона на розголошення даних, які можуть поставити людину під загрозу переслідування та вбивства. Журналісти узгоджують інформацію, яка йтиме у публічну площину, зі свідком, який її надав. Свідкам проєкту надають право на добровільне погодження або відмову від інтерв'ювання чи передачі свідчень у текстовому, фото-, відео- та аудіоформаті. Людині пояснюють, як і де саме можуть бути використані її слова надалі (у суді, у медіа, покладені в архів тощо). Журналісти, подаючи інформацію, обирають тактику: показати правду, втім не подати чужий біль як сенсацію. Медійники уникають маніпуляцій та перебільшень, які б могли посилити емоційний ефект, чітко розмежовують факти і особисті оцінки. Всі матеріали перевіряються, щоб мінімізувати ризики та запобігти хибним свідченням. Представники «Розплати» усвідомлюють, що свідчення жертв – це і докази, і частина того, що формує історію України вже сьогодні; те, що залишиться в історичній пам'яті майбутніх поколінь [2].

Також документуванню воєнних злочинів Росії на території України присвячено медіапроєкт «Russia's war crimes». Його мета – стати інформаційним та доказовим інструментом для міжнародного правосуддя, а також тим ресурсом, який інформує суспільство чесно

про злочини російських військових. За структурою «Russia's war crimes» представлено у форматі лонгріду, де кожен блок має заголовок (наприклад, «Unlawful deportation», «Rapes», «Attack against religion & culture» тощо), є коротке пояснення щодо відповідних норм міжнародного гуманітарного права, що підкріплює факти наявності порушень законодавства. Матеріали подано на основі свідчень людей, втім проєкт наголошує на правосудді, що підтверджено авторами у цитаті: «Спочатку покарання – потім повернення додому». Над появою проєкту «Russia's war crimes» працювали дві структури – Міністерство закордонних справ України та Публічно-просвітницька журналістська лабораторія, що вирізняє підходи до подання інформації порівняно з іншими медіапроєктами, метою яких є також фіксація воєнних злочинів. «Russia's war crimes» – це офіційна інформаційна платформа, завдяки якій є можливість глобального охоплення аудиторії та підтримки ресурсами та експертними знаннями, які доступні міністерству. Завдяки співпраці з журналістською лабораторією матеріали розміщуються у двох форматах – сторітелінг та лонгрід. Свідчення, представлені у проєкті, можуть бути цікавими для журналістів, правозахисників, міжнародних організацій та дослідників. Один з розділів «Russia's war crimes» присвячено документуванню воєнних злочинів Росії, зокрема є факти про незаконні депортації, напади на культурні об'єкти, цивільну інфраструктуру, а також про сексуальне насильство проти мирних людей та військових. Кожна категорія злочинів містить короткий юридичний опис (до прикладу, посилання на статті Женевської чи Гаазької конвенцій). У проєкті представлені цитати очевидців, приклади документообігу, аудіо-, фото- та відеодокази, цифри щодо втрат. Фото викликають емоції страху і жалю у глядачів, саме вони є наочними доказами тих цифр та слів, написаних на сторінках проєкту. Представники медіаресурсу демонструють, що злочини не залишаються безкарними, їх задокументують на державному рівні для міжнародних судових переслідувань.

Залученість управлінських аспектів у координацію роботи проєкту проявляється в узгодженні інформаційної політики з іншими державними органами, такими як Офіс Генерального прокурора, Службою безпеки України та іншими правозахисними організаціями. Міністерство закордонних справ України відповідає за стратегічний нагляд і міжнародне позиціонування проєкту. Проєкт має єдиний протокол збору даних (для фото, відео та текстових форматів вони трохи різняться, та водночас є усталеними). У проєкті відбувається ретельна перевірка фактів з кількох джерел, а також створено внутрішню процедуру, за допомогою якої відсіюють пропаганду та фейки. Матеріали у «Russia's war crimes» представлено багатомовно.

Весь контент адаптовано під різні цільові аудиторії: від дипломатів до журналістів та іноземної громадськості.

У медіапроекті чітко окреслено дотримання етичних складових під час висвітлення воєнних злочинів. Фахівці уникають сенсаційності та «не експлуатують» людську травму, забезпечуючи анонімність для безпеки життя свідків або жертв. В «Russia's war crimes» заборонено маніпулювати фактами навіть з метою «посилення впливу», використовують тільки перевірені дані. У проєкті є недопустимим розкриття військових таємниць та інформації, яка може зашкодити операціям Збройних сил України. Обов'язково відбувається «фільтрація» або так званий баланс між безпекою та інформуванням. Історії подано крізь призму людської гідності, а не через надмірну емоційність (той самий «шокуючий контент»). Вся інформація перед тим, як «вийти» на публіку ретельно перевіряється на значущість та психологічний вплив на аудиторію, особливо іноземну [1].

Отже медіапроекти, спрямовані на документування воєнних злочинів в Україні, формують новий тип професійної журналістики, що поєднує інформаційні, правові та етичні аспекти діяльності. Такі ініціативи виступають важливим елементом інформаційної оборони держави та водночас інструментом колективної пам'яті, спрямованим на досягнення справедливості. Дотримання етичних принципів у процесі збирання свідчень є ключовим чинником довіри до журналістських матеріалів. Такі медіапроекти в Україні виконують комунікаційну та гуманітарну місію, сприяють міжнародній солідарності, формуванню історичної пам'яті та підготовці правових механізмів покарання винних у воєнних злочинах.

Список використаної літератури

1. «Russia's war crimes». URL: <https://war.ukraine.ua/russia-war-crimes/>
2. «Розплата». URL: <https://www.thereckoningproject.com/>
3. «Свідок». URL: <https://svidok.org/>
4. Інститут масової інформації. Журналістське розслідування. Виступ Ж.-Ф. Дюпак'є. Київ. 2004.
5. Каплуненко В. О. Основні підходи до визначення поняття соціальні медіа (огляд зарубіжних та вітчизняних досліджень). URL: <https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/9274/9218> (дата звернення 15.03.2025)
6. Платформа пам'яті «Меморіал». URL: <https://www.victims.memorial/>

Анотація. У статті проаналізовано як українські медіапроекти долучені до архівування воєнних злочинів. Нами

досліджено, як журналістика в умовах війни сприяє збереженню доказової бази для майбутніх міжнародних судів. На прикладах кількох проєктів розглянуто управлінські та етичні аспекти фіксації злочинів.

Ключові слова: архів, воєнні злочини, медіа, проєкт.

Ольга Гресько,

кандидат філологічних наук, доцент кафедри аудіовізуальних медіа, Навчально-науковий інститут журналістики, Київський національний університет імені Тараса Шевченка (м. Київ)
olga.gresko@knu.ua

МІЖНАРОДНА ЖУРНАЛІСТИКА В НЕЗАЛЕЖНІЙ УКРАЇНІ: СТАНОВЛЕННЯ, РОЗВИТОК, ПЕРСПЕКТИВА

Постановка наукової проблеми та її значення. Становлення міжнародної журналістики (МЖ) у незалежній Україні на початку 90-х рр ХХ ст. було пов'язано, по-перше, із потребою донесення світові позиції офіційного Києва, по-друге, особливістю висвітлення подій за кордоном із урахуванням інтересів української аудиторії, по-третє, необхідністю безпосереднього вивчення зарубіжного досвіду формування і функціонування світових медіасистем.

Велике значення для реалізації вищезазначених планів мало формування школи міжнародної журналістики з метою підготовки професійних кадрів. Надзвичайно привабливий і перспективний освітній напрямок і сьогодні вимагає чимало зусиль для оновлення навчальних і робочих програм, підготовки методичної літератури з використанням нових практик і збереженням найкращих традицій, які було закладено спочатку на кафедрі міжнародної журналістики Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка у 90-х роках ХХ ст.

Короткий аналіз досліджень цієї проблеми. Питанням міжнародної журналістики присвячено чимало праць таких науковців і дослідників, як: Воронова М. Ю. [1], Гресько О. В. [2-8], Гриценко О. М. [9], Даниленко С. І. [10], Житарюк М. Г. [11], Петрів Т. І. [12], Малий М. В. [13], Мелещенко О. К. [14], Мукомела О. Г. [15], Слісаренко І. Ю. [16], Чічановський А. А. [17], Шкляр В. І. [9, 18-20], Яковець А. В. [21] та ін.

Мета розвідки – проаналізувати історію розвитку і сучасний стан міжнародної журналістики в Україні. У зв'язку з цим постають такі **завдання**:

- визначити періодизацію становлення МЖ в Україні;
- окреслити первинні і сучасні вектори розвитку школи міжнародної журналістики;
- проаналізувати основні результати практичної реалізації ідеї міжнародних відділів та інституцій в Україні та за кордоном;
- спрогнозувати перспективи розвитку міжнародних медіакомунікацій та ін.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Ключові вектори розвитку школи міжнародної журналістики було чітко сформовано ще під керівництвом завідувача кафедри міжнародної журналістики проф. Шкляра:

- аналіз і прогнозування роботи українських медіа в контексті інтеграції України до євроатлантичних структур;
- вивчення зарубіжного досвіду суспільних (громадських) мовників в умовах трансформації системи телерадіомовлення України і роздержавлення медіа (результат: Державна телерадіокомпанія України (1991) => Національна суспільна телерадіокомпанія України (НСТУ) (2017 р.);
- вивчення зарубіжного досвіду комерційних медіа в умовах формування приватного медіасектору України;
- підготовка кваліфікованих кадрів для відділів міжнародної інформації на радіо і телебаченні, державних установ і відомств, медіаорганізацій та ін.;
- підготовка науково-педагогічних кадрів для викладання і проведення досліджень у галузі міжнародної журналістики та ін.

«Позитивні й негативні тенденції розвитку міжнародної журналістики наприкінці ХХ на початку ХХІ ст. зумовлені передусім факторами, які визначають характер інформаційної доби: глобалізація мас-медійних потоків, монополізація, кооперація, концентрація, координація і комерціалізація діяльності засобів масової інформації» [3; 5]. Проф. Шкляр як основоположник теорії $3K = \text{Комерціалізація} + \text{Концентрація} + \text{Кооперація}$ мав чимало послідовників серед своїх учнів, які використали і розвинули її у своїх дослідженнях.

Періодизація становлення міжнародної журналістики в незалежній Україні невід'ємно пов'язана з глобальними суспільними трансформаціями і частково збігається з етапами розвитку загальної медіасистеми України:

1. Становлення або хаотичності (1991-1994).

2. Прихованої цензури або «темників» (1994-2005).
3. Свободи преси і «розгубленості без цензури» (2005-2010).
4. Олігархічно-кланової моделі новин (2010-2014).
5. Громадянської та військової журналістики (2014-нині) [2; 11].

«Пошук власної моделі виробництва новин в Україні почався з проголошенням незалежності України в 1991 р. і донині перебуває на стадії розвитку і вдосконалення. Сучасна українська журналістика поступово інтегрується у світовий інформаційно-комунікаційний простір. Україна стає повноправним учасником міжнародної комунікації» [2; 12].

Перші міжнародні відділи новин на українських комерційних радіостанціях і телеканалах формуються в 90-х рр на основі вивчення зарубіжного досвіду медіавиробництва. «Важливість вирішення питань, пов'язаних з новими механізмами роботи з міжнародною інформацією, обумовлюється, зокрема, вивченням змін організаційного, жанрово-творчого й технологічного потенціалу міжнародного відділу новин» [13].

Формується приватний сектор телерадіомовлення України, де новинна журналістика передбачає також висвітлення головних подій у світі, державних візитів українських високопосадовців за кордон, міжнародних делегацій в Україну та ін. Активне залучення до закордонних відряджень репортерів без зарубіжного досвіду було зумовлено насамперед відсутністю кадрів із професійною підготовкою. Обов'язки оглядачів міжнародних новин в основному полягали у моніторингу текстової стрічки новин різними мовами, аудіо-, фото-, відеоматеріалів світових інформаційних агентств та інших медіа для створення власного ефірного продукту. Через одноманітність інформаційної сировини фінальні продукти на кшталт «калейдоскопів» міжнародних новин різних редакцій спочатку були подібними. Згодом доступ до первинних джерел за кордоном, наявність ексклюзивних матеріалів у вигляді спеціальних репортажів, аналітичних матеріалів через призму інтересів офіційного Києва, а також підготовка випускників ЗВО відповідного фаху сприяли розвитку міжнародної журналістики 2000-х рр.

Активна позиція українського суспільства під час Помаранчевої революції (2004 р.), Революція гідності (2014 р.), потужний національний супротив українського народу внаслідок повномасштабного російського вторгнення (24.02.2022) на територію України привернули увагу світових медіа і досягли ефекту тривалого висвітлення подій в Україні. «Зазвичай свою інформаційну присутність у світовому просторі більшість країн забезпечують за допомогою громадських (суспільних) ЗМІ, адже організація міжнародних інформаційних потоків є пріоритетом зовнішньої

політики багатьох держав» [6; 14]. Реалізація стратегії і тактики вигідної системної інтеграції можлива за допомогою розвитку інструментів міжнародних медіакомунікацій:

- авторська журналістика (колумністика);
- блогосфера;
- громадянська журналістика;
- культурні центри за кордоном;
- медіа зарубіжні та українські;
- медіадипломатія;
- мовлення громад;
- народна дипломатія;
- системи іномовлення і суспільного мовлення України та ін.

Завдяки міжнародній журналістиці і комунікації світ поступово знайомиться з Україною. Провідну роль у популяризації української культури, традицій, а також формування позитивного іміджу відіграють організації української діаспори, українські культурні, освітні інституції, які часто координують посольства України за кордоном. Наприклад, Український культурний осередок імені Василя Сліпака (відкрито у червні 2004), Благодійний фонд «Український Дім» у Вашингтоні (Ukraine House DC) (відкрито у вересні 2021) та ін. Понад п'ять мільйонів українців, які виїхали внаслідок російсько-української війни і перебувають станом на 2025 р. за кордоном, виступають «культурними амбасадорами» і популяризують Україну методом народної дипломатії.

Перспектива міжнародної журналістики в Україні і світі, яка передбачає аналіз, висвітлення, прогноз міжнародних подій як всередині країни, так і за кордоном, залежить від попиту світової аудиторії на інформаційно-аналітичні матеріали, створенні з урахуванням новітніх технологій і сучасних форматів передачі даних. Україна як епіцентр геополітичних змін і міжнародної безпеки має посилити конкурентоздатність медіавиробництва для зарубіжної спільноти і глобальних медіа, а відтак і збільшити чисельність підготовки професійних журналістів-міжнародників у майбутньому.

Висновки. Сучасна школа міжнародної журналістики, яка формувалася разом із відновленням незалежної України у 1991 р., продовжує функціонувати в Шевченковому університеті та інших закладах вищої освіти. Випускники, яких об'єднують спільні інтереси, зберігають найкращі традиції отримання і передачі досвіду, примножують успіхи і розвивають свої напрямки в міжнародній журналістиці.

Міжнародні відділи комерційних і суспільних медіа успішно працюють і трансформуються з огляду на актуальні тенденції: автоматизація медіавиробництва, застосування ІІІ,

медіаконвергенція, універсалізм та ін. Успішно функціонують створені культурні центри України за кордоном як інструменти культурної дипломатії.

Перспективи міжнародних медіакомунікацій полягають у потребі постійної присутності України в світовому інформаційному просторі через поширення українських наративів у вигляді різножанрових журналістських матеріалів, фахових коментарів, які адаптовані до певних цільових груп міжнародної аудиторії і підготовлені різними мовами.

Список використаної літератури

1. Воронова М. Політична журналістика як особливий різновид професійної діяльності // Наукові записки Інституту журналістики. 2013. Т. 50. С. 197-201.
2. Гресько О. В. Телерадіомовлення України в міжнародній комунікації: монографія. К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2016. 304 с.
3. Гресько О. В. Міжнародна журналістика: Навчально-методичний посібник. К.: Грамота, 2009. 112 с.
4. Гресько О. В. Тенденції розвитку міжнародних інформаційних потоків // Наукові записки Інституту журналістики: наук. зб. 2007. Том 28, С. 23-27.
5. Гресько О. В. Всесвітні служби мовлення як інструмент міжнародних медіакомунікацій // Міжнародні відносини. Серія: Політичні науки. 2014. № 4.
6. Гресько О. В. Іномовлення в системі міжнародних медіакомунікацій. // Актуальні проблеми міжнародних відносин : Збірник наукових праць. 2015. Випуск 123 (частина II). С. 14-22.
7. Гресько О. В. Суспільне мовлення України в контексті міжнародних медіакомунікацій // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. 2016. № 3 (27). С. 92-95
8. Гресько О. В. Авторська журналістика як інструмент міжнародних медіакомунікацій. // Діалог: медіа студії. 2016. №22. С. 38-51
9. Гриценко О., Шкляр В. Основи теорії міжнародної журналістики. К., 2002.
10. Даниленко С. І. Петрів Т. І. Робота власного та спеціального кореспондентів за кордоном. К., 1999.
11. Житарюк, М. Г. Теорії та моделі масової інформації (Масова комунікація): навч.-метод. посібник, ЛНУ імені Івана Франка, Львів, 2018. 244 с.
12. Петрів Т. Інформаційні процеси в контексті глобалізації. К., 2003.

13. Малий М. В. Міжнародний відділ новин на телебаченні: організаційний, жанрово-творчий і технологічний потенціал : Автореф. дис... канд. філол. наук : 10.01.08 / Малий, Михайло Володимирович ; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. Київ, 2005. 20с.
14. Мелещенко О. Комп'ютерні і телекомунікаційні технології як гарант інтеграції журналістики України у світовий інформаційний простір. К.: Центр вільної преси. 1998.
15. Мукомела О. Г. Українська журналістика: вчора, сьогодні, завтра: історико-теоретичні нариси / О. Г. Мукомела, В. І. Шкляр та ін. К., 1997. Вип. 2.
16. Слісаренко І. Ю. Мас-медіа і міжнародні політичні процеси // Публіцистика і політика : зб. наук. пр. / за заг. ред. В. Шкляра. – К., 2001. Вип. 2 С. 26-33.
17. Чічановський А. А., Старіш О. Г. Інформаційні процеси в структурі світових комунікаційних систем : підручник. К. 2010.
18. Шкляр В. Мас-медіа і виклики нового століття. К., 2003.
19. Шкляр В. Українська журналістика: вчора, сьогодні, завтра: історико-теоретичний нарис / В. Шкляр, О. Мелещенко, О. Мукомела та ін. К., 1996.
20. Шкляр В. Мас-медіа України у міжнародному інформаційному просторі // Україна дипломатична: наук. щорічник. 2000. Вип. № 1. С. 388.
21. Яковець А. В. Телевізійна журналістика: теорія і практика. К., 2007.

Анотація. У статті йдеться про етапи формування школи міжнародної журналістики в незалежній Україні, коли на початку 90-х рр ХХ ст. виникла потреба висвітлення подій у світі через призму інтересів офіційного Києва. Проаналізовано основні результати функціонування відділів міжнародної інформації українських медіа, медіаорганізацій і структур упродовж понад трьох десятиліть. Окреслено перспективи міжнародних медіакомунікацій із метою інтеграції України в європейський і світовий інформаційний простір.

Ключові слова: міжнародна журналістика, міжнародна інформація, міжнародні медіакомунікації, незалежна Україна.

Олена Гриценко,

доктор політичних наук, професор кафедри міжнародних відносин, Національний університет «Києво-Могилянська академія»
(Київ) olena.hrytsenko@ukma.edu.ua

ФЕНОМЕН МЕДІАСФЕРИ ТА ЇЇ ДЕТЕРМІНАНТИ: ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ЦИВІЛІЗАЦІЙНИЙ ПОСТУП В УМОВАХ АГРЕСІЇ РФ

Постановка наукової проблеми та її значення. Сучасна цивілізація переживає глибоку трансформацію, спричинену інтеграцією всіх сфер життя в єдиний інформаційно-комунікаційний простір. Цей простір визначає феномен медіасфери – сукупність цифрових платформ, мереж, контенту та технологій, що створюють всеохопний процес комунікації. Експоненційне зростання обчислювальних потужностей, глобалізація інтернет-доступу та розвиток соціальних мереж стали детермінантами її формування. Медіасфера, перетворившись із засобу комунікації на невіддільну частину повсякденного суспільного життя, справляє перманентний вплив на формування світогляду, цінностей та моделей поведінки індивідів.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю глибокого осмислення того, як ця всеосяжна медіасфера впливає на загальний вектор цивілізаційного поступу в умовах активних викликів, зокрема гібридних війн та інформаційного суспільства. Прогрес цифрових технологій породжує низку системних викликів, які набули критичної гостроти у зв'язку з військовим повномасштабним вторгненням російської федерації (РФ) в Україну. Ця агресія є не лише військовою, а й гібридною війною, спрямованою на інформаційну дестабілізацію, де медіасфера стала основним інструментом ведення бойових дій. Таким чином, аналіз амбівалентного впливу медіасфери та її детермінант на трансформацію світосприйняття індивіда та цивілізаційний поступ є критично важливим для забезпечення національної стійкості.

Мета дослідження полягає у комплексному теоретичному аналізі феномену медіасфери та її ключових детермінант (цифрових технологій та інтернет-залежності) для визначення їхнього амбівалентного впливу на трансформацію світосприйняття індивіда та загальний вектор цивілізаційного поступу.

Для досягнення мети поставлено такі завдання:

– Визначити ключові детермінанти всеосяжної медіасфери та їхній вплив на інформаційні процеси.

– Проаналізувати системні виклики, які породжує медіасфера, особливо в контексті агресії РФ.

– Дослідити соціально-психологічні ризики, зокрема феномен інтернет-залежності (IAD) та вплив штучного інтелекту (ШІ) на когнітивні процеси.

– Окреслити напрямки інституційної протидії та превентивних програм для забезпечення стійкості суспільства.

Аналіз наукових досліджень та джерел, згаданих у статті поєднує класичні комунікаційні теорії з актуальними соціологічними та психологічними концепціями. Стаття ґрунтується на фундаментальних моделях теорії комунікації, які закладають наукову базу для розуміння феномену медіасфери, її впливу на індивіда та суспільство (Юрген Габермас (Jürgen Habermas) [1, 1981], Гарольд Лассуелл (Harold Lasswell) [6, 1948], Пауль Лазарсфельд (Paul Lazarsfeld) та Елі Кац (Elihu Katz)) [5, 1955], які допомагають структурувати процес комунікації, а також на філософських основах аналізу мови як дії (Джон Остін (John Austin)) [8, 1962], що критично важливо для розуміння цілеспрямованих маніпуляцій та ІПСО. Означений контекст медіасфери окреслений через призму медіацентричних теорій (Маршалл Маклюен (Marshall McLuhan) [7, 1964], який визначає технологію як головний чинник впливу), та соціологічних концепцій (Мануель Кастельс (Manuel Castells)) [4, 1988], що описують глобальну соціальну структуру у вигляді мережі. Для аналізу негативного впливу цифрового середовища в статті використовуються концепції ризиків: «поверхневих знань» (Ніколас Карр (Nicholas Carr)) [11, 2010], що досліджує зміни у когнітивних процесах через багатозадачність; «теорія культивування» (Джордж Гербнер (George Gerbner)) [2, 1986], що пояснює викривлене сприйняття реальності; «фільтрувальних бульбашок» (Елі Парізер (Eli Pariser)) [13, 2011], що обґрунтовує необхідність регулювання алгоритмів для протидії соціальній поляризації. Таким чином, наукова база статті забезпечує теоретичне підґрунтя для дослідження амбівалентного впливу медіасфери, як цивілізаційного феномену, що має глибокі соціальні, психологічні та політичні наслідки, від цивілізаційного розвитку до інструменту гібридної війни.

Аналіз феномену медіасфери.

1. Ключові детермінанти та амбівалентність медіасфери.

Медіасфера функціонує як «друга реальність», де віртуальні взаємодії часто набувають більшої значущості, аніж безпосередній досвід. Її формування обумовлене такими ключовими детермінантами:

– *Конвергенція технологій*: злиття мобільних пристроїв, високошвидкісного інтернету, штучного інтелекту та сенсорних технологій, що забезпечує безперервний доступ до інформації.

– *Алгоритмізація контенту*: використання алгоритмів для персоналізації інформаційних потоків, що призводить до формування «фільтрувальних бульбашок» (filter bubbles) [13, 2011] та ехо-камер (echo chambers) [12, 2001]. Це обмежує світосприйняття індивіда та посилює поляризацію суспільства.

– *Соціальні мережі та «культура присутності»*: перетворення соцмереж на основний канал комунікації та самопрезентації, де індивід постійно відчуває тиск необхідності «бути онлайн» та публічно демонструвати успіх («performance») [3, 2000]

Всеосяжна медіасфера є рушійною силою у сфері економіки (цифрова економіка), освіти (онлайн-навчання) та демократичних процесів (електронне урядування, громадянська журналістика). Амбівалентність впливу проявляється в тому, що, з одного боку, медіасфера є рушійною силою прогресу – прискорює обмін знаннями, стимулює інновації та забезпечує глобальну зв'язність. З іншого боку, вона генерує загрози, що руйнують довіру до інститутів, а також поглиблюють цифровий розрив (соціальну та економічну нерівність у доступі до сучасних інформаційно-комунікаційних технологій).

2. Медіасфера як арена гібридної війни РФ.

Системні виклики медіасфери критично зростають на трьох ключових рівнях, які, важливо підкреслити, є мішенями інформаційної агресії РФ:

– *Політичний та Соціальний рівні*: дезінформація та маніпулятивні наративи набули статусу військової операції (ІПСО). Їхня мета – деморалізація населення, підриг довіри до інститутів та поляризація суспільства. В Україні це ускладнюється критичною роллю Telegram та інших месенджерів як ключових каналів новин, що ускладнює перевірку фактів ідеально підходить для ворожого впливу.

– *Безпековий рівень*: медіапростір є ключовою ареною ведення гібридної війни, де інформаційно-психологічні операції (ІПСО) РФ є невід'ємною частиною її військової стратегії. Критична залежність державних і приватних структур від цифрових мереж робить їх вразливими до цілеспрямованих кібератак та інформаційно-психологічних операцій, перетворюючи медіапростір на новий фронт гібридної війни.

3. Соціально-психологічні ризики (IAD та III)

Всеосяжність медіа спричиняє гострі соціальні проблеми, зокрема формування інтернет-залежності (Internet Addiction Disorder – IAD). Поширеність IAD варіюється від 2% до 30%, причому молодь є особливо вразливою [10, с. 205-210]. Надмірне інформаційне навантаження та багатозадачність змінюють когнітивні процеси, призводячи до «кліпового мислення» та втрати здатності до глибокого, зосередженого мислення/читання, описаної Ніколасом Карром як «поверхневі знання» [11, 2010].

Нове соціальне світосприйняття, яке формується медіасферою, включає:

- Ілюзію соціальності: широке коло віртуальних «друзів» не замінює глибоких зв'язків, що може спричиняти почуття самотності.

- Світосприйняття «performance»: життя перетворюється на нескінченний публічний спектакль, де стандарти успіху диктуються медіа-образами, що знижує самооцінку.

Значну стурбованість викликає штучний інтелект (ШІ), який створює глобальні загрози:

- Безпекові: використання ШІ для поширення вірусних кіберзагроз, кібершахрайства, маніпулювання суспільною думкою за допомогою високоточних алгоритмів та облудливих контентів (deepfakes).

- Соціальні: ризик посилення інформаційної нерівності та дегуманізації соціальних взаємодій.

4. Протидія системним викликам медіасфери.

Реакцією на ці виклики є розробка та впровадження комплексних програм протидії:

- Інституційна протидія: Здійснюється через Центр протидії дезінформації (ЦПД) при РНБО України для оперативного спростування ІПСО та Держспецзв'язку (ДССЗЗІ) для кіберзахисту критичної інфраструктури.

- Розвиток медіаграмотності: вважається ключовим довгостроковим превентивним заходом для формування імунітету населення проти ворожих наративів.

- Фактчекінг: діяльність незалежних організацій (StopFake, VoxCheck) як оперативний інструмент, що зменшує вплив неправдивих даних.

Висновки.

Сучасна медіасфера є незворотнім цивілізаційним феноменом, детермінованим цифровими технологіями, а її вплив на світосприйняття та цивілізаційний поступ є глибоко амбівалентним. Маючи всеосяжну особливість, вона є потужним чинником як прогресу, так і дестабілізації, особливо в умовах гібридної війни, яку здійснює РФ.

З одного боку, медіасфера прискорює інновації та демократизує знання. З іншого – породжує серйозні соціальні ризики: ІАД, втрату здатності до глибокого мислення, політичну дестабілізацію через дезінформацію та загрози від ШІ.

Для забезпечення стійкого цивілізаційного поступу в умовах всеосяжної медіасфери необхідні скоординовані дії різних галузей науки, освіти та державних інституцій, зокрема, у напрямку:

- Розвитку «цифрової гігієни» та медіаграмотності: навчання критичному мисленню та усвідомленому споживанню контенту.

– Наукових досліджень IAD та інтеграцію цієї проблеми інтернет-залежності в клінічні та соціально-педагогічні практики.

– Регулювання алгоритмів для обмеження маніпулятивного потенціалу персоналізованих інформаційних потоків та цифрових платформ: створення етичних та правових механізмів, що обмежують маніпулятивний потенціал персоніфікованих інформаційних потоків.

Вирішальна роль відводиться медіаосвіті як засобу формування в індивідів здатності критично оцінювати значення та вплив медіасфери, що є ключем до збереження когнітивних здібностей та соціальної адаптації в умовах неминучих технологічних змін.

Лише за умови усвідомленого та відповідального ставлення до цифрових технологій людство зможе використовувати потенціал медіасфери для свого розвитку, мінімізуючи при цьому ризики соціальної дезінтеграції та геополітичних катастроф.

Список використаної літератури

1. Габермас Ю. Теорія комунікативної дії (The Theory of Communicative Action). Особливості формування суспільних цінностей в комунікативних теоріях. 1981. URL: <http://www.info-library.com.ua/books-text-11385.html>
2. Гербнер Дж. Теорія культивування (Cultivation Theory). Еволюція політичної комунікації: від класичних моделей до трендів. 1986. URL: http://www.app.nuoua.od.ua/archive/75_2025/17.pdf
3. Гофман Е. Представлення себе в повсякденному житті. (The Presentation of Self in Everyday Life). Київ: Дух і Літера, 2000. URL: [https://cfs.hse.ru/data/2016/04/07/1127142131/Гофман \(2000\).pdf](https://cfs.hse.ru/data/2016/04/07/1127142131/Гофман%20(2000).pdf)
4. Кастельс М. Мережеве суспільство та інформаційні технології. 1988. URL: <https://dspace.onua.edu.ua/bitstreams/c844349a-8d87-48c3-bff6-970b99845c43/download>
5. Лазарсфельд, П., Кац, Е. Теорія двохступеневого потоку комунікації (Two-Step Flow of Communication). 1955. URL: <https://uchoose.uacrisis.org/dvostupenevyj-ruh-informatsiy/>
6. Лассуелл Г. Класична лінійна модель комунікації. Моделі політичних комунікацій. 1948. URL: https://stud.com.ua/106670/politologiya/modeli_politichnih_komunikatsiy_lassuella_breddoka
7. Маклюен М. Теорія медіа: Основні положення концепції. 1964. URL: https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/742798/1/ОСНОВНІ_ПОЛОЖЕННЯ_К_ОНЦЕПЦІЇ.pdf
8. Остін, Дж., Сьорль, Дж. Теорія мовленнєвих актів. 1962. URL: https://vue.gov.ua/Акт_мовленнєвий

9. Теркл, Ш. Глибокі соціальні зв'язки. Аналіз форм інтеграції III у комунікаційні практики. 2011. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/2451784>
10. Andreassen, C. S., & Pallesen, S. 2014. The Relationship between Internet Addiction and Use of Social Networking Sites, Facebook Addiction, and the Implications for Clinical Practice. *Current Opinion in Psychiatry*, 27[3], 205-210.
11. Carr Nicholas G. 2010. The shallows: What the Internet is doing to our brains. W. W. Norton & Company. New York. URL: <https://chytomo.com/yak-internet-zminiue-nash-mozok/>
12. Cass R. Sunstein. 2007. Republic.com. Princeton, NJ: Princeton University Press. 251 p. (Republic.com 2.0. URL: <http://www0.cs.ucl.ac.uk/staff/d.quercia/others/republic-Ch1.pdf>
13. Pariser, E. 2011. The Filter Bubble By The Daily Dish. The Filter Bubble. The Atlantic. <https://share.google/5HZJ6OsCaylEFI7lB>

Анотація. У статті аналізується феномен всеосяжності сучасної медіасфери та її ключових детермінант – цифрових технологій та інтернет-залежності. Досліджено амбівалентний вплив медіасфери на трансформацію світосприйняття індивіда та цивілізаційний поступ, наголошуючи на її використанні як основного інструменту гібридної війни та ІПСО в умовах агресії РФ. Зроблено висновок про необхідність розвитку медіаграмотності, розробки превентивних програм та регулювання алгоритмів для забезпечення стійкості суспільства.

Ключові слова: медіасфера, цифрові технології, інтернет-залежність, штучний інтелект, когнітивні здібності, соціальні мережі.

Наталія Дашенко,

кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики,
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка
(м. Тернопіль) nataladash@elr.tnpu.edu.ua

ВЕРБАЛІЗАЦІЯ ФАКТУАЛЬНОЇ ІНФОРМАЦІЇ В ЖУРНАЛЬНІЙ АНАЛІТИЦІ

Постановка наукової проблеми та її значення. Журналістська інформація як частина соціальної інформації ґрунтується на реальних чи відображених фактах, предметність,

багатоплановість і невичерпність яких зумовлює складну (багатокомпонентну) структуру кожного медіаповідомлення. Тематичний спектр, ступінь складності, міра узагальнення фактів створюють інформаційну насиченість медіатексту, тобто його інформативність. Підкатегорію інформативності становить фактуальність. Їх взаємозв'язок у журналістській творчості, текстове вираження, реципієнтське сприйняття актуальні для студій у межах лінгвістичних, соціальнокомунікаційних, журналістських, психологічних та інших наукових сфер дослідження.

У сучасних медіа спостерігається зміщення акцентів від фактографічного повідомлення до аналітичного осмислення подій, що вимагає уточнення лінгвістичних механізмів репрезентації фактуальної інформації в текстах аналітичних жанрів. Недостатньо дослідженим залишається співвідношення та вербалізація фактографічної та аналітичної фактуальності у журнальних публікаціях. Значення цієї розвідки полягає у вивченні структури та мовної реалізації фактуальної інформації, що сприятиме глибшому розумінню природи журналістського аналітичного тексту, його когнітивних і комунікативних функцій. Результати подібних досліджень мають значення для розвитку теорії журналістики, лінгвістики тексту.

Аналіз досліджень проблеми. На матеріалі різних жанрів газетного дискурсу підкатегорію інформативності вивчає Л. Онишкевич [4; 6], а її дисертаційне дослідження присвячене лінгвопрагматичним аспектам фактуальності на основі текстів британських газет [5]. У статті «Газетний дискурс як сфера об'єктивації категорії фактуальності» Л. Пришляк (Оношкевич) аналізує, яким чином газетний дискурс функціонує як медіатор фактів і якою мірою мовні конструкції й стильові рішення забезпечують достовірність і об'єктивність повідомлення. Зокрема, авторка розглядає фактографічну і аналітичну моделі подання фактів у газетному тексті [7].

Представляючи фактуальність як об'єктивну характеристику інформаційного наповнення художнього тексту, Т. Єщенко зосереджується на мовних засобах її реалізації. Авторка аналізує «фактеми» – лінгвістичні одиниці, що маркують фактуальність у тексті: «фактеми є окремими структурними одиницями, вони не тотожні синтаксемам речення. Структура фактеми залежить від способу експлікації її семантичних складників та зв'язку між ними» [1, с. 15]. Авторка обґрунтовує ієрархічне місце фактуальності у структурі текстових категорій, зазначаючи: «Змістово-фактуальна інформація – відображення конкретного опису подій, фактів, процесів, які відбуваються в реальному світі, експліцитних, виражених вербально у предметно-логічних значеннях, на основі досвіду» [2, с. 168].

Мета дослідження – визначити особливості вербалізації фактуальної інформації у текстах журнальної аналітики на матеріалі публікацій журналу «Український тиждень» (далі – УТ). **Завдання:** проаналізувати лінгвістичні засоби подання фактографічної та аналітичної інформації; з'ясувати роль фактографічної та аналітичної фактуальності у формуванні достовірності, інформативності та повноти журнального медіатексту. Вербалізацію фактуальної інформації розглядаємо за матеріалами аналітичних публікацій у журналі «Український тиждень» [8]. Хронологічний діапазон матеріалу дослідження – 2015–2024 рр., із концентрацією прикладів у 2023–2024 рр., що відображає сучасний стан аналітичної журналістики в Україні. (При вказуванні друкованої версії джерела подано номер випуску, електронної – дату публікації).

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів. Фактуальна інформація об'єктивується і вербалізується у змісті синтаксичних структур шляхом включення учасників ситуації (суб'єкт, об'єкт дії), предикативних відношень між ними (мовне вираження дії чи стану), адвербативів, які інформують про час і місце події. Т. Єщенко вважає: «Фактуальна інформація може передаватися двома способами: фактографічно й аналітично. Фактографічний спосіб передбачає фіксацію певних зовнішніх, очевидних характеристик явища, отримання стислої інформації про предмет або ситуацію... Аналітичний спосіб спрямований на проникнення в суть явища, на виявлення прихованих взаємозв'язків між фактами» [1, с. 14].

Закономірно, що в аналітичній журналістиці використовуються обидва способи подання інформації. Перший створює своєрідну «сітку» фактів, між якими встановлюються причинно-наслідкові зв'язки: відношення послідовності, доповнення, виключення, підпорядкованості тощо. Вважаємо, що фактографічна фактуальна інформація забезпечує аналітичному матеріалові достовірність, аналітична – активізує фонові знання та пресупозиції, відображає кут зору, під яким розглядається окреслена фактуальними фрагментами проблема, забезпечує верифікованість медіатекстові та повноту тематичного висвітлення.

Тексти журнальної аналітики розширено відповідають на основні подієві питання хто? що? коли? де? як? чому? Фактуальна інформація представляє широке коло фактів, які повідомляють про подію в різних ракурсах: про учасників (осіб, об'єкти дійсності, політичні, соціальні, наукові інституції, висловлювання про особи, події, явища), про процес (дію, умови (час, простір), ситуацію, зміни), про конфлікт / суперечність та їх стан (розвиток, тривання, завершення, пролонгованість, нерозв'язність) тощо.

Повідомлення даних про осіб та об'єкти дійсності у журналістських матеріалах дає відповідь на питання хто? що? і формує денотативне інформаційне поле, забезпечуючи матеріалові достовірність. Така фактографічна фактуальна інформація називає імена, прізвища, прізвиська, статі, національність / громадянство, місце проживання чи проваджуваної діяльності, посади тощо. Наприклад: **«Культура – це тяглість»**, – каже **Марі-Деніс Перес, колишня працівниця Лувру, яка не раз і не десять організовувала виставки архівів Французької академії наук** (УТ. 2015. № 5); **Фінська журналістка Анна-Лена Лаурен, яка багато років прожила в РФ, у одній зі своїх книжок пише, що російська влада завжди розглядала завойовані землі виключно як територію** (УТ. 2015. № 5); **Голова КНР Сі Цзіньпін на публіці був дуже приязний, зустрічаючи на початку січня в Пекіні свого венесуельського колегу Ніколаса Мадуро й назвавши його «добрим другом китайського народу»** (УТ. 2015. № 5).

На питання що? відповідають дані про явища, об'єкти (соціальні інститути, наукові, культурні та інші установи й заклади). Така фактографічна фактуальна інформація часто супроводжується персональними та часо-просторовими відомостями. Наприклад:

– державні та наукові інституції: **У 1918 році було створено установу, що нині називається Національною академією наук України. Біля її початків стояв гетьман Павло Скоропадський, а першим президентом був великий учений зі світовим ім'ям Володимир Вернадський** (УТ. 2015. № 5); **Нинішня Верховна Рада перша в історії незалежної України, в якій абсолютно немає представників НАНУ... Українські науковці абсолютно не репрезентовані у складі нинішньої РНБО** (УТ. 2015. № 5);

– театр: **З нагоди 75-ліття Івасюка львівський театр імені Марії Заньковецької анонсував прем'єру біографічного мюзиклу «Червона рута»** (УТ. 08.05.2024); **22 липня 1819 року на сцені Полтавського театру відбулася прем'єра п'єси Івана Котляревського «Наталка Полтавка»** (УТ. 22.07.2024);

– кіно: **У прокат вийшов новий український художній фільм «Будинок “Слово”. Нескінчений роман». Його зняв режисер Тарас Томенко. Також він написав сценарій у співавторстві з письменницею Любов'ю Якимчук. Оператор – Михайло Любарський, композиторка – Алла Загайкевич** (УТ. 24.05.2024); **Повнометражний мультфільм «Мавка», знятий за мотивами «Лісової пісні» Лесі Українки, став найкасовішим українським фільмом доби незалежності зі зборами понад 668 млн грн** (УТ. 02.01.2024);

– культурні події: Учора, **16 липня, в київському сквері біля метро «Контрактова площа»** відкрилася **вулична виставка «Мововбивство – складова рашизму»** (УТ. 17.07.2024); **10 квітня** виповнюється **160 років від дня народження Ольги Франко з Хоружинських. 1886 року** їй судилося стати **дружиною** одного з найбільших класиків української культури – **Івана Франка** (УТ. 10.04.2024); Нещодавно засновник та ідейний натхненник **Міжнародного етнічного фестивалю музикант, композитор і промоутер українського фолкlorу Олег Скрипка** анонсував дату та місце проведення фестивалю **«Країна Мрій»**, а також оголосив конкурс серед виконавців етнічної музики (УТ. 03.04.2024).

Мікротексти ілюструють, що подання фактографічної фактуальної інформації, яка відповідає на питання хто? що? у журналістському тексті нероздільна з тою, що відповідає на питання коли? де? Таким чином повідомляється про умови (час, простір) події.

Відомості про час часто заявлені в заголовку і вказують переважно рік або місяць, яких стосується фактографічна та аналітична інформація повідомлення. Наприклад: **1993 рік: «обламані крила» Збройних Сил України** (УТ. 28.12.2023); **Освіта у 2023 році: постаті, нові тенденції та старі проблеми** (УТ. 13.01.2024); **Ринок праці-2024: кадровий голод, знання англійської та робота в офісі** (УТ. 10.01.2024); **Злочини москвитів на теренах Гетьманщини протягом 1708–1709 років** (УТ. 29.11.2023); **Культура після 24 лютого: нова українізація чи старе пристосуванство?** (УТ. 07.09.2023).

Хронологічні межі можуть бути вказані приблизно, носіями часових вимірів тоді виступають лексеми з семантикою часу – семантичні еквіваленти. Наприклад: **Хто з початку повномасштабної війни** збіднів найбільше (УТ. 27.11.2023); **Виборів до кінця війни не буде, але це не точно** (УТ. 09.11.2023); **Вимкнення світла, обстріли та ціни на газ: яким буде новий опалювальний сезон** (УТ. 03.10.2023); **...з травня цього року** запустили зміни щодо медичних оглядів військовозобов'язаних (УТ. 17.08.2023); **Довготривалі наслідки для громадського здоров'я будуть ще 10–15 років після закінчення війни** (УТ. 08.06.2023).

Відомості про простір часто подаються у заголовку і деталізуються в ліді або першому абзаці тексту.

Заголовок: **Поляризація у словацькому суспільстві та зв'язки нападника із проросійськими організаціями: що пише світова та словацька преса про замах на прем'єра Роберта Фіцо.**

Перший абзац: **Замах на прем'єр-міністра Словаччини Роберта Фіцо – сьогодні головна тема як європейської преси, так і у коментарях політиків. Водночас політичний клімат у**

Словаччині та погляди нападника на словацького прем'єра ставлять більше запитань, ніж дають відповідей про мотиви злочину та **кремлівський слід** (УТ. 16.05.2024).

Розвивають, поглиблюють фактографічну фактуальну інформацію додаткові відомості, які можуть тяжіти чи до загальновідомих, чи до фонових. Вони представляють сукупність умов і обставин, що відтворюють певне становище, показують взаємини і відношення, стан справ, тобто інформують про ситуацію. Наприклад: **Корінний народ: яка ситуація із політв'язнями в Криму та чим допоможе новий закон** (УТ. 23.07.2021); **Ситуація на фронті з дронами** у нас нині динамічна й **мінється** з кожним днем (УТ. 02.07.2024); **Специфіка ірландської ситуації** полягає не лише в розмірі країни, а в тому, що вже **багато років на ринку нерухомості триває житлова криза** (УТ. 18.06.2024).

Процес (дію, ситуацію, зміни) представляє інформація, що відповідає на питання як? Вона різноманітно відображає хід розвитку чогось, послідовної та закономірної зміни станів і явищ, а також дій і засобів, спрямованих на досягнення певного наслідку. Вербалізаторами процесу виступають дієслова – носії предикативної семантики. Проте відображення (не)послідовних чи (не)закономірних змін вимагає розширення «поля» зображення, на якому можливо зобразити / простежити певні трансформації. Наприклад: **Він [дефолт] виникає через брак грошей** (належного рівня доходів) у позичальника або його небажання **виконувати** свої **зобов'язання** (УТ. 2015. № 3); **Демократи прагнуть виграти** наступні вибори. Як нещодавно зізнався лідер Білого дому в інтерв'ю Національному громадському радіо, політику на кшталт зняття ембарго з Куби президенту **«відверто... легше» проводити** наприкінці терміну (УТ. 2015. № 1).

Відповідь на питання чому? містять переважно аналітичні журналістські матеріали, які з'ясовують причини події, демонструють наслідки, показують зв'язки між ними. У структурно-семантичному вимірі такі відношення реалізуються переважно у вигляді складнопідрядного речення з підрядним причини, які відповідають на питання чому? через що? з якої причини? При цьому матеріал організовано або у такому виді реченні, або за його моделлю, коли підрядна предикативна частина або її структурно-семантичний еквівалент «містить поширювально-додаткову інформацію про особу, предмет, які або достатньо конкретні за своєю семантикою, або уже достатньо означені в головній частині» [3, с. 349–350]. Наприклад: **Усе пов'язане між собою, тому що** не зможе країна провести Олімпіаду, якщо немає спортивних ковзанок, гірськолижних спусків і біатлонних трас (УТ. 02.01.2024); **Наша позиція полягає в тому, що** територіальна оборона має підпорядковуватися Міністерству

оборони України (УТ. 19.06.2021); 7 листопада Степана Хмару не змогли затримати, **оскільки** він був народним депутатом Верховної Ради УРСР та мав недоторканість (УТ. 17.11.2024); Це навіть досить оптимістична оцінка, **оскільки** вже зараз стає очевидною необхідність збільшення оборонних витрат в європейському регіоні НАТО з двох до трьох відсотків економічного виробництва на багато років вперед (УТ. 19.11.2024); експерти твердять, що **через** загрозу затоплення шахт на непідконтрольних територіях на Донбас та на весь схід України може чекати екологічна катастрофа (УТ. 03.09.2021).

Статус аналітичного жанру знімає дилему про обов'язковість / необов'язковість поширювально-додаткової інформації на користь першої, а от реалізація опозиції «передбачуваність / непередбачуваність» зумовлюється авторським чинником та застосованою методикою журналістської творчості. Передбачувана додаткова інформація корелює з фактографічною фактуальною інформацією та заголовковим комплексом, непередбачувана – з аналітичною фактуальною інформацією та авторською манерою komponування зібраного матеріалу, кутом його подання. Обидва види інформації при аналітичному способі подання призначені розкрити суть явища, виявити зв'язки між фактами, забезпечуючи медіатекстові достовірність, верифікованість та повноту тематичного висвітлення. Наприклад, виходячи із цитатного заголовка «Том Купер: «Росіяни мусять концентрувати на сході стільки батальйонних груп, аби просто втримати фронт, – яке там вже просування далі» (автор – Ростислав Семків), можна передбачити додаткову інформацію про стан справ на різних відтинках 1000+ кілометрового фронту станом на 24 червня 2022 р., що корелює з фактографічною фактуальною інформацією про Харків, Тернову, Святогірськ, Слов'янськ, Сєверодонецьк, Попасну, Бахмут, про північний та південний напрямки тощо. Авторська манера komponування зібраного матеріалу зумовлює кут його подання та включення непередбачуваної (для реципієнта) додаткової інформації, яка має суб'єктивно-об'єктивне окреслення, зумовлене аналітичним способом подання, висловленням авторських міркувань. Як-от далі у названій публікації: Мені видається, що в останні два тижні ця «дилема» [«краще відступити»] бентежила всіх аж до [українського] генштабу та уряду Зеленського (зважаєте: я не даю будь-кому оцінок, просто роблю висновки): військові були ладні битися, попри безмежну втому, але командування та політики віддали перевагу відступу. Гадаю, у таких випадках слід зважати на кут зору: військові відповідальні за себе та свою безпосередню територію; їхнє командування та політики – своєю чергою – несуть відповідальність не лише за цілі області, але й за всю країну та

мільйони людей. До того ж, варто сподіватися, що другі мають краще розуміння активності ворога, а також скільки військ він накопичив у цьому районі, і де саме... (УТ. 24.06.2022).

Отже, в аналітичних журналістських текстах інформативність зумовлена потребою максимально деталізувати виклад, поглибити розкриття явища, події, процесу, показати зв'язки досліджуваного об'єкта. Фактографічна та аналітична інформація у медіатекстах є матеріалом для осмислення, верифікації, оцінки.

Висновки. У дослідженні з'ясовано, що фактуальна інформація становить основу інформативності аналітичних медіатекстів, визначаючи рівень достовірності, повноти та глибини журналістського аналізу. Встановлено, що в журнальній аналітиці поєднуються два способи подання фактів – фактографічний та аналітичний, які взаємодоповнюють одне одного: перший забезпечує об'єктивність і перевірюваність, другий – осмислення причинно-наслідкових зв'язків і контексту подій. Вербалізація фактуальної інформації у публікаціях журналу «Український тиждень» засвідчує високу щільність фактів, логічну послідовність і когерентність викладу, що формує цілісну картину досліджуваних явищ. Аналіз показав, що різні типи фактуальних відомостей (дані про осіб, час, простір, процеси, причини) виконують взаємодоповнювальні комунікативні функції, підсилюючи інтерпретаційну глибину аналітичних журналістських текстів. Отже, вивчення мовних механізмів вираження фактуальності поглиблює розуміння природи журналістського аналітичного тексту та сприяє вдосконаленню практики сучасної медіакомунікації.

Список використаної літератури

1. Єщенко Т. Фактуальність як об'єктивна характеристика інформаційного наповнення тексту. *Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Філологія*. 2023. Вип. 5 (10). С. 12–17. <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2023.5.2>
2. Єщенко Т. А. Лінгвістичний аналіз тексту: навчальний посібник. Київ: ВЦ «Академія», 2009. 264 с.
3. Загнітко А. Мовний простір граматики: монографія. Вінниця: Нілан-Лтд, 2018. 448 с.
4. Онишкевич Л. В. Категорія фактуальності у газетному дискурсі. *Вісник Запорізького державного університету. Серія: Філологічні науки*. 2004. С. 153–158.
5. Онишкевич Л. В. Лінгвопрагматичні аспекти категорії фактуальності (на матеріалі текстів британських газет 2000–2006 рр.): автореф. ... к. філол. н.: 10.02.04 / Львівський національний університет ім. І. Франка, 2010. 18 с.

6. Онишкевич Л. В. Прагматичний потенціал дієслівних маркерів фактуальності газетного дискурсу. *Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»]*. Серія: Філологічна. 2013. Вип. 35. С. 269–271.

7. Пришляк Л. В. Газетний дискурс як сфера об'єктивації категорії фактуальності. *Вісник Житомирського державного університету ім. І. Франка. Філологічні науки*. 2020. Вип. 1(92). С. 80–89. <http://philology.visnyk.zu.edu.ua/article/view/220028/219776>

8. Український тиждень: щотижневий ілюстрований суспільно-політичний українськомовний журнал. <https://tyzhden.ua/>

Анотація. У статті розглянуто особливості вербалізації фактуальної інформації в аналітичних публікаціях журналу «Український тиждень» за 2015–2024 роки. Актуальність дослідження зумовлена потребою уточнення лінгвістичних механізмів подання фактів у сучасному медіадискурсі, де поєднуються фактографічний і аналітичний способи інформування. Метою розвідки є визначення структурно-семантичних і комунікативних особливостей вираження фактуальності в аналітичному журналістському тексті. У межах поставлених завдань проаналізовано лінгвістичні засоби подання фактографічної та аналітичної інформації й з'ясовано їхню роль у формуванні достовірності, інформативності та цілісності медіатексту. У висновках наголошено, що поєднання обох типів фактуальної інформації забезпечує глибину аналітичного викладу та сприяє підвищенню якості сучасної журналістики.

Ключові слова: фактуальність, інформативність, медіатекст, аналітична журналістика, фактографічна інформація, «Український тиждень».

Діана Дуцик,

кандидатка філологічних наук, старша викладачка,
Могилянської школи журналістики НАУКМА,
виконавча директорка ГО «Український інститут медіа та комунікації»
(м.Київ) dutsyk@gmail.com

ПРОБЛЕМАТИКА ІНТЕГРАЦІЇ КОМПОНЕНТІВ МЕДІАГРАМОТНОСТІ В ОСВІТНІ ПРОГРАМИ З ЖУРНАЛІСТИКИ

У статті розглянуто підходи до інтеграції компонентів медіаграмотності в освітні програми з журналістики в українських

університетах в умовах війни, а також проаналізовано прогалини в системі журналістської освіти в цій тематиці. Стаття базується на прикладному дослідженні наявних практик викладання на факультетах та кафедрах журналістики.

Постановка проблеми. Війна Росії проти України, розпочата у 2014 році, поставила на порядок денний перед журналістами та редакціями нові виклики. Вони стосувалися не лише фізичної безпеки представників медіа та редакцій, але й, у першу чергу, необхідності посилення їхньої спроможності ефективно працювати в умовах безперервного потоку дезінформації та пропаганди. Журналісти потребували зміцнення навичок верифікації джерел інформації, фактчекінгу, а також вміння працювати з новими онлайн-інструментами та, згодом, інструментами штучного інтелекту.

Після повномасштабного вторгнення у 2022 році проблема актуалізувалася через зростання інтенсивності дезінформаційних потоків і перехід війни на когнітивний рівень. Медіа не завжди справлялися із цими новими викликами, що призвело до посилення критики українських редакцій за неналежне реагування на дезінформацію та пропаганду, а також за поширення російських наративів [4]. Підвищення якості українських медіа безпосередньо залежить від якості професійної освіти журналістів. Відповідно, інтеграція компонентів медіаграмотності в журналістську освіту може суттєво сприяти кращій адаптивності українських редакцій до роботи в умовах війни.

Аналіз досліджень. Дослідження різних аспектів медіаграмотності перебуває у фокусі уваги як іноземних, так і українських науковців та аналітиків. Українські дослідники приділяють увагу таким напрямкам: 1) впровадження медіаграмотності в шкільні освітні програми (Іванов В.Ф., Іванова Т.В, Волошенюк О.В. та ін.); 2) соціальні й психологічні аспекти впливу медіа та роль медіаграмотності у формуванні критичного мислення (Найдьонова Л.А., Череповська Н.І. та дослідження Лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПНУ); 3) протидія дезінформації та фейковим новинам (Почепцов Г.Г. та ін.). Значний внесок у розвиток досліджень у сфері медіаграмотності роблять також українські аналітичні центри та громадські організації (Академія Української Преси, «Детектор медіа», Інтерньюз-Україна, Український інститут медіа та комунікації).

Проте дотепер майже не приділялася увага вивченню питання інтеграції компонентів медіаграмотності безпосередньо в систему журналістської освіти. У цій публікації ми дотримуємося концептуального підходу, згідно з яким журналісти та медіа можуть відігравати важливу роль у системі медіаосвіти аудиторії [5, с.1270-1271]. Наявні практики українських редакцій, що сформувалися в

умовах війни, підтверджують цю теоретичну рамку [2, с.6-8]. Таким чином, питання медіаграмотності журналістів є надзвичайно актуальним.

Мета дослідження та методологія.

Мета дослідження, викладеного у цій статті, полягає в аналізі практик інтеграції компонентів медіаграмотності та протидії дезінформації у навчальний процес на факультетах і кафедрах журналістики українських університетів задля виявлення **структурних прогалин** у системі журналістської освіти в цій тематиці.

Методологія дослідження включала кілька компонентів:

- **онлайн-анкетування (N=69):** із 150 розісланих анкет отримано 69 відповідей від представників із 31 університету (14 керівників факультетів/кафедр та 55 викладачів різних посад). Анкети охоплювали теми: а) зміст навчання та методи викладання; б) політика університету щодо теми медіаграмотності; в) навчальні ресурси та інструменти; г) ефективність навчання; д) підготовка викладачів; е) ключові перешкоди ефективному впровадженню медіаграмотності в освітні програми; є) візія майбутнього;
- **глибинні напівструктуровані інтерв'ю (N=15)** з викладачами та менеджментом факультетів/кафедр журналістики;
- **аналіз освітніх програм з журналістики та силабусів** окремих дисциплін (загалом проаналізовано 30 документів).

Виклад основного матеріалу та результатів дослідження. Повномасштабна війна, яку веде Росія проти України, призвела до того, що медіаграмотність сьогодні розглядається як невід'ємна частина державної безпекової політики, що зафіксовано у Стратегії інформаційної безпеки України (Стратегічна ціль 3) [3]. Це спонукало освітній сектор, зокрема вищу школу, реагувати на нові виклики та потреби у цій сфері. Детальні результати дослідження щодо інтеграції компонентів медіаграмотності в освітні програми з журналістики представлені в аналітичному звіті ГО «Український інститут медіа та комунікації», який організував це дослідження за підтримки Програми розвитку ООН та фінансування уряду Японії [1]. У цій статті основна увага зосереджена на аналізі наявних університетських практик.

Загалом українські університети демонструють високий інтерес до теми медіаграмотності. На таку політику університетів суттєво впливає загальна зовнішня кон'юнктура, зокрема підвищений інтерес до теми з боку держави, донорів та інших стейкхолдерів у контексті війни. За результатами онлайн-опитування, тема медіаграмотності має високий або середній пріоритет для менеджменту ЗВО. Проте такий підхід не зафіксований будь-якими офіційними політиками чи іншими внутрішніми документами. Опитування також демонструє

потребу у більшій інституційній підтримці впровадження медіаграмотності з боку адміністрацій університетів. Значна частина респондентів вважає, що включення медіаграмотності до освітньої стратегії університету може сприяти кращій інтеграції її компонентів в освітні програми.

Українські університети працюють з темою медіаграмотності за кількома напрямками: 1) навчання основ медіаграмотності журналістів; 2) навчання основ медіаграмотності здобувачів нежурналістських освітніх програм (меншою мірою); 3) співпраця з міжнародними партнерами у сфері медіаграмотності (щодо вивчення досвіду тощо); 4) просвіта для різних соціальних груп населення.

В освітньому процесі відсутнє єдине бачення щодо того, чи має медіаграмотність бути обов'язковим чи вибіркоким предметом. Аналіз освітніх програм з журналістики та медіакомунікацій демонструє, що українські заклади вищої освіти пропонують майбутнім журналістам до вивчення як спеціалізовані дисципліни зі сфери медіаграмотності та протидії дезінформації, так і предмети, до яких інтегровані відповідні теми.

Негативним фактом, на нашу думку, є те, що більшість предметів з медіаграмотності є вибілковими, що знижує рівень охоплення студентів. Це підтверджують і результати опитування: більше 70% респондентів підтвердили, що в їхніх ЗВО спеціалізовані курси з медіаграмотності є вибілковими. Хоча розвиток критичного мислення – це одна із ключових навичок не лише журналіста, але й сучасної людини загалом.

Спеціалізовані дисципліни з медіаграмотності та протидії дезінформації, які пропонують університети, можна структурувати за шістьма напрямками: 1) основи медіаосвіти, медіаграмотності та критичного мислення; 2) фактчекінг та верифікація інформації; 3) цифрова безпека та цифрова грамотність; 4) основи використання ШІ; 5) дезінформація та пропаганда; 6) інформаційна політика/безпека та інформаційні війни. На вивчення спеціальних дисциплін відводиться від 3 до 5 кредитів ECTS (90–150 год).

Щодо інтеграції компонентів медіаграмотності та протидії дезінформації в неспеціалізовані курси, то більшою мірою йдеться про теми з фактчекінгу та верифікації інформації, інформаційної та цифрової безпеки, технологій маніпуляцій та протидії дезінформації. Водночас, теми когнітивних упереджень, стереотипів, мови ворожнечі інтегровані в журналістські дисципліни найменше, попри те, що їхня актуальність зростає через перехід війни на новий, когнітивний, рівень.

Важливим аспектом, який впливає на результати навчання, є методика викладання. У «валізі методів» викладачів лекційний формат все ще займає значну позицію: за результатами онлайн-

опитування, 53,7% викладачів найчастіше використовують цей формат. Проте є й позитивні тенденції: до трійки найбільш використовуваних методів, окрім лекцій, увійшли аналіз кейсів (98,5%) та створення проєктів (52,2%). Ігри для навчання використовують 35,8% викладачів, мозковий штурм – 38,8%. Розширення методологічного інструментарію під час викладання могло б сприяти підвищенню інтересу здобувачів вищої освіти до відповідних тем та дисциплін.

Хоча викладачі загалом фіксують високий інтерес студентів до тем з медіаграмотності та протидії дезінформації. Проте, як свідчить опитування викладачів, цей високий інтерес стосується переважно тем, пов'язаних із розвитком технологій та штучного інтелекту (наприклад, технологій виявлення дідфейків чи використання нових технологій для створення контенту). Однак цей запит не може бути задоволений повною мірою, оскільки самі викладачі потребують додаткових знань та навчання із цих тем, про що свідчить опитування (22% респондентів заявили про високу потребу в такому навчанні, 64,7% – про часткову).

Проблеми, які стримують активне впровадження медіаграмотності в систему журналістської освіти, можна розділити за кількома категоріями:

1. **Фінансові:** Програми з медіаграмотності фінансуються за залишковим принципом, оскільки не мають високого пріоритету для університетів і не є потенційно комерційними. У результаті недостатнього фінансування викладачі та студенти мають обмежений доступ до необхідних ресурсів: нових технологій, програмного забезпечення, навчальних матеріалів, потрібних для якісного освітнього процесу.

2. **Бюрократичні:** Стандарти вищої освіти зі спеціальності «Журналістика» першого (бакалаврського) і другого (магістерського) рівнів містять вичерпний перелік компетенцій, що утруднює розширення списку саме тих компетенцій, що стосуються компонентів медіаграмотності.

3. **Внутрішні:** Викладачі часто мають недостатній рівень підготовки в сфері медіаграмотності, особливо зі складних тем чи тем, пов'язаних із розвитком нових технологій та ШІ, що впливає на якість викладання та результати навчання.

4. **Зовнішні:** З одного боку, університети не встигають оновлювати свої освітні програми у темпі швидких і постійних трансформацій інформаційного середовища; з іншого боку, війна та політична нестабільність безпосередньо впливають на організацію навчального процесу.

Висновки. Українські університети не можуть запропонувати єдиного бачення та цілісної системи інтеграції компонентів

медіаграмотності в освітні програми з журналістики. Це негативно впливає на результати навчання, зокрема призводить як до низького рівня охоплення студентів темами медіаграмотності (через вибірковість дисциплін), так і до фрагментації знань випускників цих програм. У довгостроковій перспективі це має негативний вплив на медійне середовище та якість медійного контенту.

Тому бажаний сценарій розвитку передбачає: а) зростання інституційної підтримки тем медіаграмотності та протидії дезінформації на рівні університетів, зокрема включення їх до своїх освітніх стратегій; б) створення належних умов для підвищення кваліфікації викладачів (із переглядом формального підходу до їхнього навчання); в) координацію освітніх програм та дисциплін задля уникнення тематичних повторів та заповнення тематичних прогалів; г) розробку нових методологічних підходів до викладання тем з медіаграмотності та протидії дезінформації.

Список використаної літератури

1. Інтеграція компонентів медіаграмотності в освітні програми з журналістики. Аналітичний звіт. *Український інститут медіа та комунікації*. 2025. 40 с. URL: https://www.jta.com.ua/wp-content/uploads/2025/03/UMCI-UNDP_Integration-ML_2025-1.pdf (дата звернення: 07.11.2025)
2. Огляд медіапроектів з протидії дезінформації в Україні в умовах повномасштабної війни. *Український інститут медіа та комунікації*. 2024. 21 с.. URL: https://www.jta.com.ua/wp-content/uploads/2024/07/ABA_UMCI_Overview_of_mediaprojects_UA_WEB.pdf (дата звернення: 07.11.2025)
3. Стратегія інформаційної безпеки України. 2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/685/2021#Text> (дата звернення: 07.11.2025)
4. Як взаємодіяти державі та медіа, аби протидія дезінформації була ефективною. *JTA.com.ua*. URL: <https://www.jta.com.ua/trends/yak-vzaiemodiiaty-derzhavi-ta-media-aby-protydiia-dezinformatsii-bula-efektyvnoiu/> (дата звернення: 07.11.2025)
5. Maarit Jaakkola. Journalists as Media Educators: Journalistic Media Education as Inclusive Boundary Work. *Journalism Practice*. 2022. P.1265-1284. URL.: <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1844040> (date of access: 07.11.2025).

Анотація. У статті розглянуто актуальну проблему інтеграції компонентів медіаграмотності в освітні програми з журналістики в українських університетах в умовах повномасштабної війни та посилення дезінформаційних загроз. Проаналізовано наявні прогалини у системі журналістської освіти

щодо тем медіаграмотності та протидії дезінформації. Дослідження базується на прикладному аналізі практик викладання на факультетах і кафедрах журналістики, що включав онлайн-анкетування ($N=69$), глибокі інтерв'ю ($N=15$) та контент-аналіз освітніх програм.

Ключові слова: медіаграмотність, журналістська освіта, освітні програми, медіа. дезінформація, пропаганда, фактчекінг, штучний інтелект.

Тетяна Єжижанська,

старша викладачка кафедри медіапродюсування та видавничої справи Факультету журналістики, Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, (м. Київ) t.yezhyzhanska@kubg.edu.ua

МЕДІА ЯК КАНАЛИ БРЕНД-КОМУНІКАЦІЇ КНИЖКОВОГО ВИДАВНИЦТВА: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ

Постановка наукової проблеми та її значення. Повномасштабна війна росії проти України стала каталізатором безпрецедентних змін у медіапросторі та книжковій індустрії країни. Українські книговидавці, звільнившись від російських книжок на українському ринку, розширюють аудиторію, видають як зарубіжних, так і українських авторів та конкурують за вибагливого читача. Водночас медіаландшафт зазнав суттєвих трансформацій: традиційні медіа адаптувалися до воєнного часу, з'явилися нові платформи та формати комунікацій, змінилися пріоритети аудиторії. Сучасний медіапростір активно трансформується, відкриваючи нові можливості для книжкових видавництв, які прагнуть побудувати зв'язок зі своєю аудиторією. За останні роки частка часу, яка відводиться середньостатистичним українцем на споживання друкованих видань, радіо й телебачення, істотно знизилась, а частка інтернету, в тому числі інтернет-медіа, помітно зросла. У цьому контексті використання медіа як інструменту бренд-комунікації набуває нового значення для видавництв і потребує наукового осмислення.

Короткий аналіз досліджень проблеми. Проблематика медіакомунікацій книжкових видавництв досліджується у працях зарубіжних та вітчизняних науковців, які аналізують різні аспекти взаємодії видавництв із медіа. Патрик Форсайт (1997) у праці з видавничого маркетингу наголошує на важливості не стільки форматів чи змісту повідомлень, скільки багаторазового ефекту впливу. Форсайт підкреслює, що фахівці з PR повинні безперервно шукати можливості для згадки потрібних книг у медіа, особливо у

галузевої пресі, де імена авторів і назви книг згадуються знову і знову, створюючи кумулятивний ефект [3, с. 91–92]. Це особливо важливо для галузевої преси, у видавничій справі більша частина матеріалів таких журналів, як *The Bookseller* (<https://www.thebookseller.com>), складається із непов'язаних одна з одною новин, що вносить свій внесок у сумарний ефект, оскільки імена авторів і назви книг згадуються знову і знову. Висвітлення в медіа вимагає від менеджерів з комунікацій серйозного підходу і повинно відбуватися регулярно і грамотно. Ольга Скоchineць (2010) акцентує увагу на системній проблемі – відсутності належного діалогу між видавцями та представниками регіональних і загальноукраїнських медіа. Дослідниця констатує, що «видавці не інформують медіа про свої книги та не шукають виходів на регіональні та загальноукраїнські ТРК, а журналісти, відповідно, недостатньо обізнані в сучасному книжковому репертуарі» [15, с. 255]. Ця взаємна ізоляція гальмує розвиток книжкової промоції. Надія Зелінська (2014) досліджує особливості просування книжкових видань у традиційних українських медіа – на телебаченні, радіо та в друкованих ЗМІ. Авторка порівнює українські практики з європейськими, підкреслюючи необхідність адаптації до змін у структурі попиту та кризи видавничої сфери [12, с. 96–99]. Світлана Водозазька (2015) наголошує на критичних наслідках руйнування традиційної системи анонсування видавничої продукції за допомогою рецензій, анонсів, оглядів книжкових новинок, через що «подальше використання ресурсних можливостей класичних засобів масової інформації для лобювання значущого місця видавничої галузі і книги в соціумі стає неможливим» [7, с. 249]. Олена Кір'янова (2017), досліджуючи медіаінновації у видавничій справі, виявляє суперечливий характер їхнього впливу, адже медійна сторона може як конкурувати й витіснити традиційні друковані медіа, провокуючи кризові явища в книговидаванні, так і сприяти процвітаючому симбіозу за рахунок доступу до ширшої аудиторії і зростання продажів [13]. Це підкреслює амбівалентність медіатрансформацій для видавничої галузі. Ірина Славінська, практик з медіакомунікацій, надає конкретні рекомендації щодо підготовки пресматеріалів: не дублювати прес- та пострелізи, наповнювати їх змістовними цитатами організаторів та учасників події, оскільки журналісти часто використовують їх як джерело коментарів [15]. Аналіз досліджень свідчить, що, незважаючи на теоретичну наявність багатьох можливостей публіситі для видавництва (преса, телебачення, радіо, журнали), практична реалізація медіарілейшнз у бренд-комунікаціях залишається проблемною. Це підкреслює необхідність професійного, систематичного та стратегічного підходу.

Мета статті – проаналізувати медіа як ключові канали бренд-комунікації книжкових видавництв в умовах трансформації медіапростору України. **Завдання** розвідки:

- проаналізувати трансформацію українського медіаландшафту та її вплив на комунікаційні стратегії видавництв;
- визначити ефективні стратегії взаємодії видавництв із медіа для формування позитивного іміджу та просування книжкової продукції;
- виявити основні виклики та перспективи розвитку медіарилейшнз у книжковій галузі України;
- розробити практичні рекомендації для видавництв щодо ефективної роботи з медіа.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.

Медіарилейшнз: сутність та еволюція поняття. Відділ комунікації видавництва через медіа привертає увагу до книжок та їхніх авторів, що опосередковано збільшує продажі через підвищення обізнаності про видавничі проєкти. Термін «медіа» розглядаємо як «засіб поширення масової інформації у будь-якій формі, який періодично чи регулярно виходить у світ під редакційним контролем та постійною назвою як індивідуалізуючою ознакою» [10]. Цілеспрямована робота з медіа (медіарилейшнз) дозволяє зберегти і покращити репутацію видавництва, допомагає залучити нових читачів та авторів для співпраці, сприяє розвитку та розширенню партнерства з іншими учасниками книжкового ринку. Медіарилейшнз (з англ. media relations – зв'язки із медіа) розглядаємо як частину PR, що відповідає за донесення інформації потрібній аудиторії через медіа. За визначенням Джей Джонстон, медіарилейшнз вивчає «різні типи медіа, аналізуючи їх застосування, сильні та слабкі сторони, і показує, як націлити повідомлення на потрібні медіа – національне телебачення, громадське радіо, журнали про знаменитостей або впливові блоги» [5, с. 34]. Мета медіарилейшнз – зробити медіа надійними партнерами в просуванні бренду й створенні репутації видавництва, а завдання – виробництво і поширення через медіа інформації, адресованої масовій чи спеціалізованій аудиторії, в якій зацікавлене видавництво. Медіарилейшнз видавництва – це системна робота з медіа з метою створення і підтримки позитивного іміджу видавництва, а також просування його продукції та послуг. Основна мета – налагоджувати партнерські відносини з журналістами та медіа для отримання позитивного інформування про видавництво та його продукцію.

«Зароблені» медіа: висока довіра, об'єктивність і залучення нової аудиторії до бренду . Зароблені медіа («Earned Media» за моделлю PESO [2] – це пабліситі, тобто просування бренду

видавництва чи книжки як продукту шляхом отримання позитивної уваги в засобах масової інформації, що підвищує впізнаваність та створює сприятливе сприйняття цільовою аудиторією. «Зароблені» медіа, на відміну від «платних», «спільних» чи «власних» каналів, мають переваги, оскільки вони безкоштовні (не вимагають прямих витрат на рекламу), мають високу рентабельність інвестицій та забезпечують додатковий трафік, що дозволяє залучати нових користувачів, на відміну від платних медіа, які вимагають коштів, або власних медіа, які можуть мати недостатнє охоплення. «Згадки в медіа» є соціальним доказом, оскільки споживачі більше довіряють новинам від третіх осіб, ніж прямій рекламі. Регулярна поява та розміщення матеріалів в авторитетних і шанованих медіа перетворює видавця на легітимного експерта в галузі, навіть на лідера думок. Це показує аудиторії, що він дійсно знає свою галузь достатньо, щоб заслуговувати на цитування у визнаних ЗМІ. «Зароблені» медіа часто є дуже ефективними у бренд-комунікації видавництва, оскільки вони є незалежними, а отже, користуються більшою довірою серед аудиторії, підвищують впізнаваність бренду та розширюють його присутність поза платними каналами.

Сучасний медіапростір України: трансформації та виклики. Для бренд-комунікації видавництва через медіа та для книжкової промоції важливо розуміти особливості медіаландшафту в Україні (традиційні медіа, спеціалізовані книжкові платформи, онлайн-видання). Традиційні масові медіа, що охоплюють велику частину аудиторії (наприклад, телебачення), рідко використовуються видавництвами. Телеканали майже не мають програм, присвяченим книгам чи читанню, а на рекламу у видавців недостатньо коштів, тому люди, які активно цікавляться сучасною літературою і часто купують книги, не отримують звітти достатньо інформації з тієї причини, що ці канали її не транслюють. Дослідження показують, що традиційні медіа мало говорять і пишуть про книги, тому мають обмежений вплив на вибір книги при її покупці.

За дослідженням «Читання в Україні» (*Ukrainian Reading and Publishing Data 2018*), на вибір книжки при її покупці ЗМІ мають незначний вплив, зокрема, на рецензії та огляди в пресі та онлайн-ЗМІ зважають 11%; на огляди на книжкових сайтах – 10%; згадки по ТБ і радіо – 5% [6, с.13]. За даними дослідження «Читання в контексті життєконструювання та медіаспоживання» (УІК, 2020), рецензії та огляди в пресі та онлайн-ЗМІ є чинники вибору книги для 10% - 15% тих, хто купує і читає книги, а згадки по ТБ і радіо – для 5% – 6% [11, с. 154]. Це свідчить про те, що медіа не лише інформують, але й частково впливають на рішення про вибір літератури для читання. У цьому вбачаємо потенціал медіа як

інструменту для стимулювання інтересу до читання та підтримки книжкової культури в Україні.

Як бачимо, медіа є чинниками вибору книги лише для незначної кількості респондентів. *За результатами власного проведеного опитування відвідувачів Книжкового Арсеналу і Форумі видавців (2016–2019 рр.)*, майже половина респондентів (інколи навіть 2/3) взагалі не вважає традиційні медіа (друковані ЗМІ, радіо, телебачення) джерелом отримання для себе інформації про видавничі бренди. З того, що традиційні медіа є джерелом інформації про книги та діяльність видавництва лише для третини респондентів, можемо зробити такі висновки, що, по-перше, читачі не отримують інформації з цих каналів комунікації, бо її там майже немає, а отже, комунікаційникам видавництва треба їх активніше наповнювати; а, по-друге, ці канали читачі не вважають важливими чи пріоритетними, тому й фахівцям з комунікацій видавництв немає потреби їх використовувати у бренд-комунікаціях. Вважаємо перший підхід найбільш прийнятним. Щодо другого висновку, то, звичайно, читачі нового покоління вимагають інших підходів до отримання інформації, користуються іншими каналами комунікації, вони більш вимогливі до щирості та правдивості контенту. Проте це не заперечує необхідність професійного підходу до використання медіа видавництва для бренд-комунікацій, оскільки ці канали інформують широку аудиторію, включно з потенційними читачами, до того ж присутність у медіа формує репутацію видавництва як серйозного гравця ринку.

Результати власного проведеного опитування видавців (2016 і 2021 рр.) дозволяють з'ясувати, на якому рівні відбувається робота видавництв зі ЗМІ. Майже 61,1% опитаних видавництв мають структуровану медіабазу і власний пул журналістів (44,4%), хоча загалом свою співпрацю із журналістами (88,3%) називають ситуативною. Найпопулярнішою формою співпраці з журналістами є запрошення на заходи, організовані видавництвами (94% у 2016 р. і 89% у 2021 р.), а також надання книг для рецензій і оглядів (82% у 2016 р. і 89% у 2021 р.). Якісною і цікавою інформацією, в тому числі й під час особистого спілкування, забезпечують журналістів 65% у 2016 р. і 77,8% у 2021 р. видавців, корпоративні подарунки роблять ще рідше: 12% у 2016 р. і 22,2% у 2021 р. В інформаційних запитах журналістів, проханні про коментарі, інтерв'ю з керівництвом видавництва журналістів найчастіше цікавлять роз'яснення про діяльність видавництва чи книжкові новинки, тенденції книжкового ринку і перспективи розвитку галузі (88% у 2016 р. і 89% у 2021 р.); оцінка діяльності видавництва (59% у 2016 р. і 66,7% у 2021 р.) чи видавничу продукцію (59% у 2016 р. і 66,7% у 2021 р.), коментарі про авторів, ілюстраторів видавництва (29% у 2016 р. і 55,6% у 2021 р.).

Важливо зауважити, що журналісти звертаються лише до тих видавців-ньюзмейкерів, яких вважають лідерами книжкового ринку.

Особливості медіаландшафту для книжкової промоції. Топ-медіа для книжкової аудиторії. За результатами дослідження *Book Forum 2020*, Топ-10 медіа, які читають відвідувачі онлайн-форуму, – це загальнонаціональні і спеціалізовані ЗМІ, які пишуть про книги, читання, літературу. Це 1) hromadske.ua; 2) Українська правда; 3) Читомо; 4) BBC; 5) Радіо Свобода; 6) The Village Україна; 7) NV; 8) ЛітАкцент; 9) Збруч; 10) ZAXID.NET [1]. До названих можна додати ще такі медіа: «Sucpilne.cultura» – спеціалізоване видання, де культура є основною темою, а рубрика «Література» часто висвітлює книжкові події; «Forbes Ukraine» – медіа, що фокусується на бізнесі, багато пише про книжковий ринок і видавців-підприємців; у «LB.ua» можна знайти огляди книг та інтерв'ю з письменниками; «Високий Замок» – газета та сайт, що мають розділ «Культура», де публікуються матеріали про книжки; «Дзеркало Тижня» – газета та сайт, де можна знайти публікації про літературу та видавничу діяльність.

Про необхідність посилювати маркетинг книжок та «стимулювати їх обговорення (не тільки в інтернеті, але й в інших ЗМІ – пресі, на ТБ)», «просувати книжки не тільки через «нішеві» медіа, але й в масових ЗМІ» було наголошено у висновках і рекомендаціях «Дослідження читання книжок в Україні-2014» [4]. Як стверджують видавці, «є брак ЗМІ національного масштабу, аби будувати охоплення, тому більшість згадок концентрується у власних соцмедіа», що «не завжди кількість згадок веде до якості» [14]. Критичні публікації у головних великих медіа країни важливі, «бо чого немає у ЗМІ, того немає у наших головах» [8]. Інформація про книжкову новинку має з'являтися в п'яти виданнях, починаючи від щоденних газет і закінчуючи провідними телеканалами, – так Юрій Макаров підкреслює важливість промоції через провідні медіа країни, бо «якщо не повідомили, що вийшла Забужко, то Забужко не вийшла» [9]. Наприклад, про спробу заборонити книгу книжку В. Кіпіані «Справа Василя Стуса», яка вийшла друком в травні 2019 року у видавництві Vivat, написали численні медіа, як наслідок – наклад понад 100 тис.

Спеціалізовані книжкові медіа. В Україні функціонують кілька спеціалізованих платформ, які пишуть про книги літературу, видавничу справу, зокрема «Читомо» – провідне професійне онлайн-медіа, яке повністю присвячене культурі читання, мистецтву книговидавання в Україні та світі, «Буквоїд» – платформа з рецензіями та оглядами, «Культ Критики» – нове літературне медіа, засноване у 2024 році, яке продовжує справу LitAksent («ЛітАкцент»), публікуючи критичні матеріали про літературу, «BaraBooka» – проєкт підтримки

дитячого читання та інші, проте немає книжкового тижневика, який подавав би інформацію про всі книжкові новинки, за словами О. Забужко, «немає такого навігатора, інфополе зачищено або ж до 2014 року працювало на російську книжку» [9].

У масових медіа рубрика «Культура» – традиційно на останній сторінці, а через пандемію, війну та зменшення ринку медіареклами, медіа намагаються вижити, відповідно, беруться за більш комерційно привабливі теми, а не читання і промоцію книг. Проте ситуація змінюється: коли книжковий ринок, попри складні кризові умови, активно розвивається і увага аудиторії до книжкових новинок зростає, ці теми частіше з'являються на сторінках медіа. Видавцям, аби туди потрапити, треба розуміти специфіку різних типів медіа та запити конкретних видань. Видавництва, де продумані зв'язки з медіа, мають шанс отримати висвітлення навіть у світових медіа, як це вдалося зокрема «Основам», «Вівату», що здобули міжнародну увагу BBC, The Guardian, The New York Times та інших медіа, які регулярно пишуть про українську книгу.

Основні напрями та інструменти співпраці видавництва із медіа. Співпраця видавництва з медіа має бути комплексною. Комунікація через медіа допомагає вирішити такі завдання, як: поінформувати широку аудиторію про бренд видавництва – історію, цінності, авторів, команду; розповідати в книжкові новинки, про кожну стадію життя книжки, щоб з-поміж тисячі інших видань читачі обрали її; швидко реагувати на кризові ситуації; формувати позитивний імідж видавництва. Комплексний підхід до роботи видавництва з медіа передбачає створення медіабази, підготовку пресматеріалів і медіапітчинг (поширення інформаційних пресрелізів, експертних блогів, колонок видавців як ключових ньюзмейкерів, опрацювання та ініціацію журналістських запитів), організацію пресзаходів. Важливо робити моніторинг згадок про видавництво в інформаційному просторі, аналізувати, які статті та публікації про нього та його продукцію з'являються в медіа, щоб оцінити ефективність своєї діяльності та відслідковувати появу репутаційних загроз. Треба продумати конкретні показники ефективності (KPI) для комунікаційної активності, відслідковувати тональність згадок, особливу увагу звертаючи на негатив, щоб запобігати репутаційним кризам. Такий комплексний підхід дозволяє ефективно та експертно заповнювати медіапростір інформацією про видавничий бренд.

Висновки. Співпраця з медіа є ключовим чинником успіху у формуванні позитивного іміджу книжкового видавництва. Видавництва, які використовують медіа як «зароблені» (за моделлю PESO) канали комунікації, мають значну конкурентну перевагу на українському ринку. Завдання комунікаційного відділу видавництва

такі: створити базу даних ЗМІ (медіакарту), в ідеалі — пул прихильних до видавництва журналістів, активно надавати їм інформацію про книжкові новинки. Так можна постійно отримувати висвітлення в медіа, що ефективно впливатиме на просування видавничого бренду. Медіа формують читацькі уподобання, інформуючи про нові книжки та авторів, сприяють популяризації читання серед різних вікових груп. З розвитком інтернету та популярністю Instagram, TikTok та інших платформ, видавці отримали можливість просувати свої книги самостійно, не звертаючись до послуг традиційних медіа. Це призводить до появи нових каналів бренд-комунікацій із читацькими аудиторіями, що дозволяє читачам обирати нові книги, орієнтуючись на думку блогерів, а не традиційних медіа. Проте медіа залишаються важливим інструментом, який допомагає видавництвам виходити на широку аудиторію, комунікуючи не лише з читачами, а й з бізнес-спільнотою, громадськими організаціями, книготорговцями, дистриб'юторами та іншими партнерами. Отже, медіа допомагають видавцям швидко отримувати позитивне висвітлення і виходити на широку аудиторію, а читачам — знайомитися з новинками літератури.

Список використаної літератури

1. 27 BookForum. Перепис населення. URL: <https://drive.google.com/file/d/1imfWwrgvLft-ZqjDOD5nNcL5NlcxQUKP/view?fbclid=IwAR1ng5yL1pdkyypPGJ5yPFIjcsWqB9bWduh7m4GNuxcaOVwYvAlMKm2kGWs>
2. Dietrich, Gini. *Spin sucks: communication and reputation management in the digital age*. Indianapolis, Ind: Que Publishing, 2014.
3. Forsyth P., Birn R. *Marketing in Publishing*. Routledge, 1997. 176 p.
4. GfK Ukraine. Дослідження читання книжок в Україні—2014. URL: <https://www.slideshare.net/Kyivstar/report-gfk-reading2014for-uploading-38932265>
5. Johnston, Jane. *Media Relations: Issues and strategies*. 2nd Edition, Routledge, 2012. 304 p.
6. Ukrainian Reading and Publishing Data 2018. URL: <http://data.chytomo.com/chytannya-v-ukrayini/#header-13>
7. Водолазька, С. Радикальні інновації східноєвропейської видавничої галузі. Київ : Авега, 2015. 369 с.
8. Грицун Р. Промоція літератури в Україні, або успішна країна там, де люди читають. URL: <https://tribuna.pl.ua/news/promotsiya-literaturi-v-ukrayini-abo-uspishna-krayina-tam-de-lyudi-chitayut> (Дата доступу 21.09.2016)
9. Громадський форум «Українська книжкова революція» URL: <https://www.facebook.com/uabookrevolution/videos/233501944773422>

10. Закон України «Про медіа». Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2023, №№ 47-50, ст.120. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>
11. Звіт за результатами всеукраїнського соціологічного дослідження «Читання в контексті медіаспоживання та життєконструювання». Український інститут книги, автори Інна Волосевич, Анастасія Шуренкова, м. Київ 2020 <https://ubi.org.ua/uk/activity/doslidzhennya/doslidzhennya-2020>[Моніторити медіа, щоб закохувати українців у книжки: як працює відділ комунікацій #книголав (дата звернення: 21 лютого 2024 р.)]
12. Cases.media. Моніторити медіа, щоб закохувати українців у книжки: як працює відділ комунікацій #книголав <https://cases.media/en/case/monitoriti-media-shob-zakokhuvati-ukrayinciv-u-knizhki-yak-pracyuye-viddil-komunikacii-knigolav?srsId=AfmBOorUASEscZchLbfBYRFqRVG2eYRtuZ7NBWSzU8oLhaZJMNgoYzcc>
13. Зелінська Н. М. Просування книжкових видань у традиційних та новітніх українських медіа у контексті європейської практики. Наукові записки Інституту журналістики. 2014. Т. 56. С. 96-99.
14. Кір'янова О. Л. Соціальні комунікації у системі «автор–видавець–читач» засобами трендових медіа-інновацій. Технологія і техніка друкарства. 2017.2(56) 119-124. <https://ttdruk.vpi.kpi.ua/article/view/116270/110305>
15. Скочинець О. Роль електронних медіа у здійсненні акцій книжкової промоції / Теле- та радіожурналістика. 2010. Вип. 9. Ч. 1. С. 253-257.
16. Славінська І. Письменник повинен бути медіаактивним. URL: <https://ms.detector.media/how-to/post/2400/2013-11-13-iryna-slavinska-pysmennuk-povynen-buty-mediaaktyvnym/> (дата звернення: 3.11.2013).

Анотація. В умовах криз та комунікаційних викликів бренд-комунікації книжкового видавництва передбачають необхідність активної взаємодії з медіа, що є ключовим елементом у просуванні книжкової продукції та формуванні позитивного іміджу видавництва. Це передбачає створення медіабази, підготовку пресматеріалів, організацію пресзаходів, задоволення інформаційних запитів й налагодження контактів із журналістами, медіапітчінг і медіамоніторинг. Стаття аналізує трансформацію медіаландшафту та нові можливості для українських видавництв.

Ключові слова: книжковий ринок, видавничий маркетинг, бренд-комунікація, інтегровані маркетингові комунікації (ІМК).

Оксана Зелік,

старший викладач кафедри журналістики,
Полтавський національний педагогічний університет імені В.Г.
Короленка (м. Полтава) zelikoxana@gmail.com

ПОРТРЕТНИЙ НАРИС У ТВОРЧІЙ ПРАКТИЦІ ДІАНИ КЛОЧКО: ЗА МАТЕРІАЛАМИ КНИГИ «65 УКРАЇНСЬКИХ ШЕДЕВРІВ. ВИЗНАНІ Й НЕЯВНІ»

Сучасний медіапростір дедалі активніше тяжіє до жанрового синкретизму. Класичні журналістські жанри трансформуються, вбираючи в себе елементи мистецтвознавчої критики, есеїстики та біографістики. У цьому контексті творча практика Діани Клочко є показовим прикладом того, як портретний нарис стає інструментом глибокого культурологічного аналізу.

Сучасні дослідники і викладачі журналістикознавчих курсів постали перед проблемою осмислення нових жанрових модифікацій у сучасній українській публіцистиці. Тексти Діани Клочко демонструють унікальний підхід до творення образу героя – через призму візуального мистецтва та історії. Дослідження її доробку дозволяє зрозуміти, як сьогодні функціонує жанр портретного нарису, яку роль у ньому відіграє екфразис (опис творів мистецтва) та як авторська суб'єктивність впливає на рецепцію історичних чи сучасних постатей.

Значення дослідження полягає у розширенні уявлень про можливості портретного нарису як жанру, що здатен не лише інформувати, а й формувати національну культурну ідентичність та естетичний смак читача.

Попри помітну присутність Діани Клочко в українському інтелектуальному дискурсі (зокрема, резонанс навколо її книг «65 українських шедеврів. Визнані й неявні»), її творчість як публіциста та майстра портретного жанру ще не стала об'єктом системного наукового аналізу.

На сьогодні ми знаходимо деякі матеріали про авторку: біографічні (The Ukrainians, «Україна молода»), рецензії та інтерв'ю («Тиждень», «Збруч», «ЛітАкцент» та ін). Журналісти й критики відзначають особливий стиль письма та ерудицію авторки, проте не заглиблюються у жанровий аналіз.

Фундаментальні праці з жанрології (І. Михайлина, В. Здоровеги, І. Гаврилюк, А. Іващук та ін.) задають методологічну рамку, але не

розглядають специфіку саме мистецтвознавчого портретного нарису в сучасному контексті. Зауважуємо очевидну наукову лакуну: відсутність комплексного дослідження жанрово-стильових особливостей портретного нарису у творчості Діани Ключко, що й зумовлює актуальність цієї розвідки.

Мета статті – з'ясувати жанрову специфіку портретного нарису у творчій практиці Діани Ключко, а також визначити роль історико-культурних контекстів у творенні образу героя.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

- простежити роль Діани Ключко у сучасному публіцистичному дискурсі;
- виокремити ключові прийоми творення портрета (деталізація, асоціативність, використання екфразису, історичні контексти).

У сучасному українському гуманітарному просторі постать Діани Ключко займає особливе місце, яке важко окреслити рамками однієї професійної дефініції. Мистецтвознавиця за фахом, яка вийшла далеко за межі академічної науки, вона посіла почесне місце серед сучасних публічних інтелектуалів, чия діяльність спрямована на кардинальну зміну оптики сприйняття української візуальної культури. Діана Георгіївна не лише популяризує українське мистецтво, вона конструює нову мову для його опису, пропонуючи суспільству інструментарій для розуміння власної ідентичності через візуальні образи.

Книга «65 українських шедеврів. Визнані й неясні» (ArtHuss, 2019) стала не просто видавничою подією, а актом інтелектуальної ревізії історії українського мистецтва. Стиль письма Діани Ключко у цій книзі рецензенти характеризують як насичений, з використанням професійної лексики та складних синтаксичних конструкцій. Вона не заграє з читачем, спрощуючи матеріал, а підтягує його до свого рівня, пропонуючи «інтелектуальну насолоду» від тексту [2]. Це підхід поваги до аудиторії, який передбачає, що читач здатен на складну рефлексію.

Книга отримала широкий резонанс та фахове визнання: стала лауреатом престижної премії імені Юрія Шевельова за найкращу українську есеїстику у 2019 році [7]. Також вона увійшла до рейтингів «Книжка року 2019» та списків «ЛітАкценту» [4]. Це свідчить про те, що запропонований Діаною Ключко формат розмови про мистецтво виявився затребуваним суспільством, яке прагне глибшого розуміння власної культури.

Предметом нашого аналізу стануть портретні нариси, представлені у книзі «65 українських шедеврів. Визнані й неясні». У сучасних медіадослідженнях портретний нарис посідає важливе місце,

дослідники різноаспектно підходять до аналізу цього жанру. Він має складну онтологічну природу, оскільки передбачає постійну напругу між об'єктивною реальністю та суб'єктивною інтерпретацією автора. В академічному дискурсі портретний нарис розглядається як вища форма професійної майстерності, що вимагає від журналіста не лише володіння професійним інструментарієм збору інформації, але й глибокого психологічного аналізу, соціокультурної спостережливості та майстерного конструювання наративу.

Сучасні дослідники акцентують увагу на його здатності досліджувати феномен особистості в контексті соціального часу, де об'єктом виступає не стільки подія, скільки характер, внутрішній світ та мотиваційна сфера героя [3].

Інна Гаврилюк пропонує таке жанрову дефініцію: «Портретний нарис – це публіцистичний жанр, у центрі якого – особистість. У цьому разі завдання автора – не лише змалювати людину, а й розкрити її внутрішній світ, систему цінностей, характер, життєві орієнтири [3, с. 10].

Спираючись на роботи В. Здоровеги, констатуємо, що нарис не просто описує людину, а вивчає соціально важливі явища через індивідуальну долю [5, с. 253].

Книга Діани Ключко «65 українських шедеврів. Визнані й неявні» (ArtHuss, 2019) – інтелектуальна публіцистика. З точки зору теорії журналістики, тексти, що супроводжують репродукції картин, можна класифікувати як екфрастичні портретні нариси – жанр, де вербальний опис візуального об'єкта стає приводом для глибокого психологічного та соціокультурного дослідження особистості автора [1, с. 91].

Спираючись на теоретичні засади жанру нарису, простежуємо, як Діана Ключко конструє «портрети портретів», деконструюючи візуальні образи задля виявлення прихованих сенсів. Теоретики журналістики стверджують, що сутність портретного нарису криється в деталях. Діана Ключко професійно аналізує художню деталь і конструє публіцистичну.

Текст Діани Ключко «Автопортрет у білому кожусі», присвячений Федору Кричевському, є яскравим зразком сучасного портретного нарису, що виходить за межі традиційної біографістики. Авторка вдається до складного синтезу документальності та художньої образності, де центром оповіді стає не лінійна хронологія життя митця, а один артефакт – його автопортрет. Через цей мистецький твір Діана Ключко представляє долю героя, історичну епоху і трагедію української інтелігенції.

Авторка не подає портрет Кричевського одразу цілісним; вона «збирає» його поступово. Фокус уваги зміщується подібно до об'єктива камери: спершу загальний план (постать у кожусі), потім деталізація

(ноги, руки, пояс-кинджал), і врешті – суперкрупний план (ніздрі, погляд, графічний контур олівця).

Така деталізація працює на психологічну глибину. Зовнішні атрибути (овечий кожух, поза Генріха VIII) стають приводом для розкриття внутрішнього стану героя. Ключко майстерно деконструє візуальний образ, перетворюючи його на психологічний портрет: *«Не рефлексуючий інтелектуал з орнаментальним “німбом” над головою, бо минули часи декоративних вигадливостей сецесіону, і навіть вже не актуальні тенденції холодного, технізованого ар-деко. Надійшло щось інше, на що реагує розлючений хазяїн дому, готовий до якогось важливого вчинку»* [6, с. 112]. Внутрішній світ героя тут справді важливіший за зовнішні події – сама картина стає подією.

Текст глибоко вкорінений у соціальний контекст. Доля героя стає відображенням типових проблем часу. Авторка використовує документальність (дати написання картини 1926–1932, згадки про Лондон, триптих «Життя»), але подає ці факти через ґрунтовний мистецький аналіз. Особливо сильним є підтекст. 1932 р. маркується не просто як дата завершення роботи над полотном, а як «початок Голодомору». Авторка проводить паралель між гордовитою поставою на портреті та реальною загрозою фізичного знищення. Тут спрацьовує принцип, на якому наголошував В. Здоровега: у долі героя відображені типові проблеми його країни. Кричевський постає не просто як художник, а як уособлення європейського вектора українського мистецтва, що був знищений радянською системою *«Не Відень, Лондон і Париж, а Биківня і Сандармох чекатимуть на українську інтелігенцію, а сам Кричевський вийде спочатку до Харкова, а після Другої світової – в Ірпінь на голодну смерть...»* [6, с. 113].

У тексті відсутня пряма мова героя, нарис будується на інтертекстуальному діалозі. Ключко вступає в полеміку з культурними стереотипами (порівняння кожуха Кричевського з кожухом Шевченка), апелює до світової спадщини (Гольбейн, Клімт). Авторська позиція виражена не прямо, а через вибір деталей та інтонацію. Емоційність оповіді досягається через контраст: велична постава «господаря» на полотні протиставляється фіналу життя – голодній смерті в Ірпені. Це викликає у читача емоційну залученість, емпатію, співпереживання історії героя.

Діана Ключко відкриває перед читачем внутрішню драму митця, приховану за, здавалося б, парадним портретом. Герой зображений як приклад гідності перед обличчям неминучої трагедії. Навіть незавершеність картини (графічний контур *«намічений орнаментальний мотив на лівій полі кожуха, де можна розгледіти графічний контур, зроблений олівцем по підмальовку»* [6, с. 112])

трактується як символ «межі», на якій зупинився український модернізм. Нарис руйнує стереотипи (наприклад, що кожух – це лише про село і Шевченка) і вписує Кричевського у великий європейський наратив.

Перед нами класичний зразок проблемного портретного нарису з есеїстичною, вільною формою побудови, заснованою на складних асоціативних зв'язках і образних узагальненнях.

Текст відповідає всім ключовим критеріям жанру: у центрі – унікальна особистість; факти подаються через призму авторської рефлексії; соціальний контекст є не тлом, а активним чинником драми героя. Діана Ключко демонструє, як через екфразис (опис твору мистецтва) можна реконструювати біографію, психологію та трагічну долю цілого покоління, досягаючи високого рівня індивідуалізації та емоційного впливу на читача.

Нарис про Тетяну Яблонську «Автопортрет в українському вбранні» (1946) розкриває тему ідентичності як конструкту. Мистецтвознавиця від початку розставляє акценти: *«Яблонська демонстративно наголошує на власній належності до українського жіноцтва. <...> вирішила підтвердити через автопортрет своє ставлення до народного костюму як частини власної ідентичності»* [6, с.115].

У цьому нарисі Діана Ключко зміщує акценти з хрестоматійного образу «радянської художниці» на образ бунтівниці, яка використовує етнічний код як спосіб політичного висловлювання та етичної солідарності з репресованими вчителями.

Образ героїні будується на контрасті та ситуативності. Ключко зіставляє два автопортрети (1945 і 1946 років), щоб показати карколомну внутрішню трансформацію: від «елегантною молодій жінки» до «сердитої молодиці» з твердим поглядом. Психологізм тут розкривається через парадокс: етнічна росіянка свідомо обирає українську ідентичність у найнебезпечніший час. Авторка підкреслює, що це не костюмована гра, а екзистенційний вибір. Деталь – *«міцно стулені вуста»* [6, с. 115] – стає маркером внутрішнього опору та рішучості. Ця деталь ілюструє важливу рису жанру, коли внутрішній світ героя важливіший за зовнішні події.

Текст насичений глибоким соціально-політичним підтекстом. Вчинок героїні (надягання народного строю) трактується не як етнографія, а як *«гра із недозволеним»* [6, с.115]. Авторська позиція виявляється у деконструкції радянського міфу: Яблонська пише цей портрет не для виставок (це «мова для посвячених»), а як жест підтримки свого вчителя Федора Кричевського, який помирає в опалі в Ірпені. Тут чітко простежується документальність: згадуються дати, майстерня інституту, імена репресованих (Василь Седляр, Іван Падалка). Проте факти подаються через призму емоційного

напруження: «чи хотіла Яблонська запитати у Кричевського про таку манеру зображення?» [6, с. 116]. Соціальний контекст тут – це атмосфера страху і водночас «цехової солідарності», яка єдина дозволяла вижити мистецтву.

Нарис побудований як складний полілог:

- з історією мистецтва: Діана Ключко проводить паралелі з Франсіско Гойєю (костюм як декларація) та Василем Седляром (портрет Оксани Павленко);

- з учителем: образ Яблонської є дзеркальним відображенням Кричевського. Авторка звертає увагу на кінематографічну деталь – руки. У Кричевського – це владна поза, у Яблонської – руки «хитро сховані», але розмах рукавів натякає на ту ж саму позу «руки в боки». Це створює ефект спадкоємності поколінь. Фрагментарність образу досягається через опис деталей одягу (хустка, свита, пояс), які у тексті набувають символічного значення – це «омаж вчителям» [6, с. 117], спроба вдягнути на себе традицію, яку намагалися знищити.

Нарис демонструє приклад професійної гідності. Яблонська, яка допомагала опальному вчителю і зайняла його майстерню, постає як хранителька традиції. Це втілення суспільного ідеалу – вірності принципам попри ідеологічний тиск.

Текст руйнує стереотип про шароварщину. Народний костюм тут не елемент сільського кітчу, а «обладунки» модерніста, знак приналежності до високої культури (школи Бойчука і Кричевського).

У цьому тексті Діана Ключко блискуче реалізує потенціал жанру нарису. Через аналіз однієї картини вона розповідає історію становлення української політичної нації в мистецтві. Героїня нарису – не просто художниця, а особистість із чітким моральним стрижнем. Текст вчить читати мистецтво «між рядків», помічаючи в естетиці етичний вибір, а в декоративних деталях – драматичну історію виживання культури.

Аналіз текстів Діани Ключко крізь призму теорії журналістських жанрів дозволяє зробити наступні висновки:

- а) тексти мистецтвознавиці є гібридним жанром, що поєднує елементи мистецтвознавчого екфразису (опис візуального) та психологічного портретного нарису (аналіз внутрішнього світу);

- б) авторка не приховує своєї присутності в тексті. Її інтерпретація є підкреслено суб'єктивною, що є ознакою авторської оцінки персонажів;

- в) герой ніколи не існує сам по собі, авторка завжди вписує його в жорсткий історичний контекст (голод, політичний тиск, репресії), перетворюючи «музейний експонат» на документ епохи.

Діана Ключко у своїй практиці повертає портретному нарису його первинну функцію – не просто розповідати про людину, а розгадувати

її таємницю, дешифруючи мову візуального мистецтва для широкого загалу.

Список використаної літератури

1. Білик Н. Л. Стратегії компаративістики в сербському романі порубіжжя ХХ–ХХІ сторіч : монографія. Київ: Освіта України, 2018. 693 с.
2. Відгуки: Ключко Д. 65 українських шедеврів. Визнані й неявні. Київ: ArtHuss, 2019. 256 с. URL: <https://www.arthuss.com.ua/shop/65-shedevriv>.
3. Гаврилюк І. Л. Нарис: теорія та практика : конспект лекцій. Суми: Сумський державний університет, 2025. 38 с.
4. Діана Ключко отримала нагороду ЛітАкцент 2019 року. URL: <https://www.arthuss.com.ua/novini/diana-klochko-otrymala-nahorodu-litaktsent-2019>.
5. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : підручник. Львів: ПАІС, 2008. 276 с.
6. Ключко Д. 65 українських шедеврів. Визнані й неявні. Київ: ArtHuss, 2019. 256 с.
7. Лауреаткою Премії Шевельова 2019 року стала мистецтвознавиця Діана Ключко. URL: <https://pen.org.ua/laureatkoju-premiyi-shevelova-2019-roku-stala-mystetstvoznavytsya-diana-klochko>.

Анотація. У статті проаналізовано портретні нариси Діани Ключко, представлені у книзі «65 українських шедеврів. Визнані й неявні». Досліджено особливості авторського представлення героя портретного нарису, вміння авторки працювати з деталями, вписувати особистість в історичний і політичний контексти. Зокрема простежено, як мистецтвознавиця декодує мову візуального мистецтва засобами публіцистики.

Ключові слова: нарис, деталь, психологічний портрет, жанр, публіцистика

Наталія Зикун,

доктор наук із соціальних комунікацій, професор, декан факультету
соціально-гуманітарних технологій, спорту та реабілітації, Державний
податковий університет
(м.Ірпінь), nzykun@ukr.net

МЕДІА ЯК ПРОСТІР КОЛЕКТИВНОЇ РЕЗИЛЬЄНТНОСТІ ПІД ЧАС ВІЙНИ

В умовах повномасштабної війни українські медіа трансформуються в інституцію, що виконує не лише інформаційну, а й соціальну, терапевтичну та інтегративну функції. Вони формують простір, де конструюється й підтримується колективна резильєнтність, визначена дослідниками як здатність системи – особистості, спільноти чи держави – адаптуватися, відновлюватися і діяти ефективно в умовах кризи [4, с.124]. Поняття резильєнтності, що увійшло в широкий суспільний обіг у 2022–2023 роках, репрезентоване такими пов'язаними номінаціями, як *життєстійкість*, *психологічна стійкість*, *стресостійкість*, *резилієнс* та *адаптація*.

Більш повно відрефлексована в психологічному науковому дискурсі, резильєнтність нині виходить за межі індивідуальної психологічної стійкості й розглядається як здатність спільнот адаптуватися, підтримувати взаємодію та знаходити сенси в ситуаціях кризи. Вагому роль у формуванні життєстійкості українців відіграють журналісти. Повномасштабна агресія росії докорінно змінила українське медійне поле. Уже з лютого 2022 року професійні редакції, незалежні журналісти, локальні медіа та цифрові спільноти виконують комплексну роль: інформують, пояснюють ризики, формують алгоритми дій, здійснюють фактчекінг, протидіють пропаганді.

Аналіз медіаконтенту, порівняльні дослідження локальних і національних медіа дають підстави говорити про розвиток сервісної функції журналістики, спрямованої на пояснення ризиків, прописування алгоритмів поведінки, перевірку фактів, протидію пропаганді; зростання ролі репортажу як документальної практики, як свідчення (наприклад, «Військові та соціальні репортажі» [2]); активізування таких форматів цифрової комунікації, як стрими, телеграм-репортажі, подкасти воєнного досвіду (наприклад, «Подкаст у справах військових» [6] або [7]). Ці форми створюють ефект «спільного переживання події», що є ключовим для колективної резильєнтності. Воєнний контекст зумовив необхідність оперативного фіксування подій, репортажів з місця ударів, аналітичних роз'яснювальних матеріалів, сторітелінгу про досвід військових і

цивільних, зокрема внутрішньо переміщених осіб. Вони поєднують факт, емоцію й сенс, відновлюючи суб'єктність українського суспільства.

Дослідники кризових комунікацій підкреслювали, що в умовах небезпеки люди потребують відповіді на три групи запитань 1) що відбувається; 2) що робити; 3) хто контролює ситуацію [8]. Українські медіа нині забезпечують усі ці три виміри. З перших днів повномасштабного вторгнення Суспільне, «Українська правда», «Новинарня», локальні медіа пояснюють, що відбувається; дають рекомендації й інструкції з безпеки; формують довіру до інституцій і руйнують дезінформаційні наративи; демонструють приклади громадянської дії, розповідають історії про волонтерів та локальні ініціативи. Такі комунікації підсилюють соціальні ресурси резильєнтності: взаємну підтримку, відчуття спільності, солідарність.

Ще однією помітною тенденцією стає децентралізація медіакомунікацій, зниження рівня довіри до офіційних каналів. Попри широку підтримку у 2022 році, стабільно знижується довіра до Телемарафону «Єдині новини». За даними опитування КМІС, станом на початок лютого 2024 року, вперше зафіксовано негативний баланс довіри-недовіри: лише 36% українців довіряють проєкту, тоді як 47% не довіряють. Соціологічні дослідження також вказують, що приблизно половина опитаних вважає єдиний телемарафон неактуальним. Довіра до лінійного телебачення загалом впала, і становить лише 27% для споживання новин [3].

Скепсис суспільства щодо централізованого контенту корелює з переходом аудиторії до альтернативних, децентралізованих джерел. Уніфікація наративу часто сприймається як контрольована або неповна інформація, що знижує довіру до державних інституцій. Проте у довгостроковій перспективі така динаміка є небезпечною в умовах тривалої війни, де довіра до інституцій є стратегічним ресурсом.

На тлі кризи довіри до централізованих форматів, локальні та незалежні регіональні медіа демонструють високу стійкість та професійність, стаючи критично важливим центром громади. Вони забезпечують близькість до події, швидкість реакції та орієнтованість на потреби громади. Прифронтові редакції у Харківській, Миколаївській, Донецькій та Запорізькій областях формують горизонтальні мережі допомоги, моделюють поведінкові сценарії, пояснюють алгоритми безпеки. Їхня діяльність підтверджує висновки дослідників: сильні локальні зв'язки та інформаційна комунікація – ключові чинники стійкості спільнот у катастрофах. Локальні медіа в Україні під час війни стають центрами згуртованості громад, беруть активну участь у житті своїх громад – допомагають збирати кошти для волонтерів, підтримують переселенців, висвітлюють проблеми, що

хвилюють людей. Завдяки тісному контакту з аудиторією, дотриманню журналістських стандартів та інтеграції мультимедійних форматів вони адаптуються до нових викликів і підтримують суспільство у складний час [5].

Новим рівнем резильєнтності стають цифрові спільноти. Соціальні мережі, телеграм-канали, подкасти та громадські медіа не лише поширюють інформацію, а й створюють середовище взаємопідтримки: горизонтальні мережі допомоги, ініціативи взаємодії, «медіа-сусідства», де люди діляться досвідом виживання, волонтерства та відбудови. Тобто, створюється новий тип інфраструктури, що поєднує інформаційні та соціальні функції: оперативність, взаємодопомогу, підтримку, де користувачі не лише споживають, а й створюють зміст, стаючи учасниками мережевої стійкості.

Варто підкреслити, що концепція колективної резильєнтності вимагає системного підходу, який охоплює як стійкість суспільства, так і професійну стійкість журналістів. Міжнародні організації наголошують, що в умовах зростання стресу, травм і вигорання серед журналістів, резильєнтність має бути пріоритетним і основним компонентом глобальних програм медіарозвитку. У таких умовах актуалізується й потреба у критичному мисленні, медіаграмотності та здатності протистояти інформаційним атакам. Медіаосвітні проєкти стають ресурсом не лише для аудиторії, а й для самих журналістів, які працюють у травматичному середовищі.

Таким чином, медіа в умовах війни формують простір колективної резильєнтності, де поєднуються оперативна інформація, соціальна підтримка, мобілізація та формування сталих сенсів. Українська журналістика постає як інституція, що конструює ідентичність, підтримує психологічну рівновагу, зміцнює спільноту і протидіє інформаційній агресії. Це робить медіа ключовим елементом інфраструктури стійкості держави та суспільства.

Список використаної літератури

1. Афанасьєв Д. Психологія злочину, сирена, кров і любов. Добірка українських подкастів про війну. URL: <https://suspilne.media/culture/395261-psihologia-zlocinu-sirena-krov-i-lubov-dobirka-ukrainskih-podkastiv-pro-vijnu/>.
2. Військові та соціальні репортажі. URL: https://www.youtube.com/playlist?list=PLKvA_JNh5sgXdDDhG7pCWc4jwcA-Z01eg.
3. Довіра телемарафону «Єдині новини». Пресреліз підготовлений виконавчим директором КМІС Антоном Грушецьким. 19.02.2024. URL:

https://kiis.com.ua/?cat=reports&id=1369&lang=ukr&utm_source=chatgpt.com.

4. Креденцер О. Основні підходи до аналізу поняття «резильєнтність» в сучасній організаційній психології. *Організаційна психологія. Економічна психологія*. 2024. 33 (3-4). С. 124-136. URL: <https://doi.org/10.31108/2.2024.3.33.11>.

5. Локальні медіа як центр громади: як українська журналістика адаптується до викликів війни. 10 березня 2025 р. URL: <https://nsju.org/novini/lokalni-media-yak-czentr-gromady-yak-ukrayinska-zhurnalistyka-adaptuyetsya-do-vyklykiv-vijny/>.

6. Подкаст у справах військових». URL: <https://suspilne.media/tag/u-spravah-vijskovih/>.

7. Чорна О. «Воєнний репортаж – дуже дорогий продукт». Як працює медіа Frontliner. URL: <https://detector.media/community/article/232902/2024-10-02-voiennyu-reportazh-duzhe-dorogyu-produkt-yak-pratsyuie-media-frontliner/>.

8. Vincent T. Covello. Strategies for Overcoming Challenges to Effective Risk Communication. Handbook of Risk and Crisis Communication. New York, 2020. URL: <https://doi.org/10.4324/9781003070726>.

Микола Кашпіровський,

студент-магістрант, Національний університет кораблебудування
імені адмірала Макарова
(м.Миколаїв) hazeta.poruch@gmail.com

ШЛЯХ ВЕТЕРАНА ВІД ВІЙСЬКОВОГО ДО ЦИВІЛЬНОГО ЖИТТЯ: СИСТЕМНИЙ АНАЛІЗ АРХІТЕКТУРИ РЕІНТЕГРАЦІЇ В УКРАЇНІ, РЕФОРМИ ЕКОПФО ТА ПІЛОТНОЇ РОЛІ ФАХІВЦЯ ІЗ СУПРОВОДУ ЯК «ЦИВІЛЬНОГО ПОБРАТИМА»

Безпрецедентний за масштабами збройний конфлікт та повномасштабна військова агресія спричинили формування в Україні значної когорти ветеранів, чиє повернення до цивільного життя вимагає негайної та системної державної відповіді, оскільки проблема реінтеграції виходить далеко за рамки традиційного соціального захисту, охоплюючи відновлення людського капіталу, соціальної інклюзивності та психологічної стійкості. На початкових етапах

система підтримки була обтяжена інституційною та інформаційною фрагментованістю, де військовослужбовець, щойно звільнений від обов'язків захисту країни, стикався з «бюрократичним лабіринтом» множинності відомств та неузгодженості процедур, що часто призводило до вторинної травматизації та значного зниження ефективності державної допомоги, тому подолання цієї системної проблеми стало ключовою метою, що зумовило формування нової, комплексної архітектури підтримки, яка ґрунтується на синергії стратегічного бачення, законодавчих інновацій та персоналізованого супроводу.

Стратегічний фундамент цієї нової архітектури закладено у Стратегії формування системи повернення з військової служби до цивільного життя на період до 2033 року, яка є довгостроковою, міжвідомчою декларацією, що переводить питання ветеранів у площину системного державного пріоритету, акцентуючи на стійкій економічній інтеграції через удосконалення умов для залучення учасників до ринку праці та запровадження комплексної системи державної підтримки в освітній сфері (кредити на навчання, окремі квоти, пільги на професійно-технічне навчання), що підкреслює глибоке розуміння того, що відновлення соціальної ролі та економічної самостійності є кінцевою метою успішної адаптації.

Безпосереднім, річним інструментом реалізації цієї довгострокової стратегії є План пріоритетних дій Уряду на 2025 рік, який виступає як щоденно-операційний мандат, що забезпечує горизонтальну інтеграцію Стратегії в поточну роботу всіх центральних органів виконавчої влади, надаючи конкретні, вимірювані кроки та терміни виконання протягом поточного фінансового року, таким чином, Стратегія є «що робити» та «куди йти», тоді як План пріоритетних дій є «як робити» та «коли робити», забезпечуючи політичну стійкість та оперативну гнучкість.

Критичним каталізатором системних змін на законодавчому рівні стало прийняття Закону України № 4170-IX від 19.12.2024 р., який з 1 січня 2025 року замінив застарілі Медико-соціальні експертні комісії (МСЕК) на Експертні команди оцінювання повсякденного функціонування особи (ЕКОПФО), що стало юридичним закріпленням переходу України від застарілої медичної моделі інвалідності до сучасної функціональної (біопсихосоціальної) моделі, заснованої на стандартах Міжнародної класифікації функціонування, обмежень життєдіяльності та здоров'я (МКФ).

Філософська відмінність є колосальною: ЕКОПФО фокусуються на оцінці повсякденного функціонування, виявляючи збережений функціональний потенціал ветерана та визначаючи соціальні та середовищні бар'єри, а кінцевим продуктом їхньої роботи є не встановлення групи інвалідності, а формування персоналізованого

плану реабілітації та надання соціальних послуг, який є документом-інструкцією для всієї державної системи і вимагає персоналізованого супроводу для його виконання.

Саме тут на сцену виходить ключова фігура – фахівець із супроводу ветеранів війни та демобілізованих осіб, чия діяльність регламентована Постановою КМУ № 881, чия роль виходить далеко за межі традиційного соціального працівника, перетворюючись на «цивільного побратима» – провідника, який забезпечує ветерану гідний, безболісний перехід від військової системи до цивільної, беручи на себе тягар вирішення безлічі адміністративних, соціальних та життєвих питань.

Його функціонал є багатовекторним: він є адвокатом інтересів, перекладачем зі складної бюрократичної мови на зрозумілий алгоритм дій, єдиним вікном входу, що кардинально знижує адміністративне навантаження, та інформаційним і психологічним фільтром, що структурує інформацію, враховуючи психоемоційний стан ветерана.

Фахівець функціонує як комплексний пілотний менеджер, чия діяльність охоплює всі п'ять рівнів державної архітектури, починаючи з операційної навігації за допомогою «Дорожньої карти ветерана», яка є практичним посібником для регіону (зокрема, Миколаївської області), для швидкої формалізації правового статусу, оформлення пільг та житлових гарантій, що є прямим виконанням завдань, закладених у Плані пріоритетних дій Уряду щодо підвищення якості публічних послуг. Наступним критичним етапом є виконавчий координатор індивідуального плану реабілітації, отриманого від ЕКОПФО на основі МКФ: фахівець не лише готує ветерана до функціонального оцінювання, пояснюючи нову філософію, а й забезпечує поетапну реалізацію всіх пунктів плану, від організації протезування та реабілітації до пошуку програм перекваліфікації.

Крім того, успішна реінтеграція неможлива без локалізації ресурсів, і фахівець інтегрує загальнодержавну Стратегію та План Уряду з конкретними регіональними ресурсами, використовуючи, наприклад, Комплексну програму соціальної підтримки ветеранів війни та членів їх сімей у Миколаївській області на 2025-2027 роки, яка є ресурсним підтвердженням «Дорожньої карти» та забезпечує цільове регіональне фінансування (у межах наявного фінансового ресурсу) на: Підтримку фізичного здоров'я та спорту (Розділ 9 Програми), а також медичну та психологічну допомогу, що виходить за межі державного фінансування. Фахівець використовує цю локальну програму як додатковий фінансовий важіль, забезпечуючи ветерану не лише державні гарантії, а й місцеву, комунальну підтримку.

Фахівець із супроводу повинен також діяти як аудитор та гарант доступності, володіючи методологією, закладеною у Конспекті тренінгу «Inclusive Friendly», що є обов'язковим для усунення не лише бюрократичних, а й архітектурних, комунікаційних та психологічних бар'єрів: це включає перевірку фізичної доступності приміщень (наявність пандусів, розташування інформаційної стійки на рівні користувачів крісла колісного), обов'язкове маркування скляних конструкцій жовтими стікерами для людей з порушенням зору, а також створення «тихої» кімнати або спокійного місця для емоційної стабілізації ветерана, особливо з ПТСР, що є критично важливим елементом психологічної безбар'єрності. Висновок ЕКОПФО, який деталізує потреби ветерана та його середовищні бар'єри, стає офіційним мандатом для фахівця вимагати створення цього безбар'єрного середовища.

Нарешті, економічна інтеграція є фінальною, найбільш стійкою метою всієї системи, і фахівець із супроводу виступає стратегічним консультантом із кар'єри: він використовує висновки ЕКОПФО щодо збереженого функціонального потенціалу ветерана для обґрунтованого підбору програм, допомагаючи ветерану знайти нову професію, що відповідає його можливостям, використовуючи державні ваучери на навчання та гранти для започаткування власної справи, передбачені Стратегією 2033 року, що гарантує, що економічна самостійність ґрунтується на потенціалі та можливостях, а не на медичних обмеженнях, що є ключем до відновлення соціального статусу та самоповаги.

Стійкість нової архітектури залежить від механізмів моніторингу та зворотного зв'язку, оскільки Постанова КМУ № 881 передбачає реєстрацію результатів діяльності фахівців із супроводу в Єдиному державному реєстрі ветеранів війни, що дозволяє державі не лише відстежувати кількість наданих послуг, а й оцінювати їхню якість та результативність реінтеграції (працевлаштування, освітній прогрес), на основі чого Уряд може корегувати План пріоритетних дій на наступні роки та вносити зміни до Стратегії 2033 року, хоча система і стикається з низкою інституційних викликів, таких як інерція медичної моделі на місцях, фінансові обмеження (як-от формулювання «у межах наявного фінансового ресурсу» у Комплексній програмі) та гостра потреба у висококваліфікованих кадрах фахівців із супроводу, які мають компетенції як у соціальній роботі, так і у військовій психології. Таким чином, ефективна система повернення ветеранів в Україні є результатом скоординованої синергії, в якій Закон № 4170-ІХ створює правове поле, Стратегія 2033 – довгостроковий план, а фахівець із супроводу – «цивільний побратим» – є критичною ланкою, що забезпечує людиноцентричний, безбар'єрний та гідний шлях ветерана від військової служби до

повноцінного цивільного життя, що є свідченням глибокої інституційної трансформації, спрямованої на практичну реалізацію принципу: визнання заслуг ветеранів має проявлятися у системних, ефективних та чутливих діях держави.

Список використаної літератури

1. Закон України «Про статус ветеранів війни, гарантії їх соціального захисту» від 22.10.1993 р. № 3551-XII (зі змінами).
2. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо реформування медико-соціальної експертизи та впровадження оцінювання повсякденного функціонування особи : Закон України від 19 грудня 2024 р. № 4170-IX.
3. Дорожня карта ветерана (Проект реалізовано Радою ветеранів при Миколаївській обласній раді).
4. Про схвалення Стратегії формування системи повернення з військової служби до цивільного життя на період до 2033 року та затвердження операційного плану заходів з її реалізації у 2025-2027 роках : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 31 грудня 2024 р. № 1350-р.
5. КМУ. Про затвердження плану пріоритетних дій Уряду на 2025 рік : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 18 лютого 2025 р. № 131-р.
6. Деякі питання забезпечення діяльності фахівців із супроводу ветеранів війни та демобілізованих осіб : Постанова Кабінету Міністрів України від 2 серпня 2024 р. № 881.
7. Про затвердження Комплексної програми соціальної підтримки ветеранів війни та членів їх сімей у Миколаївській області на 2025-2027 роки : Рішення Миколаївської обласної ради від 13 лютого 2025 року № 2.
8. Конспект тренінгу «Inclusive Friendly» / Соціальне підприємство «Inclusive Friendly» (ПОГ «Інклюзивно Привітні»).
9. Всесвітня організація охорони здоров'я. Міжнародна класифікація функціонування, обмежень життєдіяльності та здоров'я (МКФ). Женева: ВООЗ, 2001. 300 с.

Анотація. У цьому фундаментальному дослідженні здійснено багатовимірний, інтегративний аналіз державної архітектури соціальної та економічної реінтеграції військовослужбовців, зосереджений на принципах людиноцентричності та безбар'єрності. Доведено, що ефективність системи залежить від безшовної синергії п'яти ключових рівнів управління: стратегічного (Стратегія до 2033 року), щоденно-операційного (План пріоритетних дій Уряду на 2025 рік), законодавчого каталізатора (Закон № 4170-IX про ЕКОПФО), локально-ресурсного (Комплексна

програма Миколаївської області) та персоналізованого пілотажу (фахівець із супроводу). Центральна увага приділяється ролі фахівця як «цивільного побратима» — головного путівника, чия функція полягає у вирішенні безлічі адміністративних, соціальних та життєвих питань ветерана, що виходить далеко за рамки формального консультування. Аналіз підтверджує, що системне впровадження Експертних команд оцінювання повсякденного функціонування особи (ЕКОПФО) за стандартами МКФ, інструментів «Inclusive Friendly» та регіональних програм підтримки створює необхідні правові, методологічні та ресурсні передумови для забезпечення гідної, стійкої та комплексної траєкторії повернення ветерана.

Ключові слова: ветеран, реінтеграція, соціальна адаптація, Дорожня карта ветерана, Стратегія до 2033 року, фахівець із супроводу, цивільний побратим, ЕКОПФО, МКФ, інклюзивність, Закон № 4170-IX, локалізація, План пріоритетних дій.

Алла Кобинець,

кандидат філологічних наук, доцент кафедри друкованих медіа та історії журналістики Навчально-наукового Інституту журналістики,
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка (м.Київ) ravlik55@ukr.net

ЯК ДБАТИ ПРО МЕНТАЛЬНЕ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНСЬКИХ МЕДІЙНИКІВ (з досвіду роботи Центру журналістської солідарності Запорізької обласної організації НСЖУ)

З початком повномасштабної війни, яку розв'язала проти незалежної держави України путінська росія в лютому 2022-го року, у суспільстві постала досить гостра проблема стресостійкості. Вона стосується практично кожного, в тому числі й журналістів, які йдуть в авангарді подій. Але журналісти, як ніхто, потребують психологічної допомоги, оскільки події, що вони висвітлюють, учасниками яких бувають самі, – пропускають, як кажуть, через свою душу, серце. І більшу частину з них становлять події «складні», пов'язані із сумними реаліями нашого часу: це, зокрема, проблеми втрат рідних, житла, здоров'я. Осмислити їх, написати так, щоб публікація торкнулася свідомості кожного – це не лише потужна журналістська майстерність, а й велике душевне напруження. Тому важливо, щоб журналіст умів «розвантажуватися», «скидати» із себе тягар повсякденного професійного негативу.

Цьому нас ніколи раніше не вчили. А отже, настав час опанувати нові, корисні навички виходу із психологічної кризи. Відтак **тема** цієї публікації: поділитися досвідом, який надбали в Центрі журналістської солідарності Запорізької обласної організації НСЖУ щодо збереження та відновлення ментального здоров'я медійних працівників.

Принагідно варто наголосити, що проблема ментального здоров'я населення, особливо в Запорізькій області, стоїть досить гостро, адже вона – прифронтова (близько 90 її відсотків тимчасово окуповані російськими військами, з окупованих територій системно тривають обстріли мирних територій, гинуть люди, руйнується інфраструктура), і місто Запоріжжя нині є важливим центром спротиву й захисту мешканців та тимчасово переселених осіб із районів області та інших регіонів. Тому працівники охорони здоров'я, зокрема вчені Запорізького державного медико-фармацевтичного університету спільно з департаментом освіти і науки облдержадміністрації й Запорізьким обласним інститутом післядипломної педагогічної освіти провели засідання експертної моделі «Психологічне благополуччя здобувачів освіти Запорізької області: від аналітики до дій». Проєкт спрямований на побудову системи міцного зв'язку різних освітніх ланок, забезпечення логічної спадкоємності середньої та вищої освіти, а також створення простору задля збереження, в першу чергу, ментального здоров'я серед всіх категорій населення. І журналісти теж долучаються до реалізації спільних академічних ініціатив у цьому напрямку [1].

Варто зазначити, що Центр журналістської солідарності в Запоріжжі, розміщений в колишньому «Будинку преси», який, на жаль, після багатьох спроб не вдалося передати на баланс журналістській організації чи котрійсь із газет, які власним коштом брали участь у його будівництві. Зараз для потреб журналістів залишилася лише одна кімната. Але стала вона для них оазою, місцем, де збираються однодумці. По-перше, це і своєрідний коворкінговий центр, де кожен журналіст може попрацювати над власними матеріалами за спеціально обладнаними місцями, на ноутбуках, отриманих на грантові кошти від партнерів, і місце зустрічі з цікавими людьми, і платформа для творчості та психологічного розвантаження.

Тому **завданням** вбачаємо розповісти про ефективність діяльності зазначеного центру, в якому місцеві журналісти та працівники релокованих медій, журналісти з тимчасово окупованих територій знаходять можливість опанувати навички психологічного розвантаження. Для цього тут періодично проводять тренінги із залученням фахівців. Ця практика триває вже понад два роки (тут відбулося, зокрема, близько сімдесяти практичних занять під керівництвом різних психологів та коучів. Переважна більшість – в

рамках Всеукраїнської програми ментального здоров'я «Ти як?» Великою популярністю також користуються зустрічі з психологинями фонду «Посмішка. UA» Вікторією Галімон та Ганною Петренко. Фахівчині кожного разу пропонують журналістам нові методики роботи з психологічними проблемами). Привертають увагу, зокрема, останні заходи, про які варто окремо розповісти. Так, 14 серпня у Центрі відбувся тренінг на тему: «Малювання підсвідомо лікує психологічні проблеми» [2].

Медійники ознайомились з одним із напрямів арт-терапії, працюючи за темою «Нейрографіка як метод емоційного розвантаження та попередження професійного вигорання». Як виявилось, нейрографіка поєднує малювання і психологічні принципи для трансформації мислення та емоцій. Завдяки інтуїтивному малюванню, особливою нейрографічною лінією, у людини знижується стрес, натомість розвивається творчість. А потім можна братися і за вирішення власних проблем. Журналісти Запоріжжя відчули застосування нової методики на практичному занятті: на білому фоні чорним олівцем «ганяли» монету, залишаючи на поверхні аркушів безперервну хвилясту нейрографічну лінію. Це був лише перший етап. На наступному потрібно було розгледіти у перехрестях ліній конкретний образ і розмалювати його різнобарвними олівцями так, щоб вийшла повноцінна картинка.

Заняття відбувалось напередодні Дня незалежності України, і в деяких журналістів проявилися такі зображення: «Шляхи життя на Україні» (Григорій Петраков), «З днем Незалежності» (Анатолій Огнєв), «Україна і Європа» (Пилип Юрик). Особисті роздуми постали в картинках Наталії Кузьменко («Кохання»), Тамари Курочкіної («Світ навколо нас») та інше.

Що журналісти дізналися про нейрографіку? Насамперед те, що це – спосіб моделювання несвідомого. Також її можна розглядати і як метод естетичного коучингу: вона містить ідею, коли шлях вирішення проблем знаходиться не в практичній площині, а саме в естетичній. Тут все ґрунтується на взаємодії свідомості та підсвідомості через малювання. Цей метод допомагає трансформувати внутрішні стани, вирішувати проблеми та розкривати творчий потенціал.

Не менш корисним виявився тренінг «Арт-терапія для медійників: допомогти кожному знайти внутрішній спокій і силу через створення мистецтва». Якраз на цьому зібранні журналісти опановували техніку виготовлення ляльок-мотанок. Незважаючи на те, що вже мали в цьому напрямку певний досвід, та цього разу увага спільноти була прикута до виготовлення мотанок-оберегів із різнокольорової пряжі. Допомогу надавали тренерки-психологині з фонду «Посмішка. UA» Вікторія Галімон та Ганна Петренко.

Лялька-мотанка є сакральним предметом для українців. Вважається, що перші вироби таких ляльок (вузликових) мають більш, ніж п'ятитисячолітню історію. Тепер вони стали важливим елементом української культури, що поєднує в собі функції іграшки, талісману та символу зв'язку між поколіннями. Використовуються вони також для залучення здоров'я та щастя. Здавалося б, нічого особливого. Та психологічний настрій журналістів, як літніх, так і ще зовсім юних, об'єднав зусилля. Результативність заходу була високою: як свідчило опитування, настрої кожного учасника значно підвищився, їм додавало впевненості, оптимізму. Усвідомлення власного виробу, що стає для кожного оберегом, додавало більшої зацікавленості [3].

Оскільки журналісти – люди творчі, то і звертання до поетичних рядків – справа корисна. Тому ще один тренінг відбувся під знаком поетичної творчості: «Як за допомогою віршів відновити своє ментальне здоров'я. Поради психолога». Про зниження рівня стресу в умовах життя в прифронтовому регіоні як ще один спосіб зменшення стресу та тривоги за допомогою поетичних вправ запропонувала переселенка з Маріуполя, психолог, арт-терапевт з кризових ситуацій Ольга Соколова. Головною метою тренінгу стало ознайомлення з методиками самоспостереження і саморегуляції через творчу роботу зі складання сінквейну – п'ятирядкового неримованого віршу (можливе використання й інших форм – хоку, частівок, «лякалок»). Але вибір сінквейну для досягнення терапевтичного ефекту не випадковий, оскільки реактивна поведінка людини без усвідомлення того, як саме та які почуття й емоції впливають на поведінку, неможлива. І тут кожен учасник стикається з проблемою самоусвідомлення, бо поради не мають лікувальної сили. Кожен має знайти саме свій механізм автоматичних реакцій на стресову чи кризову ситуації. Наприклад, через самоспостереження: думки, емоції, дії, реакції тіла. Або визначення проблеми, внутрішнього запиту – що саме турбує. В якому стані неприємно знаходитись, в який стан би не хотіли потрапити знову? Якщо набратися терпіння та виконати завдання, то написання сінквейнів допоможе усвідомити, як не потрапляти у важкі стани або швидко позбуватися тягара кризового стану, швидко відновити ментальний ресурсний стан і допомогти тим, хто поряд. Результативність роботи над проблемою залежить від дотримання правил та інструкцій, розроблених психологами й арт-терапевтами.

На перший погляд, правила сінквейну для досягнення терапевтичного ефекту спочатку здаються незрозумілими, бо це важка робота – написання рондо, адже важко знайти необхідну характеристику своєму стану, бракує слів: нас раніше ніхто не вчив говорити про себе і свої почуття. Але зараз вже існує багато «шпаргалок» для розвитку емоційного інтелекту, можна допомогти

собі й зрозуміти свій стан за допомогою «Словника емоцій та тілесних реакцій».

Під час тренінгу журналісти ставили багато запитань: як контролювати емоції, як допомогти собі в тривожному стані і як його поліпшити, змінити. Пані Ольга порадила практики саморегуляції, щоб не допускати психосоматики та нервових розладів [4].

«Вправи на зняття напруги, тривожності, симптомів стресу. Психологічна підтримка в умовах війни» – така тема розглядалася на тренінгу 10 вересня. «Багато з наших проблем криються в тому, що ми живемо в умовах хронічного стресу. Ковід і війна – це марафон без фінішу», – переконана Світлана Семенова, сертифікована тренерка, головний спеціаліст сектору із впровадження та реалізації програм психосоціальної підтримки управління інспекційної діяльності у Запорізькій області Держпраці.

Журналісти вчилися, як себе емоційно відновити, опановуючи вправи із самодопомоги: навчались вправам роботи з тілом, пам'яттю, відновлення після стресової ситуації. Виявляється в критичних ситуаціях може допомогти прикладений на 20-30 секунд шматочок льоду на зап'ясток чи на шию! А ще можна спробувати засинати під дуже важкою ковдрою, «обійми» якої дають ефект захищеності так само, як і рух та струс тіла. І обов'язково голосно проговорювати собі через проблеми і страх, паніку: «Я тут, я в безпеці, мої рідні в безпеці!» Подумки переносимо себе в безпечне місце, де немає війни, вибухів, поранених, загиблих, де спокій, тиша, де всі разом святкуємо перемогу!

Ось лише кілька наративів, які допоможуть у саморегуляції.

* Повітря, вода, земля, вогонь. Повітря – дихальні вправи. Земля – практики, пов'язані з тілом, напруженням та розслабленням м'язів, заземлення, таппінгу, масажних рухів, концентрації уваги на відчуттях. Вода – практики використання льоду, води, пиття, компресів. Вогонь – медитативні практики роботи уяви.

* Вісімка – поєднання техніки уповільнення та затримки дихання з малюванням пальцями по колах уявної вісімки.

* Метелик – поляскування себе в обіймах правою та лівою рукою.

* Камінь – перо: почергове максимальне напруження всього тіла (спочатку ти камінь, а потім ти максимально розслабляєш усі м'язи [5].

Як же дбати про власне ментальне здоров'я? Як запобігти вигоранню? Як жити з постійною втомою, нервовим виснаженням, великою кількістю роботи поруч зі страхом чергового обстрілу? Психологи на тренінгах радять медійникам вчитися дбати про себе. Зокрема, насамперед потрібно достатньо відпочивати й планувати відпочинок так само, як і роботу; вчитися твердо говорити «ні» без почуття провини; шукати те, що тебе наповнює, а не лише віддавати

внутрішній ресурс; знайти фізичну активність, яка до смаку; не боятися робити те, що хочеться вам, а не те, чого очікують інші.

Але коли перші ознаки емоційного вигорання вже помітні, психологи радять взяти паузу для відновлення та подбати про свої базові потреби: врегулювати сон, гуляти на свіжому повітрі, приймати контрастний душ, вчасно й збалансовано їсти та прибирати все, що виснажує.

Висновок: досвід Центру журналістської солідарності Запорізької обласної організації НСЖУ ґрунтується на конкретних проєктах та за дієвої допомоги кваліфікованих фахівців, що має позитивні відгуки, високі результати. Медитативні вправи з уявою себе в безпечному місці, в місцях сили, повернення власних ресурсів, заспокоєння та відпочинок – все це, безумовно, стане в нагоді журналістам, щоб відновитися після важкої роботи та уникнути професійного вигорання. Ці корисні методики та поради вкрай необхідні для заспокоєння, відчуття безпеки та повернення в ресурсний стан. Він дуже важливий в умовах війни, яку ми зараз переживаємо. Також запоріжців підтримує в цій царині діяльності центральний апарат НСЖУ, зокрема залучаючи до окремих тренінгів, прес-конференцій тощо за участю професіоналів. На це звернув увагу й голова Національної спілки журналістів України Сергій Томіленко під час міжнародної онлайн-конференції «Українські медіа під час війни», яка відбулась напередодні річниці повномасштабного вторгнення рф в Україну [6], і в якій брали активну участь запорізькі журналісти.

Під час конференції обговорювали стійкість українських медійників, а також шляхи їхньої трансформації, збереження відданості професії, її стандартам і своїй аудиторії. Адже журналістика, особливо в умовах війни, є важливою складовою стійкості, незламності українців, оскільки інформаційне забезпечення набуває особливого значення. Починаючи з 2022-го року, спілчанами напрацьовано низку рекомендацій щодо збереження ментального здоров'я медійників, які постійно перебувають в інформаційному середовищі – стежать за ситуацією, готують і публікують матеріали, а отже, отримують і важкі психологічні наслідки, що супроводжують їхню важливу професійну діяльність.

Список використаної літератури

1. Спільні академічні ініціативи з ментального здоров'я. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://mphu.edu.ua/new_6579.html. – Дата доступу: 11.11. 2025.
2. Малювання підсвідомо лікує психологічні проблеми. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100091487993777>. – Дата доступу: 10.10. 2025.

3. Арт-терапія для медійників: допомогти кожному знайти внутрішній спокій і силу через створення мистецтва. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100091487993777>. – Дата доступу: 10.10.2025.

4. Як за допомогою віршів відновити своє ментальне здоров'я. Поради психолога. – [Електронний ресурс]. – <https://www.facebook.com/profile.php?id=100091487993777>. – Дата доступу: 10.10. 2025.

5. Вправи на знання напруги, тривожності, симптомів стресу. Психологічна підтримка в умовах війни. – [Електронний ресурс]. – <https://www.facebook.com/profile.php?id=100091487993777>. – Дата доступу: 11.11. 2025.

6. Ментальне здоров'я медійників: унікальний контекст роботи українських журналістів вимагає комплексного психологічного підходу. – [Електронний ресурс]. – <https://nsju.org/novini/mentalne-zdorovya-medijnykiv-unikalnyj-kontekst-roboty-ukrayinskyh-zhurnalistiv-vymagaye-kompleksnogo-psyhologichnogo-pidhodu/>. – Дата доступу: 1.10. 2025.

Анотація У публікації йдеться про важливість збереження ментального здоров'я журналістів. Особливо це стосується прифронтових регіонів. І досвід Центру журналістської солідарності Запорізької обласної організації Національної спілки журналістів України важко переоцінити. У центрі відбуваються тренінги, спрямовані на допомогу медійникам у складний період воєнного стану. Адже журналісти перебувають в умовах постійної небезпеки та невизначеності. Тому підтримка має бути справді дієвою і різноплановою.

У площині важливості теми запоріжці працюють системно, залучають кваліфікованих фахівців, забезпечуючи особистісний комфорт колегам, підтримку та розвиток творчого потенціалу, а також здобувають довіру від них, що не менш важливо. У Центрі розроблений насичений план заходів, присвячених проблемі підтримки ментального здоров'я. Форми цих активностей різноманітні: тренінги, прес-конференції, майстер-класи, воркшопи, екскурсії. Важливо, що робота Центру в цьому плані співпадає із Всеукраїнською програмою ментального здоров'я “Ти як?”

Ключові слова: ментальне здоров'я, медійники, тренінги, психологічне розвантаження

Олександра Купцова,

студентка факультету журналістики, реклами та видавничої справи,
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова (м.Одеса)
o.kuptsova@stud.onu.edu.ua

Євген Блінов,

старший викладач кафедри періодичної преси та медіаредагування
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова (м. Одеса)
blinov.od@gmail.com

**ВПЛИВ ФЕДЕРАЛЬНОЇ ВЛАДИ НІМЕЧЧИНИ НА
МЕДІАПРОСТІР У ФОКУСІ ЗМІ**

Сьогодні роль урядової комунікації виходить значно далі за межі звичайних способів зв'язку між суспільством і владою. Структура й зміст німецького інформаційного простору зазнають безпосереднього впливу через пресову та інформаційну діяльність федеральних органів влади, урядові ініціативи у сфері регулювання публічно-правового мовлення, а також через фінансові рішення стосовно підтримки культурно-медійного простору. Оскільки від способу комунікації держави з медіа залежить рівень прозорості влади, довіра громадян і стійкість демократичних інститутів. Цей вплив стає предметом активних дискусій у науковому середовищі та журналістських матеріалах.

Вивчення взаємозв'язку медійного простору з федеральною владою має значення як теоретичне, так і практичне. Можливість критичного аналізу політичних процесів і формування громадської думки відкривається через розуміння механізмів впливу уряду на медійне поле щодо. Це також дає змогу визначити рамки допустимого втручання держави у межах сфери інформації.

Проблема взаємовпливу федеральної влади й медіапростору Німеччини активно досліджується в наукових працях, аналітичних публікаціях провідних медіаорганізацій. У багатьох роботах акцент робиться саме на унікальності німецької моделі державної комунікації. Вона об'єднує політичну підзвітність, незалежність медіа та громадський нагляд за суспільними установами.

Речник Німецької спілки журналістів (DJV) Гендрік Цернер звертає увагу на історичну передумову балансу: демократична держава не має потреби у спеціальному «законі про медіа», як показує досвід Федеративної Республіки Німеччини, тому що свобода преси гарантована конституційно, проте контроль має здійснюватися суспільством, а не владою [1]. Ця логіка сформувала німецьку медіасистему, де влада впливає на інформацію не прямо, а отримує її через державну політику та гроші для освітніх і культурних проектів.

У матеріалі І. Боруки, опублікованому на порталі Bundeszentrale für politische Bildung (bpb), розкрито, як держава спілкується з людьми через офіційні структури [5]. Зокрема, діяльність Пресового та інформаційного відомства федерального уряду (Presse- und Informationsamt der Bundesregierung). Така робота вважається частиною публічної діяльності, і головне її завдання — пояснювати, що робить влада, і тримати співгромадян у курсі подій, а не впливати на їхні погляди. У Німеччині науковці наголошують: держава може добре пояснювати свою роботу тільки тоді, коли чітко відрізняє інформацію від політичного тиску — це допомагає людям вірити офіційним повідомленням у демократії.

Дослідники Д. Арльт, Й. Волінг, С. Шаллер та Х. Шуман в журналі «Media Perspektiven» аналізують роль урядової комунікації, з причини пандемії COVID-19, під час політичної кризи [3]. В екстремальних умовах урядові структури, як то показують автори, значно розширили свою присутність в медіапросторі, формуючи громадську думку відносно кризових заходів. Це спричинило обговорення потреби реформувати суспільні медіа, щоб уникнути надмірної уваги до позиції уряду, і порушило питання щодо меж політичного впливу на незалежність редакції.

Матеріал Ш. Кремпл у виданні Heise Online розкриває цю тему у важливих дебатах стосовно реформування публічно-правового мовлення (Öffentlich-Rechtlicher Rundfunk, ÖRR) [7]. Публічно-правове мовлення має фінансовий ресурс, який формується завдяки обов'язковим внескам громадян ФРН (Rundfunkbeitrag) відповідно до чинного законодавства. У публікації розглядається політична влада, що має вплив на функціонування системи побічно, але відчутно. За допомогою кадрової політики, бюджетних рішень і регулювання внесків. В той же час реформа ÖRR може сприяти зміцненню довіри суспільства до ЗМІ. Втім експерти відзначають ризик посилення політичного контролю над медіа.

Публікація у виданні The European розглядає реформу публічно-правових мовників у ширшому контексті федеративних відносин [8]. Стаття підкреслює, що ініціативи уряду й окремих земель щодо скорочення каналів комунікації та оптимізації фінансування можуть мати подвійний ефект. З одного боку, це може підвищити ефективність медіасистеми, а з іншого — звузити її плюралізм і незалежність, а це негативно вплине на суспільство.

У сукупності ці дослідження дозволяють зробити висновок, що проблема впливу федеральної влади на медіапростір у Німеччині полягає в складній системі взаємозалежностей між державним регулюванням, публічно-правовими інститутами та журналістською автономією. Акцентується на непрямому втручанні. Стабільність

демократичного інформаційного середовища залежить від характеру у цій взаємодії. Від неї залежить і рівень довіри суспільства до медіа.

Ця публікація має на меті з'ясувати, як державна комунікація, політичні рішення й інституційні реформи позначаються на роботі медіа, яким є характер, форми та обсяги впливу німецької федеральної влади на створення сучасного медіапростору. У центрі уваги перебуває роль публічно-правових мовників, які виступають ключовою ланкою між урядом і суспільством та забезпечують реалізацію щодо права громадян на об'єктивну інформацію.

У формуванні медіапростору держави федеральна влада Німеччини має роль ключову, але не домінантну. Її вплив здійснюється через законодавчі, фінансові та комунікаційні механізми, які мають забезпечувати прозорість, але водночас залишаючи достатньо свободи для дискусій про автономію ЗМІ. Як зазначає Г. Цернер: «Німецька держава не потребує окремого медіазакону, адже свобода преси достатньо гарантується основним законом» [1]. Ця позиція демонструє довіру відповідно до певного принципу регуляції саме у сфері масової інформації.

Разом із тим, функції державної комунікації, так званої *Öffentlichkeitsarbeit*, залишаються вкрай важливими. Пресове та інформаційне відомство уряду не лише поширює офіційні повідомлення, а й «*Koordiniert die Kommunikationsstrategie der Bundesregierung in Krisensituationen*» («координує комунікаційну стратегію федерального уряду в кризових ситуаціях») [5]. Таким чином, держава формує власний канал впливу на публічний порядок денний.

Однією з найбільш обговорюваних тем у німецькому медіапросторі є реформа стосовно публічно-правового мовлення (*Öffentlich-Rechtlicher Rundfunk*). Як зазначає Б. Баєтц у статті для *Deutschlandfunk*: «*Der öffentlich-rechtliche Rundfunk steht vor der größten Reform seit Jahrzehnten*» («Публічно-правове мовлення стоїть перед найбільшою реформою за десятиліттям») [4], це обговорення тісно пов'язане з таким питанням, як питання державної інформаційної політики. Водночас І. Боруки вважає, що публічно-правові медіа повинні забезпечувати громадян об'єктивною інформацією, будучи незалежними від впливу уряду, бо це їхнє суспільне завдання [4]. У цьому контексті мова йде про шляхи щодо підвищення ефективності, про оптимізацію витрат, а також про зміни, які є можливими, у фінансуванні через *Rundfunkbeitrag*.

Водночас видання *Heise Online* зазначає, що реформа не може зводитися лише до економічних міркувань: «*Der ÖRR darf sich nicht kaputtsparen*» («Публічно-правові медіа не можна «заощадити до знищення») [7]. Це підкреслює дилему між оптимізацією бюджетів і збереженням якості суспільного мовлення.

Політичний вимір реформи стає гострим у контексті впливу урядів земельних та федеральних. Як зазначає, прем'єр-міністри федеральних земель налаштовані серйозно, і телеканали ARD і ZDF, які є публічно-правовими мовниками, очікують на масштабні структурні реформи [8]. Процес має свої раціональні підстави, проте створює серйозні ризики політичного втручання у редакційну незалежність медіа.

Схожі побоювання звучать і у публікації Welt, де журналісти коментують скандали довкола ZDF: «Der Fall Julia Ruhs ist ein Zeichen des Niedergangs des ÖRR» («Справа Юлії Рухс – це ознака занепаду публічно-правових медіа») [2]. Подібні матеріали демонструють кризу довіри між громадськістю, журналістами та державними структурами, що координують фінансування медійників.

Попри наявну критику, культурно-медійну сферу уряд і надалі продовжує підтримувати. Згідно з офіційним сайтом Bundesregierung.de, «Der Bundeskulturretat 2025 steigt auf rund 2,33 Milliarden Euro» («Федеральний бюджет на культуру у 2025 році зросте до близько 2,33 мільярда євро») [6]. Таке збільшення подається як інвестиція в межах «демократичного підґрунтя нашої держави» («Das demokratische Fundament unseres Landes»). В той же час це демонструє важливість надання фінансової підтримки. Вона може бути інструментом для формування лояльності медіа до уряду.

На цьому тлі з'являються і критичні оцінки політичної ситуації. Так, Westfälischer Anzeiger у 2025 році писав: «Die neue schwarz-rote Regierung missachtet die freie Presse» («Нова чорно-червона коаліція нехтує свободою преси») [9]. Ця заява стала предметом активних публічних дебатів про допустимі межі втручання держави в німецький інформаційний простір.

Проведене дослідження показало нам, що комплексна та багатопланова структура впливу федеральної влади Німеччини на медіа поєднує у собі важливі складові демократичного нагляду з прагненням зберегти повну незалежність медіа. Головним правилом німецької моделі є баланс між правом держави інформувати громадян і правом журналістів на вільну, критичну діяльність. Основний закон закріплює правові засади свободи преси, і це є надійною гарантією автономії діяльності журналістів, хоч «медіазакона» немає.

Однак сучасні виклики – політичні, економічні та технологічні – дедалі частіше ставлять цю рівновагу під загрозу. Посилення державної комунікації разом зі скороченням фінансування реформи суспільного мовлення формують умови для непрямого впливу на медіа. Дискусії про ZDF та ARD дуже промовисті. Вони виявили виправдане занепокоєння у співвідношенні між суспільним очікуванням незалежності та політичним контролем над фінансовими потоками.

Попри це все, німецький досвід показує нам, що дана система зберігає стійкість навіть за різноманітних умов конфліктів та критики завдяки саме завдяки правовій культурі, високому рівню довіри громадськості та сильним інституціям. Держава не здійснює тотального втручання в медіапростір. Суспільство має змогу його контролювати. Це потрібно задля уникнення перетворення на утиски свободи слова. Таким чином, така модель є прикладом балансу між політичним управлінням та незалежністю журналістики, що формується щоденно під впливом дебатів у суспільстві.

Список використаної літератури

1. Каневський Д. Досвід ФРН показує, що закон про медіа непотрібний. *Deutsche Welle*. 4 лютого 2020. URL: <https://www.dw.com/uk/досвід-фрн-показує-що-закон-про-медіа-непотрібний/a-52245258>
2. Alphonso D. Der Fall Julia Ruhs: Ein Zeichen des Niedergangs des ÖRR, und jeder kann es sehen. *Welt*. 18 вересня 2025. URL: <https://www.welt.de/kultur/stuetzen-der-gesellschaft/plus68cb9859416a177d432ae763/der-fall-julia-ruhs-ein-zeichen-des-niedergangs-des-oerr-und-jeder-kann-es-sehen.html>
3. Arlt D., Wolling J., Schaller S., Schumann Ch., Die Politische Krise der Corona-Pandemie: Kommunikation, Vertrauen und Mediennutzung. *Media Perspektiven*. 2023. № 7. URL: https://www.media-perspektiven.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2023/MP_7_2023_Politische_Krise_der_Corona-Pandemie.pdf
4. Baetz Brigitte. Rundfunkreform, Auf Sparkurs in die digitale Zukunft? *Deutschlandfunk*. 28 січня 2025. URL: <https://www.deutschlandfunk.de/oeffentlich-rechtlicher-rundfunk-reform-debatte-rundfunkbeitrag-100.html>
5. Borucki I. Staatliche Öffentlichkeitsarbeit: Presse- und Informationsamt der Bundesregierung. *Bundeszentrale für politische Bildung (bpb)*. 2021. URL: <https://www.bpb.de/kurzknapp/lexika/handwoerterbuch-politisches-system/202110/staatliche-oeffentlichkeitsarbeit-presse-und-informationsamt-der-bundesregierung/>
6. Bundeskulturretat 2025 steigt – Rund 2,33 Milliarden Euro für Kultur und Medien: “Investition in das demokratische Fundament unseres Landes“. *Bundesregierung*. 5 вересня 2025. URL: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/suche/bundeskulturretat-2025-steigt-rund-2-33-milliarden-euro-fuer-kultur-und-medien-investition-in-das-demokratische-fundament-unseres-landes--2383166>
7. Krempel S. Bitkom: Öffentlich-rechtlicher Rundfunk muss sich „gesundschrumpfen“. *Heise Online*. 12 березня 2021. URL:

<https://www.heise.de/news/Bitkom-Oeffentlich-rechtlicher-Rundfunk-muss-sich-gesundschrumphen-5987202.html>

8. Ministerpräsidenten machen Ernst: ARD und ZDF vor massiven Reformen. *The European*. 23 червня 2024. URL: <https://www.theeuropean.de/gesellschaft-kultur/ministerpraesidenten-machen-ernst-ard-und-zdf-vor-massiven-reformen>

9. Westdeutsche Allgemeine Zeitung. Neue Regierung aus SPD und CDU: Schwarz-Rot missachtet freie Presse. *Westfälischer Anzeiger*. 17 квітня 2025. URL: <https://www.wa.de/politik/neue-regierung-aus-spd-und-cdu-schwarz-rot-missachtet-freie-presse-93689874.html>

Анотація. У статті розглядається вплив федеральної влади Німеччини на медіасферу сучасних викликів інформаційного середовища. Проаналізовано роль урядових інституцій, суспільного мовлення та цифрових платформ у формуванні інформаційного порядку денного та підтриманні прозорості державної політики. Особлива увага приділяється дискусіям у науковому середовищі та медіаполі щодо реформ суспільного мовлення та фінансування медіа.

Ключові слова: федеральна влада Німеччини; медіа; державна комунікація; публічно-правове мовлення; суспільство

Леся Лисенко,

кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики, Полтавський національний педагогічний університет імені В.Г.Короленка (м. Полтава) ffgglesia.lys@gsuite.pnpu.edu.ua

МІКРОІСТОРІЇ У КОРОТКИХ ВІДЕОФОРМАТАХ ЯК НОВА РИТОРИКА АУДІОВІЗУАЛЬНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ (НА ПРИКЛАДІ КОНТЕНТУ СУСПІЛЬНОГО)

Постановка наукової проблеми та її значення. У сучасному медіапросторі формати короткого відео – stories, reels, shorts – дедалі активніше інтегруються в журналістську практику, змінюючи саму риторику аудіовізуальної журналістики. Якщо класичний телевізійний сюжет апелює до розгорнутої аргументації та лінійного викладу подій, то мікроісторії у форматах коротких відео базуються на стислій емоційній візуалізації, монтажній динаміці та текстових підказках (як у caption video). Такий підхід переорієнтовує журналістський дискурс від «повного повідомлення» до «миттєвого впливу», коли важливим стає не лише зміст, а й спосіб утримання уваги аудиторії в умовах алгоритмічної економіки соціальних мереж.

Український суспільний мовник, виконуючи місію ґрунтового інформування громадян, активно експериментує з новими форматами, аби охопити якнайширшу аудиторію. Зокрема, на прикладі роботи регіональних суспільних каналів простежується, як професійно створений телепродукт адаптується під логіку платформ Instagram та TikTok скорочення сюжетів до формату мікроісторій, використання візуальних риторичних фігур (емоційний кадр, крупний план, символічний образ), залучення інтерактивних елементів і субтитрів. Цей процес демонструє не лише технічні, а й комунікативні зміни: відбувається переосмислення підходів до подачі новинної інформації, формується новий жанровий ландшафт, де класична телевізійна практика співіснує з темпоритмом та естетикою соціальних мереж.

Варто зазначити, що 70% сумарної аудиторії Суспільного в соцмережах припадає саме на регіональні сторінки і канали. Про це зауважує Микола Чернотицький і уточнює, що станом на початок 2025 року сумарно «13,5 млн підписок у всіх соцмережах, 70% – це регіональні представництва Суспільного» [11, с.23]. Локальні філії активно присутні онлайн і створюють контент для місцевих громад у цифрових форматах. Для них соціальні платформи стали основним способом трансляції новин, адже телевізійна аудиторія на місцях звужується.

Таким чином, проблема дослідження охоплює трансформацію аудовізуального медіанаративу під впливом нових форматів та платформ. Вирішення цієї проблеми лежить у площині поєднання інновацій (опанування інструментів та форматів) із збереженням журналістських стандартів (достовірність, повнота, відсутність маніпуляцій). Суспільне, яке має місію інформувати широку аудиторію якісно і неупереджено, вимушене шукати баланс між популярними формами подачі та своєю суспільною функцією. Саме ця напруга між етичними засадами та новими вимогами до форми робить кейс Суспільного показовим для осмислення змін у риторичі сучасної аудіовізуальної журналістики.

Короткий аналіз досліджень цієї проблеми. Досліджувана тема знаходиться на перетині академічних медіа студій, аналітичних досліджень та практичного досвіду журналістів.

Зокрема, Олена Цапок і Світлана Коваль розглядають Instagram Reels як новий жанр короткого пояснювального відео (на прикладі «BBC News Україна») і підкреслюють його популярність та затребуваність аудиторією [10]. Дослідження Олега Чубука та Ярослава Лупія зорієнтоване на аналіз практики «перепакування» телевізійного контенту для соцмереж на прикладі одеських телеканалів. Одним із ключових спостережень стало те, що редакції інколи спочатку публікують ексклюзивну новину чи відео на

цифрових платформах, а вже потім готують повноцінний сюжет для ефіру [12].

У дослідженні «Сторітелінг в соціальних мережах: популярність мікронаративів» платформи коротких відеоформ (TikTok та Instagram) розглядаються як простори випадкових інформаційних контактів, здатних впливати на зміну поглядів користувачів, навіть без активного пошуку контенту. Автори підкреслюють і переконливу силу таких форматів, і ризики довіри до «доступних експертів» і інфлюенсерів, що створює підґрунтя для маніпуляцій і поширення дезінформації [15].

На перетині наукових і прикладних джерел знаходяться аналітичні звіти та галузеві опитування. Зокрема, щорічний Digital News Report від Reuters Institute фіксує тренди споживання новин: у останніх випусках відзначено падіння використання Facebook для новин та стрімке зростання ролі відеоплатформ і месенджерів [14]. Короткі відео названо однією з причин, чому молодша аудиторія відходить від текстових форматів: вони мобільно зручні та емоційно резонують з поколінням, що виросло на візуальному контенті [14]. В Україні дослідження споживання медіа під час війни (ОПОРА, Internews тощо) також підтверджують зміни: Telegram та YouTube стали ключовими каналами новин, але TikTok і Instagram стабільно тримають свою частку, особливо серед молоді [6].

Важливим джерелом для пропонованого дослідження стали коментарі та поради самих журналістів і редакторів, які працюють з цифровими платформами. Зокрема, редакторка соцмереж «Суспільне Новини» Анжеліка Заріцька у лекції для Media Development Foundation детально розповіла про стратегії адаптації новин під різні соцмережі [8]. Вона наголошує, що кожна платформа вимагає окремого підходу і контенту, а соцмережі треба розглядати не як «трафікогенератор» на сайт, а як самодостатні майданчики з власними одиницями контенту [8]. У свою чергу керівниця відеовідділу Суспільного Digital News Олена Дуняк зауважує, що «кожна платформа має свої особливості. Instagram добре працює з емоційним контентом, Facebook – з регіональними історіями, YouTube Shorts – із віральними відео, хоча перегляди часто надходять із країн, далеких від українського контексту» [2]. Водночас, відео, створені регіональними редакціями, нерідко з'являються не лише на локальних, а й на загальнонаціональних майданчиках, якщо сюжет має потенціал зацікавити ширшу аудиторію, незалежно від місця подій.

Мета і завдання пропонованої розвідки полягають у тому, щоб виявити, як короткі відеоформати формують нову риторику аудіовізуальної журналістики, зокрема: проаналізувати поняття мікроісторії в контексті цифрових медіа; охарактеризувати наративні

особливості коротких відео на прикладі регіонального контенту Суспільного; з'ясувати редакційні підходи до їх створення й оцінки ефективності.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Поняття риторики в аудіовізуальній журналістиці виходить за межі класичного розуміння переконувального мовлення. Тут ідеться про систему виражальних засобів, яка формує спосіб розповіді, структурує сприйняття подій, встановлює емоційні акценти та задає інтерпретаційні рамки: «Такі мультимодальні риторичні підходи підкреслюють складність створення сенсу в аудіовізуальній журналістиці, де переконлива сила виникає не тільки з мови, але й з інтегрованого сенсорного досвіду» [16].

У коротких відео, які циркулюють на цифрових платформах, вона стискається до кількох секунд, але водночас загострюється: гіперсконденсовані образи, лаконічні меседжі, монтажний ритм і вербальний мінімалізм стають носіями нової експресивності. Драматургія мікроісторії в таких форматах часто базується не на логіці аргументації, а на ефекті присутності, на персональному досвіді, який стає універсальним через емпатію.

Мікроісторія – це форма наративу, що концентрується на одній події, ситуації або досвіді окремої людини (чи малої спільноти) і втілює ширший соціальний чи культурний контекст через локальну, персоналізовану перспективу: «Суть її полягає в транслюванні якоїсь події, явища, ситуації чи інформації від конкретного до загального, або від малого до масштабного, водночас те конкретне й мале повинно бути ще й достатньо детальним» [1]. Її витoki сягають традиції мікроісторії в гуманітарних науках (Фернан Бродель, Карл Гінзбург), де індивідуальна доля служила аналітичним вікном у складні макропроцеси. У журналістиці ж мікроісторія постає як стратегія, що дозволяє зробити абстрактну або масштабну тему близькою, емоційно осяжною й достовірною через людський досвід.

У цифровому медіасередовищі мікроісторія виконує функцію контентного «якоря» – вона швидко захоплює увагу, підсилює ефект автентичності, часто базується на візуальних образах і обмежена у хронометражі. Така історія не потребує докладного бекграунду: її драматургія вибудовується на емоційному конфлікті, візуальній метафорі або жесті героя. Ключовим стає не обсяг фактажу, а здатність зчитати суть через деталь, ситуацію, свідчення, погляд камери.

Перехід журналістського матеріалу в короткий відеоформат обов'язково тягне за собою зміну риторичних прийомів і навіть жанрову модифікацію. Класичний новинний сюжет на телебаченні зазвичай будується за структурою «що сталося – деталі – коментар – бекграунд – наслідки». Натомість у вертикальному відео тривалістю

30–60 секунд сценарій часто перетворюється на одну яскраву мікроісторію, що подається з акцентом на цікаву деталь чи емоцію. По суті, жанр зміщується від розгорнутого репортажу до своєрідного аудіовізуального афоризму, коли з усієї події виокремлюється найзахопливіший момент (наприклад, відео «Майстерню кахлів у Полтаві відкрила родина військового» (Суспільне. Полтава) [7], «Носить книги кілограмами» (Суспільне. Чернівці) [9], «Якщо їдемо на пожежу – бойовий одяг і спорядження. Після обстрілу – додатково броне захист» (Суспільне. Харків) [13]). Це підтверджує досвід одеської редакції: «обов'язково має бути гарна «картинка» (найчастіше це стоп-кадр), – знову ж таки, клікабельна, яскрава, досить промовиста, з емоцією, яка могла б “зачепити” глядача чи читача» [12, с. 233]. Таким чином, на перший план виходять елементи, здатні викликати відгук за лічені секунди: зворушливий кадр, дотепна репліка, драматичний звук.

Риторика коротких відео значно менш формальна, ніж у традиційних новинах. Часто використовується мова, близька до розмовної, навіть сленг або гумор – те, чого практично немає в телевізійних випусках новин. Приміром, у TikTok-відео Суспільного з серії «До речі» могли ставити запитання прямо до аудиторії: «А ви знали, що...?», «Як гадаєте, чому...?» – така пряма апеляція до глядача створює ефект діалогу і залучення. Якщо доречно, деякі серйозні теми подаються з іронією або мемами. Це новий жанровий підхід – інфотейнмент у мікроформаті. Він ризикований, бо легко перетнути межі журналістських стандартів і вдатися до надмірних спрощень, але водночас дозволяє оминати тенденцію «втоми від новин».

Нову риторику можна назвати «автентичною наративністю»: меседж комунікується через історію реальної людини, щиро і без зайвого пафосу. Як наслідок, зростає рівень довіри до контенту – аудиторія відчуває, що бачить реальне життя, а не відфільтровану «офіційну» версію. Такий підхід ефективно працює в усіх жанрах відеосюжетів.

Характерно, що емоційна складова в коротких відео часто цінується вище за детальність. Герой може бути показаний через один виразний штрих, що викликає співпереживання, замість повної біографії; подія – через один символічний кадр («Індійське серце у черкашанина» (Суспільне. Черкаси) [5], «Експолонений ветеран повів доньку до школи» (Суспільне. Луцьк) [3], «З чотирма ампутаціями водить автомобіль» (Суспільне. Львів) [4]). Така мова образів і емоцій робить наратив більш універсальним: навіть без розуміння мови або контексту, глядач декодує суть через емоцію. Це нова риторика журналістики, яка формується під впливом соцмереж: більш персоналізована, чуттєва і візуально орієнтована.

Соціальні платформи диктують свої умови, і медіа змушені підлаштовуватися під алгоритми, які керують увагою аудиторії. Алгоритмічна логіка полягає в максимальному утриманні користувача в додатку, тому у новинну стрічку потрапляють ті відео, що швидко набирають перегляди, лайки, коментарі. Як наслідок, редактори, свідомо чи ні, адаптують контент, аби сподобатися алгоритму. Як зауважує Анжеліка Заріцька, TikTok просуває контент, який вписується в актуальні тренди – популярні мелодії, ефекти, челленджі [8]. Прикметно, що деякі ролики «До речі» містять «трендові» – це робить подачу невимушеною і піднімає шанси потрапити в рекомендації. Олена Дуняк наголошує, що «створення короткого відео починається з чіткого меседжу: яку емоцію варто донести, яка форма відповідає меті, як спростити подачу. Працюють обличчя, запитання, контраст, несподівані повороти. Саме перші три секунди визначають, чи глядач залишиться» [2].

Отже, алгоритмічна економіка уваги справді впливає на наратив і виробничий цикл коротких відео. Суспільне вимушене брати до уваги правила гри платформ – і в основному успішно інтегрує їх у свою роботу. Залишається викликом підтримувати баланс між догодженням алгоритму і дотриманням стандартів. Досвід показує, що це можливо: можна робити якісний суспільно значущий контент, який одночасно отримує високі охоплення в соцмережах, якщо вміло поєднати журналістську компетентність з розумінням алгоритмів.

З точки зору стилістики монтажу, короткі відео Суспільного мають кілька спільних рис: дуже швидкі склейки (кадри змінюються кожні 1–2 секунди) мінімум «порожніх» епізодів – кожна секунда заповнена емоцією або фактом. У більшості випадків у коротких відео форматах (зокрема у кепшн-відео) від традиційного для телесюжету закадрового голосу відмовляються – його роль виконує текст на екрані й синхрони спікерів.

Висновки. Сучасна риторика журналістського відео постає як поліфонія змістів, емоцій і темпоритмів, сконструйована відповідно до очікувань цифрового глядача – чутливого до швидкості споживання, інтонаційної виразності та достовірності. У цьому середовищі мікроісторія набуває особливої ефективності: вона органічно вписується в логіку соціальних мереж і здатна утримувати увагу в умовах її фрагментованості.

Мікроісторія виконує подвійну функцію: з одного боку, вона занурює аудиторію в конкретний емпіричний досвід, з іншого – слугує медіатором для осмислення ширших соціальних процесів і структурних викликів. У такому поєднанні цей формат стає не лише інструментом залучення, а й засобом етичного, контекстуального висвітлення складних тем.

У контенті Суспільного, зокрема в регіональних філіях, мікроісторії в коротких відеоформатах активно використовуються для репрезентації локального життя, щоденних практик воєнного часу. Саме через ці невеликі, але глибокі історії формується нова риторика публічної журналістики – імерсивна, достовірна, близька до людини.

Список використаної літератури

1. Волощак М. Могуття родинних історій. Український тиждень. URL: <https://tyzhden.ua/mohuttia-rodynnykh-istorij/> (дата звернення 01.11.2025).
2. Дуняк Олена. Як короткі відео змінюють стратегію редакцій. Асоціація Незалежні Регіональні Видавці України. URL: <https://airpu.org/news/olena-dunyak-yak-korotki-video-zminyuyut-strategiyu-redakcij/> (дата звернення 01.11.2025).
3. Експолонений ветеран повів доньку до школи. Instagram. URL: <https://www.instagram.com/reel/DOEW4Wpjc8e/> (дата звернення 01.11.2025).
4. З чотирма ампутаціями водить автомобіль. Instagram. URL: <https://www.instagram.com/reel/DNTX76xtWGP/> (дата звернення 01.11.2025).
5. Індійське серце у черкащанина. Instagram. URL: <https://www.instagram.com/reel/DPMEBpJiBgx/> (дата звернення 01.11.2025).
6. Кузьменко Юлія. Де українці найчастіше читають новини — опитування ОПОРИ. Суспільне Новини. URL: <https://suspilne.media/792085-de-ukrainci-najcastise-citaut-novini-opituvannya-opori/> (дата звернення 01.11.2025).
7. Майстерню кашів у Полтаві відкрила родина військового. Instagram. URL: <https://www.instagram.com/reel/DN1D6okovgt/> (дата звернення 01.11.2025).
8. Марія Санатарчук. Не доповнення до сайту, а окремі платформи. Як медіа перепакувати новини для різних соцмереж. Медіамейкер. URL: <https://mediamaker.me/yak-media-perepakuvaty-povyny-dlya-riznyh-soczmerzkh-4809/> (дата звернення 01.11.2025).
9. Носить книги кілограмами. Instagram. URL: <https://www.instagram.com/reel/DQKTvBTAapx/> (дата звернення 01.11.2025).
10. Цапок О., Коваль С. Медійний відеоформат рилзів в інстаграмі: жанрові та правові аспекти створення. Інтегровані комунікації. 2024. №1(17). С.92–99. <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2024.1712>
11. Чернотицький М. Програма розвитку АТ “НСТУ” 2025-2029. URL: <https://corp.suspilne.media/wp->

content/uploads/2025/04/chernotyczkyj-mykola-programa-rozvytku-at-nstu-2025-2029.pdf (дата звернення 01.11.2025).

12. Чубук О. Л., Лупій Я. В. Адаптація контенту через його «перепакуння» як ознака інтеграції у соціальні медіа (на прикладах телеканалів Одеси). Вчені записки ТНУ ім. В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2024. №4(2). С.229–234. DOI: <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.4.2/36>.

13. Якщо їдемо на пожежу – бойовий одяг і спорядження. Після обстрілу – додатково броне захист. Instagram. URL: <https://www.instagram.com/reel/DPil-rHjU8m/> (дата звернення 01.11.2025).

14. Barsotti M. News companies respond as TikTok's short-form video format captures massive young audience. INMA. URL: <https://www.inma.org/blogs/Product-and-Tech/post.cfm/news-companies-respond-as-tiktok-s-short-form-video-format-captures-massive-young-audience> (дата звернення 03.11.2025).

15. Gayathri R., Kumar A. Storytelling on Social Media: The Rise of Micro-Narratives. Shanlax International Journal of Arts, Science and Humanities. 2024. Vol. 12, no. S1, pp. 104–108. <https://doi.org/10.34293/sijash.v12iS1-Oct.8291>.

16. Qadir E. M. Visual Rhetoric in Election Posters: A Multimodal Critical Discourse Analysis Approach. Koya University journal of humanities and social sciences. 2023. Vol. 6, no. 1. Pp. 136–159. DOI: 10.14500/kujhss.v6n1y2023.pp136-159.

Анотація. Дослідження виявляє трансформацію риторики тележурналістики під впливом диджитального середовища, зокрема в аспектах наративу, візуальної динаміки й етичної подачі. Особливу увагу приділено мікроісторіям як засобу емоційного занурення та інтерпретації соціальних реалій у форматах reels, stories та caption video.

Ключові слова: аудіовізуальна журналістика, мікроісторія, короткі відеоформати, риторика, соціальні медіа.

Марина Лозко,

здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти,
Житомирський державний університет імені Івана Франка
(м. Житомир) lozkomarina666@gmail.com

Людмила Давидова,

доцент, кандидат наук із соціальних комунікацій
Житомирський державний університет імені Івана Франка
(м. Житомир) luddavidova@googlemail.com

ВИСВІТЛЕННЯ КУЛЬТУРНИХ ІНІЦІАТИВ СВІТУ ТА УКРАЇНИ В МЕДІА

Культура є частиною самобутності суспільства, що формує національну ідентичність та накопичує знання багатьох поколінь. З початком повномасштабного вторгнення матеріали про українську культуру відіграють важливу роль у збереженні традицій країни та її представленні на міжнародній арені. Тему досліджували Марія Бутиріна, Олеся Комарніцька, Анастасія Худякова, Наталія Засядько та ін. Метою розвідки є проаналізувати висвітлення культурних ініціатив світу та України. Завдання дослідження – з'ясувати роль медіа в популяризації матеріалів про культуру.

Культурні ініціативи – це проекти та програми, що сприяють суспільній згуртованості та мають соціальний вплив. Ці заходи спрямовані на поширення мистецтва, що забезпечує духовний розвиток суспільства. Вони проявляються у різних формах: організації мистецьких виставок, музичних концертів, літературних вечорів та інших видах діяльності [3].

Журналісти, що пишуть про культуру в Європі, мають переважно мистецтвознавчу освіту. Готуючи матеріали про проведення та демонстрацію культурних ініціатив, вони ознайомлюють аудиторію з митцями, які їх організовують. Водночас журналісти висвітлюють роль мистецтва для сучасного суспільства та шукають нові формати, що надають можливість популяризувати культуру. До відомих європейських журналістів, що ведуть колонки у провідних виданнях The New York Times, The New York Magazine, належать Джеррі Зальц, Алекс Маршал та Роберта Сміт [8]. Зокрема, Роберта Сміт готує матеріали про маловідомих артистів та ґрунтовно аналізує відвідані виставки.

Європейські медіа надають важливе значення висвітленню анонсів подій, що сприяють популяризації культурних заходів. Так, в одному з матеріалів Euronews «Культурний дайджест: не пропустіть ці події в Європі» проанонсовано різноманітні мистецькі виставки та фестивалі Франції, Нідерландів та Великобританії [11].

Окрім цього, в Європі активно відбувається цифровізація арт-простору. У світі створюються віртуальні музеї, що оприлюднюють цифрові зображення реальних пам'яток культури та надають можливість отримати доступ до визначних експонатів у мережі. Так, сайт Лувру пропонує відвідувачам можливість переглядати онлайн-тури, а на сайті Британського музею мистецтв представлено рубрику «Блог», у якій критики оприлюднюють свої статті [2]. В Україні були створені віртуальні музеї, що ознайомлюють суспільство з російськими злочинами стосовно культурної спадщини. Таким є цифровий музей «Діти проти війни», на сайті якого оприлюднені малюнки та дитячі твори, що відображають пережиті емоції в умовах російсько-української війни [6].

Популярності набуває мистецька практика під назвою public art (публічне мистецтво), яка виникла у другій половині ХХ століття. За допомогою цифрових технологій культурні об'єкти документуються в цифрові моделі. Ця ідея є особливо актуальною для медіа Західної Європи та США. Так, на сайті британської телерадіомовної компанії BBC оприлюднені матеріали про новітні аспекти урбаністичної культури в розділі «Публічне мистецтво». В Україні такі ініціативи сприяють приверненню уваги світової спільноти до подій повномасштабної війни. Так, український та французький митці Микита Кравцов та Марте Бассорі намалювали в Парижі мурал, який є відсилкою до знаменитої картини французького художника Ежена Делакруа «Свобода, що веде народ». Спільна робота отримала назву «Хай живе український опір!» [7]. Матеріали про патріотичні мурали країни, що привертають увагу до питання російсько-української війни, розміщені на сайті «Укрінформ». Слід зазначити, що мурали є проявом художньої творчості та містять авторську манеру, що відображає персональні ідеї або колективний досвід людей.

Присутність України в інформаційному просторі європейських медіа стала важливим аспектом міжнародних відносин. Згідно з даними, які оприлюднило Міністерство культури України, за кордоном було презентовано понад 500 українських проєктів. Також були запроваджені відеопроєкти англійською мовою. Одним із них є «Калейдоскоп історій. Мистецтво з України», який демонструє відеоролики про історію становлення української культурної спадщини [5]. За даними дослідження незалежної організації Brand Ukraine, яка постійно працює над розвитком національного бренду України, культурні ініціативи входять у перелік ключових тем, що привертають увагу міжнародної аудиторії [1]. Чимало українських митців організовують виставки своїх робіт за кордоном, що популяризує мистецтво країни. Прикладом такого матеріалу є публікація глобального діджитал медіа RoastBrief US про те, що

українська книга «Злочин без покарання» отримала дві нагороди на престижному фестивалі ADC New York [9].

З початком повномасштабної війни українська культура зазнала значних викликів. Станом на сьогодні, в українському медіапросторі функціонують незалежні видання, які висвітлюють різноманітні культурні ініціативи країни. До медіа про літературу належать «Лірум» та «Читомо», останнє активно розвиває книжкову спільноту [4]. Популярними медіа про мистецтво є ArtsLooker [10] та Your Art [13], що публікують матеріали про українські та закордонні художні твори. Окрім цього, розвиваються медіа про музику. Серед них The Claquers [12], яке публікує критичні матеріали про музичну індустрію України.

Культурні ініціативи є важливими для згуртування спільноти. Світові та українські медіа активно висвітлюють їх та шукають нові способи осучаснення контенту в умовах цифровізації, завдяки чому залучають нову аудиторію та надають можливість читачам ознайомитися із діяльністю різнопланових митців. В умовах повномасштабного вторгнення матеріали про культуру об'єднують українське та європейське суспільство.

Список використаної літератури

1. Брайлян Є. На 20% зменшилася кількість публікацій про Україну в медіа. detector.media.URL: <https://detector.media/infospace/article/223936/2024-03-07-na-20-zmenshylyasya-kilkist-publikatsiy-pro-ukrainu-u-svitovyykh-media/> (дата звернення: 22.04.2025).
2. Бутиріна М., Ривліна В. Медіатизація мистецтва: Віртуальний музей як ЗМІ. *Вісник Львівського університету*. Серія Журналістика. 2021. № 49. С. 207–2015.
3. Гриценко Т. Б., Гриценко С. П., Кондратюк А. Ю. *Культурологія: Навчальний посібник*. Київ : Центр навч. літ., 2007. 392 с.
4. Засядько Н. Від дипломного проєкту до успішного українського медіа про книговидавництва: кейс «Читомо». URL: <https://www.thelede.media/istorii/2020/08/27/2063/> (дата звернення: 22.04.2025).
5. Комарніцька О. Проєкти у сфері культури як інструмент посилення культурної присутності України у світі (з досвіду діяльності Українського інституту та Українського культурного фонду). 2024. *Питання культурології* №43, с. 125–141. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.43.2024.303040>
6. Кузнецова Л., Кушнар'ов І. Віртуальні музеї України як засоби збереження історичної пам'яті в умовах війни. 2024. *Питання*

культурології №43, с. 142–155. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.43.2024.303042>

7. Худякова А. Муралістський рух в Україні та Європі під час війни в Україні. *Актуальні проблеми сучасного дизайну* : збірник матеріалів IV Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 27 квітня 2022 року. В 2-х т. Т. 2. Київ : КНУТД, 2022. С. 235–238.

8. 10 Famous Journalists in Art – Artland Magazine. Artland Magazine. URL: <https://magazine.artland.com/10-art-journalists/> (date of access: 22.04.2025).

9. A book about Russian crimes against Ukrainian children has won two awards at the prestigious ADC New York festival. Roastbrief US. URL: <https://roastbrief.us/a-book-about-russian-crimes-against-ukrainian-children-has-won-two-awards-at-the-prestigious-adc-new-york-festival/> (date of access: 02.09.2025).

10. ArtsLooker. URL: <https://artslooker.com/> (date of access: 22.10.2025).

11. Cultural Digest: Don't miss these events in Europe this week. euronews. URL: <https://www.euronews.com/culture/2024/03/22/cultural-digest-dont-miss-these-events-in-europe-this-week> (date of access: 02.09.2025).

12. The Claquers. URL: <https://theclaquers.com/> (date of access: 22.10.2025).

13. Your Art. URL: <https://supportyourart.com/> (date of access: 22.10.2025).

Анотація. Культурні ініціативи у сучасному світі сприяють згуртованості суспільства. У роботі проаналізовано матеріали закордонних та українських медіа на культурну тематику, що дозволило виявити сучасні тенденції висвітлення різноманітних культурних проєктів та їх вплив на суспільство.

Ключові слова: медіа, культура, культурні ініціативи, проєкти, арт-простір, публічне мистецтво.

Вадим Мазурик

представник Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення у Вінницькій області (м.Вінниця), nradavin@gmail.com

МЕТАМОДЕРНІЗМ І ЖУРНАЛІСТИКА: «НОВА ЩИРІСТЬ» vs «ПОСТПРАВДА»

Актуальність дослідження. Журналістика – одна з найважливіших форм суспільної комунікації, яка забезпечує функцію інформування про важливі події та проблеми. Вона є «живим організмом», невіддільним від процесів, що відбуваються безпосередньо у суспільстві. Двадцять перше століття поставило перед людством низку викликів: технологічних, екологічних, етичних, геополітичних тощо, які значною мірою змінили парадигму його існування. Природно, що і журналістика не могла залишитись осторонь цих процесів – на зміну постмодерністським форматам стали з'являтися нові, які переосмислюють модерністські і постмодерністські концепти, химерно і динамічно переплітають їх і прагнуть реконструювати сенси і відродити майже забуті великі наративи. Ці нові концепції отримали назву метамодернізм. Для журналістики вони стали способом позбутись постмодерністського цинізму і скептицизму, знайти нову щирість і привернути увагу до універсальних цінностей. В ході дослідження використовувались методи критичного і структурного аналізу. Метою цього матеріалу є спроба виявити вплив метамодерністських концепцій на журналістські практики.

Людство втомилось від постмодерністського скептицизму. Свого часу назву статті в «Детекторі медіа» журналіст Євген Середя обрав у вигляді риторичного запитання: «Від постмодерну до метамодерну: що ж буде завтра з нами?». І сам відповів на це запитання, процитувавши англійського художника Люка Тернера, автора «Маніфеста метамодерніста», опублікованого у 2011 році: «Ми повинні звільнитися від століття модерністської ідеологічної наївності та цинічної нещирості її позашлюбної дитини» [1]. Суть зрозуміла: людському суспільству час подолати і «прогресизм» та показний ентузіазм модернізму, і тим більше скептицизм і емоційну апатію постмодернізму. Чому ж маятник Фуко хитнувся саме в цьому напрямку?

Щоб це зрозуміти, слід зробити невеликий історичний екскурс. Двадцяте століття з його двома світовими війнами, мільйонами жертв, кровожерливими нацистською і комуністичною ідеологіями наочно продемонструвало тезу – ідея безперервного прогресу, сформульована ще епохою Просвітництва, не працює. "Після Аушвіцу поезія

неможлива" – слова філософа Теодора Адорно якнайкраще виразили сутність цієї епохи. Варварство «цивілізованих» часів залишило далеко позаду найтемніші віки Середньовіччя. В цих умовах і виник постмодернізм в якості рефлексії на історичні події та явища. Його адепти бачили вихід із ситуації у руйнуванні усталених теорій, світоглядних концепцій і практик. Як слушно зауважив з цього приводу український теоретик кіно Андрій Алфьоров, руйнуючи смисли і звичні сприйняття предметів, апологети постмодернізму «заперечують будь-яку систему цінностей, ієрархії, вважаючи більше неможливим розрізняти добро та зло» [2].

Породженням постмодернізму стало поняття постправди, явища, яке фактично вивело на маргінеси політичну культуру, знецінивши її та замінивши на емоційні заклики. В таких умовах політичний лідер, який танцює на своєму передвиборчому мітингу, практично неодмінно перемагає опонента, що намагається спілкуватись з виборцями традиційними методами і оперувати фактами і політичними програмами.

У 2016 році «постправда» була визнана словом року Оксфордського словника, підтвердивши тим самим власну значимість для політичного і культурного дискурсу. Наступного року американський філософ і психолог Кен Вілбер видав книгу «Трамп і епоха постправди», в якій сформулював, як він висловився, «інтелектуальну пригоду», де людина розглядає перспективи майбутнього через призму власного інтегрального розуміння. [3, С.9]. Ще за декілька років з'явилося дослідження Лі Макінтайра «Постправда», в якому приводиться повний набір характеристик цього явища. Тут і маніпуляції з науковими фактами, і занепад традиційних медіа (і як причина/наслідок – розквіт соцмереж), і життя в гіперреальності. Позаяк постправда «жонглює» фактами, апелює до емоцій і до невпізнання спотворює об'єктивну істину, вона стала просто незамінним атрибутом в арсеналі пропагандистів.

Рано чи пізно з цим щось потрібно було робити. Тобто, не піддавати сумнівам і ревізії аналітичні викладки дослідників постправди, а шукати «протиотруту». Вже на початку другого десятиліття 21-го століття було помічено, що у постмодерністській теорії недостатньо інструментарію для опису та аналізу сучасних практик, зокрема, йому бракує щирості, історичності, духовності [4, С.110]. Тоді ж, у 2010 році, філософи Робін ван ден Аккер та Тімотеус Вермьолен запропонували нову концепцію, яка отримала назву метамодернізм. Якими є його основні ознаки?

По-перше, метамодернізм орієнтується на цілісність світосприйняття, повернення до універсальних цінностей та великих наративів, практично зруйнованих в часи постмодернізму. Іншими словами, якщо постмодернізм можна порівняти із серфінгістом, який

ковзає поверхнею, то метамодернізм – це заглиблення у природу речей, але з усвідомленням того, що серфінг – це також цікава річ.

По-друге, метамодерн характеризують як стан, що знаходиться за межами і в русі. Цей рух спрямований на досягнення не завжди визначених цілей, що знаходяться «за горизонтом» (в метафоричному сенсі).

По-третє, важливою ознакою метамодернізму є термін, який прийшов з фізики, метеорології та медицини – осциляція. Осциляція є процесом коливання між різними полюсами: з одного боку тут спостерігається добре відомий модерністський ентузіазм і надія, з іншого – постмодерністська іронія і меланхолія. І метамодернізм намагається поєднувати їх, але не механічно, а в динаміці. Це не звичайне «повернення до витоків», а врахування наступного досвіду та спроба його переосмислення. Як пише дослідник Дмитро Улановський, осциляція між серйозністю і жартом, між повагою до минулого і поглядом у майбутнє є визначальною характеристикою метамодерну [5, С.277].

І нарешті, по-четверте, важливий концепт «нової щирості», який можна трактувати як антитезу постправді. В чому його значимість? Справа в тому, що саме «нова щирість» якнайкраще характеризує напрям метамодернізму. В ній є прагнення до чесності і серйозності сприйняття, безпосередність, віра і надія, але повністю відсутня наївність і абстрактні «світлі ідеали». Натомість тут знаходиться місце для іронії і певного скепсису, характерного для цифрової епохи з її «двома мільярдами письменників».

Таким чином, метамодерн виступає в якості поєднувача сенсів двох попередніх епох, що тривали з середини 19-го до початку 21-го століття, не розчиняючись у жодній з них і набуваючи ознак, притаманних виключно цифровому суспільству.

Відповідно і журналістика епохи метамодерну набуває певних специфічних рис, адже способи комунікації і образ мислення людей зазнали в цей період докорінних змін [6, С.66]. Вплив метамодернізму трансформує підходи до подачі інформації, ролі журналіста та взаємодії з аудиторією. Спробуємо окреслити ці підходи.

1.Відновлення «великих наративів». Впродовж століть праця науковців без створення гравд-наративів була немислимою. Адже йшлося, наприклад, про конструювання історичної перспективи, дослідження цивілізаційного процесу, формування глобальних підходів. Свої великі наративи знала і журналістика (через формування світогляду, чітке структурування інформації, науково-популярне пояснення складних наукових концепцій). Постмодернізм практично все це деконструював (за висловом французького філософа Жака Дерріда). І ось настав час відновлення великих наративів на новому ґрунті, що базується на реконструкції сенсів та погляді з

оптимізмом у майбутнє. У цьому новому великому наративі немає місця для жорсткої ідеологізації.

2.Журналістика, орієнтована на вирішення проблем (Solution Journalism). Тут як ніде тісно співіснують модерністські і постмодерністські підходи і важливим фактором є конструктивні підходи при збереженні критичного погляду на речі.

3.Відкидання емоційної апатії та цинізму. Це радше «журналістика особистих історій», «журналістика співчуття та емпатії», «журналістика діалогу». У таких матеріалах відсутня наївність, але є усвідомлення складності і неоднозначності ситуацій, які пропонує життя, є поєднання серйозних проблем з іронією чи саморефлексією.

4.Активне використання нових медіа. Сучасна метамодерністська журналістика мультиплатформна, імерсивна, різностильова, орієнтована на використання різних форматів. До певної міри можна стверджувати, що метамодерністська журналістика стала породженням цифрових застосунків, як свого часу постмодернізм опирався на телебачення.

5.Амбівалентність у стилі медійних матеріалів. Метамодернізм органічно поєднує академічну стилістику з побутовою мовою і навіть сленгом, жаргоном і мемами, якщо це впливає з поставлених журналістом задач.

Приклади метамодерністського контенту.

В якості прикладів звернемо увагу на два дуже різних за стилем та манерою реалізації, але близькими за своєю спрямованістю проекти: ютуб-канал Акіма Галімова «Реальна історія» (@realnaistoriia) та вебсайт українського благодійного фонду «Повернись живим» (<https://savelife.in.ua/>).

«Реальна історія» – типовий просвітницький канал, який поєднує локальні теми з великими наративами. Власне, це впливає безпосередньо з анотації проєкту: «Ми маємо знати правду, щоб правильно розуміти все, що відбувається сьогодні. Знати своїх героїв та ворогів і усвідомлювати ціну нашої незалежності. У нас відбирали державність, а ми виборювали її кров'ю. Наші землі були у складі різних імперій, нас стирали як націю, але нині ми одна з найбільших демократичних держав Європи, якій є чим пишатися і про яку знає світ. Де би не народилися – у Києві чи Львові, в Донецьку чи Одесі, де би ми не жили – у Варшаві, Ванкувері чи Нью-Йорку – у нас одна реальна історія».

Автори використовують знакові метамодерністські прийоми: надію та реконструкцію, нову щирість та емпатію, в їхніх матеріалах присутня осциляція та іронія. І найголовніше – вони вірять у те, що роблять, і це емоційно передається глядачам. Свідчення тому – коментарі. [@nataliia9431](#) написала так:

«Ох, яка чудова Ваша українська мова, які цікаві Ваші відео, завжди з задоволенням дивлюсь Ваші історії. Не зупиняйтесь!!!! Ви робите великий вклад, насправді». А ось твердження @MarichkaSumska: «Це справжня журналістика. Історичний контент вражає. Дякую за неймовірну роботу. Що ви робите - то прекрасно». Пригадуються у зв'язку з цим тези вже згадуваного «Маніфесту метамодерніста» про «прагматичний романтизм» і «поетичну елегантність».

Проект «Повернись живим» позбавлений романтичного флеру. Він чіткий і дуже конкретний. Цей фонд опікується матеріальним забезпеченням Збройних Сил України, фаховою підготовкою військовослужбовців, реабілітацією ветеранів. В його основі конструктивність, діяльність, віра в перемогу. В контексті нашого дослідження це можна трактувати як метамодерністський принцип прогресу через конкретні дії.

Метамодерна журналістика – це рефлексія на скепсис і цинізм, яка проявляється у період глобальної зневіри в ідеали. Можливо, її глобальна місія полягає саме в тому, щоб журналістика і надалі залишалась журналістикою, а людство продовжувало свій шлях в якості цивілізації homo sapiens.

Список використаної літератури

1. Євген Середя. Від постмодерну до метамодерну: що ж буде завтра з нами? URL: <https://detector.media/infospace/article/131264/2017-10-25-vid-postmodernu-do-metamodernu-shcho-zh-bude-zavtra-z-namy/>
2. Андрій Алфьоров. Постмодерн чи метамодерн: кіно після кінця історії. URL: <https://huxley.media/postmodern-chi-metamodern-kino-pislja-kincja-istorii/>
3. Кен Вілбер. Трамп і епоха постправди. Львів: Terra Incognita, 2017, 136 с.
4. Губернатор О.І. Метамодернізм як нова парадигма сучасних культурних практик. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*: наук. журнал. 2023. №1. С.109-114.
5. Улановський Д.О. Елементи метамодерну у креативному контенті онлайн-платформ. URL: <https://orcid.org/0009-0004-3986-6116>
6. Зражевська Н.І. Нові форми комунікації в епоху метамодерна. URL: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-313-5-16>

Анотація. У статті йде мова про тенденції інтелектуального континуума другого десятиліття XXI століття, пов'язані з певними втратами позицій постмодерністським дискурсом і елементами його заміни на

метамодернізм. Автор намагається досліджувати ці процеси на прикладі журналістських практик

Ключові слова: *метамодернізм, нова щирість, постмодерністський дискурс, осциляція, постправа.*

Василь Марунчак,
аспірант кафедри теорії і практики журналістики,
Львівський національний університет імені Івана Франка
(м. Львів) maruncakvasil22@gmail.com

ЕВОЛЮЦІЯ ФОРМАТІВ І ТЕМАТИКИ НА СТОРІНКАХ ЖУРНАЛУ «ДНІПРО»

Журнал «Дніпро» є одним із найстаріших та найвпливовіших літературно-художніх і громадсько-політичних часописів в історії української журналістики. Видання засновано у 1927 році під назвою «Молодняк». Функціонування журналу супроводжується складним шляхом трансформацій, відображаючи всі епохальні зміни в українській культурі, суспільстві та медійному просторі.

Сучасне осмислення феномену «Дніпра» вимагає не лише історичної ретроспективи, але й аналізу його ролі у формуванні національної свідомості та журналістської традиції.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю глибокого вивчення шляху розвитку української періодики в контексті історичних викликів. Аналіз еволюції журналу «Дніпро» дає змогу простежити, як медіаформати та тематичні специфікації адаптувалися до політичних режимів (від радянської доби до незалежності), технологічних змін та запитів читацької аудиторії. Особливу цінність становить виявлення механізмів, завдяки яким часопис зберігав свою культурну місію, часто виступаючи осередком дисидентського руху та національного відродження. За словами дослідника В. Данилевського «Проблеми історії української культури комплексно розглянув журнал «Дніпро», провівши у своїй редакції й опублікувавши в журналі матеріали круглого столу за темою «Українське бароко». До дискусії були запрошені діячі різних сфер культури: науковець і письменник П. Кононенко, письменник В. Шевчук, мистецтвознавець Г. Логвин і Н. Герасимова-Персидська, науковці Д. Наливайко, В. Крекотень, М. Сулима, Є. Пащенко». [1, с. 133] Сьогодні усвідомлюється, що існуючі «білі плями», замовчування в історії буття, соціально-політичному поступі, філософських пошуках і культурних зверненнях нації, а

також криваві трагедії інтелігенції та культури, є не випадковими та не просто збігом обставин.

Метою статті є аналіз еволюції форматів і тематики журналу «Дніпро» протягом його існування, а також визначення його місця та внеску в розвиток теорії та історії української журналістики. Реалізація поставленої мети передбачає виконання таких **завдань**:

- простежити основні етапи становлення та розвитку часопису, фіксуючи ключові віхи перейменувань та зміни редакційної політики;
- виявити динаміку змін у журнальних форматах – від класичного літературного часопису до громадсько-політичного видання;
- систематизувати тематичну палітру «Дніпра» в різні історичні періоди (радянська доба, перебудова, незалежність).

Під час дослідження ми застосовували *історичний метод* для хронологічного простеження етапів розвитку журналу та метод контент-аналізу для вивчення його рубрикації, жанрової структури та тематичного наповнення в різні періоди. Використання *порівняльно-історичного методу* дало змогу зіставити «Дніпро» з іншими тогочасними українськими виданнями. Також використано *системний підхід* для аналізу журналу як цілісного соціокультурного феномену.

Постановка проблеми. Дослідження полягає у необхідності пояснити, як журнал, що функціонував в умовах жорсткої ідеологічної цензури, зумів не лише зберегтися, а й стати майданчиком для публікації новаторських і часто заборонених творів, зберігаючи при цьому свою популярність. Це вимагає дослідження редакційних стратегій лавірування між ідеологічними вимогами та потребою збереження високого художнього рівня й національного змісту.

Етапи становлення та розвитку часопису «Дніпро» нерозривно пов'язані з політичними та культурними трансформаціями в Україні, що знайшло відображення у його неодноразових перейменуваннях та змінах редакційної політики. Дослідження функціонування журналу «Дніпро» представимо за певними періодами.

Період «Молодняка» (1927-1937 рр.). Часопис був заснований у Харкові у 1927 році під назвою «Молодняк» як літературно-художній та суспільно-політичний журнал, офіційно позиціонуючись як орган ЦК ЛКСМУ. Редакційна політика на цьому етапі була спрямована на виявлення та публікацію творів молоді української літератури, формуючи «літературну трибуну» для молодих авторів, які належали до «пролетарського фронту». З 1935 року видання переїхало до Києва.

Період «Молодого більшовика» (1937-1944 рр.). У серпні 1937 року, у розпал сталінських репресій, часопис був перейменований на «Молодий більшовик». Ця зміна назви засвідчила посилення ідеологічної складової та поглинання видання тоталітарною

системою, хоча воно й далі друкувало твори українських радянських письменників та переклади, зберігаючи свій молодіжний статус.

Період «Дніпра» та повоєнне становлення (1944-1960-ті рр.). У 1944 році, після звільнення Києва, журнал отримав свою загальновідому назву «Дніпро», що символізувало повернення до національно-географічної ідентичності. У цей період (1945-1947 рр.) відповідальним редактором був Андрій Малишко. Редакційна політика фокусувалася на поповненні знищених війною культурних фондів та відновленні літературного життя, публікуючи твори українських радянських письменників.

«Шістдесятницький» період та розквіт (1960-ті – 1970-ті рр.). Справжньої слави та суспільного впливу журнал набув у 1960-х роках, зокрема під керівництвом Юрія Мушкетика (1958-1972 рр.). Редакційна політика цього часу, незважаючи на жорсткі ідеологічні рамки, була відносно ліберальною та сміливою, надаючи майданчик для зростання цілої плеяди українських шістдесятників. У журналі друкувалися твори Василя Симоненка, Івана Драча, а також критичні статті Івана Світличного та Івана Дзюби (часто під псевдонімами), що призводило до конфліктів з партійним керівництвом та навіть до звільнення редактора.

Сучасний період (з 1991 року). Після здобуття Україною незалежності «Дніпро» втратив статус органу ЦК ЛКСМУ та став видаватися Благодійним фондом сприяння розвитку науки, освіти і культури. Редакційна політика набула більшої свободи, розширивши тематику публікацій творами письменників української діаспори, а також публіцистикою з актуальних суспільних проблем, продовжуючи при цьому позиціонувати себе як часопис української літератури та відкриваючи нові імена.

Після війни, особливо з кінця 1950-х рр., «Дніпро» став одним із ключових літературних осередків. Формати були типовими для тогочасних літературних журналів: романи, повісті, поезія, критичні статті. Тематично, окрім офіційних тем, журнал поступово ставав трибуною для письменників-шістдесятників, публікуючи твори Василя Стуса, Івана Драча, Ліни Костенко та інших. Редакція часто використовувала механізм іносказання та езопової мови у літературних творах для обговорення національних проблем, що було яскравим прикладом прихованої опозиційної журналістики.

У період Перебудови (кінець 1980-х рр.) відбулася радикальна тематична лібералізація. З'явилися формати розслідувальної журналістики та публіцистики, що викривали злочини радянського режиму, публікувалися раніше заборонені твори Розстріляного Відродження. Журнал перетворився на гостроактуальне громадсько-політичне видання.

З настанням незалежності «Дніпро» зіткнувся з новими викликами: фінансовою скрутою та конкуренцією. Формат спробував адаптуватися, поєднуючи літературну та сучасну культурологічну критику, але втратив монопольне становище. Тематика стала ширшою, охоплюючи незалежну історичну публіцистику, глобальні культурні процеси та проблеми модерної української ідентичності. За словами дослідника «Попри все є підстави пишатися звершеним, осмислювати уроки пережитого, бо ж гігантські здобутки минулих століть не дозволили зникнути історичній пам'яті: навіть руїни і жертви волали до історичної, соціальної, національної, духовної гідності, зобов'язували думати про грядуще» [1, с. 133]

Висновки. Журнал «Дніпро» є унікальним прикладом медіа-довгожителів, чия еволюція форматів і тематики тісно пов'язана з національною історією. Він пройшов шлях від ідеологічно заангажованого «Молодняка» до трибуни національного відродження і сучасного культурологічного видання. Його головний внесок полягає у збереженні та розвитку української літературної традиції, а також у формуванні потужної школи публіцистики, яка стала основою для сучасної незалежної журналістики. Актуальні проблеми його функціонування вимагають державної підтримки та інноваційних рішень для інтеграції в цифровий медіа-простір, щоб його історичний досвід і цінний контент продовжували слугувати українській культурі.

Список використаної літератури

1. Данилевський В. Національні та мовні проблеми України у фокусі журнальної публіцистики періоду перебудови (1985–1991 рр.). *Культурно-історична спадщина України: перспективи дослідження та традиції збереження: матеріали III-ої Всеукраїнської науково-практичної конференції (з міжнародною участю) (05–06 листопада 2020 р.)* : у 2 ч. / упоряд. : В. М. Лазуренко, І. Ю. Стадник, О. О. Яшан; М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. Черкаси : ЧДТУ, 2020. Ч. 2. С. 127–138.
2. Монич Л. М. Тенденції та перспективи існування інформаційних та аналітичних жанрів в літературно-художніх журналах (на прикладі журналів Всесвіт та Дніпро. *Діалог: медіа-студії*, 2014. Вип.(18-19), С. 407-416.

Анотація. У дослідженні здійснено комплексний аналіз еволюції форматів і тематики літературно-художнього та громадсько-політичного часопису «Дніпро», який є одним із найстаріших і найвпливовіших видань в історії української журналістики. Заснований у 1927 році як «Молодняк», журнал пройшов складний шлях трансформацій, що відображають усі

епохальні зміни в українській культурі, суспільстві та медійному просторі.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю глибокого вивчення шляху розвитку української періодики в контексті історичних викликів. Аналіз еволюції «Дніпра» дає змогу простежити, як медіаформати та тематичні специфікації адаптувалися до різних політичних режимів (від радянської доби до незалежності) та технологічних змін. Особлива цінність полягає у виявленні механізмів, завдяки яким часопис зміг зберегти свою культурну місію, часто виступаючи осередком дисидентського руху та національного відродження.

Ключові слова: журнал «Дніпро», українська журналістика, еволюція, культурна місія, національна журналістика.

Ірина Одобецька,

асистент кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю, Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського (м. Вінниця) odobetska99@gmail.com

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО РЕАЛІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ «ЖУРНАЛІСТИКА»: ГЕЙМІФІКАЦІЙНИЙ АСПЕКТ

Постановка наукової проблеми та її значення. Сучасна журналістська освіта перебуває в умовах інтенсивних трансформацій, зумовлених цифровізацією медіасередовища, зміною форматів журналістської діяльності та зростанням вимог до професійних компетентностей майбутніх журналістів. Освітня програма «Журналістика» має забезпечувати не лише засвоєння теоретичних знань, а й формування практичних навичок, критичного мислення, професійної відповідальності та здатності діяти в умовах інформаційної невизначеності. У цьому контексті актуалізується пошук інноваційних педагогічних підходів, здатних підвищити мотивацію здобувачів освіти та наблизити навчальний процес до реальних умов медійної практики.

Актуальність дослідження зумовлена потребою модернізації освітньої програми «Журналістика» в умовах динамічних змін сучасного медіасередовища, цифровізації журналістської діяльності та зростання вимог до професійних компетентностей майбутніх журналістів. Традиційні форми навчання не завжди забезпечують достатній рівень практичної підготовки, мотивації та залученості

здобувачів вищої освіти, що актуалізує пошук інноваційних педагогічних підходів.

Метою розвідки є теоретичне обґрунтування гейміфікації як інноваційного підходу до реалізації освітньої програми «Журналістика» та визначення перспектив її системного впровадження у професійну підготовку майбутніх журналістів.

Для досягнення поставленої мети у дослідженні передбачається розв'язання таких завдань: проаналізувати сутність і педагогічний потенціал гейміфікації в контексті журналістської освіти; з'ясувати можливості інтеграції гейміфікованих методів у структуру освітньої програми «Журналістика»; визначити основні виклики та обмеження впровадження гейміфікації у фахові дисципліни; окреслити перспективні напрями використання гейміфікаційних підходів для формування професійних компетентностей і професійної ідентичності майбутніх журналістів.

Аналіз наукових досліджень та джерел. Проблематика гейміфікації освітнього процесу активно розробляється у працях зарубіжних і вітчизняних науковців. Теоретичні засади гейміфікації як використання ігрових механік у неігрових контекстах обґрунтовано в роботах С. Детердінга, Д. Діксона, Р. Халеда та Л. Наке, які визначили ключові елементи гейміфікаційних систем і їх мотиваційний потенціал (Deterding et al., 2011). Педагогічний аспект гейміфікації та її вплив на залученість і навчальні результати студентів детально проаналізовано у працях К. Каппа, який розглядає гейміфікацію як інструмент розвитку компетентностей і прикладного мислення (Карр, 2012) [8].

У контексті вищої освіти гейміфікаційні підходи досліджуються також у працях К. Вербаха та Д. Хантера, які наголошують на важливості системного проектування ігрових моделей та їх зв'язку з освітніми цілями (Werbach, Hunter, 2012) [9]. Питання формування професійних і м'яких навичок у процесі гейміфікованого навчання розглядаються в сучасних педагогічних і медіаосвітніх дослідженнях, зокрема в межах компетентнісного підходу.

У працях українських дослідників увага зосереджується на можливостях гейміфікації в умовах цифровізації освіти, розвитку критичного мислення та медіакомпетентностей студентів (Овчарук, 2019; Семеног, 2020). Важливим методологічним підґрунтям для дослідження є також документи та рекомендації ЮНЕСКО, у яких наголошується на необхідності інтерактивних та практикоорієнтованих підходів у медіа- й журналістській освіті (UNESCO, 2011; 2021).

Водночас аналіз наукових джерел засвідчує, що питання системного впровадження гейміфікації саме в межах освітньої програми «Журналістика», з урахуванням специфіки професійної

підготовки та формування професійної ідентичності майбутніх журналістів, залишається недостатньо розробленим, що й зумовлює актуальність подальших досліджень у цьому напрямі.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Попри очевидну ефективність гейміфікації як методу активізації навчального процесу та підвищення мотивації студентів, масштабування цього підходу на рівні всієї освітньої програми супроводжується низкою труднощів, які потребують системного аналізу.

Однією зі значущих труднощів є ресурсність процесу, адже створення гейміфікованого освітнього продукту вимагає значних часових, організаційних та інтелектуальних зусиль. Підготовка професійно орієнтованих карток, редагування термінологічних матеріалів, дизайн ігрового поля, розроблення правил та тестування гри потребують залучення кількох фахівців: викладачів, дизайнерів, редакторів тощо. Масштабування підходу на інші дисципліни потребуватиме аналогічних вкладень, що може бути складно забезпечити у межах стандартного навчального навантаження викладачів [2].

Проблемою є також неоднорідність аудиторій, адже студенти різних курсів та різного рівня підготовки мають різний обсяг фонових знань, мовних компетентностей і професійного досвіду. Ігри, створені для першокурсників, можуть виявитися занадто простими для старших студентів, і навпаки, складні гейміфіковані продукти для магістратури будуть надмірно перевантаженими для молодших груп. Масштабування вимагатиме розроблення кількох рівнів складності або адаптивних модулів.

Ще одна складність пов'язана з методичною підготовленістю викладачів. Не всі педагоги мають досвід використання гейміфікації, вміють ефективно модерувати ігрові процеси або інтегрувати ігрові завдання у структуру заняття. Нерідко виникає ризик, коли гра стає ізольованим елементом, що не має чіткої прив'язки до навчальних результатів, або використовується як розважальна активність без освітньої цінності. Тому масштабування вимагатиме не лише розроблення нових ігрових матеріалів, а й проведення тренінгів, методичних семінарів та обміну досвідом між викладачами [5].

Окремо слід виділити організаційно-технічні труднощі, зокрема потребу у матеріальному забезпеченні: друк ігрових комплектів, наявність технічних ресурсів для інтерактивних застосунків, облаштування простору для командної гри. У великих академічних групах або при дистанційному форматі це може бути проблематичним. Тому для ефективного масштабування слід розробляти як фізичні, так і цифрові версії ігор, адаптовані для онлайн-середовища.

Нарешті, виклик становить оцінювання результативності гейміфікованого навчання. Традиційні методи контролю знань не завжди коректно відображають ефект від ігрової активності, яка здебільшого спрямована на розвиток м'яких навичок, комунікації, креативності та швидкості мислення. Це вимагає розроблення нових критеріїв і методик оцінювання, які враховуватимуть специфіку гейміфікованих форматів [3].

Для подолання зазначених труднощів доцільно запропонувати кілька рекомендацій щодо масштабування підходу. По-перше, необхідно створити єдиний методичний центр або робочу групу, яка координуватиме розробку, апробацію та впровадження ігрових освітніх інструментів у межах факультету журналістики. Такий підхід дозволить оптимізувати ресурси, уникнути дублювання та забезпечити якісну методичну підтримку викладачів.

По-друге, варто застосовувати модульний принцип розроблення ігор, коли один ігровий шаблон може використовуватися в різних дисциплінах, а зміст карток чи завдань змінюватиметься відповідно до тематики курсу. Це значно пришвидшить процес масштабування та зменшить ресурсні витрати.

По-третє, слід передбачити створення цифрових аналогів настільних ігор, які можна використовувати у змішаному або дистанційному форматах, зокрема, у вигляді інтерактивних платформ, візуальних дошок, онлайн-вікторин чи мобільних застосунків. Це забезпечить більшу гнучкість та доступність.

По-четверте, важливо організувати навчання викладачів, спрямоване на розвиток навичок роботи з гейміфікаційними технологіями. Регулярні воркшопи, майстер-класи та обмін педагогічними практиками сприятимуть формуванню методичної культури гейміфікації [7].

Отже, масштабування гейміфікованих підходів у журналістській освіті є перспективним, однак потребує комплексного стратегічного підходу, який враховуватиме методичні, організаційні та технологічні виклики. Грамотне планування, поетапність упровадження та створення адаптивних інструментів дозволять зробити ігрові методики стабільним та ефективним елементом освітнього процесу.

Однією з перспективних площин застосування гейміфікації є викладання дисциплін, пов'язаних із написанням текстів, зокрема «Основи журналістики», «Жанри жанри». Ігрові підходи тут можуть включати симуляції редакційних нарад, рольові моделі «редактор–кореспондент», конструктори заголовків та інтерактивні вправи на структурування матеріалів. Створення ігор, у яких студенти повинні швидко зібрати «пазл» із фактів, перевірити джерела або сформулювати лід новини у визначений час, сприятиме розвитку

навичок стислості, точності й оперативності, що є ключовими для роботи в новинній журналістиці.

Не менш перспективним є застосування гейміфікації в дисциплінах, що формують медіаредакційні та мультимедійні навички, таких як «Телевізійна журналістика», «Радіожурналістика», «Нові медіа». У цих контекстах можуть бути використані квестові моделі, де студенти проходять етапи створення сюжету від пошуку теми до фінального монтажу. Ігрові сценарії можуть моделювати технічні збої, термінові зміни редакційного плану чи комунікаційні виклики, з якими журналісти стикаються в реальних умовах. Такий формат дозволить студентам відчувати динаміку професії та розвинути навички стресостійкості та швидкого реагування [2].

Суттєвий потенціал має впровадження гейміфікації у викладання дисциплін, пов'язаних із медіаправом, етикою та медіабезпекою. Використання кейсових ігор, судових симуляцій, рольових моделей «редакція–герой матеріалу–юрист» або ситуаційних завдань з аналізу конфліктних ситуацій дозволить студентам краще засвоїти правила професійної етики, норми законодавства та межі відповідальності медійника. Такий формат сприяє формуванню моральної та правової свідомості майбутніх журналістів, що є важливим елементом професійної ідентичності.

Гейміфікаційні підходи можуть бути інтегровані й у дисципліни, орієнтовані на цифрові комунікації та соціальні мережі, зокрема, «Медіаменеджмент», «Інтернет-журналістика». Тут ефективними можуть бути симуляції роботи редакції в соціальних мережах, змагання з розробки контент-стратегій, ігрові моделі управління інформаційними кризами або створення «шляху користувача» для різних аудиторій. Такий підхід дозволить студентам краще зрозуміти закономірності цифрової комунікації, відчувати відповідальність за контент, що публікується, і сформувати практичні навички роботи з аналітичними інструментами.

Іще ширші можливості відкриваються для дисциплін, що спрямовані на розвиток аналітичного мислення та фактчекінгу, наприклад, «Медіакритика», «Журналістське розслідування», «Фактчекінг». У цих курсах гейміфікація може реалізовуватися у вигляді детективних сюжетів з пошуком фейків, аналізом прихованих маніпуляцій або відстеженням інформаційних ланцюгів. Гра може моделювати інформаційні атаки, а студенти повинні виявляти логічні підміни, контекстні викривлення чи некоректні дані. Таке навчання не лише підвищує рівень критичного мислення, а й тренує здатність працювати з джерелами, що є основою відповідальної журналістики [1].

Перспективним є також застосування гейміфікації під час вивчення іноземних мов професійного спрямування, де ігрові підходи

дозволяють опрацьовувати медіатексти, побудову інтерв'ю, пояснення термінології та моделювання міжнародних пресконференцій. Це сприятиме формуванню міжкультурної комунікаційної компетентності та гнучкості мислення.

Таким чином, перспектива впровадження гейміфікації у межах освітньої програми «Журналістика» є широкою та багаторівневою. Вона охоплює як теоретичні дисципліни, так і практикоорієнтовані курси, забезпечуючи студентам можливість занурюватись у симульоване професійне середовище, де навчання стає інтерактивним, динамічним і максимально наближеним до реальних умов медіавиробництва. Завдяки цьому гейміфікація може стати системним педагогічним інструментом, що сприятиме формуванню сучасного типу журналіста, компетентного, гнучкого, мобільного та здатного ефективно діяти в умовах швидких інформаційних змін.

Формування професійної ідентичності журналіста є складним і багатовимірним процесом, що поєднує засвоєння фахових знань, внутрішнє прийняття професійних цінностей, освоєння навичок комунікації, відповідальності та критичного мислення. У цьому контексті гейміфікація виступає не просто додатковим дидактичним інструментом, а ефективною педагогічною стратегією, здатною значно впливати на емоційний, когнітивний і соціальний аспекти становлення майбутнього журналіста.

Гейміфікація сприяє також активному розвитку ключових компетентностей, які визначають професійний облік журналіста. Під час гри студенти змушені оперативно мислити, підбирати мовні конструкції, формулювати пояснення, працювати з асоціативними зв'язками, що моделює реальні умови професійної діяльності. Вони вчаться адаптувати інформацію, підбирати точні формулювання, працювати в умовах обмеженого часу, що є критично важливим у журналістській роботі. Таким чином, гейміфікація формує ті навички, які надалі складають фундамент оперативного та аналітичного мислення медійника [5].

Важливою складовою впливу гейміфікації є формування професійних цінностей, зокрема відповідальності, поваги до етичних норм та усвідомлення важливості командної співпраці. У процесі гри студенти зустрічаються з необхідністю ухвалювати рішення, аргументувати свої дії, дотримуватися правил та працювати на спільний результат. Ці моделі поведінки є прямими аналогами тих, що формують етичну й професійну позицію журналіста в реальному медіасередовищі. Робота в команді, вміння слухати, бути уважним до деталей, знаходити баланс між особистим внеском і колективними цілями, усе це посилюється через ігрову взаємодію і поступово інтегрується у професійну свідомість студентів.

Гейміфікація також створює простір для безпечного експериментування, де майбутні журналісти можуть пробувати різні ролі, підходи чи стратегії, не побоюючись помилок. Саме ця свобода проб і помилок, властива ігровим форматам, сприяє розвитку впевненості у власних можливостях. У довготривалій перспективі це впливає на формування внутрішнього відчуття приналежності до професії, що є одним із головних індикаторів професійної ідентичності [6].

Не менш важливим аспектом є те, що гейміфікація забезпечує новий тип взаємодії між студентами та викладачем, де педагог виступає не лише носієм знань, а й фасилітатором навчального процесу. Такий формат сприяє налагодженню довірливих стосунків, мотивує студентів до активної участі та зменшує психологічний бар'єр між теорією і практикою. Це дозволяє майбутнім журналістам відчувати цінність самостійного навчання, командної творчості та спільного пошуку рішень, важливих складових професійної культури.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що гейміфікація відіграє суттєву роль у формуванні професійної ідентичності журналіста, оскільки не лише сприяє засвоєнню знань, а й забезпечує емоційне включення, розвиток комунікативних та організаційних навичок, формування професійних цінностей та внутрішнього відчуття причетності до медійної спільноти. Використання гейміфікованих інструментів в освітньому процесі дозволяє поєднувати пізнавальну, емоційну та соціальну складові навчання, створюючи умови для цілісного становлення особистості майбутнього журналіста в умовах сучасного інформаційного суспільства.

Список використаних джерел

1. Гандзюк В. О., Одобецька І. С. Роль, значення та практичні аспекти впровадження медіаграмотності в університетській освіті: з досвід Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. *Інформаційна грамотність в умовах воєнного стану: обробка, захист та презентація даних* : матеріали всеукраїнського науково-педагогічного підвищення кваліфікації, 2 грудня – 12 січня 2025 року. Львів – Торунь : Liha-Pres, 2025. 188 с.
2. Гандзюк В. Особливості застосування інтерактивних методів навчання у викладанні журналістських дисциплін для здобувачів вищої освіти. *Collection of Scientific Papers with the Proceedings of the 3rd International Scientific and Practical Conference «New Horizons in Scientific Research: Challenges and Solutions»* (March 31 – April 2, 2025. Marseille, France). European Open Science Space, 2025. pp. 121-124.
3. Гандзюк В. О. Актуальні проблеми та перспективи підготовки журналістів у закладах вищої освіти. *Журналістика й*

мистецтво слова: збірник наукових статей / гол. редактор Т. О. Цепкало; Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського. Вип. 17. Вінниця: ТОВ «Меркюрі-Поділля», 2025. С. 7-11.

4. Гейміфікація в освіті. URL: <https://osvitanova.com.ua/posts/2596-heimifikatsiia-v-osviti> (дата звернення: 20.10.2025)

5. Глушко А. В. Ігрові прийоми у форматі мережевого інфотейнменту. *Збірники наукових праць професорсько-викладацького складу ДонНУ імені Василя Стуса*. 2017. № 1. С. 62–64. URL: <https://salo.li/9C8304B> (дата звернення: 21.10.2025)

6. Дядікова О. Гра як інструмент: що таке гейміфікація? URL: <https://mistosite.org.ua/uk/articles/hra-iak-instrument-shcho-take-heimifikatsiia> (дата звернення: 25.10.2025)

7. Саган О. В. Гейміфікація як сучасний освітній тренд. *Збірник наукових праць «Педагогічні науки»*. Вип. 100. 2022. С. 12-18. URL: <https://ps.journal.kspu.edu/index.php/ps/article/view/4519/3989>

8. Ткаченко О. Гейміфікація освіти: формальний і неформальний простір. *Актуальні питання гуманітарних наук*. Вип. 11. 2015. С. 303-309. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apgnd_2015_11_45 (дата звернення: 14.06.2025)

9. Werbach K., & Hunter D. Gamification: How game elements motivate behavior. *In The gamification of learning and instruction: Game-based methods and strategies for training and education*. 2012. pp. 3-31. Pfeiffer

Анотація. У статті проаналізовано гейміфікацію як інноваційний підхід до реалізації освітньої програми «Журналістика». Окреслено педагогічний потенціал гейміфікованих методів у формуванні професійних компетентностей і професійної ідентичності майбутніх журналістів. Розглянуто основні виклики та обмеження масштабування ігрових освітніх практик, зокрема ресурсні, методичні й організаційно-технічні аспекти. Визначено перспективні напрями впровадження гейміфікації в теоретичні та практикоорієнтовані дисципліни журналістської підготовки.

Ключові слова: гейміфікація, освітня програма «Журналістика», журналістська освіта, інноваційні освітні підходи, професійні компетентності, професійна ідентичність.

Артур Орел,

студент факультету систем і засобів масової комунікації,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
(м. Дніпро) arturguy2@gmail.com

ЖУРНАЛІСТСЬКІ РОЗСЛІДУВАННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ ЯК КЛЮЧ ДО СУСПІЛЬНОГО КОНТРОЛЮ НАД ВЛАДНИМИ СТРУКТУРАМИ

Постановка проблеми. У сучасних умовах повномасштабної війни, розв'язаної РФ проти України, зростає суспільна потреба в прозорості діяльності офіційних інститутів, підзвітності прийнятих ними рішень, боротьбі з корупцією та фіксації воєнних злочинів. У цьому контексті журналістські розслідування виступають не лише як механізм виявлення правопорушень чи зловживань, а як важливий інструмент суспільного контролю в кризові часи.

Від 2022 р. й до сьогодні. журналісти-розслідувальники працюють в умовах фізичної небезпеки та інформаційного тиску. Журналісти стали однією з найуразливіших професійних груп: через брак захисного спорядження в перші місяці війни, постійні загрози для життя, DDoS-атаки, викрадення та вбивства в зоні бойових дій та окупованих регіонів. Зафіксовано численні втрати серед медійників – загибель, полон і поранення стали реаліями часу [1].

Сьогодні одним із головних викликів для журналістського розслідування стала майже тотальна закритість публічних реєстрів і джерел відкритої інформації [2]. Воєнний стан й запроваджені державою тимчасові обмеження – цензура на новини в реальному часі, обмеження доступу до об'єктів стратегічного значення – спричинили змішану регуляцію інформування. З одного боку, це вмотивовано потребою захисту державної безпеки, з іншого – створює ризик зловживань провладними інституціями та приховування злочинів під прикриттям «особливого режиму».

Реалії часу: обмежений доступ до інформації, зростання ризиків для життя, виникнення нових правових та етичних дилем – ускладнили проведення журналістських розслідувань. Зокрема, зріс інтерес, але водночас ускладнився процес проведення журналістських розслідувань на теми обороноздатності та діяльності Збройних сил, інформація про спецслужби, контррозвідку, оборонні підприємства, факти про міжнародну військову допомогу, а також розслідування діяльності чинних представників влади або військових.

Разом із тим журналістське розслідування стає потужним засобом документування фактів порушення прав людини, воєнних злочинів та зловживань у владній структурі тощо.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У фокусі науковців перебувають трансформаційні проблеми жанру. На думку М. Василенко, журналістські розслідування під час війни змістили акцент на документування воєнних злочинів, боротьбу з корупцією у воєнний час та захист джерел інформації [3]. Також із початком війни стали активно розвиватися OSINT-технології та інноваційні методи збору даних, як-то збір даних з особистих акаунтів. [4]. О. Глушко у посібнику «Журналістське розслідування: історія, теорія, практика» наголошує, що в Україні жанр пройшов шлях від «копії західних моделей» до самостійної форми суспільного контролю, адаптованої до українського контексту – з обмеженими ресурсами та правовими ризиками [5]. Дослідниця Б. Бель у своєму посібнику аналізує нові можливості для журналістів-розслідувачів. Зокрема йдеться про необхідність адаптації формату розслідування до мультимедійного середовища, використання онлайн-інструментів та підвищення темпу і поширення результатів розслідувань через цифрові канали. Також авторка застерігає про зростання ризиків для журналістів, а саме: фізичні атаки, кіберзагрози, правові переслідування та психологічний тиск [6].

Мета статті: дослідити роль журналістських розслідувань у забезпеченні демократичного контролю над владними структурами в умовах війни, проаналізувати основні виклики та загрози, з якими стикаються журналісти-розслідувальники; виявити тенденції, інноваційні підходи та суспільний резонанс їх діяльності.

Об'єкт дослідження: діяльність українських журналістів-розслідувальників, зокрема Bihus.Info та Слідство.Інфо у період 2022–2025 рр., а також практики, що виникли у відповідь на воєнні виклики та сприяли адаптації журналістських розслідувань до нових умов.

Методологія дослідження ґрунтується на поєднанні загальнонаукових методів аналізу, синтезу, елементів емпіричного підходу: аналізу конкретних кейсів, OSINT-методів збору даних та відкритих джерел.

Результати і обговорення. На тлі початкових потрясінь у перші місяці повномасштабного вторгнення більшість медійних редакцій сконцентрувалася на ідентифікації російських злочинців, документуванні воєнних злочинів (убивства цивільних у Бучі, викрадення активістів, катування тощо), фіксації руйнувань та наслідків агресії для мирного населення – таку думку озвучили представники медіа на XVI Всеукраїнській конференції журналістів-розслідувальників, яка відбулася у Києві [7]. Значний обсяг розслідувань був присвячений схемам контрабанди й крадіжок на окупованих територіях («сіра» торгівля зерном, підсанкційний експорт деревини, фіктивний транзит товарів). Журналісти розкривали звичаї та механізми обігу незаконних активів, систему

приховування доходів, потоки незаконного експорту до Європи – про це йдеться у розслідуванні «Крадене зерно вивозять через Севастополь «сірими» кораблями. Туреччина стрімко збільшила експорт зерна з Росії» [8].

З другої половини 2022 року журналісти-розслідувальники зосередилися переважно на антикорупційній тематиці. У центрі уваги постали факти нецільового використання державних коштів, неефективної роботи чиновників, непрозорих кадрових призначень у силових структурах, зловживань під час відновлення інфраструктури та розкрадання бюджету [7]. Публікація таких матеріалів сприяла реальним змінам: звільнення посадовців, реформування системи тендерних закупівель (зокрема, унаслідок резонансного викриття щодо закупівлі яєць по 17 гривень), створення антикорупційних рад, відкриття кримінальних проваджень та притягненню до відповідальності окремих правопорушників [9].

Як бачимо, воєнні реалії зумовили виокремлення двох основних напрямків розслідувальної журналістики: перший – фіксація воєнних злочинів; другий – антикорупційні розслідування у сфері оборонних закупівель, гуманітарної допомоги, діяльності чиновників і місцевої влади.

Одночасно з цим реалії війни диктують цілий ряд викликів для українських журналістів при проведенні розслідувань на згадані теми:

- майже повна закритість публічних реєстрів, що з одного боку виправдано міркуваннями національної безпеки, захистом стратегічної інформації, а з іншого – створює ризики для приховування правопорушень під прикриттям обмежень доступу. Така неоднозначна ситуація актуалізувала використання OSINT – відкритих джерел інформації та технологій аналізу даних;

- посилене етичне регулювання: збереження конфіденційності джерел, збалансованість подання інформації, верифікація даних, убезпечення героїв розслідувань, визначення потенційно чутливих тем (наси́льство, полон, стигматизація певних соціальних груп, зокрема внутрішньо переміщених осіб), пріоритезація суспільно значущих сюжетів, аналітична оцінка можливих наслідків публікації та відмова від контенту, який може бути використаний ворогом або завдати шкоди силам оборони.

Результати української розслідувальної журналістики воєнного часу вагомі: опри́явнені журналістські матеріали сприяли ініціюванню реформ, відставкам високопосадовців, кримінальним впровадженням, створенню громадських рад, скасуванню корупційних тендерів, арештам і поверненню незаконно привласнених активів [10]. Відомі випадки, коли після резонансних публікацій були скасовані сумнівні тендери, запроваджені нові обмеження для чиновників (заборона виїзду за кордон під час воєнного стану), ухвалені зміни до

законодавства щодо прозорості оборонних закупівель [11]. Журналістські розслідування також мали міжнародний резонанс. Так, результатом розслідування Михайла Ткача про експорт російської агропродукції через Білорусь стало рішення польського парламенту щодо обмеження імпорту з сільськогосподарської продукції [12].

Розкриваючи корупційні схеми, неефективне використання ресурсів, воєнні або економічні зловживання, журналісти підсилюють громадську недовіру до нечесних чиновників і формують в суспільстві запит на прозорість, відповідальність та демократичний діалог. У цьому контексті заслуговує на увагу розслідування, проведене журналістами «Слідство.Інфо» під назвою «Від Кремлівського палацу до «Укренерго»: хто прибирає стратегічні об'єкти України» [13]. У 2023 р. було оприєвнено серію матеріалів щодо проникнення компаній, пов'язаних із російським капіталом, на стратегічні об'єкти критичної інфраструктури України. Зокрема, журналісти виявили зв'язок клінінгових і обслуговуючих компаній із російськими бенефіціарами на об'єктах «Укренерго», «Укрзалізниця» та інших державних підприємствах. Був проведений документальний аналіз тендерних процедур, фінансової звітності та судових матеріалів; перевірена структура власності через національні та міжнародні бізнес-реєстри; ідентифіковані, пов'язані особи та виявлені ланцюгів посередників; здійснений фактчекінг даних за участю незалежних експертів; проведено інтерв'ю з представниками органів безпеки, економістами та правозахисниками.

Результати розслідування «Слідство. Інфо» засвідчили системні прогалини в державному контролі за допуском бізнесу на стратегічно важливі об'єкти. Було задокументовано зв'язки між українськими підрядниками та компаніями, які ведуть діяльність у РФ або мають відомих російських власників.

Журналісти-розслідувальники акцентували на економічних ризиках та потенційній шкоді національній безпеці через можливість збору даних або саботажу в інтересах агресора. У фокусі публікації – бездіяльність або недбалість окремих державних службовців, які допустили укладання договорів із ризикованими контрагентами. Це викликало суспільний резонанс і стало підставою для перегляду політики закупівель і додаткових перевірок контрагентів у сфері безпеки.

У такий спосіб, журналістське розслідування стало каталізатором суспільного контролю й змусило державні органи реагувати на викриту загрозу.

Викриття фактів зловживання посадовими обов'язками завжди створює суспільний резонанс, а в умовах війни розслідування мають ще й практичний наслідок: суспільство стає менш толерантним до корупціонерів, влада змушена реагувати на суспільний тиск, звільняти

посадовців, ініціювати службові перевірки чи відкривати кримінальні справи. Одним з прикладів є звільнення керівника Київського метрополітену Віктора Брагінського після розслідування Bihus.Info під назвою «Секрети очільника МЕТРО Києва: «колишня»-мільйонерка, Козин та інвест-мама Віктора Брагінського» [14].

Недбалість керівництва метрополітену (неналежне технічне обслуговування інфраструктури), зокрема В. Брагінського, призвела до значних витрат міського бюджету: збитки склали понад 138,5 млн грн, а КП «Київський метрополітен» недоотримав доходи в сумі 26 млн грн.

Під час розслідування, проведеного журналістами Bihus.info., були з'ясовані факти про незадекларовані чиновником доходи, нерухомість на суму майже 50 млн грн та активи, що викликало підозру в незаконному збагаченні. Оприлюднення таких фактів призвело до відставки керівника метрополітену. А підrobка висновку військово-лікарської комісії про невиліковну хворобу чиновника, яка дала право виїхати йому у воєнний час за кордон, стала причиною для кримінального впровадження за фактом підроблення фактів. Під час розслідування журналісти проаналізували декларації та майновий стан високпосадовця та його родичів, провели експертні дослідження для оцінки збитків. Ці заходи дозволили встановити факти службової недбалості, фальсифікації документів та незаконного збагачення керівника метрополітену.

Проекти Bihus.Info і «Слідство.Інфо» демонструють, як завдяки комплексному використанню відкритих джерел, документального аналізу, журналісти в умовах війни не лише інформують суспільство, а й ініціюють реальні зміни. Вони зміцнюють довіру громадян до медіа, підвищують рівень прозорості державної політики та відіграють роль посередників між громадянським суспільством і владними структурами.

Журналістські розслідування є важливим чинником підвищення підзвітності органів влади перед суспільством та міжнародними донорами, які уважно стежать за ефективністю використання допомоги, спрямованої на оборону й відбудову [15].

Важливим складником журналістського розслідування є документування воєнних злочинів і порушень прав людини – матеріали медійників виступають не тільки засобом інформування суспільства, а й допоміжним інструментом для міжнародних судів, правозахисних структур і національного правосуддя, оскільки фіксують і публікують факти злочинів біля лінії фронту чи на деокупованих територіях [16]. Такі розслідування потребують від журналістів особливої обережності, перевірки фактів і дотримання стандартів безпеки, адже зібрані свідчення можуть стати доказами у справах про воєнні злочини. Водночас вони формують історичну

пам'ять і сприяють документуванню правди про перебіг війни та відповідальність її учасників.

Оперативне й ретельне документування дозволяє зберігати докази для майбутнього притягнення до відповідальності злочинців, посилює суспільний тиск на владу щодо розслідування гарячих справ та забезпечує формування стійкого запиту на справедливість і невідворотність покарання. Висновки: журналістські розслідування відіграють критично важливу роль у забезпеченні демократичного контролю над владними структурами, викритті корупційних схем, документуванні воєнних злочинів та зміцненні довіри громадян до медіа. Проєкти «Слідство.Інфо» і Bihus.Info доводять результативність журналістських розслідувань, що приводять до реальних змін – звільнення посадовців, відкриття кримінальних справ, реформування держсектору та посилення прозорості. Розслідувальна журналістика в умовах війни виступає не лише інформаційним ресурсом, а й каталізатором суспільних та управлінських змін.

Список використаної літератури

1. detector.media. Рік великої війни: РФ скоїла 497 злочинів проти журналістів та медіа в Україні. detector.media. URL: <https://detector.media/infospace/article/208402/2023-02-27-rik-velykoi-viyny-rf-skoila-497-zlochyniv-proty-zhurnalistiv-ta-media-v-ukraini> (дата звернення: 27.04.2025).
2. Motrunych M. Боротьба за журналістські розслідування в Україні, навіть у тумані війни. Global Investigative Journalism Network. URL: <https://gijn.org/ua/istorii/borotba-za-zurnalistski-rozsliduvanna-v-ukraini-navit-u-tumani-vijni> (дата звернення: 27.04.2025).
3. Василенко М. Журналістське розслідування в умовах воєнного стану. Межі аналітики. *Communications and Communicative Technologies*, 2023. С.149-155.
4. OSINT AI: Як Оптимізувати Своє Розслідування у 2025 році? – Molfar. Розвідувальна агенція Molfar. URL: <https://molfar.com/blog/osint-ai-yak-optymizuvaty-svoe-rozsliduvannya-u-2024-roci> (дата звернення: 27.04.2025).
5. Глушко О. Журналістське розслідування: історія, теорія, практика : навчальний посібник. Київ : Арістей, 2008 (дата звернення 27.04.2025).
6. Бель Б., Бурмагін О., Патора Т., Хоменок О. Посібник з журналістських розслідувань. Теорія та практика. Київ, 2013 (дата звернення 27.04.2025).
7. Лавришин Ю., Семенюта І. «Наша мовчанка стала для корупціонерів “індульгенцією”» «Журналісти-розслідувачі – про тиск влади, документування воєнних злочинів росіян і табуйовані теми. detector.media. URL:

<https://detector.media/community/article/232282/2024-09-18-nasha-movchanka-stala-dlya-koruptsioneriv-indulgentsiieyu-zhurnalisty-rozsliduvachi-pro-tysk-vlady-dokumentuvannya-voiennykh-zlochyniv-rosiyan-i-tabuyovani-temy> (дата звернення: 27.04.2025).

8. Самойлич І., Дроздова Є., Боднар П. Крадене зерно вивозять через Севастополь «сірими» кораблями. Туреччина стрімко збільшила експорт зерна з Росії. Texty.org.ua - статті та журналістика даних для людей – Тексти.org.ua. URL: <https://texty.org.ua/projects/106821/kradene-zerno-vyvozyat-cherez-sevastopol-siryumu-korablyamy-turechchyna-strimko-zbilshyla-eksport-zerna-z-rosiyi/> (дата звернення: 27.04.2025).

9. Заява КЖЕ про важливість журналістських розслідувань під час війни - Комісія з журналістської етики. Комісія з журналістської етики. URL: <https://cje.org.ua/statements/zaiava-kzhe-pro-vazhlyvist-zhurnalistykh-rozsliduvan-pid-chas-viyny> (дата звернення: 27.04.2025).

10. Нановська В. З чим розслідувачі мають справу після початку повномасштабного вторгнення. Медіамейкер. URL: <https://mediamaker.me/povistky-yak-pokarannya-j-tysk-riznoyi-syly-z-chym-rozsliduvachi-mayut-spravu-pislya-pochatku-povnomasshtabnogo-vtorgnennya-9477> (дата звернення: 27.04.2025).

11. Чорна О. Звільнення, скасування тендерів, арешти активів. На що впливають журналістські розслідування та як виміряти їхню ефективність. detector.media. URL: <https://detector.media/community/article/232404/2024-09-20-zvilnennya-skasuvannya-tenderiv-areshty-aktyviv-na-shcho-vplyvayut-zhurnalisty-rozsliduvannya-ta-yak-vymiryaty-ikhnyu-efektyvnist> (дата звернення: 27.04.2025).

12. Українська правда. Тисячі вантажівок з російською агропродукцією їздять через Білорусь в Польщу – розслідування УП. Українська правда. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2024/02/29/7444429/> (дата звернення: 27.04.2025).

13. Від Кремлівського палацу до «Укренерго»: хто прибирає стратегічні об'єкти України. Slidstvo.info. URL: <https://www.slidstvo.info/articles/vid-kremlivskoho-palatsu-do-ukrenerho-khto-prybyraie-stratehichni-ob-iekty-ukrainy/> (дата звернення: 27.04.2025).

14. BINUS Info. Секрети очільника МЕТРО Києва: «колишня»-мільйонерка, Козин та інвест-мама Віктора Брагінського, 2024. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=AjjC-NES_gc (дата звернення: 27.04.2025).

15. Доступ до публічної інформації під час війни – Платформа прав людини. Платформа прав людини. URL:

<https://ppl.org.ua/project/dostup-do-publichnoyi-informaciyi-pid-chas-vijni> (дата звернення: 27.04.2025).

16. Реєстр російських воєнних злочинців | RussianWarCriminals. Реєстр російських воєнних злочинців | RussianWarCriminals. URL: <https://rwc.shtab.net/> (дата звернення: 27.04.2025).

Анотація. У статті розглянуто роль журналістських розслідувань у період повномасштабної війни Росії проти України як інструмента демократичного контролю, способу викриття воєнних, корупційних злочинів та каналу суспільно-політичних трансформацій. Здійснено аналіз сучасного стану журналістської розслідувальної діяльності у воєнних умовах, виокремлено загрози, проблеми та інновації в цій сфері. Розкрито вплив окремих розслідувань на прийняття рішень владою, реакцію суспільства та міжнародних партнерів. Стаття ґрунтується на аналітичному огляді джерел, емпіричних кейсах та системному осмисленні ролі сучасних медіа в умовах воєнної агресії.

Ключові слова: журналістське розслідування, війна в Україні, демократія, свобода слова, воєнні злочини, корупція, OSINT, суспільний контроль.

Єлизавета Павлушина,

здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти,
Житомирський державний університет імені Івана Франка
(м. Житомир) pavlushinalizaa575@gmail.com

Андрій Близнюк,

доцент, кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики,
реклами та PR, Житомирський державний університет імені Івана
Франка
(м. Житомир) a.bliznjuk.zt@gmail.com

ПРОБЛЕМАТИКА, ТРАНСФОРМАЦІЯ ТА АУДІОВІЗУАЛІЗАЦІЯ УКРАЇНСЬКОГО ШОУ-БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ

Повномасштабна війна російської федерації проти України, розпочата у 2022 році, спричинила масштабні зміни у всіх сферах життя, зокрема в інформаційній та культурній. У контексті повномасштабної війни український культурний простір зазнав

багатовимірних трансформацій, що відобразилися також у діяльності шоу-бізнесу.

Проблема полягає в тому, що роль і функції популярної музики та артистів у період кризи недостатньо теоретично осмислені: дискурси навколо культурної мобілізації, аудіовізуалізації та мовної трансформації з боку соціальної ініціативи митців потребують систематизації й емпіричної апробації.[13]

Одним із найбільш показових феноменів трансформації аудіовізуалізації стала еволюція українського шоу-бізнесу — галузі, що поєднує естетичні, економічні та соціальні компоненти. Якщо раніше шоу-бізнес здебільшого орієнтувався на розважальну функцію, то в умовах війни він набув ознак потужного культурно-комунікативного ресурсу.[9]

Артисти, продюсери, медіаменеджери почали сприймати свою діяльність не лише як творчу, а й як громадянську місію — формування духовного фронту, підтримка морального стану суспільства, репрезентація України у світовому культурному просторі. Саме тому дослідження процесів трансформації шоу-бізнесу в умовах воєнного часу має не лише культурологічне, а й соціальне та комунікативне значення.[1]

Питання функціонування модернізованої аудіовізуалізації та еволюції українського шоу-бізнесу в умовах сучасних соціально-політичних викликів дедалі частіше привертає увагу дослідників у галузях культурології, соціальних комунікацій, мистецтвознавства та медіа-аналітики. [12]

Актуалізація цієї проблеми зумовлена не лише воєнними подіями, а й процесами культурної деколонізації, що визначають новий вектор розвитку української культури загалом.

У працях сучасних науковців український шоу-бізнес розглядається як частина ширшого феномену креативних індустрій, що поєднує комерційний та соціокультурний виміри. Зокрема, у дослідженнях К. Ковтун акцентується увага на тому, що метою дослідження є аналіз трансформації українського шоу-бізнесу під час російсько-української війни та форм, у яких митці виражали підтримку державі. У роботі застосовано комплексний підхід, що поєднує контент-аналіз та якісний аналіз публічних виступів і заяв артистів.

Наукова новизна полягає у виявленні нових форматів аудіовізуалізації творчої діяльності, які виникли у відповідь на воєнні виклики та сприяли консолідації суспільства. Встановлено, що артисти активно долучалися до благодійних ініціатив, підтримували Збройні сили України, протидіяли дезінформації та використовували онлайн-платформи для продовження творчості. Український шоу-бізнес перетворився на важливий інструмент культурного опору й

міжнародної комунікації, зміцнюючи національну ідентичність і моральний дух суспільства.[4]

За дослідженням Н. Ващенко зазначається, що на шостий рік війни, розв'язаної росією проти України, у суспільстві все ще немає повної єдності щодо ставлення до агресії. Значна частина громадян залишається під впливом російських пропагандистських міфів, особливо у південних та східних регіонах. Упродовж 2014–2019 років Кремль активно використовував інформаційний тиск, корупцію, слабкість державних інституцій і медіа для формування недовіри до влади та поширення проросійських наративів. Опитування свідчать, що більшість українців бачать загрози незалежності переважно у внутрішніх проблемах, а не в зовнішній агресії, тоді як рівень підтримки російських тез зростає із Заходу на Схід. Найвищі показники впливу пропаганди зафіксовано у Харківській та Одеській областях. Загалом, російська дезінформація суттєво впливає на світогляд українців, особливо тих, хто не визначився у ставленні до війни, що послаблює стійкість держави перед інформаційними атаками.[2]

О. Кушнір, Н. Біла, О. Мединська та Г. Синоруб також досліджують професійні трансформації діячів шоу-бізнесу, нові формати і стилістичні рішення у військовому контексті. У період військового стану в українській державі спостерігається трансформація сфери шоу-бізнесу, що проявляється у професійній адаптації артистів до екстремальних умов. Вони реалізують волонтерську, благодійну та концертну діяльність, яка водночас функціонує як форма громадянської позиції. Зміна концертного репертуару і зміщення тематичної орієнтації на патріотичні наративи, а також активізація міжнародних мистецьких проєктів свідчать про посилення інтеграції української шоу-індустрії у глобальний культурний дискурс. Таким чином, шоу-бізнес виступає не лише розважальною сферою, а й стратегічним інструментом культурного супротиву.[5]

Певну увагу науковці приділяють і естетичному аспекту аудіовізуальній трансформації шоу-бізнесу. У статтях Л. Дяченко (2024 р.) простежується тенденція до синтезу традиційних українських мотивів із сучасними жанрами — електронікою, поп-музикою та реп-музикою. Такий креативний підхід розглядається як прояв культурної адаптивності й доказ того, що українська популярна музика стає частиною глобальних процесів, зберігаючи власну унікальність.[7]

Попри зростання кількості наукових розвідок, значна частина досліджень залишається фрагментарною, зосередженою лише на окремих проявах – мовній політиці, культурній дипломатії чи медіаактивності артистів. Відсутні комплексні аналітичні праці, які б поєднували соціальні, економічні, культурні та психологічні виміри

функціонування українського шоу-бізнесу в умовах війни. Саме необхідність узагальнення та системного осмислення цих процесів визначає наукову новизну даної роботи, спрямованої на виявлення закономірностей і тенденцій аудіовізуальної трансформації сучасного українського шоу-бізнесу як багатофункціонального соціокультурного явища.[8]

Метою наукової роботи О. Хлистун є всебічне з'ясування характеру й основних напрямів трансформації українського шоу-бізнесу в умовах війни, а також визначення його ролі як важливого чинника соціокультурної стабільності та духовної консолідації суспільства. У межах реалізації поставленої мети дослідження спрямоване на розкриття суспільно-комунікативного значення шоу-бізнесу в умовах воєнного стану, коли музика, пісня та публічна діяльність митців набувають нових соціальних функцій.

Особливу увагу приділено виявленню аудіовізуальних змін у творчих підходах, мовній політиці та громадянській позиції українських виконавців після 2022 року, що дало змогу простежити переорієнтацію індустрії з розважального сегменту на культурно-патріотичний вимір. Важливою складовою дослідження є аналіз взаємодії шоу-бізнесу з цифровими медіа, які сьогодні виступають основним каналом комунікації між артистами та аудиторією, формуючи громадську думку і суспільні настрої.

Окремо розглянуто роль українського шоу-бізнесу у зміцненні національної ідентичності, підтримці морального духу населення та формуванні позитивного міжнародного іміджу України як культурно зрілої, творчо активної держави.[10]

Початок війни став також переломним етапом для української музичної сцени. Значна кількість артистів, які раніше працювали на пострадянському ринку, повністю переорієнтували свою діяльність на українського слухача. Так, відомі виконавці – Монатік, Надя Дорофєєва, Макс Барських, Злата Огнєвіч, Jerry Heil та інші – перейшли на україномовний контент, що стало не просто творчим вибором, а проявом громадянської позиції.

Музика у цей період почала виконувати терапевтичну, аудіовізуальну та мобілізаційну функцію. Пісні, створені під час війни, набули мотивів віри, сили, любові до Батьківщини, пам'яті про полеглих героїв. Це виявляється у композиціях «Буде весна» (Макс Барських), «Стефанія» (Kalush Orchestra), «Тримай» (Jerry Heil), які стали символами епохи початку повномасштабного вторгнення.

Важливою тенденцією є й поява нової генерації артистів – Wellboy, Саша Чемеров, SKYLERR, Софія Шанті – які сприймають українську ідентичність як природну основу творчості. Вони активно використовують цифрові платформи для комунікації з аудиторією,

формуючи незалежний інформаційний простір, альтернативний традиційним медіа.

Особливу роль у цьому процесі відіграють соціальні мережі – Instagram, TikTok, YouTube, де артисти створюють прямий діалог із глядачем, минаючи посередників. Це зумовило децентралізацію шоу-бізнесу: тепер важливу роль відіграє не лише телебачення, а й онлайн-ком'юніті, де формується громадська думка.[7]

У результаті цих трансформацій спостерігається поєднання двох тенденцій: з одного боку – націоналізація змісту, тобто відмова від зовнішніх культурних впливів і акцент на власних цінностях, а з іншого – глобалізація форм, коли український контент адаптується до міжнародних стандартів звукового та -аудіо продакшену, візуальної естетики та маркетингу. Це свідчить про зрілість українського шоу-бізнесу, який стає конкурентоспроможним на світовій арені, зберігаючи культурну самобутність.[3]

Також слід відзначити соціально-комунікативний вимір шоу-бізнесу під час війни. Артисти не лише створюють культурний продукт, а й беруть участь у благодійних заходах, зборах коштів, інформаційних кампаніях. Наприклад, численні благодійні тури українських виконавців у Європі та США стали формою культурної дипломатії, спрямованої на підтримку іміджу України як держави, що бореться не лише за територію, а й за цінності демократичного цивілізованого світу. Таким чином шоу-бізнес перетворився на елемент публічної дипломатії, що поєднує мистецтво, комунікацію та громадянську відповідальність.

У сучасних умовах війни український шоу-бізнес зазнав глибоких ідеологічних, структурних, аудіовізуальних та змістових змін. Його нинішній стан свідчить про перехід від традиційної розважальної функції до виконання важливої соціокультурної місії. Ключовими рисами цієї трансформації є утвердження української мови як провідного засобу творчого самовираження, переосмислення мистецької діяльності як прояву громадянської відповідальності, а також зростання ролі цифрових медіа, які стали основним простором комунікації між митцем і суспільством. [11]

Одночасно формується нове покоління виконавців, зорієнтованих на утвердження гуманістичних і національних цінностей, що свідчить про становлення якісно іншої культурної парадигми.

Таким чином, український шоу-бізнес поступово перетворюється на важливий елемент духовного опору та засіб консолідації суспільства. Його діяльність сприяє збереженню історичної пам'яті, підтримці моральної стійкості громадян і формуванню позитивного міжнародного іміджу держави. У сучасному контексті він виконує роль культурного медіатора між внутрішньою єдністю нації та її

зовнішнім визнанням, утверджуючись як потужний інструмент культурної дипломатії України.[6]

Список використаної літератури

1. Адаптація культури та креативних індустрій до умов війни. Стаття на сайті Український культурний фонд (UCF) (2023). URL: <https://ucf.in.ua/en/news/08022023>
2. Ващенко Н.М. Особливості впливу російської пропаганди на українське суспільство в умовах гібридної агресії росії проти України. 2020. С. 72–77.
3. Гуменюк Т. Event як феномен сучасної культури: трансформація від історії до сучасності. 2023. С. 20–23.
4. Ковтун К. Український шоу-бізнес у час російсько-української війни: форми презентації артистичної діяльності. 2024. №4. С. 106–110.
5. Кушнір О., Біла Н., Мединська О., & Синоруб Г. Вербалізація емоцій в українських онлайн-медіа. 2024. С. 5–16.
6. Лизанчук В., & Білоус О. Медіа як каталізатор української національної ідентичності. Інтегровані комунікації, 2023. С. 21–28.
7. Павлушина Є. Музика на службі країни: як зірки шоу-бізнесу допомагають Україні. 2025. URL: <https://times.zt.ua/muzyka-na-sluzhbi-krainy-iak-zirky-shou-biznesu-dopomahaiut-ukraini/>
8. Пахолок Л., Ростиславівна І., Дяченко Л. Сучасний стан і перспективи розвитку культурних та креативних індустрій в Україні. 2019. С. 123–125.
9. Освіта.уа. Сучасний стан і перспективи розвитку українського шоу-бізнесу. 2010.
10. Українське радіо. Шоу-бізнес буде абсолютно іншим після української перемоги. 2024. URL: <https://ukr.radio/news.html?newsID=105135>
11. Хлистун О. PR в шоу-бізнесі: актуальні напрями дослідження. 2022. №46. С. 41–45.
12. Чорна О. Попкультура і національна ідентичність: тенденції українського музичного простору. Вісник мистецтвознавства, №2(31), 2023. С. 25–36.
13. Impact of the information and communication sector on spatial development and post-war recovery of creative industries in Ukraine's economy. E-Forum, Vol. 13, No. 3 (2023). URL: <https://e-forum.com.ua/en/journals/tom-13-3-2023/vpliv-sektoru-informatsiyi-ta-komunikatsiyi-na-prostorovy-rozvitok-i-post-voyennu-vidbudovu-kreativnikh-industriy-v-ekonomitsi-ukrayini>

Анотація: Український шоу-бізнес у період війни став важливим чинником суспільної єдності та культурного опору. У

роботі проаналізовано діяльність вітчизняних артистів, продюсерів і медіа, що дозволило виявити основні тенденції трансформації індустрії, зокрема переорієнтацію на патріотичну тематику, активізацію волонтерських ініціатив та зростання ролі цифрових платформ у культурній комунікації.

Ключові слова: український шоу-бізнес, війна, культурна трансформація, національна ідентичність, медіакультура.

Ігор Павлюк,

кандидат філологічних наук, доктор наук із соціальних комунікацій, професор, провідний науковий співробітник Інституту літератури імені Т. Г. Шевченка НАН України, професор кафедри української преси, Львівський національний університет імені Івана Франка, письменник, Інститут літератури імені Т.Г.Шевченка НАН України, (м.Київ) Pihor@ukr.net

ПУБЛІЦИСТИКА І ХУДОЖНЯ ПРОЗА ВАСИЛЯ СИМОНЕНКА: ДИНАМІКА І ПРОБЛЕМИ ВЗАЄМОДІЇ

Постановка наукової проблеми та її значення. Проблема співвідношення публіцистики й художньої прози у творчості Василя Симоненка залишається малодослідженою у вітчизняному літературознавстві. Її наукова актуальність полягає у виявленні динаміки переходу від документально-публіцистичного мислення до художнього способу моделювання дійсності, що характеризує творчий метод письменників-шістдесятників. Аналіз взаємодії публіцистичного й прозового начал у творчості Симоненка дає змогу глибше зрозуміти формування українського гуманістичного світогляду другої половини ХХ ст. та його вплив на розвиток національної журналістики, літератури й суспільної думки.

Короткий аналіз досліджень проблеми. Творчість Василя Симоненка розглядалася в наукових працях О. Гончара, В. Стуса, Є. Сверстюка, В. Захарченка, які акцентували його поетичну і громадянську місію, однак аспект взаємодії публіцистики та прози вивчено фрагментарно. Деякі дослідники торкалися проблеми жанрового синтезу (М. Жулинський, Л. Новиченко, В. Дончик), проте системного аналізу художньо-публіцистичних механізмів у Симоненка не здійснено. У цій розвідці робиться спроба узагальнити попередні підходи та осмислити природу симоненківського «поетичного документалізму» як феномена міждискурсивної взаємодії.

Мета і завдання дослідження. Мета статті – визначити динаміку та характер взаємодії публіцистики й художньої прози у творчості Василя Симоненка, з'ясувати функціонування публіцистичних елементів у структурі його прозових текстів та їхню роль у формуванні авторської моделі світу.

Завдання дослідження. Окреслити ідейно-естетичні передумови поєднання публіцистичного й художнього дискурсів у літературі 1960-х рр; Проаналізувати мовно-стильові особливості публіцистики та прози Симоненка; Визначити тематичні, жанрові й світоглядні точки перетину його поетичного, прозового й публіцистичного мислення; Обґрунтувати роль художньо-публіцистичного синтезу у формуванні громадянського образу митця.

Виклад основного матеріалу та обґрунтування результатів. Серед знакових письменників української літератури другої половини ХХ століття Василь Симоненко – «витязь молодії української поезії» (за визначенням Олеся Гончара), «найбільший шістдесятник із шістдесятників» – сказав про нього Василь Стус; «поетом з горніх Шевченкових долин» назвав його відомий письменник-дисидент Василь Захарченко, а есеїст-дисидент Євген Сверстюк зараховував Василя Симоненка до тих людей, чиї біографії треба вивчати як частину історії України. Український поет і журналіст, учасник українського руху опору Василь Степанович Симоненко (8 січня 1935, с. Біївці, Лубенський р-н, Полтавська обл. – 13 грудня 1963, Черкаси) справді встиг потужно реалізуватися в духовній сфері України за своє фізично коротке (28-річне) земне буття. Його короткий динамічний життєтекст (творча біографія) і виразний людино- та націоцентричний текст органічно єдині, він (за Іваном Франком) – «цілий чоловік», хоча й (за Олександром Довженком) – «син свого часу», що і викликає довіру до його віршів, новел, казок для дорослих, літературних і театральних рецензій, кореспонденцій, публіцистичних виступів, адже «художньо-публіцистичний метод», притаманний майже всім шістдесятникам, найяскравіше виражений саме у творчості Василя Симоненка, про що сказав один із «батьків» поетів покоління Василя Симоненка Максим Рильський, розмірковуючи про сутність публіцистики і власне художньої літератури: «По суті – це одна професія, і хороший журналіст, разом з тим і хороший письменник, а талановитий і розумний письменник завжди знайде належний тон, належну манеру для публіцистичного виступу...» [6]. Сказано ніби про творчість Василя Степановича Симоненка.

Декларативної поезії (не плутати із віршованою публіцистикою), подібної змістом до пропандистськи-пафосних газетних статей-передовиць, було багато в українському культурно-інформаційному просторі 1960-х років. Хоча трапляються і по-справжньому поетичні

передовиці, новели, нариси, які з впевненістю можна назвати поезією в прозі, а публіцистику – поетичною. Це стосується і прозово-публіцистичного творчого доробку Василя Симоненка.

«А чого ж тоді наші поети не пишуть вірші про колгоспну осінь? Ну хоча б про наше село Глибочок? А то один вдарився в любов. Другий – читаєш, і дивуєшся: десь учора щось подібне читав. Та це ж передова газети! Тільки то проза, а це вірш. Ідейний вірш, нічого не скажеш, а в душі теплоти нема» [13], – це частина діалогу двох героїв симоненківського нарису. Один із них бухгалтер, якому й належать ці слова. Щодо літературознавчих критеріїв цієї поетичності літератури факту чи просто формально прозового тексту, то поезія як мистецтво слова (вища форма художньої мови, її ритмізоване самовираження, адже в ідеалі кожен вірш прагне стати піснею, навіть народною піснею) і мистецтво загалом не розв'язує реально практичних проблем людства чи окремої нації, але вона разом із релігією, наукою концентрує у красивій формі основні гуманістичні ідеали, устремління окремої людини та суспільства, уявлення про саму людину, суспільство, Універсум.

В. Симоненко «зіграв в українській літературі роль незвичайну, – хоча ні «пророком», ні «предтечею», тобто одинокою з'явою на літературному обрії, не був» [5, с. 75], хоча писав у своєму щоденнику: «Немає нічого страшнішого за необмежену владу в руках обмеженої людини. Голова колгоспу Єременкового села кричав на зборах від безсилля і люті: «Я вам зроблю новий 33-й рік!». Якби в наших вождів було більше глузду, ніж є, подібні крикуни милувалися б небом крізь ґрати (І6.Х.62)» [15, с. 72].

Із цих щоденникових записів загалом зрозуміло, що хвилювало Симоненка-прозаїка, яким був внутрішній етично-естетичний лейтмотив його прозово-публіцистичної творчості у різних літературних формах: бити «зализаних і приручених», захищати, оспівувати таких, як дід Опанас Кроква (оповідання «Весілля Опанаса Крокви») [8, с. 298–300], дівчина Ольга та юнак Андрій (новела «Вино з троянд») [8, с. 286–290], хлопці-нафтовики (з репортажу «Хлопці люблять тількини») ¹, інтелігенти фізичної праці – один з колективів шахтарів (нарис «Розправляють крила орлята») [12] та подібних героїв симоненківського часу, багатих душею і розумом «вихідців із народу».

Об'єктом побутової критики В.Симоненка ставали не лише бюрократи, спекулянти, але й «братці» по перу: журналісти, письменники, як-от його реакція на «Автобіографію» Євгена Євтушенка, опубліковану російським поетом у французькому журналі «Експрес»: «Хтозна чого більше тут – політичної безвідповідальності чи обивательської манірності. Мене особисто найдужче вразила фраза,

¹ Симоненко В. Хлопці люблять тількини // Робітнича газета. 1963. 26 трав.,

яку Євтушенко наводив у своїй промові на своє ж таки виправдання: «І якщо можна дякувати війні, я дякую їй за те, що вона відкрила для мене значення великого слова Батьківщина і дала можливість збагнути, що я – росіянин». Дякувати війні – це або параліч душі або манірність, що межує з ідіотизмом» [9], – резюмує В. Симоненко, в чому теж є своя поезія дії, факту, ідеї (тобто публіцистика), якщо розуміти поезію (за Гегелем) – як творчість, бунт, виклик, а не лише як філологічно вправні вербальні конструкції.

Образ, навіть ритм, як атрибути художності публіцистичних текстів письменника присутні і в його прозі, що загалом не піддається механічній обробці, як загалом гармонія в гуманітарній сфері не піддається алгебраїчному аналізу, хоча: а) «Дні йдуть і йдуть один за одним, як брикет стрічного конвеєра» [12]. Поетичне порівняння; б) «Є люди – справжні інтелігенти фізичної праці» [12]. Оксюморон; в) «...назад тільки раки лазять» [12]. Використання фольклорних елементів.

Навіть саме зізнання автора: «Хай друзі-брикети пробачать, що слова його звичайні, зате ж вони щирі, бо йдуть від усього серця» [12], – свідчить, що нарис поетичний.

Або: г) «Кріль так і дивиться, щоб таке з'їсти, аби ноги простягнути» [13]. Метафора, гумористичність; д) «взявся за гуж, не говори, що не дуж» [13]. Застосування фольклорних елементів; е) «наша доба страшна для плаксунів; для борців вона прекрасна» [7]. Поетичне протиставлення; є) «Рикошетом доводилось чути» [11]. Метафора.

Це кілька поетизованих прикладів симоненківської публіцистики, публіцистичності текстів інших жанрів, його майстерність будувати діалоги, передаючи спонтанність людського мовлення, транслювання словом емоцій, у чому теж є поезія (грец. ποιησις – «творчість» від ποιέω – «роблю», «творю») – у талановитій простоті і жвавості, дещо наївній безпосередності вислову, вираження дії, оригінальності людської думки – тобто шекспірівських «заповідей» творення художнього тексту, як-от:

«– До речі, що таке демагог?

Ми презираємося між собою.

– Довелося мені якось в кабінеті керуючого трестом бути. Дивлюсь, в кутку телевізор стоїть. У нас в гуртожитку приймача немає, а тут, у службовому приміщенні телевізор. Натякнув я керуючому: «Може б, подарували б хлопцям?.. А він на мене зиркнув, почервонів і каже: «Хлопець ти молодий. А демагог. Дивись у мене...» [14].

Тут відсутній ритм, реально нема метафор. А поезія – є: як творення певного спектру вібрації Логосу, що, врешті, і є секретом магії таланту.

У наступному діалозі – простота (не спрощеність) і не вимушеність:

« – На якому морі служив, браток? – питається хлопча.

З недоречністю, що так не в'яжеться з його могутньою постаттю, він відповідає:

– Служив я на сухопутті, за тисячу кілометрів звідси. Гадав: доберуся до Кременчуцького моря – відведу душу. А тут... Хлопець невесело махнув рукою» [14].

Незважаючи на вміння будувати діалоги, Симоненко вважає, що «характер людини інколи більше розкривають речі, які оточують її, ніж короткі зустрічі, розмови за кухлем пива...» [12].

Погоджуючись із оцим твердженням, розділяємо й думку про те, що енергетично містко і художньо можна писати лише про органічне, широкодіапазонне, справжнє, адже «в калюжі глибоко не пірнеш, будь ти хоч японським шукачем перлів» (9. XI. 62) [4]. Підсумовуючи сказане про поетичність прози і навіть публіцистики Василя Симоненка, варто сказати, що насамперед вона виражена в авторських ремінісценціях, діалогах та монологіях дійових осіб, їх публічних виступах, думках уголос, використаннях народних пісень, приказок, інших фольклорних елементів, емоційне (інколи пафосне) звернення до друзів, побратимів, товаришів, ворогів та шкідників різних рівнів. Зафіксовані формозмісти вияву поетичності у прозових (за формою) та публіцистичних (за змістом) текстах письменника-громадянина свідчать, що у них присутня певна доля декларативності, ідейно-публіцистичного пафосу, загалом притаманних письменникам-шістдесятникам, «нотки» формалізму, штукарства, про що він сам, зазначав: «Реальною залишилася, як і була, загроза формалістичного недоумства в літературі. Бо хіба не формалізм, коли сотні писарчуків за наперед заготовленими схемами обсмоктують десяток-другий так званих вічних ідей: люби працю, поважай тата і маму, не дивись косо на сусідів. Формалізм починається там, де кінчається думка. (21.06.63)» [15].

Щодо поезії симоненківських новел, оповідань, маленької повісті «Огуда», яка була надрукована у сорок восьмому та сорок дев'ятому номерах журналу «Україна» за 1988 рік під рубрикою «Чиста криниця», то вона розшифровується через поетично-публіцистичне кредо самого їх автора: «Ми ж рятуємо всесвіт од сорому, / Од брехні, боягузтва й ганьби [8, с. 223], розшифрування якого в авторській новелі «Дума про діда»: «Що ж, пробачте йому (дідові – І.П.), графе Толстой і Антоне Чехов, не ображайтесь на нього могутній Франко і ніжна Лесю, не гнівайтесь, Олександрє Блок, Володимире Маяковський і Олександр Довженко. І ще й ще інші. А ті, хто бачив, як сам відривав від рота, оддавав останню зернину фронтові... ті, що бачили ще і мовчали або цвірінькали римами про кохання, нехай самі

підуть до його могили і попросять у нього пробачення...». Це поезія у прозі із публіцистичною аурою за ритмом, добрим пафосом соціального ангажування. Таємниця таланту, яка схована в таємниці любові (за Григором Тютюнником), а звідси вже – авторський хист словесною формулою передати душевні почуття-пориви ліричного героя, діапазонно окреслити цілісну картину дійсності у її динамічному розвитку, пошуку універсальної рівноваги. За сюжетом симоненківського героя – Діда Опанаса Крокву та бабу Орісю повісили фашисти, про що письменник пише: «Здивованими очима дивилися вони на врятованих ними людей і показували вслід карателям свої сині прикушені язики. Опанас Кроква зроду не мав дітей, а баба Оріся, що поєдналася з ним вірьовкою, ніколи не була його дружиною. Кажуть, у юності вони дуже кохалися і хотіли побратись, але батьки не дозволили...» [8, с. 299]. «Це оповідання не про фашистських катів... це легенда про велику любов, яка вже на смертельному одрі зачала життя» [1, с. 140]. Тобто це – поезія, – якщо розуміти поезію ширше, глибше, ніж формально: «словесну художню творчість; вірші, ритмічну мову» [2, с. 213]. Вищенаведені два уривки з прози Василя Симоненка. І хоча загалом поезія не піддається літературознавчому аналітичному інструментарію (іноді скрупульозний аналіз убиває невидимий, тонкоприсутній поетичний флер), все ж спробуємо делікатно продемонструвати кілька елементів саме поетичної образності з художньої прози письменника за прикладом виявлення образних матриць із публіцистичного матеріалу Василя Симоненка: а) «Кленучи себе за м'яку вдачу, я все-таки розгорнув жовтий рукопис і мляво занурився в читання» [10, с. 8]. Метафоричність; б) «Тільки тоді, коли тиша стала схожа на мінування динаміту, я люто спитав...» [2, с. 21]. Поетичне порівняння, епітет; в) «а йому ж хотілося випити хоч краплю кохання» [8, с. 289]. Метафора; г) «хто раннього ранку знайде незаплакану квітку, той буде щасливим...» [8, с. 288–289]. Фраза – поезія; д) «У сні в неї з очей росли фіолетові квіти» [8, с. 318]. Метафора; е) «Засумувала під перехресним вогнем дівочих зіниць» [8, с. 321]. Метафора.

З цих уривків загалом поетичного текстового полотна видно, що у Василя Симоненка є образи свіжі-оригінальні (б, г, д, е), є банальні: (а, в). Щоправда банальними деякі мовні конструкції здаються тому, що вирвані з контексту.

Поетичні образи, тропи письменника присутні насамперед у його новелах. Це закономірно, бо новела як «невеликий розповідний художній прозовий твір про незвичайну життєву подію» [2, с. 213] уже сама собою передбачає поетичну емоційність, наснаженість. Загалом же у всіх своїх тринадцяти невеликих новелах і в «маленькій повісті» «Огуда» Василь Симоненко зостається поетом, значного громадського звучання, у контексті якого й мова про його динамічну, «динамітну»

(«в грудях моїх намучених / Вибухає аж сто мегатон») публіцистичність. Він, за формулою Івана Франка, мав природний дар і в прозі «думати образами замість абстрактних понять, бачити і малювати пластичні і барвні картини, в кожному слові дошукуватись на дні живої душі, крові і нервів людських...» [3, с. 130].

У текстах Василя Симоненка, як у кожного істинного письменника, без не можна закреслити жодної букви без порушення художньої конструкції, не можна переставити з місця на місце чи замінити іншим жодного слова. Хоча на стиль його мови у свій час піддавався серйозній критиці, як-от у виступі Михайла Кутинського в «Літературній Україні» за 14 грудня 1962 р. під назвою «Лист молодим», де зокрема зазначено: «Зміст (...) висловлювань набагато досконаліший за форму, думки цінніші, вишуканіші за мову». Не полемізуючи із критиком щодо окремих моментів стилю письменника, поетичності і технічної вправності його текстів, зазначимо лише, що творчість Василя Симоненка пройшла випробування часом, бо містить характеристики, які властиві кращим зразкам української класичної новелістики прози, репрезентованої такими іменами як Михайло Коцюбинський, Василь Стефаник, Архип Тесленко, Андрій Головка, Юрій Яновський та інші.

Висновки. Взаємодія публіцистики і художньої прози у творчості Василя Симоненка є одним із найвиразніших проявів поетики шістдесятництва. Симоненкова проза демонструє високий рівень поетизації факту, а його публіцистика – естетизацію думки. Синтез публіцистичного й художнього дозволяє авторові відтворити цілісний образ людини-творця, здатної до морального спротиву й духовного оновлення. Вивчення цього синтезу має значення для розуміння еволюції української прози 1960-х рр., а також для теорії жанру й історії української журналістики. Дослідження підтверджує, що для Симоненка характерне поєднання слова як дії й слова як мистецтва – поезії у прозі та публіцистики у поезії, що становить універсальну ознаку його художнього методу.

Список використаної літератури

1. Білан М. Відкриваючи духовні острови // Жовтень. 1966. №4.
2. Гринчишин Д. Г. Короткий тлумачний словник української мови. К.: Радянський школа, 1988. С.213.
3. Здоровега В. У майстерні публіциста: Проблеми теорії психології публіцистичної майстерності. Львів : Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 1969.
4. Кутинський М. Лист молодим // Літературна Україна. 1962. 14 груд.

5. Никанорова О. Поезії одвічна висота. К.: Радянський письменник, 1986.
6. Рильський М.Т. Слово про друга // Літературна газета. 1960. 13 груд.
7. Симоненко В. Короткі інтерв'ю // Літературна Україна. 1962. 16 жовт.
8. Симоненко В. Лебеді материнства. К.: Молодь, 1981.
9. Симоненко В. Народ найвищий суддя // Черкаська правда. 1963. 11 квіт.
10. Симоненко В. Огуда // Україна. 1988. № 48.
11. Симоненко В. Праця найкращий вихователь // Черкаська правда. 1958. 28 лист.
12. Симоненко В. Розправляють крила орлята // Черкаська правда. 1959. 10 квіт.
14. Симоненко В. Тальківські зустрічі // Черкаська правда. 1962. 24 лют.
15. Симоненко В. Хлопці люблять тількини // Робітнича газета. 1963. 26 трав.
16. Симоненко В.А. Окрайці думок // Дніпро. 1986. № 6.

Анотація. У дослідженні проаналізована взаємодія між публіцистичним і художньо-прозовим дискурсами в творчості Василя Симоненка в контексті формування його літературної позиції. Автор висвітлює динаміку переходу від публіцистично зорієнтованих текстів до прозового художнього слова як осмислення соціально-ідеологічних викликів середини ХХ століття. Розглядається, як поет у своїй прозаїчній формі інкорпорує риси публіцистики – фактологічність, оціночність, громадянську ангажованість – та водночас трансформує їх у художній наратив з естетичною домінантою. У роботі виділено низку проблем взаємодії: жанрових (чи може публіцистика бути художньою прозою й навпаки), методологічних (які прийоми визначають межі публіцистики й художньої прози), та соціально-контекстуальних (вплив цензури, ідеологічного тиску, історичного часу).

Ключові слова: Василь Симоненко; публіцистика; художня проза; шістдесятництво; жанровий синтез; поетика; документалізм; громадянська позиція; художньо-публіцистичний дискурс; стильова взаємодія; естетика слова.

Марія Павлюх,

кандидат наук із соціальних комунікацій, докторантка кафедри
політології та публічного управління
Волинський національний університет імені Лесі Українки,
(м. Львів), maria.v.pavliukh@lpnu.ua

ЗАРОДЖЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ ЖІНОЧОЇ ПРЕСИ У СХІДНІЙ ГАЛИЧИНІ (1853 – 1939). ПРИЧИНИ, ІСТОРІЯ ТА УМОВИ ВИНИКНЕННЯ

На початку ХХ століття розвиток української преси на західноукраїнських землях йшов прискореними темпами. Преса, яка з'явилася і розвивалася до І світової війни у Східній Галичині відображала симпатії прогресивної патріотичної інтелігенції, яка долучилася до визвольних змагань. Причини та умови виникнення преси (жіночої преси), пов'язані не тільки із визвольними змаганнями українського народу, а й також із поширенням ідеї емансипації. Емансипація домагалася рівноправності жінок і чоловіків у політичних, економічних правах, а також у праві отримання освіти жінками. Поряд з тим, стверджувати, що жіноча преса як повноцінна група формувалася тільки під впливом емансипації не можна, оскільки її формування на українських землях мало глибші причини і свою, неподібну до інших жіночих рухів, історію.

Постановка наукової проблеми та її значення. Вивчення жіночої преси, яка розвивалася у Східній Галичині під впливом ідей емансипації в II половині ХІХ століття дуже важливе сьогодні, оскільки гендерна політика є вагомою у питаннях державотворення. Українська жіноча преса має свої особливості розвитку та причини виникнення, оскільки ця група преси на західноукраїнських землях була одночасно питанням емансипації та питанням національного визволення українського народу від чужого гніту. Український жіночий рух мав свої особливі моменти, відмінні від європейських жіночих рухів, які розвивалися із українським в паралельній площині.

Короткий аналіз досліджень цієї проблеми. Маємо сьогодні кілька монографій та статей, які досліджують ці питання. Зокрема, це статті Валентини Передирій та украдений нею анотований каталог, статті Івана Монолатія про західноукраїнську жіночу пресу, монографія Степан Костя про західноукраїнську пресу як загальне явище, в якій жіноча преса є різновидом визвольної періодики II половини ХІХ – II половини ХХ століть. Важливими теж є дослідження жіночого руху М. Богачевської-Хом'як, статті В. Передирій про окремі жіночі видання, бібліографічні праці М. Мартинюка, статті І. Монолатія про коломийський часопис «Жіноча

доля», статті, присвячені вивченні біографій жінок-журналісток і діячок жіночого руху (О. Чума, В. Передирій), монографія А. Животка «Історія української преси» та ін. Окремий аспект дослідження становлять праці про жіночий рух та Союз українок як найбільшої і впливової організації Галичини.

Мета і завдання розвідки. Метою розвідки є дослідження причин та особливостей розвитку української жіночої періодики у Східній Галичині у II половині XIX – II половині XX століть. Головними завданнями, які стоять перед нами, це: з'ясувати причини, умови та особливості виникнення цього важливого для українського пресознавства, явища.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.

Власне, проблема жіночого рівноправ'я, яка була поставлена на початку жіночого руху на західноукраїнських землях, опісля відходить на другий план, а на перший план виходить пошук «національного ідеалу» (дружина-мати-патріотка) для жіноцтва. Жіноцтво активно включається у визвольні змагання. Причини виникнення і особливості жіночого руху в Галичині такі:

- українська жінка не відчувала такої дискримінації у суспільстві як європейська, навіть у Галичині, де сім'ї були патріархальними і головою сім'ї був батько;

- українська нація була поневоленою недержавною нацією; українка відчувала національне поневолення, тоді як європейські жінки жили у вільних державах;

- інтелігентні жінки прагнули долучитися до визвольного руху шляхом «просвітництва» і самоосвіти сільського жіноцтва, яке не могло отримати належну освіту і проводити націоналістичну пропаганду;

- в Галичині, як і в Польщі, наприклад, формувалося фахове журналістське середовище;

- преса відокремилася від літератури і сформувалася в окрему групу;

- розвиток преси був результатом спеціалізації і розгалуження преси за політичними вподобаннями, за типами і аудиторією;

- преса перетворилася у плацдарм політичної боротьби і пропаганди національної ідеї; з'явилася політична преса (політична жіноча преса).

Дослідник західноукраїнської преси С. Кость вважає, що: «український жіночий рух, який виник у другій половині минулого століття – це не стільки копія з аналогічних рухів у європейських державах, скільки початок відновлення історичного місця українки в суспільному житті, яке їй належало у минулому. У цьому полягає своєрідний історичний аспект дослідження. Розвиток цієї преси тісно

пов'язаний з діяльністю українського жіночого руху у тих конкретних суспільно-політичних умовах, у яких він існував.

На західноукраїнських землях жіночий рух не копіював сліпого досвіду жіноцтва в інших європейських державах. Європейські (західні, якщо брати ширше) феміністки боролися за рівні з чоловіком права у всіх сферах суспільного життя, а жіночий рух на західноукраїнських землях розвивався спільно із загальним політичним рухом усієї української громади. Українка не залишалася осторонь визвольних змагань у боротьбі державність» [2, с. 167].

Дослідники не виокремлювали жіночу періодику в окрему групу і сьогодні не маємо ґрунтовної праці про жіночу пресу, попри те, що список жіночих видань нараховує двадцять дві назви. Досі проблемою вивчення залишається класифікація та періодизація жіночої преси, а також питання:

- які саме видання вважати жіночими?
- чи альманахи Кобринської можна зараховувати до жіночих видань?
- які тенденції розвитку жіночої преси і які паралелі з іншомовною жіночою пресою (польською) на західноукраїнських землях?

Окремою проблемою у вивченні жіночої преси залишаються конфіскації матеріалів жіночої преси, тобто «білі плями» політичної жіночої журналістики.

«Виділення «жіночої преси» в окрему групу відбувалося шляхом публікації відповідних тематичних сторінок у громадсько-політичних газетах та створення нових спеціально призначених для жінок видань. Нові періодичні видання були недовготривалими, а тематичні сторінки для жінок друкувалися нерегулярно, відзначалися недбалим редагуванням, одноманітним змістом. Як повноцінна група періодика для жінок сформувалася усередині 20-х років ХХ століття», коли були створені видання, які своєю програмою привернули увагу широкого кола читачів» [3, с. 3].

Безперервний вихід випусків здійснювався на кошти і стараннями свідомої української інтелігенції Галичини та закордону. У ті роки помітно зріс професійний рівень видань, відбулася диференціація жіночої періодики з огляду на конкретну читацьку аудиторію, що сприяло популяризації і розповсюдженню видань. На розвиток періодики для жінок мали вплив складні політичні умови, в яких функціонувала галицька преса, її еволюція пов'язана з боротьбою жінки за свої громадсько-політичні права та процесом самовизначення нації [3, с. 3].

Першою причиною виникнення жіночого руху були західноєвропейські впливи і поширення ідеї емансипації в Галичині. В ХІХ столітті в Галичині починають поширюватися ідеї рівноправності,

жінки ведуть боротьбу за освіту та працю. За кодексом громадської моралі жінки в Галичині обмежувалися колом сім'ї та домашнього вогнища. Галичанка була позбавлена тих можливостей, якими користувалися жінки у Наддніпрянській Україні. Скажімо, літературознавець М. Деркач наголошує на тому факті, що Леся Українка, переїжджаючи через Галичину вже в 90-х роках ХІХ століття «вжахнулася звичаїв галицького суспільства у відношенні до жінки» [1, с. 38].

Прийнятливий суспільний ставлення до жінки викликало незадоволення у багатьох жінок, особливо з інтелігентної верстви. Деякі з них почали відверто відстоювати свою позицію, спрямовану на рівноправність з чоловіками у суспільному та політичному житті. 1870 року жінки здобули можливість вступати до інститутів. Скасування кріпацтва в Україні привернуло увагу прогресивної молоді села. Поступово розгорнувся народницький рух, що покликав сотні інтелігентів на село. Пелагея Литвинова та Олена Пчілка збирали по селах фольклор, народні узори. До освітньої справи приєдналися: Христя Алчевська, Софія Русова.

В літературі з'являються жіночі імена: Марти Писаревської, яка здійснила переспів «Петраркиної пісні» та Олександри Псьол з поезією «Свячена вода»; Марії Маркович (Марко Вовчок), чії «Народні оповідання» зачаровували глибоким змістом; Ганни Барвінок (Олександра Білозерська-Куліш), Ольги Драгоманової-Косач (Олена Пчілка), Людмили Василевської (Дніпрова Чайка), Лесі Українки, Людмили Старицької [2, с. 168].

У Харкові працювало «Общество помощи высшему женскому образованию», до котрого згодом приєдналася «Стара громада». Пізніше, 1878 року у Києві, жінки організували «Жіночі курси», а 1884 року був заснований перший український жіночий гурток, який очолила О. Доброграєва. Метою цього київського гуртка стала безпосередня культурно-освітня робота серед народу. Члени гуртка навчали дітей шкільній науці, читали в гурті селян, вели розмови з дорослими, поширювали книги й часописи. Крім того, в Києві існував гурток, що мав політичне спрямування і підтримував погляди федераліста Д. Драгоманова, до якого приєдналися: О. Душинська, Л. Левицька, К. Милутина, О. Борсук [2, с. 168].

1900 року у Києві заснована «Жіноча громада», що займалася забезпеченням працею жінок, а також «Товариство працюючих жінок», активними діячками котрих були: М. Довнар-Запольська, О. Косач, О. Тесленко-Приходько, М. Болоконська. 1905 року в Полтаві створено «Спілку рівноправності жінок». Діячки висвітлювали наболілі теми жіночого питання на Східних землях видання: «Село», «Засів», «Рідний край», «Українська хата» [2, с. 168].

Жіночий рух охопив західноукраїнські землі, які перебували у складі Австро-Угорської імперії. Піонером жіночого руху стала громадська діячка і письменниця Наталя Кобринська. Вона заснувала в Станіславі «Товариство руських женщин» та видала перший жіночий альманах «Перший вінок» 1887 року. Як і на Східній Україні, галичанки добивалися прав на освіту. Жінки Галичини вислали петицію до віденського парламенту в справі допущення жінок до навчальних закладів. 1891 року організували в Стрию перше жіноче віче [3, с. 3].

1900 року постає низка жіночих товариств у Галичині та Буковині, найважливішими з яких були: «Клуб русинок» (1893), на Буковині – «Жіноча громада» (1906). Крім жіночих товариств із загальними завданнями поставали окремі товариства, що ставили собі за мету спеціальні завдання: 1906 року товариство «Труд» (кравецька робітна і школа для дівчат), «Товариство опіки над служницями». Коли 1900 року було допущено жінок до вищої освіти, студентки започаткували «Кружок українських дівчат» у Львові та Чернівцях; заініціювали видавництво журналу «Мета» з феміністичною програмою [3, с. 4].

1909 року двоє львівських товариств: «Клуб русинок» і «Кружок українських дівчат» об'єдналися в «Жіночу громаду», яка мала певні ступені організації з повними філіями та гуртками по селах. Організоване жіноцтво Галичини вело боротьбу за політичні права жінки. «Громада» та її філії скликали віча, вислали петиції, домагалися різних політичних та професійних прав. Деякі жінки брали участь у політичному житті: в соціал-демократичній партії була активною Д. Старосольська, М. Гоженко, а в радикальній – А. Павлик. В той період існували релігійні жіночі товариства [3, с. 4].

Під час війни 1914–1918 років і українських визвольних змагань організована жіноча діяльність була тісно пов'язана із актуальними соціально-суспільними потребами. Жіноцтво брало участь у санітарній допомозі, клуби були перетворені у шпиталі. Активність у цій праці належить дочці відомого поета Михайла Старицького – Людмилі Старицькій. Новим етапом поступу жінок у політичному житті та жіночого руху стала революція 1917 року. Відомо, що до Української Центральної Ради увійшло 14 жінок. Членами Уккрани в Станіславі стали дві жінки (однією з них була Н. Кобринська). У період між двома світовими війнами жіночий рух уже не мав таких сприятливих умов розвиватися. В СРСР було заборонено будь-які форми жіночих громадських чи харитативних організацій під егідою загальної рівності жінок з чоловіками [3, с. 5].

На західних землях найбільшою організацією став Союз українок, створений із «Жіночої громади» 1921 року, який був заборонений польською владою. 1938 року на базі колишнього Союзу

українок засновано політичну організацію «Дружина княгині Ольги» у Львові. Смерть замученої польською поліцією, Ольги Басараб створювала легенди для патріотичної молоді. В процесах проти ОУН часто на лаві обвинувачених були молоді українки. Після 1945 року тільки в еміграції змогли діяти жіночі організації, тому що всі українські землі опинилися під більшовицькою окупацією [3, с. 5].

Дослідник преси М. Возняк у своїй праці «Як дійшло до першого жіночого альманаху» розповідає про засновницю «Товариства руських женщин» і піонерку жіночого руху в Галичині: «У березні 1882 року у Снятині помер чоловік Наталі Кобринської. Батько її, Іван Озаркевич, познайомив дочку з Терлецьким, який намовив її писати. Під псевдонімом Анни Струтинської перечитував Терлецький оповідання Кобринської «Задля кусника хліба», яке мало шалений успіх» [1, с. 38].

Н. Кобринська саме у Відні перехоплює інтерес до жіночого питання. Н. Кобринська почала листуватися з І. Франком, який теж цікавився жіночим рухом. Доказом росту національної сили, – Іван Франко, – назвав групу жінок у нашому письменстві. Франко тоді працював у «Зорі Галицькій» [4, с. 197]. Власне, як журналіст цієї газети, він вперше зустрівся з Н. Кобринською в Коломиї, де вона висловилася перед ним з ідеєю заразити жіноче товариство літературними цілями, метою яких було б приступити до видавництва літературно-наукового часопису із широким трактуванням жіночого питання. Гадка Н. Кобринської сподобалася І. Окуневському, який про це писав у листі до О. Кониського. О. Кониський для майбутнього видання зібрав трохи грошей. Він порадив «Товариству» вибрати за орган «Зорю», бо там тоді працював Франко [4, с. 197].

Статут нового товариства був надрукований не в «Зорі», а в «Ділі», передовиці «Перед збором руського жіночого товариства в Станіславі». Н. Кобринська перша на західних землях висунула ідею жіночого часопису. На жаль, через матеріальні проблеми світ не побачив цей часопис [4, с.197]. Зараз постають кілька важливих запитань: чи можна альманахи Н. Кобринської вважати періодикою, адже альманахи – видання неперіодичні, і друге – чому ці альманахи вважаємо передвісниками справжньої української преси для жінок, коли у Львові С. Шехович видавав журнали: «Ладу» (1853) та «Русалку» (1868) задовго до цих альманахів Кобринської.

Пожвавлення альманахової літератури в Галичині пояснювалося австрійським законом, за яким кожне періодичне видання піддавалося подвійній цензурі: поліції та прокуратурі. А видання неперіодичне, понад п'яти сторінок цензурі не піддавалося. Але цей закон не дає чіткого пояснення: чому деякі науковці зараховують жіночі альманахи до періодики, бо альманахи явище літературне, а не журналістське. Альманахи відіграли важливу роль у Галичині: вони

замінювали журнали, заповнювали прогалину у літературно-мистецькому процесі. Саме з жіночих альманахів Н. Кобринської розпочинається історія жіночої преси на західноукраїнських землях.

Альманахова традиція існувала у період становлення жіночої преси значно пізніше і нагадувала в багатьох аспектах традиції, закладені Н. Кобринською. Альманахова жіноча література була першим етапом формування західноукраїнської жіночої періодики, з якої пізня жіноча періодика почерпнула жанри, побудову статей, проблеми і теми, що обговорювалися на шпальтах жіночих видань.

Висновки. Західноукраїнська жіноча періодика формувалася як окремий вид преси – часописів, присвячених жінкам, жіночому питанню, боротьбі жінок за освіту, політичні та економічні права. Жіноче питання було одним із важливих соціальних питань ХІХ століття, яке знайшло своє розв'язання у діяльності жіночих організаціях та жіночій періодиці. Під впливом жіночого руху, з'являється особливий вид преси, адресований тільки жінкам. Жіночий рух в Україні мав свої національні особливості. Народившись під впливом західноєвропейських ідей емансипації, жіночий рух в Україні розвивався за окремими правилами, формами.

Жіноча періодика як окрема група часописів формувалася із загальних традицій альманахової жіночої літератури. Загальна характеристика жіночої альманахової літератури у аналізі процесів формування жіночої преси займає важливе місце. Жіноча альманахова література заклала форми, жанри, побудову жанрових моделей і статей жіночої періодики. Альманахи Н. Кобринської, попри значну літературну частину містили низку ознак періодичного видання: м'яку обкладинку, публіцистичні статті, передові статті видавця, некрологи, нариси. Жіноча альманахова література сформувала головні теми, напрями, дискусії, розвинула ідею жіночого питання – ролі української жінки у суспільстві, політичному і громадському житті.

Жіноча альманахова література як початковий етап розвитку жіночої періодики у Галичині сформувала нове бачення жінки, новий тип жінки – активної, освіченої, рівноправної з чоловіком, патріотки, інтелігентної жінки. Жіноча альманахова література як прототип жіночої періодики заклала традицію виходу альманахів-додатків до жіночих часописів. Жіноча альманахова література є літературним та журналістським явищем одночасно. Важливою проблемою у вивченні жіночої періодики як виду є проблема періодизації, класифікації, типології часописів, якісних підходів у виокремленні груп часописів жіночих організацій.

Список використаної літератури

1. Возняк М. Як дійшло до першого жіночого альманаху. Львів, 1908. С. 38 – 39.
2. Кость С. А. Нариси з історії західноукраїнської преси першої половини ХХ століття. Львів, 2002. С. 167 – 168.
3. Українські періодичні видання для жінок в Галичині (1853–1939 рр.) : Анотований каталог. Львів, 1996. С. 3 – 5.
4. Франко І. Альманах чи газета. Збірник творів: у 50 т. Т.28. Київ, 1984. С. 197.

Анотація. У статті подано головні причини виникнення явища «українська жіноча періодика» в контексті політичних та історичних подій, в яких перебувала Західна Галичина (1853 – 1939). З'ясовано передумови виникнення преси для жінок. Проаналізовано головні історичні умови, в яких перебувала українська жінка та віхи боротьби жінок за свої права. Проведено паралелі між розвитком «жіночого питання» та українського жіночого руху і жіночими рухами у Європі. Застосовано хронологічний виклад історичних подій і розвитку українського жіночого руху, жіночого питання та умов виникнення жіночої періодики як соціально важливого явища у тогочасному галицькому суспільстві.

Ключові слова: жіноче рівноправ'я, фемінізм, український жіночий рух, альманахова література.

Маргарита Панкєєва,

здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти,
Житомирський державний університет імені Івана Франка
(м. Житомир) margorank@gmail.com

Людмила Давидова,

кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри
журналістики, реклами та PR,
Житомирський державний університет імені Івана Франка
(м. Житомир) luddavidova@googlemail.com

МЕДІАПРОЄКТ «ЛІТЕРАТУРНА МОЛОДЬ ЖИТОМИРА»

Напевно, кожен може згадати та перелічити прізвища принаймні кількох класиків української літературної творчості, членів так званого літературного канону. В пам'яті спливають прізвища Шевченка, Франка, Нечуя-Левицького, Лесі Українки та всіх тих, про кого нам розповідали у школі, чиї вірші ми вчили напам'ять, чиї

обличчя бачимо на портретах у музеях, бібліотеках, університетах, чії річниці урочисто святкуємо, бо знаємо, який значний внесок вони зробили у розвиток нашої культури.

Проте поза межами цієї золотої верхівки письменників і поетів є чимало юних майстрів слова – аматорів, чия творчість не є широко визнаною у суспільстві. Вона формується і зростає, натхненна красою українського слова, у любові до рідної культури, міфології, історії, суспільства. У ній виявляються саме ті новітні, свіжі літературні віяння, переосмислення та індивідуальність, з яких зазвичай пізніше і виходять напрямки із приставкою «нео-» (неокласицизм, неомодернізм, неоромантизм тощо).

Актуальність роботи полягає у висвітленні малопопулярної серед дослідників та контент-мейкерів тематики ознайомлення аудиторії з сучасною аматорською творчістю студентів міста Житомира. Оскільки така творчість знаходить хоча і не дуже широку, якщо порівнювати з популярністю того ж Сергія Жадана чи Юрія Іздрика, проте прихильність серед підписників соціальних мереж авторів та відвідувачів культурних заходів, на яких зачитується власна поезія, ми вважаємо за необхідне популяризувати імена маловідомих, проте неодмінно талановитих і перспективних молодих митців-аматорів.

Відповідно суспільна проблема, яку розв'язує медіапроект «Літературна молодь Житомира», полягає саме в недостатній кількості уваги до сучасної молодіжної поезії та прози, а також незначній кількості матеріалу, створеного для ознайомлення та популяризації творчості молодих митців.

Об'єкт дослідження – відеоматеріали авторського міні-подкасту «Поговоримо?» з вкрапленнями інтерв'ю з творчою молоддю, що проживає у місті Житомирі, цікавиться написанням прози і поезії та веде активну соціальну та волонтерську діяльність.

Предметом дослідження є безпосередньо творчість (поезія та проза) авторів-аматорів, основні тенденції її розвитку, тематика, вплив війни та народження нової проблематики у віршах та прозових текстах. Крім того, розглядаємо деякі факти з життєвого і творчого шляху авторів, їхній внутрішній світ, переконання та ставлення до процесу творчості.

Метою медіапроекту «Літературна молодь Житомира», який реалізовано у формі міні-подкасту «Поговоримо?» й опубліковано на однойменному YouTube каналі, є висвітлення творчості молодих поетів-аматорів, студентів, активної молоді міста Житомира. У кожному окремому відео ми знайомимо з новою для нас персоною юного письменника чи письменниці, дізнаємось цікаві факти та історії з їхнього життя, досліджуємо, які глибинні мотиви та ідеї, почуття, настрої, переконання було закладено в їхні тексти, що їх надихає, що хвилює та дає сили йти далі. Крім того, вважаємо за необхідне

піднімати також тему війни, її болісний вплив та, звичайно ж, те, яке відображення цей нелегкий час знаходить у літературному продукті кожного юного митця.

Медіапроект допомагає прослідкувати сучасні літературні тенденції, познайомитись із новими іменами у творчій сфері нашого міста, подає цікавий та корисний відеоматеріал для домашнього перегляду, щирий та наблизений до глядача. Наразі медіапроект «Літературна молодь Житомира» містить п'ять відео хронометражем до десяти-п'ятнадцяти хвилин. Наукова новизна продукту є локальною, вперше здійснено аналіз творчості авторів-аматорів, мешканців міста Житомира.

Стосовно вибору платформ для розміщення і поширення подкасту, інноваційна цифрова освітня платформа LIFTA.SPACE визначає серед найбільш популярних і перспективних Тік Ток, YouTube та Instagram [1]. Нами було обрано саме YouTube, серед переваг якого: більше 2,3 мільярда охоплення аудиторії [1], доступність у використанні та оптимальні параметри (тривалість відео 10–16 хвилин, горизонтальний формат, розважальний настрій контенту). Додатково проводиться розповсюдження інформації про подкаст «Поговоримо?» через особисті Instagram сторінки авторів, там же публікуються інші дотичні до проєкту відео, такі як, до прикладу, трейлер та короткі нарізки з випусків.

На нашу думку, обрана тема є актуальною, адже у світі соціальних мереж та технологій все більшої популярності набирають особиста аматорська творчість, культура самовираження, пряме спілкування з аудиторією та децентралізований, відділений від масштабних корпорацій та телеканалів інтернетпродукт, що створюється студентами власноруч, часто без професійного обладнання чи студій. Контенту для молодіжної аудиторії в Youtube та Instagram значну увагу приділяє К. Загородня, яка зазначає, що «у процесі створення контенту на подібних онлайн-сервісах автори використовують власні знання та навички, які отримали ... під час навчання в університеті» [3]. Це є так званим процесом перепосередництва, який А. Шурипа та С. Гончарук також називаються «спадкоємністю» [2].

Медіапроект «Літературна молодь Житомира» піднімає актуальну тему популяризації аматорської творчості молоді міста Житомира, а також прослідковує деякі закономірності творчого процесу, ідейної складової, проблематики та стильових трансформацій, форм, жанрів сучасної молодіжної літератури.

Список використаної літератури

1. Відео-маркетинг в соціальних мережах: TikTok vs YouTube vs Instagram. LIFTA.SPACE MEDIA. URL:

<https://media.lifta.space/ua/media/stock/videomarketing-v-socsetyah-tiktok-vs-youtube-vs-instagram/> (дата звернення: 15.12.2024)

2. Гончарук С., Шурипа А. Нові медіа та традиційні ЗМІ у комунікативному полі. *Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка*: Серія журналістика. 2019. Вип. 2. С. 59–66.

3. Загородня К. Д. Особливості контенту для молодіжної аудиторії в Youtube та Instagram. Національний авіаційний університет. Київ, 2020. 73 с.

Анотація. У роботі проаналізовано особливості створення медіапроекту «Літературна молодь Житомира», який знайомить із авторською поезією та прозою студентської молоді міста Житомира, розкриває секрети мотивації, особливості стилю, а також тенденції розвитку сучасної літературної творчості.

Ключові слова: творчість, поезія, проза, автор-аматор, Житомир, жанр, міні-подкаст, відео, аудиторія.

Світлана Петренко,
доктор філософії з журналістики,
доцент кафедри журналістики та нових медіа,
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
(м. Київ), s.petrenko@kubg.edu.ua

ПРАВДА ТА ПОСТПРАВДА В ЖУРНАЛІСТИЦІ В УМОВАХ ВИКЛИКІВ СУЧАСНОЇ ДОБИ: ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Загострення протистоянь, конфліктів і воєн у світі, що є очевидною характеристикою кінця першої–початку другої чверті XXI століття, визначеного як «ера постправди» [5], стрімке зростання концентрації постправди та дедалі вишуканіших маніпуляційних технологій у глобальному інформаційно-комунікаційному просторі спонукає до глибинного аналізу правди як соціальнокомунікаційної категорії та перегляду її місця та ролі у виконанні журналістикою своєї суспільної місії. При цьому варто зазначити, що в сучасному світі всі протистояння та війни – економічні, політичні, збройні та ін. – послуговуються (спричиняються, готуються, супроводжуються) війнами інформаційними й зокрема – інформаційно-психологічними як технологією впливу постправди на масову свідомість. Прикладом цього є російська агресія проти України, що задовго до збройного

вторгнення й окупації територій розпочалася з цілеспрямованої «окупації свідомості» населення відповідних регіонів.

Іншим аспектом проблеми є місце і роль журналістики в сфері медіа в умовах сучасних викликів – війни, глобальної цифровізації, новітніх технологій і викликаних ними трендів поступу людства. В епоху розвинуеного інтернету, соцмереж і так званого громадянського журналізму саме поняття «журналістика» стало розмитим. З'явився новий термін «постжурналістика», а звідси й проблема: як розрізнити справжню – правдиву – журналістику та постжурналістику, й яких суспільних наслідків слід очікувати? Яку місію виконує журналістика і на що спрямована постжурналістика? Г. Почепцов, розглядаючи постжурналістику як «новий тип інформаційного простору» [12], констатує, що «головною рисою постжурналістики є використання вільних чи квазівільних ЗМІ для позаінформаційних цілей», і звертає увагу на те, що «ера постжурналістики збігається з настанням ери постдемократії, бо вони тісно взаємопов'язані» [11]. Сутність поняття «постжурналістика» дослідила М. Чабаненко [15], основні тренди та конструкти постжурналістики – М. Бутиріна [2].

Проблему виживання журналістики в сучасних умовах окреслив Б. Потятиник. Він констатував, що в умовах постправди упродовж останнього десятиліття журналістика подає ознаки занепаду та потребує порятунку: «якщо говоримо про якісний її вимір, а не розважальні медіа і так звану жовту пресу, то їй [журналістиці – С.П.] загрожує вимирання – причому в усьому світі» [10]. Серед причин цього занепаду науковець називає дві найкритичніші – фінанси і технології, які мають вплив не лише на практичну журналістику, а й журналістську освіту, оскільки «в українській версії журналістської освіти простежується мало диференціації між промоційною діяльністю (на користь конкретного бізнесу, політичних партій чи державних структур) та незалежною журналістикою (хай і відносно незалежною)» [10]. Цим науковець підтверджує наявність третього аспекту проблеми – якості журналістської освіти в умовах викликів сучасної доби, доби постправди та постжурналістики.

Грунтовне осмислення проблеми постправди в її концептуальних і праксеологічних вимірах здійснив О. Висоцький [3]. Науковець доводить, що «постправа є інформаційною та політичною технологією, що діє через використання механізмів змішування істинного з хибним, емоціоналізації, політейнменту, популізму, когнітивних спотворень масової свідомості, актуалізації та об'єктивації бажань з метою забезпечення симпатій широкої аудиторії до її джерела, а також легітимації певного роду політики та її суб'єктів» [3, с. 128], а в суспільно-політичному просторі «постправа виступає як новий вид пропаганди, що виправдовує морально сумнівну політику

майбутніми вигодами її реалізації для більшості суспільства» [3, с. 132].

В. Лизанчук [7], розглядаючи терміни «правда» і «постправда» та розкриваючи особливості журналістики в умовах гібридної війни російського агресора проти України, наголошує на ключовому значенні «історично-гуманітарного й інформаційно-духовного просторів», визначаючи їх «надзвичайно важливим полем битви національно свідомих українців за свою автентичність, самобутність, національно-громадянську ідентичність» [7, с.323].

Отже, проблема розмивання правди постправдою, а журналістики – постжурналістикою наразі є гостро актуальною, ключовою в інформаційно-комунікаційному просторі, оскільки має відповідні суспільно-політичні наслідки та в умовах сучасних викликів набуває нових масштабів і вимірів.

Тож **метою** є загострення уваги до наукового дослідження проблеми правди в журналістиці в умовах воєнних і техногенних викликів як ключової проблеми суспільного розвитку та пошук шляхів її розв'язання. Відповідно, завданнями є окреслення проблеми в умовах сучасних викликів, виокремлення її головних аспектів і визначення перспективних шляхів розв'язання. При цьому зазначимо, що дослідження правди як соціальнокомунікаційної категорії здійснюється нами в парадигмі «правда – журналістика – суспільство» з акцентом на місце та роль категорії правди у виконанні журналістикою суспільної місії.

Ця розвідка є продовженням здійсненого нами комплексного дослідження правди як соціальнокомунікаційної категорії журналістики [8], застосовує відповідну науково-дослідницьку методологію й опирається на отримані науково обґрунтовані результати. Стрімкий перебіг подій локального та геополітичного масштабів, – а журналістика саме й функціонує на їхньому вістрі, – змушує до постійного аналізу отриманих наукових результатів, критичного їх перегляду, моніторингу, осмислення й оцінки процесів, що відбуваються в соціокомунікаційному просторі, актуальних трендів і трансформацій, а також – прогнозування суспільних наслідків і перспектив.

Досліджуючи правду як СК категорію журналістики, ми виділили **чотири головні складники проблеми правди**:

1) гносеологічний – **проблема пізнання правди** (розуміння первинної сутності правди як поняття і феномену, характеристик, ознак, властивостей);

2) онтологічно-аксіологічний – **проблема пошуку (встановлення) правди** в конкретних ситуаціях (втрата здатності розрізняти правду і неправду, обирати методи, засоби, критерії

верифікації за відсутності критеріїв правди та розмитості самого поняття, невизначеності категорійних властивостей-функцій);

3) соціальнокомунікаційний – **проблема донесення правди** суб'єктами масової комунікації суспільству (форми, методи, засоби, принципи тощо);

4) соціально-психологічний – **проблема сприйняття правди** (індивідом, соціальною групою, суспільством) **та соціальної рефлексії** [8, с. 87].

Гносеологічний аспект включає проблему пізнання правди, а саме – розуміння первинної сутності правди як феномену, її природи, метафізичних і фізичних характеристик, ознак, властивостей, що визначають правду як категорію. Розуміння правди як достовірного факту є обмеженим, оскільки опирається лише на одну її визначеність – це відповідність тому, що є, реально існує. Проте дослідження правди в історіографічному дискурсі виявило її значно ширшу трансцендентну природу [8, с. 94-108], а вивчення концепту правди в біблійному дискурсі підтвердило первинність та абсолютність онтологічно-аксіологічних визначеностей Правди² як феномену та категорії [8, с. 109-124].

Варто зазначити, що обрання Біблії як одного з ключових джерел дослідження, здійснюваного з позицій соціальнокомунікаційного підходу як методологічної основи, дозволило отримати несподівані результати в дослідженні категорії правди та сформувати первинну базу розуміння цього феномену і його категорійних визначеностей, а події, тренди, виклики сучасного інформаційно-комунікаційного простору вочевидь підтвердили їхню релевантність.

У результаті дослідження нами з'ясовано, що Правда:

а) є цілісним, непорушним, багатокомпонентним і багатовимірним трансцендентним феноменом, що *визначає справжність усього* (речей, відносин, явищ тощо) та спрямований на *гармонізацію суспільних відносин і всезагальне Добро*;

б) нерозривно пов'язана з Абсолютом як *Першоджерелом буття* – Богом-Творцем, Вищим Розумом, Верховним Комунікантом – і походить від Нього, а тому є *духовною категорією*, що *спрямована в соціум і є основою та гарантом Життя*³;

в) у своїй засадничій сутності – тверда, незмінна, непохитна, оскільки *стрижнем її є Істина* – духовний Закон, що має абсолютну причиново-наслідкову дію. Правдою можна знехтувати, проігнорувати, але неможливо змінити чи відмінити її дію:

² Тут і далі вживаємо з великої літери поняття Правда, Справедливість, Мудрість, Добро, Життя тощо у випадках, коли вони вказують на поняття і категорії вищого духовного рівня, рівня трансценденції.

³ Йдеться про вищий рівень природного духовно-фізичного Життя людини та людства, до якого людина покликана від початку створення, що не є тотожним фізичному існуванню, виживанню тощо.

найменший відступ від принципів Правди у близькій чи віддаленій перспективі невідворотно має відповідні негативні наслідки;

г) *тісно пов'язується з чистістю, чесністю, щирістю, відкритістю, вірністю*, що є її невід'ємними характеристиками й ознаками, а тому як категорія Добра *абсолютно не сумісна з лицемірством, лукавством, агресивністю, ворожістю, будь-яким відчуженням* (винятком є зло, з яким правда, як добро за своєю суттю, перебуває в антагонізмі);

д) *реальна, конкретна, чинна, виконує функції добротворення* та має відповідний *механізм дії*, що базується на абсолютному морально-духовному Законі та причиново-наслідкових закономірностях, що витікають із нього;

е) *нероздільно пов'язана зі справедливістю*, що є наслідком, результатом дії Правди: де Правда – там справедливість;

є) *діє з Мудрістю*: без Мудрості немає Правди, а тому не завдає болю і є «гіркою», «вбивчою» виключно для людської гордині й его;

ж) *перебуває в антагонізмі зі «своєю правдою» й її різновидами*, що пояснюється різними *природами* понять;

з) *протистойть будь-якій неправді*, виходячи з того, що найменша неправда – це зло, і з маленької неправди починається велика руйнація;

и) є *метакатегорією та метацінністю, базисом і стрижнем принципу правдоцентричності* як особистості, так і суспільства, його інституцій, і журналістики – зокрема.

Розв'язання гносеологічного складника проблеми правди пов'язується з необхідністю системного наукового пізнання у цій царині, спрямованого на розширення знань категорії правди – з одного боку, та з журналістською освітою – донесенням цих знань до майбутніх журналістів із метою формування їхньої правдоцентричної позиції та морального, суспільновідповідального вибору в процесі освітньо-професійної підготовки – з іншого. Ця лакуна наразі не заповнена ні в сфері соціальнокомунікаційного наукового знання, ні в сфері журналістської освіти. Першою спробою заповнити цю лакуну в науковій площині стало комплексне дисертаційно захищене дослідження «Правда як соціальнокомунікаційна категорія журналістики», а в площині журосвіти – навчальна дисципліна «Правда та постправда в журналістиці», що з 2023 року як обов'язкова компонента освітньої програми (ОП) «Журналістика» другого (магістерського) рівня вищої освіти, викладається в Київському столичному університеті імені Бориса Грінченка.

Проте це лише перші кроки, у той час як категорія Правди, – і на це вказують все нові й нові виклики сьогодення, – потребує більш глибокого осмислення з позицій соціальних і медіа комунікацій та журналістики, і, зважаючи на її суспільну значущість, –

міждисциплінарних наукових досліджень. На наше переконання, опанування категорією правди має бути базовою теоретично-практичною компонентою в обов'язковій програмі освітньо-професійної підготовки журналістів.

Натомість аналіз історіографічного дискурсу категорії правди у першій чверті нинішнього століття виявив тенденцію зменшення наукової уваги до вивчення правди як феномену, поняття та категорії та стрімкого збільшення досліджень постправди, фейків, різновидів брехні тощо, що є виплодами неправди та маніпуляційних технологій. Таким чином, предметом наукового вивчення стають наслідки, а не причини, у той час як лише знання первинної природи та сутнісних ознак і властивостей Правди дозволяє ефективно відрізнити її від будь-яких підробок, робить її мірилом у соціальнокомунікаційній взаємодії (СКВ).

Онтологічно-аксіологічний аспект включає **проблему пошуку (встановлення) правди** в конкретних ситуаціях. Ця проблема витікає з попередньої, адже відсутність усвідомленого розуміння правди як феномену й як категорії, сутнісних ознак, властивостей і критеріїв не дозволяє релевантно її встановлювати та призводить до втрати суб'єктом СКВ здатності розрізняти правду і неправду, обирати релевантні методи, засоби, критерії верифікації за відсутності чіткого розуміння таких критеріїв та розмитості самого поняття, невизначеності категорійних властивостей-функцій.

До онтологічних визначеностей Правди належать ті, що вказують на її існування як трансцендентного феномену, метафізичну природу й абсолютні властивості (пункти а, б, в вище поданого переліку). Онтологічні визначеності формують констатуючу функцію правди – «те, що є, реально існує». Встановлення правди на рівні очевидного, реально існуючого, фактологічно доказового лежить у площині верифікації та фактчекінгу. Ці методи є важливими, проте проблеми правди повністю не вирішують. Хоча **«фактчекінг – це вимушена «відповідь» на руйнацію правди постмодернізмом**, гостро актуалізовану в нинішню добу постправди» [8, с.195], все ж поряд із сильними сторонами і фактчекінг, і верифікація, мають ряд суттєвих обмежень і хиб, описаних у результатах дослідження [8, с. 189-196].

Аксіологічні визначеності Правди (а їх ми знаходимо практично в кожному вище поданому пункті) – це морально-ціннісні підвалини Правди як феномену, а, відповідно, – і категорії, які, як виявило дослідження, є абсолютними, гармонізуючими все, що реально існує, взаємодіє в просторі та часі. Вони є основою внутрішнього та зовнішнього миру та гармонії як окремої особистості, так і суспільства загалом. Аксіологічні властивості Правди формують її визначальні критерії, головний з яких – суспільне Добро. Саме ці аксіологічні

виміри складають систему абсолютних ціннісних критеріїв Правди та є її еталонним мірилом у соціальнокомунікаційній взаємодії. Тому вивчення й осмислення їх як засадничих, фундаментальних цінностей, що складають морально-ціннісний базис світовлаштування, пізнання духовних основ життя людини та суспільства в найширшому його розумінні, є надзвичайно важливим і на часі.

І тут важливою є роль науки – розширити знання цих морально-ціннісних основ Правди, як і роль журналістської освіти – донести ці знання до тих, хто оволодіває фахом журналіста, формуючи ціннісну, правдоцентричну позицію майбутніх професіоналів медіа. Адже роль і позиція особистості журналіста в сучасному медіапросторі є вельми значущою. Імена Гарета Джонса, Георгія Гонгадзе. Вікторії Рощиної говорять самі за себе. І викриття корупційних обходів і схем часто розпочинаються з журналістських розслідувань і супроводжуються суспільно відповідальною позицією журналістів. Наразі свідому, правдоцентричну позицію відповідальних українських медіа (їх ми відносимо до класу «свідомих медіа»), спостерігаємо навколо корупційного скандалу, пов'язаного з НАК «Енергоатом».

Варто зазначити, що онтологічно-аксіологічний аспект категорії Правди глибинно розкривається в біблійному дискурсі як «наука правди» і закладає підґрунтя для створення аксіологічних модулів програм освітньо-професійної підготовки журналістів. Враховуючи трирічний досвід викладання дисципліни «Правда та постправда в журналістиці», можемо стверджувати, що з допомогою біблійної аксіології ці модулі (та/або окремі освітні курси) дозволяють здобувачам глибше осягнути проблему правди через її первинні сутнісні властивості, сприяють формуванню ціннісного фундаменту професіоналів соціально відповідальної журналістики як правдоцентричних особистостей і свідомих, високоморальних членів суспільства. Повернення журналістики до осмислення засадничих ціннісних понять, і передусім – Правди, в умовах сучасних викликів є необхідним і сприятиме свідомому протистоянню маніпулятивним впливам та виконанню журналістикою своєї соціальної місії [8 с. 175].

Соціальнокомунікаційний аспект визначається як **проблема донесення правди суб'єктами масової комунікації суспільству**, є тісно пов'язаним із гносеологічним і онтологічно-аксіологічним аспектами проблеми Правди та виявляється у змісті, формах, методах, засобах і принципах комунікаційної взаємодії з аудиторією.

Виходячи з двох попередніх аспектів, можемо констатувати, що знання Правди як феномену, розуміння її визначеностей як категорії, усвідомлення її сутності на гносеологічному рівні, здатність виявляти та встановлювати правду на онтологічно-аксіологічному рівні, уміння обирати ефективні форми, методи, засоби її донесення на

соціальнокомунікаційному рівні є необхідними та достатніми умовами донесення правди суспільству та виконання журналістикою своєї соціальної місії. Ці аспекти проблеми взаємопов'язані, і без вирішення бодай одного з них досягти Правди в медіа неможливо. Здатність уміло обирати форми, методи та засоби донесення інформації на соціальнокомунікаційному рівні без знання й усвідомлення онтологічних та аксіологічних підвалин і принципів Правди приречена на суттєві хиби. За цим стоїть ризик постправди, несвідомих спотворень і маніпуляцій та відповідних суспільних наслідків, як правило – негативних.

У той час, коли через проблеми правди, окреслені вище, одні фахівці соціальних і медіа комунікацій не готові цьому протистояти через відсутність відповідних знань, інші – активно використовують технології постправди в маніпуляційних цілях. Тому концентрація постправди зростає. Не секрет, що чимало самих фахівців медіа стають жертвами, а то й «інструментами» творення постправди в руках маніпуляторів.

Соціально-психологічний аспект окреслює **проблему сприйняття правди** (індивідом, соціальною групою, суспільством) **та соціальної рефлексії**. В добу постправди ця проблема є особливо гострою. Постправда знаходить свою «підтримку» саме на цьому – соціально-психологічному – рівні. Цьому сприяє масова свідомість не лише посттоталітарного суспільства, яким є українське, а й суспільств країн вільної демократії, що засвідчує стрімке поширення постправди в світовому комунікаційному просторі та геополітиці.

Гостроту проблеми складає те, що в сучасному світі морально-ціннісний базис світопорядку руйнується, відбувається зсув від абсолютних засадничих морально-ціннісних основ – до релятивних, постмодерних і постпостмодерних. Толерантність до аморальності та зла має свої очевидні наслідки. Людство входить у віртуальну, формалізовану реальність, де перевагу мають алгоритми, а не цінності.

Проблема виживання журналістики є складником більш глобальної проблеми – виживання людства. Адже за проблемою постправди вилаштовується цілий ряд трендових причиново-наслідкових явищ, що в науковому середовищі вже отримали визначення «постдемократія», «постгуманізм», «постлюдина», «постлюдство» [4; 6; 9]. Ці тренди, що стали викликами сучасної доби, спричинені проривом новітніх технологій та прагненням людини «розширити межі власного існування як географічні чи екологічні, так і розумові», досягти «божественних якостей» за допомогою сучасних інфо-, нано-, біотехнологій [9, с. 95]. При цьому науковці зазначають, що негативні наслідки нестримного технологічного розвитку «можуть включати втрату культурної

спадщини, основоположних людських цінностей та зв'язку з природою... Особливо актуальним стає питання про вплив технологій на формування нових культурних норм і цінностей» [4, с. 210-211].

Наслідком технологічного прориву став стрімкий вихід на світову арену штучного інтелекту (ШІ), що проникає в усі сфери людського життя, і, завойовуючи позиції в журналістиці зокрема, несе як переваги, так і загрози. Вдосконалення технологій ШІ все менше залишає шансів для виявлення підробок у відео- й аудіо матеріалах, перетворює інтернет в «фабрику обману» [1]. І це є загрозливими викликами, на які ні журналістика, ні журналістська наука, ні освіта не можуть не реагувати.

Нові реалії вимагають нових підходів і рішень. З нашого погляду, шляхами розв'язання проблеми правди в соціальнокомунікаційному просторі мають бути наступні:

- залучення науковців соціогуманітарних напрямків знань, і зокрема – журналістики та соціальних комунікацій, до наукового дослідження проблеми правди, її онтологічно-аксіологічних сенсів;
- на основі отриманих результатів досліджень створення в межах обов'язкових компонент освітньо-професійних програм підготовки журналістів навчальних дисциплін та/або модулів з вивчення базисних визначеностей категорії правди та здобуття навичок встановлення її в реальній СКВ;
- закріплення знань та здобуття навичок встановлення правди під час журналістської практики, що передбачає співпрацю з якісними медіа як базами практики;
- залучення здобувачів до досліджень різних аспектів категорії правди та виконання практичних кейсів у межах бакалаврських і магістерських кваліфікаційних робіт;
- проведення чіткого розмежування між правдоцентричною журналістикою та постжурналістикою, а також журналістикою, рекламою та піаром як спеціалізаціями, які мають різну природу, мотивацію та цілепокладання.

При цьому варто усвідомлювати, що правдоцентричних журналістів неможливо випускати з «конвеєра», їх потрібно ретельно готувати: формувати високу свідомість і мотивацію, здатність аналізувати й осмислювати реальність, виходячи за межі стереотипного мислення та власних чи корпоративних інтересів, відстоювати правду, перебуваючи навіть поза більшістю і часто наодинці. Варто визнати, що, можливо, таких осіб не буде надто багато, але саме такі люди здатні доносити та відстоювати правду. І журналістська освіта має врахувати цей високий стандарт, віддавши йому перевагу над комерційним.

У **висновку** маємо зазначити, що вирішення проблеми правди є життєвоважливим не лише для журналістики, а й для всього

суспільства. І розв'язати її можливо лише усвідомленим об'єднанням зусиль журналістської науки, освіти та практики, зосередивши увагу на окреслених нижче актуальних питаннях.

1. Гносеологічний аспект: вивчення, пізнання Правди через первинне джерело, яким є Біблія; поглиблене дослідження «науки правди», викладеної в біблійному дискурсі; усвідомлене повернення до абсолютних, засадничих морально-ціннісних підвалин і критеріїв Правди; поглиблене наукове пізнання та міждисциплінарні дослідження категорії правди; введення вивчення категорії правди в освітньо-професійні програми підготовки журналістів як обов'язкової компоненти.

2. Онтологічно-аксіологічний аспект: формування високоморальної особистості журналіста на засадничих моральних законах і нормах, усвідомленої правдоцентричної позиції та здатності її відстоювати в професійній діяльності.

3. Соціальнокомунікаційний аспект: формування пулу «свідомих медіа», в діяльності яких правда є метакатегорією та метацінністю, а правдоцентричність – базовим принципом.

4. Соціально-психологічний аспект: вирішення проблеми сприйняття правди та рефлексії через якісне просвітництво, здійснюване «свідомими медіа», що спрямоване на руйнування стереотипів масової свідомості та розвиток критичного мислення.

Чим більше свідомих медіа та чим більшою є концентрація правдоцентричних журналістів – тим більший вплив на масову свідомість можна очікувати, а, відповідно, і прорив свідомості за межі масового мислення, від постправди – до Правди.

Отже, підсумовуючи, зазначимо, що вирішення проблеми правди в умовах сучасних викликів не є простим, оскільки передбачає необхідність усвідомленого вибору між двома кардинально різними напрямками – духовним, морально-ціннісним, що веде до пізнання й утвердження Правди і збереження природної людської ідентичності, та віртуальним, трансгуманістичним, що продукує постправду та перетворює людину в постлюдину, генеруючи постлюдство. Проте розв'язання проблеми Правди є можливим. І саме через дослідження правди з позицій соціальнокомунікаційного підходу, що має новизну, практичну та суспільну цінність і є перспективним напрямком в соціогуманітарній науковій царині.

Список використаної літератури

1. Баловсяк Н. Від мережі обміну знаннями до фабрики обману. Як штучний інтелект псує інтернет і чи реально його зупинити. *Детектор медіа*.

URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/38621/2025-11-13-vid->

merzhi-obminu-znannyamy-do-fabryky-obmanu-yak-shtuchnyy-intelekt-psuie-internet-i-chy-realno-yogo-zurynyty/ (дата звернення 13.11.2025).

2. Бутиріна, М. В. (2017). Основні тренди і конструкти постжурналістики. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Соціальні комунікації. №12. С. 9-13.

4. Горбатюк, А. Ю. Трансформація культурних парадигм: вплив ідей трансгуманістів і сучасних технологій на гуманізм. Культурологічний альманах. 2023. Вип. 4. С. 206–211. DOI <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2023.4.28> (дата звернення 02.11.2025).

5. Keyes Ralf. The Post-Truth Era. Dishonesty and Deception in Contemporary Life. New York: St. Martin's Press. 2004. 312 p. Retrieved from: https://hadinur1969.files.wordpress.com/2018/10/ralph-keyes-the-post-truth-era_-dishonesty-and-deception-in-contemporary-life-st-martin_s-press-2004.pdf (date of access: 09.06.2025).

6. Левченко Є. В. Постлюдина та постлюдство: особливості прояву. Гуманітарний вісник Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2015. Вип. 60. С.152–161. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpvgvzdia_2015_60_16 (дата звернення 12.10.2025).

7. Лизанчук В. Журналістська правда і постправда в контексті гібридної війни Російської Федерації проти України. Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика. 2019. Вип. 45. С. 323-334. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VLNU_Jur_2019_45_40 (дата звернення 22.05.2025).

8. Петренко С. І. Правда як соціальнокомунікаційна категорія журналістики : дис. ...докт. філософії : обі. Київ, 2020. 382 с. DOI: 10.13140/RG.2.2.25776.07688 (дата звернення 10.11.2025).

9. Потятиник Б., Чундак Т. Борис Потятиник: «Було б добре, якби університети доєдналися до руху порятунку журналістики #SaveJournalism». *Детектор media*. URL: <https://detector.media/community/article/174643/2020-02-11-borys-potyatynik-bulo-b-dobre-yakby-universytety-doiednalysya-do-rukhu-poryatunku-zhurnalistyky-savejournalism/> (дата звернення 04.11.2025).

10. Почепцов Г.. Постжурналістика: нові реалії XXI сторіччя. *Детектор Media: Media Sapiens*. 2013, червня 2. URL: http://ms.detector.media/ethics/manipulation/postzhurnalistika_novi_realii_khkhi_storichchya/ (дата звернення 22.10.2025).

11. Почепцов Г. Постжурналістика в сучасному світі. *Детектор Media: Media Sapiens*. 2013, червня 9. URL: https://ms.detector.media/ethics/manipulation/postzhurnalistika_v_suchasnomu_sviti/ (дата звернення 22.10.2025).

12. Почепцов Г.Г.. Сенси і війни: Україна і Росія в інформаційній і смисловій війнах. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія». 2016. 316 с.

13. Почепцов Г.Г. Сучасні інформаційні війни. (Вид. 3-тє, доповн. та переробл.). Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія». 2016. 504 с.

14. Чабаненко М. В. Постжурналістика : до питання розкриття сутності поняття. Світ соціальних комунікацій : науковий журнал. 2012. Вип. 5. С. 136–140.

Анотація. У статті порушено питання розв'язання проблема правди в журналістиці в умовах воєнних і техногенних викликів. Окреслено її головні аспекти – гносеологічний, онтологічно-аксіологічний, соціальнокомунікаційний і соціально-психологічний, визначено перспективні шляхи розв'язання. Дослідження правди як соціальнокомунікаційної категорії здійснено в парадигмі «правда – журналістика – суспільство» з акцентом на місце та роль категорії правди у виконанні журналістикою своєї суспільної місії.

Ключові слова: правда, постправда, журналістика, постжурналістика, виклики сучасної доби, журналістська освіта, соціальні комунікації.

Петро Слотюк,

кандидат історичних наук, доцент кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю, Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського
(м. Вінниця) universitetart@gmail.com

ДО ПРОБЛЕМИ ДЕМАСИФІКАЦІЇ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Постановка проблеми. Кінець ХХ – початок ХХІ століття став періодом радикальних змін у сфері масових комунікацій. Розвиток цифрових технологій, штучного інтелекту та соціальних мереж спричинив перегляд традиційних інструментів поширення інформації, що суттєво вплинуло і на її зміст. Тривалий час діяльність ЗМІ будувалася на моделі масового інформування (масового виробництва новин), а журналістика функціонувала як механізм поширення уніфікованих повідомлень розрахованих на широку аудиторію за класичною схемою визначеною як жанровою

специфікою журналістської творчості, так і методами роботи самих журналістів. Проте з технологічним ускладненням процесу комунікації, що спричинило перегляд соціальної функції журналістики та ролі журналіста в суспільстві, ситуація кардинально змінилася.

Аналіз наукових досліджень. Проблема деконструкції засобів масової комунікації у науковій літературі почала обговорюватись з кінця 1960-х–поч.1970рр. XX століття, коли з'явилися фундаментальні дослідження Р. Зайонка «Когнітивна теорія в соціальній психології» («Zayonc, R. «Cognitive Theory in Social Psychology», 1968), «Теорія когнітивного дисонансу» Л. Фестінгера (Festinger, L. «Theory of Cognitive Dissonance», 1962), «Третя хвиля» О. Тоффлера (Toffler, A. «The Third Wave», 1980), «Теорія інформаційного суспільства» Ф. Вебстера (Webster, F. «Theories of the Information Society», 1995).

Напочатку XXI ст. вийшли друком «Теорія масової комунікації» Д. Макквейла (McQuail, D. «Mass Communication Theory»), книга М. Кастеллса «Становлення мережевого суспільства» (Castells, M. «The Rise of the Network Society»), дослідження Дж. Арквілли і Д. Ронфельда «У таборі Афіни. Підготовка до конфлікту в інформаційну епоху» (Arquilla J., Ronfeldt D. «In Athena`s camp. Preparing for conflict in the information age»), а також їх монографія, що вийшла в українському перекладі під назвою «Мережі і мережеві війни. Майбутнє терору, злочинності і бойових дій» (2005).

Серед вітчизняних авторів, які досліджували цю проблему, варто відзначити публікації: В. Шкляра, М. Житарюка, Г. Почепцова, В. Різуна, В. Буряка та інших, де переосмислюються теорії масової комунікації з огляду на українські реалії.

Представляють інтерес роботи С. Безчотнікової, С. Вовканича, польського дослідника Т. Гобан-Класа «Медіа і масова комунікація» (Goban-Klas, T. «Media i komunikowanie masowe», 1999), які висловлюють свою точку зору в контексті змін, що відбуваються в сучасному медіапросторі.

Мета дослідження – проаналізувати теоретичні особливості трансформації сучасної журналістики як складової глобальної комунікативної системи та визначити її роль в процесі демасифікації засобів масової інформації.

Виклад основного матеріалу. З початком XXI століття епоха застосування традиційних інструментів поширення інформації розрахованої на масову аудиторію завершилася. Пояснюється це тим, що характер сучасного суспільства у продовж останніх десятиліть швидко змінювався і ЗМІ поступово втрачали притаманну тільки їм функцію поширення інформації (інформування), розрахованого на масову аудиторію, й активно опановували механізмами формування

громадської думки. Це змінило не тільки зміст, але й статус сучасної журналістики, перетворивши її на діалогічний інструмент уможливлення нових дискурсивних практик як у самій системі комунікації, так і у різних сферах життя суспільства. У цій ситуації журналістика втратила звичний для неї масовий характер і розпочала повільний рух у бік задоволення інформаційних потреб зацікавлених (цільових) аудиторій. Аудиторій з ознаками відповідного культурного досвіду і уявою про свою окремішність, яка не завжди співпадала з їх місцем в ієрархічній структурі соціальної стратифікації. Така ситуація примушувала журналістів відмовлятися від стандартних підходів у висвітленні подій (виробництві новин), стандартного мислення, звичних моделей поведінки в медіапросторі, усталених форм комунікації, етичних приписів, котрі не завжди носили універсальний характер, а відображали створену середовищами одну із форм корпоративної культури. Це спричинило фрагментацію інфопростору й вимагало застосування спеціалізованого підходу у підготовці та професійній діяльності журналістів. Варто відзначити, що останнім часом і в Україні медіасередовище почало трансформуватись, рухаючись у бік більшої відкритості, непередбачуваності, а інколи і безвідповідальності прикритої розмовами про свободу слова, доброчесність та об'єктивність. Досить часто такі трансформації не співпадали з практиками і досвідом тих професійних груп, які сформували модель сучасної української журналістики. Через це й з'явилася чимала кількість суб'єктів медіаринку, які активно поширюють різноманітну інформацію, формуючи контент, котрий не завжди відображає реальну картину подій і часто не відповідає компетенції її авторів. З іншого боку – докладається багато зусиль, не стільки за для зміцнення своїх позицій у вітчизняному інформаційному полі, формуючи прихильну аудиторію і залучаючи якомога більшу за чисельністю кількість підписників, скільки з метою входження у світове інформаційне поле, де популярність вибудовується на ексклюзивному доступі до інформації й умінню скористатися його перевагами. Особливо це стосується блогерів, онлайн-медіа, рівно як і радіо, телебачення, де «найбільш популярним жанром, – як стверджує С. Безчотнікова, – є новини», котрі часто стають «центром кристалізації теми..., точкою біфуркації, яка утворює новий персоналізований контент користувача»[1, с.271, 272]. Твердження цілком слушне, зважаючи на те, що цей «персоналізований» контент формує «персоналізовану» картину світу споживача інформації, його інформаційні потреби, інтереси та уподобання – усе те, що стає елементом свідомості, у якій зазвичай активізуються ментальні структури мови, як інструменту комунікації. Мова інструменталізуючись конструює форму та спосіб сприйняття світу і можливості його пізнаваності. Так виникають (зароджуються)

лінгвістичні феномени комунікації. Це перегукується з лінгвістикою, як окремим мовознавчим напрямом, насамперед тому, що тут «функціонування мови розглядається як різновид пізнавальної діяльності» [2] так само як і аналітичною філософією, яка стверджує, що «усі ідеї та методи людського досвіду, що були напрацьовані ще раніше, перебувають у тісному взаємозв'язку з мовою як осмисленням досвіду» [4]. Отже, персоналізація контенту, кристалізації якого сприяє новина, що стала точкою біфуркації, породжує так звану інформаційну вирву, у якій опиняється реципієнт і з якої досить часто самотійно вийти не може. Ця інформаційна прірва є своєрідною точкою неповернення (сингулярності), перехід за яку перетворює індивіда на залежного не тільки від звичної для нього інформації, але й програмує його свідомість смисловими значеннями закодованими мовою поширення та інтерпретації фактів. Найкраще це явище проглядається в системі сучасної авторитарної пропаганди, яка через агітацію перетворилася на механізм впливу, формування прихильності, а не пропагандою інтеграції в суспільне середовище, що означало б прийняття його цінностей і моделей поведінки [5, с.75].

Іншою проблемою є фрагментація інформаційного простору шляхом формування мережевої комунікації і мережевих засобів розповсюдження інформації. Фрагментація інформаційного простору – це дроблення (сегментація) інформаційного поля (в якому інформація народжується і циркулює) на окремі сегменти та групи, котрі досить часто між собою не пов'язані. Проблемою є й те, що все це відбувається на основі поширення суперечливих поглядів, позицій, думок, уявлень і відчуттів, які раніше широкому загалу доступними не були. Все це проявляється уже у тому, що люди по-різному реагують на одне і теж інформаційне повідомлення, новину і пояснюють її так, як вважають для себе найбільш прийнятним, зрозумілим і раціонально обґрунтованим. В сучасних умовах це прискорюється потужним розвитком засобів комунікації, що спричинили глибокий цивілізаційний зсув у свідомості і культурі, змінивши «образ особистості, її способи пізнання світу, комунікативну поведінку та навіть структуру внутрішнього психічного простору» [6, с88]. І хоча образ особистості переважно визначають обставини життя, в яких вона опинилася, однак і у цих обставинах проявляється її здатність до комунікації, котра у свою чергу залежить від психологічної реакції на сприйняття тебе іншими. Саме обставини життя примушують особистість формувати альтернативну інтерактивну інформаційну мережу, через яку емоційна енергія та енергія думки, виплеснута в інформаційний простір хімією тіла, шукає образ закодований текстом, мовою і зображенням, у якому все це відображається. Він і стає одиницею інформації – носієм імпліцитно проявленого смислу. Ось чому для виявлення смислового значення переданої інформації

виникає необхідність у мові та образах. Однак, коли смисли стають зрозумілими, зникає потреба як у словах, так і в образах (Лао-цзи). З'являється бажання живої комунікації в мережі уявлень, думок і реакцій. За таких умов народилося поняття мережевих засобів поширення інформації, рівно як і мережевої етики і правил, за якими функціонує увесь цей комунікативний і когнітивний механізм. Стандартні уявлення щодо характеру комунікації хоча й продовжують існувати, однак лише у сфері консервативного досвіду. Але й там вони конфліктують з новими уявленнями про успіх, справедливість, мораль і стереотипні моделі поведінки. Те ж саме стосується усталених інформаційних практик, що досить довго дозволяли пересічному громадянину відчувати себе відносно захищеним в полі інформаційних інтеракцій. Така ситуація тривалий час не примушувала заглиблюватись у їх зміст і шукати смисли, що залишалися закритими, невідрефлексованими. Це привело до викривленого розуміння ролі журналістики в суспільстві, що не могло бути інакшим в межах традиційного її сприйняття (на це у своїх публікаціях натякав і В. Шкляр). Тривала «стабільність» такої ситуації визначалася тим, що сам споживач, який нещодавно вийшов із посттоталітарного суспільства, був не готовим до такої рефлексії. Свою негативну роль зіграла й система освіти, яка здебільшого використовувала «конвеєрний» (масовий) метод поширення знань та інформації. Це пояснюється й тим, що традиційні і постмодерні суспільства, як і їх політичні та бізнесові еліти, завжди були налаштовані на масове споживання не тільки товарів та послуг, але й інформації. Її виробництво стандартизовувалося ідеологічними установками, корпоративними приписами, нормами моралі і уявленнями про цінності. У свою чергу така ситуація породила тенденцію до деінтелектуалізації середовищ, на які еліти впливали і з якими взаємодіяли. На цій основі формувалися форми та механізми впливу з метою створення якомога простішої (спрощеної) картини світу, де життя індивіда не виглядало б занадто складним, проблемним чи загрозливим. Аналізуючи семіотичну модель У. Єко М. Житарюк висловлюється про це так: «Очевидно, є підстави припускати, що раціонально сприймати світ можуть не всі. На це здатна лише обмежена група людей, що здебільшого належить до еліти суспільства. Решті потрібні спрощені моделі і міфи, які надають готові рецепти сприйняття, а відтак – і поведінки» [3, с.177]. У такій ситуації інформація, що розповсюджувалась через ЗМІ, примітивізувалася, а розуміння ваги і значущості її для індивіда нівелювалось. Через це смисли буття в просторі людського існування переставали бути актуальними як для тих, хто про це писав, розповідав чи показував, так і для тих, хто читав, слухав і за чим спостерігав. Пропагувався принцип життя в насолоді невідворотності.

Однак невідворотна «простота» в насолоді байдужості знецінювала її в загальному контексті існування, що вело до деінтелектуалізації особистості і середовищ, до яких вона належала чи з якими себе ідентифікувала. Деінтелектуалізація елітарних груп, від яких залежала діяльність суспільних інституцій, привела до їх закритості. У результаті деградувала основа природнього права – мораль. Втратили легітимне підґрунтя й авторитет правові інститути. Для маси їх діяльність перестала бути важливою. Нові знання, які вона і так не використовувала, але які циркулювали в інформаційному полі, замінили інформаційним сурогатом, у виробництво якого активно втрутився штучний інтелект (ШІ). Кардинально змінився й характер інформації. Вона стала фактором суспільної диференціації, не стільки за ознакою статусу, скільки за ознакою впливу. На це, свого часу, вказували О. Тоффлер, Д. Белл, І. Маккінлі, Л. Волвертон й особливо Дж. Арквілла, який стверджував, що інформація за цих умов здатна змінювати не тільки характер діяльності суспільних структур, в основі яких вона знаходиться, але й їх змінювати [7, с.5,7]. Тобто поширювана інформація втратила свій опортуністичний характер, перетворившись на структуроутворюючий механізм, коли процес її розповсюдження викликає дифузні зміни у свідомості громадян і міняє моделі їхньої поведінки. А раз так, то новина стає соціальним конструктором (С. Безчотніков), з допомогою якого суспільство самоорганізується. Однак цей механізм не може застосовуватись масово, насамперед через широкий доступ людей до джерел інформації і можливість бути активним учасником процесу комунікації. Достатньо того, що індивід презентує себе і свою думку на різних інформаційних платформах і в спосіб, який вибирає сам. Так розпочинається демасифікація засобів інформації, а журналістика стає інструментом задоволення інформаційних потреб як окремих індивідів, так і структурованих спільнот, до яких вони належать у тому числі й тих, що не мають формалізованого статусу. Лише потреба в комунікації формує їхні інформаційні інтереси і впливає на способи групового й індивідуального мислення. Їхні учасники перестають орієнтуватись на інформаційні кліше, кількість коментарів, лайків чи підписників, а здебільшого звертають увагу на смисловий зміст повідомлень, включених у глобальну комунікативну мережу, у якій траєкторію інтеракцій індивід вибирає сам. Так завершується епоха панування масових засобів комунікації і розпочинається фрагментація аудиторій, які самостійно формують контент і беруть участь у його просуванні. Про це пише й Д. Маквейл (McQuail, D.) у своїй книзі «Теорія масової комунікації» (Mass Communication Theory). Автор прямо стверджує, що сучасна аудиторія стає активною і руйнує односторонню модель комунікації [9, с. 129]. Це сприяє переходу від централізованих медіа до мережевої взаємодії

пов'язаних між собою учасників комунікаційного процесу [9, с.79]. Інтернет перетворюється на інфраструктуру мережевого суспільства, яка перетворює масову комунікацію на соціальний інститут [9, с.141], одночасно послаблюючи контроль традиційних медіа над інформаційними потоками, що сприяє персоналізації контенту, посиленню ролі алгоритмів у процесі виробництва та відбору новин і фрагментації аудиторії [9, с.429, 436]. Так медіа, з його точки зору, стають не тільки інтерактивними, фрагментованими, але й децентралізованими [8, с.147].

М. Кастеллс (Castells, M.) стверджує, що децентралізована мережа створює нову інформаційну логіку (informationalism) розвитку [8, с.19,77], яка породжує такий режим існування, де інформація стає базовою основою суспільства, в якому з'являється не тільки нове сприйняття часу, але й раніше невідомі форми соціальної диференціації (розшарування), для прикладу, такі як периферійність, що виникла внаслідок виходу із процесу комунікації [8, с.191]. Але «периферійні» для мережевого суспільства нікуди не зникають. Новий інформаційний порядок намагається розмити їхню ідентичність через що вони «стають більш агресивними, а їх мережі децентралізованими. Тепер комунікація відбувається «поза межами домінуючих мереж» особливо тоді, коли виштовхнуті на периферію опиняються в опозиції до влади[11.с.81].

І на завершення О. Тоффлер у своїй Третій хвилі (The Third Wave) пояснює: якщо в епоху Другої хвилі засоби масової інформації захоплювали все більшу і більшу владу, то в епоху Третьої хвилі відбулася їх демасифікація [10, с. 157]. Демасифіковані засоби масової інформації демасифікують і нашу свідомість [10, с. 158, 159], що веде до децентралізації інтелекту незважаючи на заборони та обмеження [10, с. 181,182]. Третя хвиля, яку представляє інформаційна цивілізація, розриває централізовану модель реальності (представлену механізмом прийняття рішень), притаманну індустріальній епосі, а інтелект («knowledge power») переміщується до мережі, де взаємодіють між собою активні споживачі інформації, – наголошує автор.

Висновки. Отже, можна ствердно констатувати, що разом з демасифікацією засобів масової комунікації завершилась і епоха масової (традиційної) журналістики. Журналістика стала інструментом формування, представлення і просування громадської думки як окремого соціального інституту. Фрагментація аудиторій, спричинена появою спеціалізованих медіа, перетворила журналіста із класичного поширювача інформації на «виробника» смислів, генератора ідей і публічного лідера. Це у свою чергу вимагає не тільки поглибленої спеціалізованої підготовки медійників, але й розширення їх компетенцій та обізнаності в сфері політики, бізнесу та культури,

поряд із формуванням у них навиків успішної комунікації в глобальному інформаційному просторі.

Список використаної літератури

1. Безчотнікова С. Трансформації новин в інтернет-медіа: когнітивно-семантичний аспект // Вісник Львівського університету. Серія журналістика. 2013. Вип. 37. С. 271–279.
2. Енциклопедія сучасної України. Режим доступу: <https://esu.com.ua/article-7457>
2. Житарюк М. Теорії та моделі масової інформації (Масова комунікація) : навч.-метод. посібник. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 244 с.
3. Стрикалюк Б. Аналітична філософія. Доступно за URL: <https://tureligious.com.ua/analitichna-filosofiya>
4. Почепцов Г. Пропаганда 2.0. Харків : Фоліо, 2018. 796 с.
5. Сіленко Е., Неденко К. Теоретичні підходи до дослідження психологічних особливостей життєдіяльності особистості в інформаційному просторі // Ментальне здоров'я. 2025. № 3. С. 86–92. URL: <https://journals.oneu.od.ua/index.php/mh/article/view/95/92>
6. Arquilla J., Ronfeldt D. In Athena's Camp: Preparing for Conflict in the Information Age. Santa Monica : RAND, 1997. 525p.
7. Castells M. The Rise of the Network Society: Economy, Society, and Culture. Oxford : Blackwell, 2009. 656p.
8. McQuail D. Mass Communication Theory. London : Sage, 2010. 632 p.
9. Toffler A. The Third Wave. New York : Bantam Books, 2000. 560p.
10. William R. Anderson, Jr. Manuel Castells and the decline of twentieth-century sociology/ The quarterly journal of sociology vol.3, no. 4. (Winter 2000) P.77-89. URL: https://cdn.mises.org/qjae3_4_4.pdf?utm_source=chatgpt.co

Анотація. У статті розглянута проблема демасифікації засобів масової інформації, роль соціальних мереж та їх вплив на подальший розвиток сучасних медіа. Метою дослідження є аналіз теоретичних особливостей трансформації сучасної журналістики, як складової глобальної комунікативної системи, та визначення її ролі у процесі демасифікації засобів масової інформації. Разом з демасифікацією засобів масової комунікації завершилась і епоха масової (традиційної) журналістики. Журналістика стала інструментом формування, представлення і просування громадської думки як окремого соціального інституту. Фрагментація аудиторій, спричинена появою спеціалізованих медіа,

перетворила журналіста із класичного поширювача інформації на «виробника» смислів, генератора ідей і публічного лідера.

Ключові слова: демасифікація, децентралізація, фрагментація, смисл, журналістика, громадська думка

Марія Соболь

студентка спеціальності С7 «Журналістика»,
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова
(м. Миколаїв), mariiasobol.ms@gmail.com

Оксана Філатова

доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри
журналістики, реклами та PR-технологій,
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова
(м. Миколаїв), filatovaokso7@gmail.com

**ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ТА ВЕЛИКІ ДАНІ В ЖУРНАЛІСТИЦІ:
ВІД ГЕНЕРАЦІЇ ТЕКСТІВ ДО ВЕРИФІКАЦІЇ ФЕЙКІВ**

Сучасна журналістика переживає етап глибокої технологічної трансформації, спричиненої впровадженням штучного інтелекту, алгоритмічних систем та технологій великих даних. Ці інновації змінюють саму природу журналістської діяльності, впливаючи на методи збору, обробки та поширення інформації. Алгоритми дедалі частіше беруть участь у процесах моніторингу новин, аналізу даних і навіть створення текстів, що зумовлює появу нового напрямку – обчислювальної журналістики (computational journalism). Вона поєднує технологічні інструменти з традиційними принципами журналістики, розширюючи межі професії та викликаючи водночас низку етичних і практичних питань.

Застосування штучного інтелекту у світових медіа демонструє потенціал автоматизації рутинних завдань і підвищення ефективності редакційної роботи. Водночас в українському контексті процес технологічної інтеграції відбувається повільніше через мовні бар'єри, обмежену кількість якісних україномовних датасетів та потребу адаптації алгоритмів до локального інформаційного середовища. У цих умовах важливим стає питання: як технологічні інструменти можуть посилити журналістику, не нівелюючи її гуманістичну місію – інформувати суспільство достовірно, етично та відповідально.

Особливої актуальності набуває тема використання великих даних (Big Data) у журналістських розслідуваннях, аналітиці та

фактчекінгу. Завдяки алгоритмічним системам журналісти отримують можливість виявляти приховані зв'язки, аналізувати масштабні масиви інформації та оперативно реагувати на дезінформаційні кампанії. Разом із тим постає проблема достовірності даних, прозорості алгоритмів і ризику втрати авторського контролю над змістом.

Мета дослідження полягає у вивченні трансформації журналістських практик під впливом штучного інтелекту, великих даних та алгоритмічних систем, а також у визначенні викликів і перспектив їх впровадження в українському медіасередовищі. Особлива увага приділяється аналізу того, як технологічні інновації змінюють структуру редакційної роботи, стандарти достовірності та роль журналіста в цифрову добу.

Штучний інтелект, великі дані та алгоритмічні системи радикально трансформують журналістські практики, автоматизуючи рутинні процеси та створюючи нові можливості для аналізу інформації. Ці технології змінюють усі етапи журналістського виробництва – від моніторингу подій та збору даних до створення контенту, його дистрибуції та аналізу ефективності. Феррер-Конілл та колеги [1] описують цю трансформацію як перехід до «computational journalism» – обчислювальної журналістики, де алгоритми стають невід'ємною частиною редакційного процесу. Дослідник підкреслює, що технологізація журналістики не просто оптимізує існуючі практики, а створює принципово нові форми збору, обробки та презентації інформації.

Автоматизоване створення новин через системи штучного інтелекту стало реальністю для провідних світових медіа. Досліджуючи сприйняття аудиторією текстів, створених алгоритмами, можна виявити, що читачі часто не можуть відрізнити автоматизовані матеріали від написаних людьми, особливо у стандартизованих жанрах. Associated Press використовує технологію Automated Insights для генерації тисяч звітів про фінансові результати компаній щокварталу, Washington Post застосовує бота Heliograf для висвітлення виборів та спортивних подій, Los Angeles Times використовує Quakebot для миттєвого повідомлення про землетруси на основі даних сейсмологічних служб.

Принцип роботи систем автоматизованого створення новин базується на технологіях natural language generation (NLG) – генерації природної мови. Дьорг та Шльотхауер [2] описують процес, коли структуровані дані трансформуються в читабельні тексти через попередньо створені шаблони та правила. Система отримує дані з надійного джерела, аналізує їх за певними параметрами, визначає найнеобхідніші елементи, обирає відповідний шаблон та генерує текст, дотримуючись граматичних правил і стилістичних норм.

Застосування ШІ в українській журналістиці залишається обмеженим через мовні бар'єри та недостатність якісних україномовних датасетів. Чепурко А. [3] аналізує перспективи впровадження автоматизації в українських медіа, констатує, що більшість NLG-систем орієнтовані на англійську мову та потребують значної адаптації для роботи з українською. Дослідниця відзначає експериментальні проекти кількох технологічних компаній із розробки україномовних генераторів текстів, проте масове впровадження стримується технологічною складністю та високою вартістю адаптації.

Big data відкрила нові можливості для журналістських розслідувань та аналітики. Наприклад, феномен data-driven journalism, де журналісти працюють із великими масивами інформації, застосовуючи статистичні методи, візуалізацію, програмування для виявлення прихованих патернів та створення інсайтів. Такі проекти, як Panama Papers та Paradise Papers, демонструють потужність data journalism: сотні журналістів із десятків країн спільно аналізували мільйони документів, використовуючи спеціалізоване програмне забезпечення для пошуку, фільтрації, візуалізації зв'язків між особами та компаніями.

Інструментарій data journalism включає різноманітні технології та платформи. Tableau, Power BI використовуються для інтерактивної візуалізації даних; Python та R – для статистичного аналізу; SQL – для роботи з базами даних; інструменти як OpenRefine – для очищення даних, Neo4j – для аналізу мережеских зв'язків. Варто підкреслити, що data journalism вимагає міждисциплінарних команд, де журналісти співпрацюють з аналітиками даних, програмістами, дизайнерами, статистиками.

Розвиток data journalism в Україні демонструє зростання спеціалізованих проєктів та компетенцій. Миколаєнко А. [4] аналізує практики українських медіа у роботі з відкритими даними, виокремлюючи успішні кейси використання державних реєстрів, баз даних закупівель, декларацій чиновників для журналістських розслідувань. Texty.org.ua створює складні візуалізації бюджетних потоків, земельних відносин, політичних зв'язків; Opendatabot автоматизує моніторинг державних реєстрів; VoxUkraine аналізує економічні дані для перевірки політичних заяв. Дослідниця відзначає зростання попиту на навички data journalism серед українських журналістів та розвиток освітніх програм у цій сфері.

Використання штучного інтелекту набуло особливого значення в епоху дезінформації для верифікації контенту. Таким чином, існують системи автоматичного виявлення фейкових новин, що аналізують лінгвістичні патерни, метадані, мережі поширення для оцінки достовірності інформації. Computer vision-технології дозволяють

перевіряти автентичність зображень, виявляти маніпуляції з фото, ідентифікувати deepfakes. Reverse image search, аналіз EXIF-даних, виявлення цифрових артефактів стали стандартними інструментами fact-checking організацій.

Розвиток технологій верифікації в українському контексті стимулювався необхідністю протидії російській дезінформації. Стекольщикова В. та Бідзіля Ю. [5] аналізують практики українських fact-checking організацій у використанні III-інструментів, відзначаючи впровадження систем моніторингу соціальних мереж для раннього виявлення фейків, використання технологій розпізнавання зображень для перевірки візуального контенту, застосування NLP для аналізу текстових патернів дезінформації. StopFake, VoxCheck використовують як комерційні інструменти (InVID, Google Fact Check Tools), так і власні розробки для автоматизації процесів верифікації.

Верифікація візуального контенту стала пріоритетним завданням для журналістів в епоху deepfakes та маніпуляцій із зображеннями. Reverse image search – зворотний пошук зображень – дозволяє встановити походження фото, виявити його перше використання, знайти оригінальний контекст. Інструменти як Google Images, TinEye, Bing Visual Search надають можливість завантажити зображення та знайти всі його появи в мережі. За даними блогу Freedom of the Press [6], зворотний пошук зображень має бути першим кроком перевірки будь-якого візуального контенту, особливо якщо він надходить із соціальних мереж.

Аналіз метаданих фото та відео надає цінну інформацію про автентичність контенту. EXIF-дані (Exchangeable Image File Format) містять інформацію про час створення файлу, модель камери, налаштування зйомки, GPS-координати, програмне забезпечення для редагування. Jeffrey's Image Metadata Viewer, ExifTool, InVID Verification Plugin дозволяють екстрагувати та аналізувати метадані. Проте Харіхарасубраманьян [7] застерігає, що метадані можуть бути видалені або підроблені, тому їх відсутність чи невідповідність не є остаточним доказом фальсифікації, а лише приводом для додаткової перевірки.

Виявлення deepfakes та синтетичних медіа стало новим викликом для верифікації. Deepfake-технології використовують генеративно-змагальні мережі (GAN) для створення реалістичних фейкових відео, де особи говорять чи роблять те, чого насправді не було. Sensity (раніше Deeptrace) спеціалізується на виявленні deepfakes через аналіз мікровиразів обличчя, моргання, синхронізації губ. Microsoft Video Authenticator аналізує фото та відео на наявність ледь помітних ознак маніпуляції, які важко виявити людським оком. Проте Чеснай та Цітрон [8] застерігають, що технології створення deepfakes

розвиваються швидше за методи їх виявлення, створюючи постійну «гонку озброєнь».

Український досвід боротьби з дезінформацією в умовах гібридної війни створив унікальну екосистему fact-checking організацій та інструментів. StopFake, заснований у 2014 році, став піонером систематичної перевірки російської пропаганди, розробивши методології розвінчування фейків про Україну. VoxCheck спеціалізується на перевірці заяв українських політиків, використовуючи відкриті дані та офіційну статистику. За даними Інституту масової інформації [9], українські fact-checkers розробили власні інструменти моніторингу російських телеканалів, аналізу пропагандистських наративів, відстеження координованих кампаній дезінформації.

Моніторинг соціальних мереж на предмет дезінформації використовує спеціалізовані платформи для відстеження поширення фейків. CrowdTangle від Meta дозволяє аналізувати вірусний контент у Facebook та Instagram, виявляти координовані кампанії, відстежувати появу фейків. Ноаху візуалізує поширення претензій та їх спростувань у Twitter, показуючи мережі ботів та інфлюенсерів. Ноаху використовують також для дослідження механізмів вірусності дезінформації, виявляючи, що боти відіграють центральну роль у ранньому поширенні фейків, а потім їх підхоплюють реальні користувачі.

Перевірка надійності джерел через аналіз доменів та вебсайтів стала базовою практикою цифрової верифікації. Whois Lookup надає інформацію про власника домену, дату реєстрації, контактні дані. Нещодавно зареєстровані домени з прихованою інформацією про власника часто використовуються для поширення дезінформації. MediaBiasFactCheck та NewsGuard оцінюють надійність новинних джерел, аналізуючи їхню історію, методи роботи, фінансування. Ньюман та Флетчер [10] підкреслюють значення розуміння бізнес-моделей та редакційної політики джерел для оцінки їхньої надійності.

Освіта та тренінги з цифрової верифікації стали необхідною складовою журналістської підготовки. Google News Initiative, First Draft, Bellingcat пропонують безкоштовні онлайн-курси з верифікації візуального контенту, геолокації, аналізу джерел. Українські організації, як-от Академія української преси, Detector Media, IMI, проводять тренінги для журналістів із використання інструментів перевірки фактів. Іраванні та ін. [11] у посібнику UNESCO з журналістики, фейкових новин та дезінформації підкреслюють необхідність інтеграції навичок цифрової верифікації у навчальні програми журналістських шкіл.

Технологічні трансформації суттєво змінюють природу журналістики, перетворюючи її з ремесла створення текстів на

багатовимірну аналітичну діяльність, засновану на роботі з даними та алгоритмами. Штучний інтелект, системи автоматизованої генерації мови та технології аналізу великих даних відкривають для журналістів нові інструменти збору, обробки й перевірки інформації, забезпечуючи більш оперативне реагування на інформаційні виклики та підвищення точності журналістських матеріалів.

Водночас автоматизація породжує низку ризиків, пов'язаних із прозорістю алгоритмів, етичною відповідальністю за створений штучним інтелектом контент і збереженням авторського контролю над змістом. Технології не здатні замінити людське мислення, емпатію та критичне осмислення подій – ті чинники, що визначають суспільну значущість журналістики.

Отже, подальший розвиток галузі залежатиме від здатності гармонійно поєднувати технологічні інновації з гуманістичними цінностями професії. Місія сучасного журналіста полягає не лише у використанні інтелектуальних систем, а й у збереженні ролі посередника між складними цифровими процесами та суспільною потребою в достовірній, перевірній і змістовній інформації.

Список використаної літератури

1. Ferrer-Conill R., Knudsen E., Lauerer C., Barnoy A. The visual boundaries of journalism: native advertising and the convergence of editorial and commercial content. In: Routledge eBooks. 2023. P. 65–87. URL: <https://doi.org/10.4324/9781003376576-4>
2. Dörr K. N., Hollnbuchner K. Ethical Challenges of Algorithmic Journalism. Digital Journalism. 2017. Vol. 5, № 4. P. 404–419. URL: <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.116761>
3. Чепурко А. С. Виклики та перспективи використання штучного інтелекту в журналістиці (за матеріалами публікацій видання TEXTY.ORG.UA). 2023. URL: <https://etnuir.tnu.edu.ua/handle/123456789/216>
4. Миколаєнко А. Журналістика даних в українському медіапросторі: тенденції, виклики, перспективи. Український інформаційний простір. 2025. № 1(15). С. 49–60. URL: [https://dos.org//10.31866/2616-7948.1\(15\).2025.335344](https://dos.org//10.31866/2616-7948.1(15).2025.335344)
5. Стекольщикова В., Бідзіля Ю. Інноваційні методи перевірки фактів у цифровій журналістиці. Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Філологія. 2025. Вип. 2(16). С. 86–94.
6. Freedom of the Press. The 2025 journalist's digital security checklist. 2024. Dec. 10. URL: <https://freedom.press/digisec/blog/journalists-digital-security-checklist/>
7. Hariharasubramanian N. Metadata analysis explained: meaning, methods, and cyber forensics use. Fidelis Security. 2025. June 19.

URL: <https://fidelissecurity.com/cybersecurity-101/network-security/metadata-analysis/>

8. Chesney R., Citron D. Deep Fakes: A Looming Challenge for Privacy, Democracy, and National Security. California Law Review. 2019. Vol. 107. P. 1753–1820. URL: https://scholarship.law.bu.edu/faculty_scholarship/640

9. Інститут масової інформації. Українські медіа та війна. Підсумки моніторингів ІМІ 2023 року. 2025. 22 черв. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/i58282>

10. Newman N., Fletcher R. Bias, Bullshit and Lies: Audience Perspectives on Low Trust in the Media. Reuters Institute for the Study of Journalism. 2017. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/bias-bullshit-and-lies-audience-perspectives-low-trust-media>

11. Ireton C., Posetti J. (Eds.). Journalism, 'Fake News' & Disinformation. UNESCO, 2018. 128 p. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265552>

Анотація. У статті досліджено вплив штучного інтелекту, алгоритмічних систем і технологій великих даних на трансформацію сучасної журналістики. Проаналізовано особливості обчислювальної журналістики, автоматизацію редакційних процесів і розвиток практик data journalism. Окреслено основні переваги та ризики використання ШІ в медіа, зокрема етичні виклики й потребу збереження авторського контролю.

Ключові слова: штучний інтелект, алгоритмічні системи, обчислювальна журналістика, великі дані, автоматизація, фактчекінг.

Олег Толстов,

магістрант кафедри педагогіки, української філології та журналістики, Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля
(м. Київ) yeti7874787@gmail.com

ЕМОЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ СУЧАСНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

У рамках реальності 21 століття світ докорінно змінюється. Розвиток технологій докорінно змінює всі сфери життя сучасної людини, починаючи від інструментів, закінчуючи каналами комунікації.

Цифрові технології сьогодні дозволяють отримувати інформацію майже миттєво, а численні месенджери та соціальні мережі зробили процес комунікації простим, та доступним переважній більшості людей [7].

Важко переоцінити переваги, які сьогодні надає людині інтернет. Більше не потрібно йти до бібліотеки, шукати потрібні довідники та енциклопедії. Пошук потрібної інформації займає декілька секунд [6, с. 14–16]. Але, звичайно, варто відзначити і іншу сторону цієї медалі.

У 19 столітті, в епоху друкованої преси інформаційне навантаження звичайної людини складало в середньому близько 500 слів. Розвиток масової преси, а також виникнення радіо та телебачення на початку 20 століття збільшив показник інформаційного навантаження до 5000 слів. Цифрова революція кінця 20 століття та початку 21-го привела до того, що пересічна людина отримувала вже близько 100 000 слів на день. Сьогодні ж, в епоху смартфонів та соціальних мереж, кожен з нас за статистикою отримує 500 000 слів на день [7].

Таким чином інформаційне навантаження людини змінилося із 19 століття по сьогодні у 800 разів [13]. Статистика показує, що сьогодні людина проводить в інтернеті до 7 годин на день, з них 2 в соціальних мережах. Закономірно наслідком цього стає ефект фрагментованого сприйняття інформації. Людина нездатна повноцінно освоювати інформаційний потік, більшість якого вона сприймає вже не у вигляді тексту, а за допомогою емоцій, та візуально [2, с. 33-35].

Таким чином на сьогодні ми маємо феномен «кліпового мислення» як результат адаптації сучасної людини до нової екосистеми, де людина сприймає світ навколо себе вже не як цілісну картину, а як низку емоційних фрагментів інформації довжиною по кілька секунд [4, с. 47-50].

Деякі дослідники, наприклад Соболева, Косточка та інші, вважають, що кліпове мислення є таким собі захисним механізмом внутрішнього світу людини, що виникає як наслідок інформаційного та психологічного перенавантаження [4, с. 42]. Натомість інші науковці, до прикладу Мельник, дотримуються теорії, що кліповість мислення є деградацією, через зниження інтелектуальної активності, спрощення, та поверховості сприйняття [2, с. 33-35].

Можемо бачити, що в сучасному науковому світі існують дві діаметрально протилежні парадигми:

Песимістична – де кліпове мислення аналізується як деградація [2, с. 61]. Оптимістична – де кліпове мислення розглядається як адаптація та нова форма інтелектуальної діяльності [4, с. 43].

Безумовно прибічники обох теорій мають єдине бачення негативних наслідків кліпового мислення, що полягає в першу чергу в маніпулятивній вразливості [3, с. 112-124].

Зниження здатності до критичного мислення через швидку емоційну реакцію замість структурованого аналізу, призводить до засвоєння інформації швидше через факти та образи замість встановлення вірних причинно – наслідкових зв'язків.

Другим, але не менш важливим наслідком кліпового мислення є постійне перемикання уваги, що призводить до того, що довготривала пам'ять починає працювати слабше. Інформація відкладається в пам'яті фрагментовано, часто не піддаючись повноцінній когнітивній обробці взагалі [2, с. 33-35]. Наслідком є ефект «інформаційної амнезії» – коли людина пам'ятає образи, або уривки інформації, але не може відтворити повноцінний зміст та контекст.

З точки зору соціально-культурних наслідків, варто відзначити зміну культури споживання медіа, де останнім часом розваги мають перевагу над знанням. Контент часто дегуманізується, і споживається механічно. Новизна стає вище змісту.

Іншим кутом краєугольного каменю сучасного медіадискурсу є розвиток конвергентної журналістики [1, с. 20-26].

Стрімкий розвиток цифрових технологій на початку 2000 років призвів в тому числі і до еволюції інтернету. Web 1.0, що існував до 2005 року характеризувався статичністю, де сайти з текстом та інфографікою існували в тому вигляді, якому їх було створено. Натомість із появою перших інтерактивних платформ, соціальних мереж та блогів, Web 2.0 став більш соціальним, тобто таким, де користувачі отримали можливість та інструменти для того, щоб самим створювати контент [10].

Таким чином на етапі виникнення соціальних мереж, інтернет деякий час навіть створив загрозу для існування класичних ЗМІ [6, с. 386-389].

Настав час, коли завдяки мережевим технологіям, та соціальним мережам користувачі обмінювалися інформацією та новинами швидше, ніж це робилося засобами масової інформації. Цілком логічним на цьому етапі стала також і еволюція журналістики. Масово з'явилися так звані «нові медіа» - цифрові сервіси, платформи та технології, що дозволили створювати, розповсюджувати контент, та взаємодіяти із користувачами в реальному часі [11, с. 1-12].

На цьому етапі нові реалії потребували нових рішень. Висока конкурентність в журналістиці призвела до виникнення конвергентної журналістики, коли підхід редакцій до розповсюдження змінився із одного каналу, до декількох [1, с. 142–147].

Поєднання та комбінування різних медіаплатформ та каналів комунікації із аудиторією стала нормою. Безперечно, це мало

позитивний вплив на журналістику в цілому. Використання цифрових технологій дозволило редакціям більш гнучко взаємодіяти із користувачем, пропонуючи йому ті канали комунікації, які були більш зручними для нього.

Контент, що став доступним на різних платформах значно розширив аудиторію, та підвищив залучення. Він став більш інтерактивним та гнучким, а також підвищив емоційне та когнітивне залучення через мультимедійність. Боротьба за аудиторію призвела певним чином до трансформації деяких сталих жанрів журналістики, та використання нових методів, та свіжих ідей в боротьбі за аудиторію, яка стала доволі вибагливою із зростом кількості інтернет ЗМІ.

Вище ми писали про феномен кліпового мислення, тож досить парадоксальним є факт існування авторських медіатекстів в сучасних умовах.

В 2014 році платформа для моніторингу та аналітики медіа NewsWhip провела дослідження, яке продемонструвало, що кількість читачів, що надають перевагу коротким публікаціям майже така сама, як і кількість тих, хто віддає перевагу великим текстам (від 1200 слів) [9].

Що ж робить великі за об'ємом журналістські матеріали привабливими для читача в епоху кліпового мислення? За даними Американського Інституту Преси, журналістські матеріали написані із залученням фотографії набирають на 10 відсотків більше переглядів, а при використанні трьох та більше фотографій навіть на 30-40 відсотків [5].

Враховуючи також, що більшість людей за замовчуванням надають перевагу візуальному сприйняттю інформації, наявність відео та аудіо в журналістських матеріалах збільшує показники залученості практично вдвічі. При цьому час витрачений на сприйняття збільшується всього на 7 відсотків.

Отже, розуміючи описані нюанси, можна дійти висновку, що кліпове мислення сучасної аудиторії медіа не є перешкодою для великих за об'ємом журналістських матеріалів. Практика показує до прикладу, що грамотний підхід до створення лонгвідів або авторських медіатекстів на кшталт аналітичних статей викликає неабиякий інтерес у читача, за умови врахування його інтересів, та нюансів сучасної медіасфери.

Звичайно, що в умовах швидкого споживання, варто враховувати чинник першочерговості емоційного сприйняття, та спрощення за рахунок візуального відтворення.

Як відомо, один з ключових принципів професійної роботи медіа – це баланс між фактами та емоціями [8, с. 102–103]. Факти мають бути точними та перевіреними, що забезпечить об'єктивність, та високий рівень довіри. Водночас класичною журналістською

пропорцією для новин, аналітики та звітів є 80 відсотків фактів, та 20 відсотків емоцій [8, с. 102–103]. Для репортажів, інтерв'ю та сторітелінгів цей показник може бути трохи іншим – 70 відсотків фактів та 30 відсотків емоцій.

Важливим аспектом є той факт, що емоції повинні підкреслювати факти, а не замінювати чи спотворювати їх. Занадто висока сенсаціоналізація може стати чинником зниження довіри до медіа, а суб'єктивізація матеріалу автором може знизити об'єктивність подання, та перетворити його на інструмент маніпуляції [8, с. 105–106].

Станом на сьогодні емоційність в журналістиці є досить популярним явищем, не тільки в Україні, а загалом у світі, оскільки є досить дієвим інструментом іммерсії. Залучення аудиторії через часткове, а часом і практично повне занурення в події журналістського матеріалу, коли споживач не просто отримує інформацію, а переживає її як власний досвід, є одним із найкращих способів збільшити час на перегляд матеріалу, а також надати аудиторії більш глибоке розуміння фактів, та привід для аналізу [12, с. 640].

Найбільш зручним форматом для цього є сторітелінг. Сторітелінг прийшов до журналістики з літератури, як зручний спосіб трансляції історії очима героя. Завдяки Марку Твену та Джозефу Пулітцеру виник такий жанр як літературна журналістика, де також присутня експозиція, конфлікт, кульмінація та розв'язка. Сьогодні це не просто літературний сюжет, а швидше продуманий наратив, який не тільки несе розважальну або інформувальну функцію для аудиторії, а надихає, формує ставлення, а також здатен створювати сенси та змінювати поведінку [12, с. 640].

І хоча в сучасному науковому середовищі є деякі дискусії стосовно того чи є сторітелінг інструментом в журналістиці, Зеллер, аналізуючи розвиток наративної журналістики в США та Європі підкреслює, що «наративна журналістика запрошує аудиторію відчувати перед тим як зрозуміти» [15, с. 588]. Ми згодні із Зеллером, що наративна журналістика спонукає аудиторію не лише думати, а й переживати.

Журналістика сьогодення – явище доволі пластичне та еволюціонуюче. Це є наслідком стрімкого розвитку цифрових технологій, стилю життя сучасної людини, а також зміни сприйняття оточуючого світу через високе інформаційне навантаження.

Список використаної літератури

1. Колесниченко А. В. Конвергентна журналістика: теорія і практика. Київ: Академія української преси, 2019. 256 с.
2. Мельник Г. С. Інформаційно-психологічна безпека особистості в медіапросторі. Львів: ЛНУ імені І. Франка, 2019. 312 с.

3. Почепцов Г. Інформаційна війна. Київ: Вид-во «Києво-Могилянська академія», 2016. 388 с.
4. Соболева Н. В. Кліпове мислення як феномен сучасності. Вісник Львівського університету. Серія: журналістика. 2018. № 43. С. 112–120. URL: <https://journ.lnu.edu.ua> (дата звернення: 29.10.2025).
5. American Press Institute. The Impact of Visual Journalism on Reader Engagement. 2019. URL: <https://www.americanpressinstitute.org> (дата звернення: 29.10.2025).
6. Castells M. The Rise of the Network Society. Chichester: Wiley-Blackwell, 2010. 597 p.
7. Digital 2025: Global Overview Report. DataReportal, 2025. URL: <https://datareportal.com/reports> (дата звернення: 29.10.2025).
8. Kovach B., Rosenstiel T. The Elements of Journalism. New York: Three Rivers Press, 2021. 320 p.
9. NewsWhip. The Anatomy of Longform Engagement. NewsWhip Research, 2014. URL: <https://www.newswhip.com/resources/reports/> (дата звернення: 29.10.2025).
11. O'Reilly T. What Is Web 2.0? O'Reilly Media, 2005. URL: <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html> (дата звернення: 29.10.2025).
12. Papacharissi Z. Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics. Oxford: Oxford University Press, 2015. 224 p.
13. Pavlik J. The Experiential Turn in Journalism. Journalism. 2020. Vol. 21, No. 5. P. 632–648.
14. Siegel D. The Information Overload Paradox. Forbes. 2018. URL: <https://www.forbes.com/sites/davidsiegel/2018/> (дата звернення: 29.10.2025).
15. Zeller F. Narrative Journalism in the Digital Age. Journalism Studies. 2021. Vol. 22, No. 4. P. 517–533.
16. Zeller F. Narrative Journalism and Emotional Engagement. Journalism Practice. 2021. Vol. 15, No. 7. P. 925–941.

Анотація. Стаття досліджує роль емоцій у сучасній журналістиці та їхній вплив на сприйняття інформації аудиторією в умовах цифрового перенавантаження. Розглядається феномен кліпового мислення, розвиток конвергентної журналістики та використання сторітелінгу як інструменту підвищення залученості читачів. Аналіз показує, що баланс фактів та емоцій є ключовим для формування довіри та ефективного сприйняття медіатекстів.

Ключові слова: Емоції, кліпове мислення, конвергентна журналістика, сторітелінг, медіаспоживання, цифрові технології, іммерсія, залучення аудиторії.

Ганна Холод,
кандидат філологічних наук,
професор кафедри політології та журналістики
Навчально-наукового інституту психології та соціальних наук
Міжрегіональної Академії управління персоналом, докторант
Навчально-наукового інституту журналістики Київського
національного університету імені Тараса Шевченка (Київ),
kholodanna@ukr.net.

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІГРОВИХ ЕЛЕМЕНТІВ У ДРУКОВАНОМУ ЖУРНАЛІ «КІНО ДАЙДЖЕСТ» ЗА 2005 РІК

Постановка наукової проблеми та її значення. Ігрові елементи в друкованих журналах – один із засобів підвищення зацікавленості цільової аудиторії вищезазначених видань, збереження й збільшення її кількості, що набуває актуальності у зв'язку з розвитком онлайн-видань і загострення конкуренції на інформаційному ринку. Висвітлення цієї теми сприятиме розвитку досліджень щодо інтерактивності друкованих видань і заповненню прогалини в інформаційному науковому просторі.

Аналіз дослідження проблеми. Тема використання гейміфікаційних технологій у медіа останнім часом привертає увагу журналістів-практиків та журналістикознавців, оскільки гейміфікація, що активно впроваджується в медіа завдяки розвитку інтернет-технологій, є одним з інструментів активізації інтерактивності медіа, його популяризації, залучення додаткової аудиторії. У науковому інформаційному просторі тему гейміфікації медіа висвітлювали такі дослідники, як Д. І. Загорулько, О. Д. Гондюл, Р. В. Пикалюк та інші.

У своїй статті «Ефективність стратегій комунікативного впливу через використання гейміфікації у медіа» О. Д. Гондюл запропонувала створені нею таблиці, зокрема «Стратегії комунікативного впливу у медіа в поєднанні з гейміфікованими елементами» [1, с. 211], «Ризики негативного впливу гейміфікації на комунікативний контент у медіа» [1, с. 213], «Удосконалення стратегій комунікативного впливу з урахуванням гейміфікації» [1, с.214], а також «механізм інтеграції гейміфікованих елементів у стратегії комунікативного впливу» [1, с. 214], навела приклади використання гейміфікації в медіа, запропонувала рекомендації щодо вдосконалення вищезазначеного процесу.

У статті «Гейміфікація в українській онлайн-журналістиці воєнного періоду» Р. В. Пикалюк було висвітлено особливості використання ігрових практик «в українських онлайн-виданнях у період 2022–2023 рр.» [7, с.137].

У статті Д. І. Загорулька «Особливості впровадження гейміфікації в медіа» [2] зроблено акцент на цілях використання в медіа гейміфікації, її специфіці.

Переважно науковці зосереджують свою увагу на специфіці гейміфікації в онлайн-медіа, що зумовлено особливостями сучасного медіапростору, зокрема розвитком цифрового контенту. У зв'язку із цим залишається невисвітленою тема використання ігрових елементів у друкованих медіа, які використовували їх для підвищення своєї конкурентоспроможності в період активного формування онлайн-медіа, для налагодження із цільовою аудиторією комунікації, яка б викликала позитивні емоції та сприяла збереженню інтересу цільової аудиторії до друкованих медіа.

Дослідження особливостей використання ігрових елементів у друкованому журналі «Кіно Дайджест» дасть змогу сформувати уявлення про варіанти встановлення комунікаційних зв'язків між редакцією журналу про кіно й цільовою аудиторією, які в подальшій журналістській практиці можуть бути трансформовані з метою їхнього вдосконалення й підвищення ефективності комунікації. Крім того, аналіз специфіки ігрових елементів у друкованому журналі «Кіно Дайджест», які відображають комунікативну стратегію видання, дасть змогу змодельювати образ редакції та образ цільової аудиторії вищезгаданого журналу, з'ясувавши коло їхніх інтересів, рівень обізнаності в кіномистецькій сфері.

Мета і завдання статті. *Мета статті* – з'ясувати специфіку використання ігрових елементів у друкованому журналі «Кіно Дайджест». Для досягнення поставленої мети треба виконати такі **завдання**: знайти в контенті журналу «Кіно Дайджест» ігрові елементи, з'ясувати форми їхнього подання, функціональне призначення, на основі аналізу використаних ігрових елементів змодельювати образи редакції та цільової аудиторії.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. У друкованому журналі «Кіно Дайджест» за 2005 рік редакція запропонувала своїй цільовій аудиторії конкурси («Канни в келиху» [3, с. 28], «Кіновікторина “Лонгер KINOFUN”» [5, с. 10], «Влуч у десятку» [4, с. 16], «Кіно Дайджест Тест» [6, с. 9]).

Конкурс «Канни в келиху», присвячений Каннському кінофестивалю, орієнтований не тільки на пошук ерудованих читачів, які знали деталі про вищезазначений кінофестиваль і пов'язану з ним кінопродукцію, а й на рекламу продукції компанії «Stella Artois» – офіційного партнера Каннського кінофестивалю 2005 року. Про це свідчать неодноразова згадка (4 рази) [3, с. 28] про компанію в тексті, де зазначено умови конкурсу, і реклама продукції цієї компанії поруч з

інформацією про конкурс. Відповідно до умов цього конкурсу читачам було запропоновано 5 тестів із варіантами відповідей.

Конкурс «Кіновікторина “Лонгер KINOFUN”» журнал «Кіно Дайджест» започаткував із торговою маркою «Лонгер», яка займалася виробництвом слабоалкогольних напоїв. На нашу думку, вищезазначені журнал і торгова марка були фінансово зацікавлені в проведенні цього конкурсу, оскільки його умовами було передбачено збільшення кількості зароблених за правильні відповіді балів завдяки надісланим етикеткам напоїв торгової марки «Лонгер». Прикметним є те, що інформація про цей конкурс стабільно розміщувалася на десятій та одинадцятій сторінках, що давало змогу читачам швидко знайти необхідну інформацію в різних номерах журналу.

Яскрава колористика сторінок, зокрема використання салатового, жовтогарячого, жовтого кольорів, на нашу думку, викликала асоціації з кольорами напоїв вищезазначеної торгової марки, підсиленню яких сприяв варіативний (різний одяг, зачіска, поза) силуетний образ дівчини з пляшкою напою в руці.

Конкурс «Кіновікторина “Лонгер KINOFUN”» мав стандартний набір завдань – 5 раундів: знайти 5 відмінностей між двома однаковими кадрами фільму, дати відповіді на 6 запитань, з'ясувати назву фільму на підставі запропонованих імен і прізвищ акторів і кіногероїв, відновити частково зображений на фотографії кадр фільму, розмістити запропоновані фотографії кадрів фільму згідно з розгортанням сюжету.

Конкурс «Влуч у десятку» [4], кольорове оформлення якого, образ мішені, слово «Увага» привертало увагу реципієнтів, пропонував читачам відповісти на три запитання, сформульованим на основі матеріалів попереднього номера журналу «Кіно Дайджест». Це, на нашу думку, повинно було спонукати читача залишатися передплатником журналу й уважно читати контент про кіно.

Конкурс «Кіно Дайджест Тест», орієнтований на перевірку знань про кіно, спочатку передбачав розв'язання 10, потім 7 тестів. Використане спонукальне речення «Перевір свої знання кіно та отримай цінний приз!» [6, с. 9] містить заклик до дії та стимулює мотивацію винагородою. Зазначення в умовах конкурсу інформації щодо специфіки позначення правильних відповідей, які треба було обвести або підкреслити, свідчить про комерційний інтерес редакції, зацікавленої в максимальному розповсюдженні журналу.

Аналіз завдань вищезазначених конкурсів, виконання яких передбачало наявність у читачів ґрунтовних знань про закордонне кіно, зокрема про акторів, їхню творчу біографію, режисерів, книгу, за якою було зроблено екранізацію, тощо, й уважного перегляду фільмів, моделює образ реципієнтів журналу «Кіно Дайджест», учасників конкурсів, як ерудованих читачів або тих, хто здатен цілеспрямовано

та наполегливо шукати відповіді на поставлені запитання, таким чином збагачуючи свій кінематографічний запас знань. Запропоновані читачам завдання моделюють образ редакції, що прагне завдяки ігровим елементам долучити читачів до культури кіно, вибудовуючи між редакцією та читачами культурний діалог, намагаючись завдяки призовому фонду гідно оцінити активність читачів, їхні знання про кіно й таким чином виявити свою повагу до них.

Серед призів були не тільки відеокасети, вечери в мережі ресторанів, плеєри, передплата на II півріччя журналу тощо, а й домашній кінотеатр. Забезпечувала такий призовий фонд співпраця з партнерами, наявність якої повинна була сприяти формуванню позитивного іміджу редакції. Візуалізація призового фонду в текстах про конкурси, систематична інформація про нагородження переможців були не тільки стимулом до участі, а й забезпечували прозорість його проведення, що сприяло формуванню позитивного іміджу редакції.

Для збільшення кількості передплатників редакція проводила конкурс, у якому могли взяти участь передплатники журналу на 2006 рік без докладання додаткових інтелектуальних зусиль й отримати призи, зазначені в умовах конкурсу.

Висновки. Отже, використання ігрових елементів у журналі «Кіно Дайджест» за 2005 рік відбувалося переважно у формі конкурсів, презентованих кіновікториною із виконанням завдань, тестів про закордонне кіно або Каннський кінофестиваль. Вищезазначені ігрові елементи виконували функцію популяризації журналу й конкретних фільмів, зміцнення комунікації між журналом і цільовою аудиторією, її заохочення до здобуття додаткових знань про кіно завдяки призовому фондові, формування читацької аудиторії, орієнтованої на масову кінокультуру, що розвивалася під впливом глобалізаційних тенденцій.

Список використаної літератури

1. Гондюл О. Д. Ефективність стратегій комунікативного впливу через використання гейміфікації у медіа. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2024. Том 35 (74). №5. Частина 2. С. 207–217.
2. Загорулько Д. І. Особливості впровадження гейміфікації в медіа. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації»*. 2017. Вип. 11. С. 52–56.
3. Канни в келиху. *Кіно Дайджест*. 2005. №2. С. 28.
4. Кіновікторина «Влуч у десятку». *Кіно Дайджест*. 2005. №3. С.16.

5. Кіновікторина “Лонгер KINOFUN”. *Кіно Дайджест*. 2005. №3. С. 10.
6. Кіно Дайджест Тест. *Кіно Дайджест*. 2005. №9. С. 9.
7. Пикалюк Р. В. Гейміфікація в українській онлайн-журналістиці воєнного періоду. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2023. Том 34 (73). №2. Ч. 2. С. 136–140.
8. Увага, конкурс. *Кіно Дайджест*. 2005. №10. С. 15.

Анотація. У статті висвітлено специфіку використання ігрових елементів у друкованому журналі «Кіно Дайджест» за 2005 рік. Приділено увагу формам їхньої реалізації, функціональному аспектові, на основі аналізу ігрового контенту зроблено спробу змодельовати образи редакції та цільової аудиторії журналу «Кіно Дайджест» за 2005 рік.

Ключові слова: журнал «Кіно Дайджест», ігрові елементи, конкурси, кіновікторина.

Ілля Хоменко,

доктор наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри
аудіовізуальних медіа Навчально-наукового інституту журналістики,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
khomenko_radio@ukr.net

Володимир Фоменко,

кінодраматург, лауреат премії імені Івана Франка в галузі
інформаційної діяльності volya2022@ukr.net

Єлизавета Галайчук,

студентка магістратури Навчально-наукового інституту
журналістики, Київський національний університет імені Тараса
Шевченка liza.galaichuk2003@gmail.com

Катерина Смогоринська,

студентка магістратури Навчально-наукового інституту
журналістики, Київський національний університет імені Тараса
Шевченка katiasmohorynska@gmail.com

Єлизавета Швайко,

студентка магістратури Навчально-наукового інституту
журналістики, Київський національний університет імені Тараса
Шевченка elizshvayko@gmail.com

**БЕЗСМЕРТЯ ЯК МЕТАФОРА, ФАНТАСТИЧНИЙ СЮЖЕТ І
МЕДІЙНИЙ ФЕНОМЕН**

Проблема, що визначила предмет запропонованої розвідки, полягає у неузгодженості мистецького та наукового тлумачення ідеї безсмертя в сучасному медіадискурсі. Особливої актуальності вона набула після початку повномасштабної війни, що стала екзистенційним викликом для українського народу. Але, як доводить аналіз попередніх досліджень, ця тема зацікавила українських науковців задовго до гарячої фази російсько-українського конфлікту, про що свідчать праці В. Гладія [6], В. Кікота та І. Скловського [8], П. Нестеренка [11], Т. Кушерець [9], В.Цехмістра і В. Короленка [16], Є. Підгайного і Т. Чопа [12], Є. Распопова [13], І. Василишина [5], М. Братерської-Дронь [7]. Концепт вічного або відносно вічного (надзвичайно довгого порівняно із середньостатистичним) життя з глибокої давнини розглядався у релігійній і філософській площині. Це позначилося і на її сучасній інтерпретації: наприклад, розвідка з медицини В. Цехмістера та В. Короленка вміщує посилання на Біблію, праці Т.Кушерець і М. Братерської-Дронь присвячена особливостям філософської інтерпретації теми, стаття І.Василишина – поетичної. **Новим** у запропонованій статті порівняно з працями попередників є спроба розглянути проблему з полярних позицій, визначених, з

одного боку, творчою спадщиною відомих українських учених, що обрали альтруїстичний підхід до предмета (безсмертя у справах), а з іншого – медійним скандалом, що спалахнув 3 вересня 2025 року внаслідок випадкової телетрансляції розмови за участю лідера країни-агресора про зовсім інший підхід до проблеми продовження життя, підхід, пов'язаний з продовженням фізичного існування одних за рахунок інших.

Мета розвідки полягає в уточненні семантичних та морально-етичних складників поняття «безсмертя» як елемента мистецького та наукового дискурсів. Із визначеної мети випливають такі **завдання**: моніторинг комунікаційного простору, аналіз нового здобутого матеріалу в контексті вже відомих авторам знань і узагальнення результатів у формі, корисній для науковців та медіапрактиків. Специфічний кут зору дослідження визначено постаттю професора Володимира Івановича Шкляра (меморіальним заходом, присвяченим якому, і є ця конференція).

Двоє з авторів цієї доповіді – науковець і кіносценарист – знали професора Володимира Івановича Шкляра особисто. Троє – студентки випускного курсу магістратури – знайомі лише з тим слідом, що він залишив на Землі: науковими працями і спогадами про нього. Власне, нас усіх і об'єднала не просто тема, а бажання наочно продемонструвати, яким чином можна передати світильник пам'яті – з рук у руки, з минулого у майбутнє. Професор Шкляр був присутнім на захисті обох дисертацій одного з авторів, Іллі Хоменка: кандидатської і докторської. Кандидатська завершувалася додатком: текстом радіоп'єси Іллі Хоменка та Володимира Фоменка «Повернення», наприкінці була пісня з такими фінальними рядками: «Ніби дві зірки із вирію // Ляжуть побіля води, // Море повільною хвилею // Викреслить наші сліди [15]». - Це перша і, певно, єдина дисертація, яка закінчується такими словами: «Море повільною хвилею викреслить наші сліди», – сказав під час обговорення професор, відомий дитячий письменник Юрій Феодосійович Ярмиш, якого, на жаль, теж немає серед живих. І в залі вченої ради на мить запанувала тиша. Певно, кожен подумав про слід, що залишається після людини – або не залишається.

Справді, що залишається після нас? Точніше, у чому з того, що залишається – існуватиме щось наше? У музеях – звичайних і віртуальних [7]? У спогадах? Певно, так. Ось два зразки спогадів-вражень: від професора Бориса Івановича Чернякова, що теж пішов у засвіти (як бракує його – інтелектуала, безкорисливого лицаря науки!) і колеги, доцента Марії Юріївни Андрющенко (що була колись студенткою і професора Шкляра, і професора Чернякова).

«Того дня Володимир Іванович Шкляр – майже мій ровесник і колега по кафедрі, котрий, однак, устиг перед тим побувати в ролі

мого ж таки вчителя, викладача – поспішав на зустріч із недавнім своїм першим опонентом по дисертації, професором Прилюком, який відпочивав у санаторії.

– Гайда зі мною. Бери пропозиції щодо теми дисертації – порадилося.

– Та чи можна, без попередження?

– Іншої такої нагоди може й не трапитися. Пішли [17]» .

«Віталій Федорович Святовець... на лекціях з «Теорії літератури» так натхненно розповідав про оксиморон, неначе той був справжнім Дон Кіхотом серед стилістичних фігур. Володимир Іванович Шкляр зі своїм глибоким басом перетворював лекцію на справжнє театральне дійство. Його харизма була неймовірною, Шкляр ставав посеред лекційної аудиторії і, з першого слова заворожував і забирав увагу студентів на час всієї лекції, де він в унікальному образі сипав цитатами, наративами, видавав такий концентрат знань, що ми не встигали нотувати, слухали на одному подиху. Анатолій Захарович Москаленко геніально читав на першому курсі «Основи журналістики», і його фраза : «Журналісти – це еліта української нації» стала моїм дороговказом у розумінні суспільної значущості моєї професії...[3]».

Але ще Шопенгауер писав, випередивши аналогічні висновки сучасних нейробіологів, що пам'ять – не дуже надійний носій істини, спогади і реальність ніби ставлять різні режисери, і що враження молодшої людини суттєво відрізняються від вражень людини з досвідом – а отже, спогади про одне і те саме у кожного будуть свої:

«У юності навіть час спливає набагато повільніше; тому перша чверть життя, не тільки найщасливіша, але й найдовша, залишає після себе незрівнянно більше спогадів, ніж дві наступні [18]».

Що тоді, як не спогади, може продовжити наше існування за межами земного буття? Написані нами книги? Про це сказав колись в інтерв'ю для стінної газети факультету журналістики Київського державного університету ім. Т.Г.Шевченка блискучий викладач, інтелектуал, інтелігент Микола Дем'янович Хмелюк:

«Кидаєш ніби сніжки знань, а хотілося б зібрати їх під обкладинкою, зліпити снігову скульптуру...».

Інтерв'ю в нього брала Світлана Ісарєва, однокурсниця одного з авторів статті, одна з найталановитіших студенток журфаку, що вже тоді не вписувалася у журналістські шаблони, сформовані людьми, менш обдарованими, ніж вона. Цитуються слова Миколи Дем'яновича за спогадом: газета не збереглася, і факультет тепер називається інакше, і університет. Навіть стіна, на якій вона висіла, належить тепер Інституту філології. А доцент М. Д. Хмелюк так і не написав ту свою головну книгу, про яку мріяв (у радянські часи видати яскравий нестандартний твір, що ґрунтувався на європейських методологіях, які

шанував енциклопедист Микола Дем'янович, було непросто). Ф. де Соссюру більше пощастило з учнями – які зібрали його лекції у безсмертний «Курс загальної лінгвістики [14]». А може, учням його більше пощастило з часами.

Але чи може і написана нами книга зберегти часточку нашої суті? І з цим усе непросто. Справа не лише у недосконалості знакових систем, які не дозволяють адекватно зафіксувати і передати в майбутнє феномени мислення («Шлях, про який можна розповісти, не є постійним Шляхом [10]»). Тут ми наближаємося до суто наукового розуміння того, де починається межа між безсмертям як метафорою і безсмертям як науковим феноменом. Одним з перших цю межу описав видатний український учений, один з фундаторів кібернетики Віктор Михайлович Глушков. Він був людиною широких поглядів, замислювався і про безсмертя, і про Бога. Користуючись нагодою, дозволимо ввести у науковий обіг одну з його думок, відомих хіба що вузькому колу його учнів і висловлену у спілкуванні з доктором фізико-математичних наук, професором, видатним українським астрономом Іваном Кириловичем Ковалем. На думку Глушкова, цілком матеріалістичне, не релігійне тлумачення ідеї Бога можливе, але, якщо Бог – це абсолютне знання, то і об'єм абсолютного апарату мислення має дорівнювати масштабам Всесвіту, а отже, розумові процеси його мають бути дуже повільними, оскільки швидкість інформаційного обміну прив'язана до швидкості світла і тому фізично обмежена. Цілком можливо, що сучасна фізика, яка оперує поняттями квантової заплутаності і квантової суперпозиції, внесе чи вже внесла свої корективи у цей підхід. Наводимо його, лише щоб показати широту поглядів академіка Глушкова, для якого в часи агресивного офіційного атеїзму не існувало табу. Але, знову ж таки, ця частина його інтелектуальної спадщини залишилася тільки у пам'яті однодумців. А от щодо його думок про безсмертя – існує об'єктивне надійне джерело інформації: кіноз'йомка. В інтерв'ю кінодокументалістам Віктор Глушков чітко розмежує особистість як динамічну модель і створені нею знання. Справа у тому, що разом з людиною йде у небуття не просто сукупність ідей та фактів, а цілісна система унікальних прийомів та методів мислення. Продовжити існування такої системи теоретично можна, створивши її досконалу комп'ютерну модель [20]. Цей підхід до безсмертя був, безумовно, вже науковим, а не метафоричним. І разом з тим, він був альтруїстичним, як і сам Віктор Михайлович. Адже він передбачав збереження цифрової копії особистості – заради суспільної користі, для інших, а не для себе.

Дещо інший підхід до проблеми був у видатного українського вченого, кардіохірурга, академіка Миколи Михайловича Амосова. Щоправда, він мислив категоріями не безсмертя, а довголіття. Він

вважав можливим і досяжним максимальне продовження тривалості життя в активній творчій фазі за рахунок удосконалення методик оздоровлення [2]. Вибороти додатковий час для добрих справ, для праці, результати якої теж потім залишаться іншим – такий підхід до безсмертя теж, безумовно, був альтруїстичним.

Не важко помітити, що і перший, і другий шляхи паралельно опрацьовувалися письменниками – фантастами (наприклад, К. Чапеком, К. Саймаком, У. Гібсоном, Р. Стерлінгом). Але більшість концептів безсмертя, створених фантастами (йшлося про клонування, біомеханічні або цифрові копії людини або створення дублікату розумної істоти за допомогою телепортаційної камери, як у Кліффорда Саймака, чи перехід на нову еволюційну ланку буття, як у Артура Кларка) – також тою чи іншою мірою були сурогатними, передбачали копіювання чи трансформацію особистості, а не продовження її унікального неповторного існування до безмежності.

Але розглянемо альтернативний, не альтруїстичний шлях до безсмертя: вампіричний, темний. Пов'язаний з виживанням за рахунок іншого. Шлях графині Єлизавети Баторі, що прагнула повернути молодість, купаючись у крові своїх жертв (хоча не виборола у невпинного часу ані хвилини), шлях, описаний Бремом Стокером. Цей шлях чомусь не приваблював геніїв. Але він виявився нерозривно пов'язаним з політикою тоталітарного спрямування, з ідеєю безсмертного імператора, вічного вождя – «батька нації», з системою координат, в якій існують лише піддані і нема місця для громадян, наділених правом обрати лідера і в разі помилки – виправити її на виборах наступних. Інакше кажучи, ідея безсмертя у безмежно егоїстичній версії, за рахунок інших, виявилася нерозривно пов'язаною з тиранією, з владою, що претендує на вічне панування. Як не сумно, але саме така версія безсмертя перетворилася на медійний феномен, що сколихнув у вересні 2025 року світову спільноту:

«З вересня журналісти записали уривок розмови лідерів росії, Китаю та Північної Кореї, де ті, як стверджується, обговорюють тему довголіття та пересадки органів. Запис розмови із перекладеними англійською коментарями політиків, зокрема, опублікувало видання Bloomberg. Згідно з перекладом, володимир путін сказав Сі Цзіньпіну: «Завдяки розвитку біотехнологій людські органи можна постійно пересаджувати, і люди зможуть жити дедалі молодшими й навіть досягти безсмертя». А Сі відповів: «Прогнози показують, що в цьому столітті є шанс дожити й до 150 років». Коли він почав говорити, відео перемкнули на широкий план площі Тяньаньмень, а звук зник [1]»

Хоча формально альтруїстичне безсмертя в інтерпретації кращих представників еліти інтелектуальної та егоцентричне безсмертя в інтерпретації політичної псевдоеліти стосуються одної проблеми, тобто, продовження фізичного існування, насправді – це діаметрально

протилежні шляхи. Щоб переконатися в цьому, достатньо ознайомитися з резолюціями Європарламенту щодо проблем неетичної трансплантації органів з метою продовження життя сильних світу цього, а також науковими медичними публікаціями на цю ж тему (див., наприклад, [19; 21; 22]).

У межах запропонованої доповіді ми наважилися на невеличкий квазіексперимент. Домовилися: написати кожному один рядок на тему: що таке для мене безсмертя. Записати слід було перше формулювання, що з'явилося у свідомості, неосмислене і недосконале, спаде на думку, за методом вільних асоціацій. Подаємо відповіді у тій послідовності, в якій вони надійшли (співавтори взаємодіяли дистанційно):

К.С.: Безсмертя – вакуум (із) простору, часу, знань, що не має кінця. (Ми вирішили не редагувати відповіді, тому прийменник «із» – свідчення захоплення Катерини Смогоринської космологічними концепціями, згідно з якими абсолютної порожнечі не існує, залишили, хоча і взяли в дужки, на виражену у реченні ідею він не впливає – авторський колектив).

В.Ф. Вічне буття чи – що? Не знаю.

І.Х. Відповідь на це запитання є тільки у Бога.

Є. Г. Безсмертя – це коли тебе пам'ятають, навіть коли тебе вже нема.

Є. Ш. Безсмертя — це пам'ять, яку людина залишає після себе, її вплив. Це можуть бути слова, вчинки, думки, що справили враження на інших та у перспективі можуть змінити їхнє життя.

Як бачите, записуючи те, що миттєво спало на думку, жоден з авторів не згадав привабливий для декого з політиків (а в сучасну політику здебільшого йдуть посередності), але абсурдний для високоморальної обдарованої особистості, (якими були Амосов і Глушков) шлях до вічного чи довгого життя за рахунок іншої людини або спільноти людей.

Так, сьогодні нема досконалих засобів, які дозволили б нам залишити не просто слід на Землі, а те краще, що є ядром нашого «Я». Але наведені вище відповіді дозволяють сподіватися, що університетські викладачі класичної школи, до якої належав професор Шкляр, передали нащадкам те основне, без чого майбутнє людства навряд чи буде щасливим.

Висновки.

1. Безсмертя як медійний концепт не є інтегральним феноменом. Воно існує в альтруїстичній («для інших») та в егоїстичній («для себе за рахунок інших») інтерпретаціях.

2. Є підстави вважати, що інтелектуальній еліті, що створила і створює наукові та мистецькі скарби людства, притаманне альтруїстичне сприйняття концепту «безсмертя» - як продовження

своїх справ; натомість у політичних маргіналізованих псевдоеліт нема морального імунітету щодо егоїстичного концепту «безсмертя» – як виживання за рахунок інших.

3. Враховуючи складність і актуальність предмету розвідки – тема потребує подальших міждисциплінарних досліджень.

Список використаної літератури

1. Абрамова Анетт. Державний мовник Китаю змусив Reuters видалити відео розмови путіна та Сі Цзіньпіна про безсмертя. 06 вересня 2025 16:10. <https://hromadske.ua/suspilstvo/250846-derzavnyy-movnyk-kytaiu-zmusyv-reuters-vydalyty-video-rozmovy-putina-ta-si-tszinpinga-pro-bezsmertia> (доступ 30.10.2025)
2. Амосов, Н. А. Експеримент по омоложению. <https://www.icfcst.kiev.ua/amosov/bookru/480> (доступ 30.10.2025)
3. Андрюшенко, М. Ю. Студентські роки в інституті журналістики. (16.06.2025) Museum: віртуальний музей Інституту журналістики. <http://labs.journ.univ.kiev.ua/spring2017/%D1%81%D1%82%D1%83%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%81%D1%8C%D0%BA%D1%96-%D1%80%D0%BE%D0%BA%D0%B8-%D0%B2-%D1%96%D0%BD%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%82%D1%83%D1%82%D1%96-%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96/> (доступ 30.10.2025)
4. Братерська-Дронь М. Т. Проблема безсмертя у філософії учених-космістів. Гуманітарний часопис. 2016, № 2. 615263.pdf <https://share.google/f4vgg036QqijX5zac> (доступ 30.10.2025)
5. Васишин І. Життя - смерть - безсмертя: екзистенційний дискурс у філософській ліриці Є. Маланюка. Слово і час, 2007. № 11. Source: Інститут Програмних Систем <https://share.google/Skl56KsQvEv48b8R6> (доступ 30.10.2025)
6. Гладій, В. Проблема життя, смерті і безсмертя в духовному досвіді людини. https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/30268/2/FVT_2019_Hladii_V-The_problem_of_life_death_and_17.pdf (доступ 30.10.2025)
7. Забіяка, І. М. Шкляр Володимир Іванович. Museum: віртуальний музей Інституту журналістики. <http://labs.journ.univ.kiev.ua/spring2017/shklyar-volodymyr-ivanovych/> (доступ 30.10.2025)
8. Кікоть, В.М., Скловський, І. З. Філософський аналіз проблем смерті та безсмертя в історії філософії. Source: CORE. <https://share.google/q8VOWCmZ8seSq00aY> (доступ 30.10.2025)
9. Кушерець, Тетяна. Проблема смерті та безсмертя в "Так казав Заратустра" Ф. Ніцше. Вісник Львівського університету. Серія

- філос.-політолог. студії. 2023. Випуск 46.
<https://doi.org/10.30970/PPS.2023.46.12> (доступ 30.10.2025)
10. Лао-Цзи. Дао де цзин; Пер. з китайської: Євген Тарнавський. Харків: Фоліо, 2020. 96 с. <https://knigogo.top/chitati-online/tao-te-ching/> (доступ 30.10.2025)
11. Нестеренко, Павло. Проблема смерті та безсмертя особистості в історії філософії. Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. студії. 2021. Випуск 37. DOI <https://doi.org/10.30970/PPS.2021.37.11>
12. Підгайний М., Чоп Т. Смерть та безсмертя в сучасному світі. https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/30207/2/FVT_2019_Pidhainyi_M-Death_and_immortality_in_25-26.pdf (доступ 30.10.2025)
13. Распопов Є. І. Проблема іморталізму в релігійному світогляді. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія "Історичне релігієзнавство", випуск 11. Source: LIBNAS. <https://share.google/BsF5DFuThgOfyc53y> (доступ 30.10.2025)
14. Сосюр Ф. де. Курс загальної лінгвістики. / Фердінан де Сосюр; [пер. з фр. А. Корнійчук, К. Тищенко]. — К.: Основи, 1998. — 324 с.
15. Хоменко І. Оригінальна радіоп'єса: історія, теорія, практика: дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08. / І. А. Хоменко. Київ, 2002. 199 с.
16. Цехмістер Я.В., Короленко В.В. Філософські та медичні аспекти проблеми безсмертя. Український науково-медичний молодіжний журнал, 2009. № 4. с. 5-11. <https://estetmed.org/wp-content/uploads/2017/12/%D0%91%D0%B5%D0%B7%D1%81%D0%BC%D0%B5%D1%80%D1%82%D1%8F.pdf> (доступ 30.10.2025)
17. Черняков Б. І. Уроки мудрості і простоти. Наукові читання Інституту журналістики. Випуск перший. Доповіді та матеріали третіх наукових читань, присвячених 85-літтю від дня народження Д. М. ПРИЛЮКА та О. К. БАБИШКІНА. 28 листопада 2003 р. Вид. 2-ге, випр. І доповн. Редагування М. П. Слов'янової. Упорядкування, верстка І. М. Забіяки. За редакцією проф. В. В. Різуна, за сприяння В. В. Пасака. С. 20-25. <http://labs.journ.univ.kiev.ua/spring2017/wp-content/uploads/2023/05/%D0%92%D0%B8%D0%BF%D1%83%D1%81%D0%BA-%D0%BF%D0%B5%D1%80%D1%88%D0%B8%D0%B9.2006.%D0%9F%D1%80%D0%B8%D0%BB%D1%8E%D0%BA-%D0%94.%D0%9C.%D0%91%D0%B0%D0%B1%D0%B8%D1%88%D0%BA%D1%96%D0%BD-%D0%9E.%D0%9A-1.pdf> (доступ 30.10.2025)
18. Шопенгауер, Артур. Афоризми про мудрість життя. Поступ життєзнавства 17.01.2004. № 269. https://web.archive.org/web/20160305171905/http://postup.brama.com/dinamic/i_pub/usual.php?what=18823&raz=1

19. European Parliament resolution of 5 May 2022 on the reports of continued organ harvesting in China (2022/2657(RSP))/ The European Parliament https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2022-0200_EN.html (access 30/10/2025)

20. Gluhkov, V.M. Would you like to gain immortality using a computer? https://youtu.be/h_oGOdP9d50?si=8kmOuWrPoeYXyh2g (access 30/10/2025)

21. Motion for a resolution - B9-0082/2024 European Parliament. MOTION FOR A RESOLUTION on the ongoing persecution of Falun Gong in China, notably the case of Mr Ding Yuande. 16.1.2024 - (2024/2504(RSP)) https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/B-9-2024-0082_EN.html (access 30/10/2025)

22. Trey, T. , Sharif, A., Schwarz, A., Fiatarone Singh, M., Lavee, J . Transplant Medicine in China: Need for Transparency and International Scrutiny Remains. doi: 10.1111/ajt.14014 (access 30/10/2025)

Анотація. Статтю присвячено неузгодженості мистецького і наукового тлумачення ідеї безсмертя в сучасному медіадискурсі. Проблему розглянуто з полярних позицій: в контексті альтруїстичного концепту (безсмертя у справах) і егоїстичного концепту (продовження життя за рахунок інших). Специфічний кут зору дослідження визначено постаттю професора Володимира Івановича Шкляра (меморіальним заходом, присвяченим якому, і є ця конференція).

Ключові слова: медіа, мистецтво, наука, концепт «безсмертя».

Тетяна Цепкало,

кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю, Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського
(м.Вінниця) tetiana.tsepka@gmail.com

ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНІСТЬ ПУБЛІЦИСТИКИ ОСКАРА ВАЙЛДА

Письменницька публіцистика як особливий сегмент журналістського дискурсу поєднує аналітичне мислення, художню майстерність та громадянську позицію автора. Вона вирізняється особистою реакцією митця на соціально-політичні події та прагненням його вплинути на свідомість читача через власну оцінку реальності. Цей тип публіцистики відрізняється підвищеною увагою

до художніх і стилістичних засобів, емоційною виразністю та жанровою різноманітністю, що сприяє глибшому розумінню соціальних процесів. У цьому контексті інтертекстуальність постає як один із важливих механізмів формування семантичної багатоступовості журналістських текстів, що забезпечує їх діалогічність та культурну взаємодію з іншими текстовими традиціями.

Теоретичні аспекти інтертекстуальності обґрунтували такі науковці, як І. Арнольд, Р. Барт, Г. Блум, Ж. Женетт, Д. Кліпінгер, Ю. Крістева, М. Шаповал та ін. Інтертекстуальні елементи в медіатекстах вивчали Н. Зражевська, О. Ільченко, В. Каленич, Т. Космеда, С. Сметаніна, М. Титаренко та ін. Інтертекстуальність публіцистичного дискурсу досліджували В. Галич, Т. Демкова, Т. Іванюха, О. Рябініна та ін. Окремі аспекти публіцистики Оскара Вайлда, зокрема, його есе «Душа людини за соціалізму», розглядали О. Готов, О. Оніщенко та ін.

Метою нашої наукової розвідки є аналіз інтертекстуальності в публіцистичних текстах Оскара Вайлда. Завдання нашого дослідження: розглянути особливості та різновиди інтертекстуальності; віднайти елементи інтертексту у публіцистичних творах Оскара Вайлда; проаналізувати різновиди інтертекстуальності в публіцистиці митця; встановити роль інтертекстуальних елементів у вираженні ідейного змісту публіцистичного твору.

Ми відзначали, що «художня творчість у контексті світових та етнонаціональних культурних надбань характеризується міжтекстовою взаємодією, зовнішньою діалогічністю та поліфонією. Запозичені художні тексти під пером митця переосмислюються, перетворюються, інтерпретуються, трансформуються та вплітаються в абсолютно нову текстову канву, набуваючи імпліцитних кодових значень, поліреферентності, нових смислових виражень» [7, с. 244]. У контексті медіареальності, зокрема в рамках теорії масової комунікації, інтертекстуальність розглядається як процесуальне явище, що відображає динаміку створення смислів у сучасному інформаційному просторі та відзначається «тенденцією різних медійних текстів до різнорівневих і різножанрових значущих зв'язків, які встановлюють читачі» [4, с. 486]. Тобто з точки зору теорії масової комунікації будь-який комунікативний акт може набувати інтертекстуальних рис, якщо він виявляє інтегративні характеристики текстових або жанрових взаємозв'язків.

О. Рябініна в сучасній українській публіцистиці виокремлює такі найпоширеніші засоби інтертекстуальності: «1) інтертекстуальність – “текст у тексті”; 2) паратекстуальність – “заголовний комплекс як текст у тексті”; 3) метатекстуальність – “текст про текст у тексті”; 4) гіпертекстуальність – “текст над текстом у тексті” [5, с. 6]. Тут можна

говорити про цитати, алюзії, фреймові реперезентанти, перифрази, центонні тексти та ін.

Цитати – це інтертекстуальні включення, що передбачають точне, дослівне відтворення фрагментів оригінального (прото)тексту в новому текстовому середовищі з метою збереження його семантичної, стилістичної та авторської автентичності. Цитування як явище інтертекстуальності використовується ірландським есеїстом у кожному його публіцистичному творі.

У світовій літературі існує значна кількість творів, які можна охарактеризувати як прецедентні, оскільки їх семантичні відгомони неодноразово актуалізувалися протягом століть. Цитати з таких джерел, які використовуються неодноразово, формують стабільні культурні значення і впливають на сприйняття нових текстових контекстів. Біблія є одним з найяскравіших прикладів таких текстів. Оскар Вайлд також неодноразово вдається до цитування біблійних текстів. Наприклад, у есе «Душа людини за соціалізму»: *«І каже йому Ісус: “Тобі слід відмовитися від приватної власності. Вона стримує тебе. Тяжіє над тобою. Твоя особистість її не потребує. Свою істинну природу й істинні бажання ти відшукаєш усередині себе, в не зовні”»* [1, с. 20]. Біблійні цитати у публіцистиці Оскара Вайльда слугують інтелектуальними та моральними орієнтирами, підсилюючи аргументи та надаючи його міркуванням універсального етичного виміру.

В есе «De Profundis» ірландський публіцист активно цитує класиків світової літератури. Так, ми можемо прочитати рядки з «Божественної комедії» Данте Аліґ'єрі: *«...Tristi fummo / Nell' aer dolce, che del sol s' allegra»* [1, с. 81], що, за перекладом Євгенія Дроб'язка, означає: *«Були ми / у траурі на сонячній землі»*. Також автор розповідає, що його мати завжди цитувала йому Гете: *«Хто хліба із слізьми не їв, / Хто ридма в поночі немилій / До рання в ліжку не сидів, / Той вас не знає, небесні сили»* [4, с. 83] (переклад Сидора Сакидона). Цитування класичної літератури служить митцю засобом для поглиблення семантичної перспективи тексту, підкреслюючи його особистий досвід, спираючись на загальновизнані культурні авторитети.

Цитати, котрі багато разів відтворювалися в усній та письмовій традиції, поступово набувають статусу крилатих виразів, інтегруючись у мовну систему та займаючи проміжне місце між кодом та текстовою інтертекстуальністю. До таких виразів належать фрази з чітко визначеним літературним або історичним джерелом, а також можуть бути прислів'я та приказки. Оскар Вайлд у публіцистичних творах «теж застосовує крилаті вирази. Наприклад: *«...за словами Платона, “під прикриттям стіни”»* [1, с. 5-6] («Душа людини за соціалізму») або заповідь китайського мудреця Чжуан-цзи (369-286 рр. до н.е.):

«Не робіть нічого, і все зробиться саме по собі» [1, с. 140] («Китайський мудрець»). Така форма інтертекстуальності дозволяє автору спиратися на авторитетні культурні джерела та поглиблювати багатовимірне значення власних текстів.

Т. Демкова відзначає, що в публіцистичному дискурсі «чуже слово» реалізується у двох основних формах: 1) відкритій, коли вони формально виокремлюються від слів автора за допомогою синтаксичних, графічних або інших лінгвістичних засобів, та 2) прихованій, коли запозичення інтегруються в текст без очевидних маркерів відокремлення. Так зване «чуже слово» зберігає характеристики «іншості», що підкреслює діалогічний характер мови [3, с. 117]. Відповідно ще одним видом цитування є парафрази, що становлять собою переказ ідей інших авторів своїми словами. Ця техніка зберігає основний зміст і значення чужого висловлювання, але змінює його форму і стиль. Перефразування завжди передбачає певний рівень інтерпретації, адже автор нового тексту інтерпретує вихідний матеріал по-своєму, тому межа між оригіналом і його переказом частково розмивається. Це явище є результатом мислення, оскільки оригінальне висловлювання проходить когнітивну обробку, що полягає в усвідомленні його змісту, виділенні важливого та інтерпретації його у новому контексті. Так, у публіцистичних текстах Оскара Вайлда зустрічається перефразоване цитування німецького історика, філолога, юриста, політика та організатора науки ХІХ ст. Теодора Моммзена: *«Цезар, пише Моммзен, був довершеною та ідеальною особою»* [1, с. 16]. Іншим прикладом парафрази є такий: *«Саме Папа сказав перед конклавом Кардиналів про Челліні, що він непідвладний жодному закону й нічому диктату»* [1, с. 49]. Обидва фрагменти використані в есе «Душа людини за соціалізму». А публіцистичний твір «Аристотель за пообіднім чаєм» розпочинається словами з книги «Принципи мистецтва спілкування» британського історика, дослідника античності Джона Пентланда Магаффі: *«У суспільстві, стверджує Магаффі, кожному цивілізованому чоловікові чи жінці слід мати за обов'язок щось сказати, навіть якщо сказати майже нічого»* [1, с. 161]. Таке перефразування служить способом переосмислення авторитетних джерел, дозволяючи інтегрувати їхній зміст у власний дискурс, зберігаючи семантичний зв'язок з оригінальним текстом.

Ще одним засобом інтертекстуальності є алюзія як посилання на інший текст або культурне явище, котре можна впізнати за вибраними, вибірково відтвореними елементами оригінального джерела. Алюзія може передавати лише невелику частину відомого твору, навіть одне слово або коротку фразу, але при цьому зберігатиметься здатність викликати бажані асоціації. Посилання на відомі літературні або художні твори, події чи персонажів, як

відзначає А. Тютенко [6, с. 6] також вважаються алюзіями, навіть якщо вони не названі прямо, але їх значення легко впізнати.

Алюзію на відомих осіб та історичні події зустрічаємо в есе Оскара Вайлда «De Profundis»: *«Ці рядки славетна королева Пруссії Луїза, до якої Наполеон поставився із грубою жорстокістю, цитувала в принизливі роки вигнання»* [1, с. 83]. Йдеться про принцесу Луїзу Августу Вільгельміну Амалію, дружину Фрідріха Вільгельма III і королеву-консорта Пруссії, життя якої пов'язане з боротьбою проти Наполеона. Також письменник звертається до давньогрецької міфології, зокрема, згадує про богинь долі і призначення людей та богів: *«Я й гадки не мав, що це була одна з тих особливих речей, які для мене передбачили мойри»* [1, с. 84]. Віднаходимо також згадку про Нарциса [1, с. 86] – сина річкового бога Кефісса й німфи Ліріопи, вродливого юнака, який за волею богів закохався у своє відображенні і від цієї любові помер, що є алюзією на самозакохану людину. У публіцистичному творі «Читати чи не читати» зустрічаємо такий приклад: *«Осягнути вершини Парнасу не допоможе жодна книга»* [1, с. 155]. Парнас – це гірський масив у середній частині Греції, що в давньогрецькій міфології вважався місцем перебування Аполлона та муз – покровительок поезії, мистецтва ц наук. Тут же Парнас є алюзією на світ поезії. Біблійні алюзії також використовуються Оскаром Вайлдом, наприклад: *«Невелика вечерея зі своїми учнями, один із яких уже продав його за гроші»* [1, с. 95], що повертає читача до біблійної історії про Тайну Вечерю Ісуса Христа. Таким чином, алюзії в публіцистиці Оскара Вайлда виконують функцію інтелектуальних маркерів, котрі занурюють читача в широкий культурний контекст і підкріплюють його аргументи без зайвих пояснень. Посилаючись на міфологію, історію та Біблію, автор створює глибший підтекст, робить свої роздуми більш універсальними та емоційно зарядженими, а також створює відчуття діалогу між сьогоденням і культурною традицією.

Ще однією формою інтертекстуальності є автоінтертекстуальність, за допомогою котрої автор свідомо посилається на свої попередні твори, мотиви або образи, створюючи впізнавану внутрішню мережу семантичних зв'язків. У публіцистичному творі Оскара Вайлда «Душа людини за соціалізму» зустрічаємо автоцититування: *«Людські емоції спритніші за людський розум, тож, як я вже зазначав у своїй статті про завдання критики, нам набагато легше приміряти на себе чуже страждання, аніж чужі думки»* [1, с. 6]. А в есе «De Profundis» віднаходимо згадку про попередні книги автора та його сучасне бачення своєї творчості: *«Звісно, усе це я передбачив і передчув у своїх книгах. Щось – у «Щасливому Принці», щось – у «Молодому Королі», зокрема в абзаці, де єпископ говорить хлопцеві, який схилився перед ним: “Хіба*

Той, хто вигадав нещастя, не мудріший за тебе?» – ці слова, що вийшли з-під мого пера, здалися мені тоді трохи більше, ніж просто словами» [1, с. 90-91]. Таким чином, письменник свідомо повертається до власних творів і раніше сформованих ідей, що дозволяє йому переосмислити власну творчість і побудувати цілісну внутрішню семантичну традицію.

В аналізованих публіцистичних текстах Оскара Вайлда інтертекстуальні елементи найчастіше реалізуються через використання власних імен, котрі утворюють блок антропонімів постатей світової історії та культури. Інтертекстуального значення використання антропонімів набуває лише тоді, коли ім'я має ідеологічно та семантично заряджений характер. У цьому випадку антропонім стає символом і представляє певний тип тексту, водночас посиляючись на їхні ідеї, семантичні домінанти та ціннісні орієнтації.

Так, Оскар Вайлд використовує величезну кількість імен у своїй публіцистиці:

«Душа людини за соціалізму»: Дарвін, Кітс, Ренан, Флобер, Платон, Байрон, Шеллі, Браунінг, Гюго, Цезар, Моммзен, Марк Аврелій, Шекспір, Спіноза, Даміан, Вагнер, Вордсворт, Кінгслі, Берк, Ірвінг, Теккерей, Мередит, Данте, Тассо, Челліні, Людовик XIV, Рафаель.

«De Profundis»: Вордсворт, Пейуер, Данте, Андре Жід, Метью Арнолд, Нерон, Чезаре Борджіа, Олександр VI, Софокл, Аристотель, Есхіл, Емерсон, Бодлер, Шекспір, Шопен, Святий Франциск Ассізьський, Джотто ді Бондоне, Петрарка, Рафаель, Палладіо, Колрідж, Кітс, Берн-Джонс, Морріс, Джотто, Ланселот, Тангейзер, Мікеланджело, Хармід, Еврідін, Лінней, Готье та ін.

«Китайський мудрець»: Чжуан-цзи, Лао-цзи, Скотт Ерігуен, Якоб Беме, Філіон, Геракліт, Гегель, Таулер, Майстер Екгарт, Руссо, Спенсер, Дарвін, Платон, Конфуцій, Джайлз, Кваріч.

«Читати чи не читати»: Цицерон, Светоній, Вазарі, Джон Мандевіль, Марко Поло, Моммзен, Грот, Томсон, Роджерс, Пейлі, Блаженний Августин, Джон Стюарт Мілль, Вольтер, Батлер, Грант, Г'юм, Едгар Аллан По, Сауті, Кібл.

«Аристотель за пообіднім чаєм»: Магаффі, Аристотель, Шарль Перро, князь фон Бісмарк, Віктор Емануїл, пан Гладстон.

У публіцистичних текстах Оскара Вайлда численні антропоніми слугують інтертекстуальними маркерами, котрі влітають у його тексти широкий культурний, філософський, історичний та літературний контексти. Посилаючись на мислителів, митців та історичних постатей, він підкріплює свою аргументацію, будує інтелектуальний діалог між власними ідеями та світовою традицією.

Формою інтертекстуальності також є використання топонімів, про котрі В. Галич зазначає: «Пропущені через свідомість і сферу

чуття письменника та читача-інтерпретатора вони передають часо-просторовий зріз відтворених подій, несуть у собі відбиток складної діалектики об'єктивного й суб'єктивного в мисленні автора, баченні й оцінці ним змальованих суспільних явищ. Таким чином, топоніми, викликаючи асоціації з часом і місцем подій, у тексті публіцистичного твору поряд з номінативною виконують ще й соціально-дейктичну функцію, яка стає головною в метафоризованих онімах цього класу». [2, с. 86].

У листі «De Profundis» Оскара Вайлда зустрічається згадка про вежу Джотто [1, с. 107] – одну з найвідоміших пам'яток Флоренції, дзвіницю кафедрального собору Санта-Марія-дель-Фіоре, котра подається у контексті подяки Христові за всі людські витвори мистецтва. Із воскресінням самого Христа письменник пов'язує появу Шартрського собору [1, с. 105] – католицького кафедрального собору у місті Шартр (Франція), споруджений у 1194-1220 рр. на честь Діви Марії. В есеї «Душа людини за соціалізму» автор наголошує на соціальній природі людини і зазначає: *«Зрештою, навіть Фіваїду рано чи пізно обжили люди»* [1, с. 56]. Тут йдеться про старовинну назву області у Верхньому Єгипті, до котрої християни й у наш час здійснюють паломництво. Таким чином, у публіцистиці Оскара Вайлда топоніми виступають важливими інтертекстуальними елементами, що апелюють до історичного, культурного та релігійного контексту, дозволяючи читачеві розпізнати широкий геокультурний контекст, що стоїть за його образами та роздумами. За допомогою таких географічних назв митець надає своїм ідеям символічної глибини, перетворюючи місця на носіїв ціннісних концепцій та інтелектуальних традицій, що поглиблюють розуміння його публіцистичного дискурсу.

Отже, інтертекстуальність у публіцистичних текстах Оскара Вайлда виступає одним із провідних механізмів створення семантичної багатошаровості, завдяки котрій його есе набувають інтелектуальної глибини, культурного багатства та діалогічної відкритості. Спираючись на матеріали зі світової літератури, філософії, історії, релігії та мистецтва, письменник формує поліфонічний текстовий простір, де його власні ідеї взаємодіють з авторитетними традиціями різних епох і культур. Цитати, алюзії, парафрази, автоінтертекстуальність та інтертекстуальні антропоніми й топоніми створюють складну систему інтертекстуальних зв'язків, котрі підсилюють аргументацію автора та надають його текстам універсального резонансу. Письменник використовує «чужі слова» як інструмент для глибокого аналізу соціальних явищ, спосіб висловити власну позицію та вписати її в ширший цивілізаційний дискурс. Завдяки широкому спектру інтертекстуальних елементів публіцистичні твори Оскара Вайлда виходять за межі конкретної

історичної ситуації та набувають статусу культурних інтерпретацій, що залишаються актуальними й у наш час.

Список використаної літератури

1. Вайлд О. Публіцистика / пер. з англ. О.О. Павлюка; худож.-оформлювач О.А. Гугалова-Мешкова. Харків : Фоліо, 2019. 187 с.
2. Галич В. Семіотика інтертекстуальності публіцистичного твору: соціально-комунікативна рецепція : монографія. Рівне : ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», 2015. 120 с.
3. Демкова Т. Роль та місце інтертекстуальності в літературній практиці української закордонної публіцистики. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія : Філологічна*. 2016. Випуск 60. С. 116-119.
4. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / перекл. з англ. О. Возьна, Г. Сташків. Львів : Літопис, 2010. 538 с.
5. Рябініна О. Інтертекстуальність у дискурсі сучасної української преси: лінгвістичний аспект : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Харків, 2008. 20 с.
6. Тютенко А. Структура і функції алюзій в пресі Німеччини, Австрії та Швейцарії : автореф. дис. ... канд. філол. наук. Харків, 2000. 20 с.
7. Цепкало Т. Інтертекстуальність творчості Ігоря Костецького. *Літературні контексти ХХ століття : Ігор Костецький і доба : збірник наукових праць. Серія «ХХ століття : від модерності до традиції»*. Вип. 7. Вінниця : ТОВ «Твори», 2021. С. 243-250.

Анотація. У статті досліджено інтертекстуальність публіцистики Оскара Вайлда як важливий механізм формування семантичної багатшаровості його публіцистичного дискурсу. Проаналізовано типи інтертекстуальних зв'язків у його есеях: цитати, алюзії, парафрази, автоінтертекстуальність та інтертекстуальні антропоніми й топоніми. Розглянуто функції цих інтертекстуальних елементів у побудові аргументів, формуванні культурних асоціацій та створенні діалогу між думкою автора та світовою інтелектуальною традицією. Доведено, що інтертекстуальність у публіцистичних текстах Оскара Вайлда підсилює аналітичний зміст його творів, надає їм універсального культурного виміру та поглиблює їхній ідеологічний потенціал.

Ключові слова: публіцистика, інтертекстуальність, цитування, алюзії, автоінтертекстуальність, парафрази, антропоніми, топоніми.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ ПОКАЖЧИК
наукових праць професора В. І. Шкляра
(упорядник: професор Олександр Мелешенко)

Шкляр В. І. Алгоритми сенсації в пресі // Журналістика. Преса. Телебачення. Радіо. 1992. Вип. 24. С.150 – 154.

Шкляр В. І. Політика, преса, влада. Преса у політичній системі суспільства : Тези доп. наук. конф. фак. журн. Київ. ун-ту ім. Т. Шевченка. К. : Б. в., 1992. С. 8 – 11.

Шкляр В. І. Про стилістику журналістської поведінки // Засоби масової комунікації як форма бізнесу : Тези і виступи міжнар. наук.-практ. конф. 26 – 27 червня 1992 року. К. : Б. в., 1992. С. 19 – 20.

Шкляр В. І. Інформаційна індустрія України. Вінниця : Наш час, 1993. 60 с.

Чічановський А., Шкляр В. Політика. Преса. Влада. М.; К. : Славянський діалог, 1993. 68 с.

Шкляр В. І. Політика. Преса. Час : (Політичний портрет у пресі) // Вісник Київ. ун-ту : Сер. Журналістика. 1993. Вип.1. С. 42 – 50.

Шкляр В. І. Преса керована і преса керуюча // Українська періодика : історія і сучасність : Тези доп. і повід. Першої Всеукр. наук.-теорет. конф. 9 – 10 грудня 1993 р. Львів : Б. в., 1993. С. 13 – 17.

Шкляр В. І. У полоні іронії? // Журналістика. Преса. Телебачення. Радіо. 1993. Вип. 25. С. 147 – 154.

Шкляр В. І., Чічановський А. А. Інформаційний потенціал національної системи ЗМІ // Засоби масової інформації і становлення національної армії України : Зб. наук. праць. К. : Б. в., 1994. С. 24 – 27.

Шкляр В. І., Чічановський А. А. Національний інформаційний продукт (соціально-економічний аспект) // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики / Львівська наукова бібліотека ім. В. Стефаника. Вип. І. Львів : Б. в., 1994. С. 171 – 179.

Шкляр В. І. Бар'єри слова : Маргіналії та казуальні розмірковування. К. : Б. в., 1995. 37 с.

Шкляр В. І. Журналістська майстерність (розділ “Поетика журналістського твору”) : Конспект лекцій. К. : РВЦ “Київський університет”, 1995. 34 с.

Чічановський А. А., Шкляр В. І. Інформаційний простір як глобальна проблема сучасності // Вісник Київ. ун-ту : Сер. Журналістика. 1995. Вип. 2. С. 44 – 53.

Шкляр В. І. Національна журналістика: розлад “гармонії” чи гармонія “розладу”? // Українська періодика : історія і сучасність : Тези доп. і повід. Третьої Всеукр. наук.-теорет. конф. 22 – 23 грудня 1995 року. Львів : Б. в., 1995. С. 168 – 174.

Шкляр В. І. Преса як суспільна влада й інститут соціального контролю // Роль засобів масової інформації в суспільно-культурному процесі в Україні : Матеріали наук. конф. 30 – 31 березня 1995 року. К. : Б. в., 1995. С. 37 – 39.

Чічановський А. А., Шкляр В. І. Світ інформації: Особистість, суспільство, держава. (Медитації і маргіналії). М. ; К. : Славянський діалог, 1995. 51 с.

Методичні поради до написання дипломних робіт з журналістики / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка ; Упоряд. В. А. Качкан, Б. І. Черняков, В. І. Шкляр, В. Ф. Іванов. К. : Б. в., 1995. 26 с.

Шкляр В. І. Журналістика : естетика слова і етика дій // Українська журналістика-96 : Матеріали наук.-практ конф. К. : Б. в., 1996. С. 44 – 46.

Слободянюк Р. Д., Шкляр В. І. Журналістський аналіз : суть і актуалізація поняття // Вісник Київ. ун-ту : Сер. Журналістика. 1996. Вип. 3. С. 17 – 43.

Шкляр В. І. Національна журналістика: від розладу до гармонії // Українська журналістика : вчора, сьогодні, завтра : Істор.-теорет. нарис / Авт. кол. : В. І. Шкляр (керівник), О. К. Мелешенко, О. Г. Мукомела, І. С. Паримський / За заг. ред. В. І. Шкляра. Вип. І. К. : Б. в., 1996. С. 48 – 100.

Українська журналістика : вчора, сьогодні, завтра : Істор.-теорет. нарис / Авт. кол. : В. І. Шкляр (керівник), О. К. Мелешенко, О. Г. Мукомела, І. С. Паримський / За заг. ред. В. І. Шкляра. Вип. І. К. : Б. в., 1996. 168 с.

Шкляр В. І. Основи теорії журналістики. К. : МІЛП – ВІПОЛ, 1996.

Шкляр В. Політична кар'єра журналіста // Журналістика й проблеми формування нової політичної еліти в посткомуністичних державах : Матеріали міжнар. наук.-практ. конф. К. : ЦВП, 1996. С. 39 – 41.

Шкляр В. І. Преса : синдром знесиленого слова, або симптоми дистрофії // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики / Львівська наукова бібліотека ім. В. Стефаника. Вип. III / IV. Львів : Б. в., 1996 – 1997. С. 269 – 274.

Шкляр В. І. Журналістика і дипломатія // Вісник Київ. ун-ту : Сер. Журналістика. 1997. Вип. 5. С. 37 – 42.

Шкляр В. І. Інтеграційні процеси у мас-медіа й етнополітичні проблеми // Національна ідея та національна своєрідність у засобах масової інформації. Асиміляція чи інтеграція в багатонаціональні суспільства Центрально-Східної Європи. Історичний досвід та сучасні аспекти : Тези міжнар. “круглого столу”, Київ, 20 – 22 грудня 1996 року. К. : Дослід. центр іст. укр. Преси ; Міжнар. фонд “Відродження”, 1997. С. 7 – 9.

Шкляр В. І. Міжнародна журналістика // Сучасна українська журналістика : поняттєвий апарат / За ред. А. З. Москаленка. К. : ЦВП, 1997. С. 13 – 15.

Чічановський А. А., Шкляр В. І. Національний інформаційний простір : потенціал і ресурси // Вісник Київ. ун-ту : Сер. Журналістика. 1997. Вип. 4. С. 26 – 34.

Шкляр В. І. Національний інформаційний простір // Сучасна українська журналістика : поняттєвий апарат / За ред. А. З. Москаленка. К. : ЦВП, 1997. С.11.

Вартанов Г. І., Шкляр В. І. Основи журналістики. К. : МІЛП, 1997.

Шкляр В. І. Дзеркало суспільного життя : (Від авторів) : [Передмова редактора] // Українська журналістика : вчора, сьогодні, завтра : Істор.-теорет. нарис / Авт. кол. : В. І. Шкляр (керівник), Й. Д. Лось, О. Г. Мукомела, І. С. Паримський. Вип. II. К. : Б. в., 1997. С. 4 – 6.

Шкляр В. І. Мас-медіа і утвердження демократії // Українська журналістика : вчора, сьогодні, завтра : Істор.-теорет. нарис / Авт. кол. : В. І. Шкляр (керівник), Й. Д. Лось, О. Г. Мукомела, І. С. Паримський / За заг. ред. В. І. Шкляра. Вип. II. К. : Б. в., 1997. С. 55 – 95.

Українська журналістика : вчора, сьогодні, завтра : Істор.-теорет. нарис / Авт. кол. : В. І. Шкляр (керівник), Й. Д. Лось, О. Г. Мукомела, І. С. Паримський / За заг. ред. В. І. Шкляра. Вип. 2. К. : Б. в., 1997. 139 с.

Шкляр В. І. Українська журналістика в контексті світової // Українська журналістика в контексті світової : Зб. наук. праць / За заг. ред. В. І. Шкляра. Вип. 1. К. : Б. в., 1997. С. 4 – 12.

Українська журналістика в контексті світової : Зб. наук. праць / За заг. ред. В. І. Шкляра. Вип. I. К. : Б. в., 1997. 100 с.

Шкляр В. І. Українська журналістика в контексті світової // Пам'ять століть. 1997. № 2. С. 129 – 133.

Шкляр В. І. Преса як засіб міжнародного спілкування. К. : ІСДО, 1997. 24 с.

Шкляр В. І. Соціальна норма і престиж преси // Українська журналістика-97 : Матеріали наук.-практ. конф. К. : Б. в., 1997. С. 77 – 79.

Шкляр В. І. Соціальна норма і престиж преси // Українська періодика : історія і сучасність : Тези доп. і повід. Четвертої Всеукр. наук.-теорет. конф. 19 – 20 грудня 1997 року. Львів : Б. в., 1997. С. 25 – 28.

Шкляр В. І. Мас-медіа і соціокультурна реальність // Українська журналістика-98 : Зб. наук. праць. К. : ЦВП, 1998. С. 94 – 96.

Шкляр В. І. Мас-медіа : світ України і Україна у світі / КНУТШ, Ін-т журналістики ; ЦВП ; Асоціація ЗМІ України / Володимир Іванович Шкляр. К. : ЦВП, 1998. 26 с. (Бібліотечка Інституту журналістики Київського університету імені Тараса Шевченка “Слово-зброя № 5” (Преса)).

Шкляр В. І. Мас-медіа як регулятор культурно-політичного процесу : До питання форм і методів медіарілейшнз // Сучасна політична культура та мас-медіа : Зб. наук. праць. К. : Фондація "Суспільність", 1998. С. 90 – 95.

Шкляр В. І. Преса і політичний ландшафт України // Проблеми державотворення і входження України у світове співтовариство : Матеріали всеукр. наук.-практ. конф. 25 квітня 1998 року. К. : Б. в., 1998. С. 96 – 99.

Шкляр В. І. Преса як засіб міжнародного спілкування (журналістика і дипломатія) // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики / Львівська наукова бібліотека ім. В. Стефаника. Вип. V. Львів : Б. в., 1998. С. 246 – 255.

Шкляр В. І. Світ преси : структура і потенціал // Проблеми державотворення і входження України у світове співтовариство : Матеріали всеукр. наук.-практ. конф. 25 квітня 1998 року. К. : Б. в., 1998. С. 100 – 104.

Шкляр В. І. Журналістика і політика : проблеми і перспективи взаємодії // Українська журналістика : вчора, сьогодні, завтра : Істор.-теорет. нарис / Авт. кол. : В. І. Шкляр (керівник), О. Г. Мукомела, Т. І. Петрів, І. Ю. Слісаренко, І. С. Паримський / За заг. ред. В. І. Шкляра. Вип. III. К. : Б. в., 1998. С. 93 – 137.

Шкляр В. І. Національна школа журналістики: науковий потенціал і ресурси : (Замість післямови) // Українська журналістика : вчора, сьогодні, завтра : Істор.-теорет. нарис / Авт. кол. : В. І. Шкляр (керівник), О. Г. Мукомела, Т. І. Петрів, І. Ю. Слісаренко, І. С. Паримський / За заг. ред. В. І. Шкляра. Вип. III. К. : Б. в., 1998. С. 176 – 178.

Українська журналістика : вчора, сьогодні, завтра : Істор.-теорет. нарис / Авт. кол. : В. І. Шкляр (керівник), О. Г. Мукомела, Т. І. Петрів, І. Ю. Слісаренко, І. С. Паримський / За заг. ред. В. І. Шкляра. Вип. III. К. : Б. в., 1998. 180 с.

Шкляр В. І. Преса і політичний ландшафт України // Проблеми державотворення і входження України у світове співтовариство : Матеріали всеукр. наук.-практ. конф. 25 квітня 1998 року. К. : Б. в., 1998. С. 96 – 99.

Шкляр В. І. Цілісно-нормативна орієнтація журналістики // Інформація у глобальному вимірі : Зб. наук. праць. К. : ЦВП, 1998. С. 27 – 28.

Шкляр В. І. Світ преси : структура і потенціал // Українська журналістика в контексті світової : Зб. наук. праць / За заг. ред. В. І. Шкляра. К. : Б. в., 1998. Вип. 2. С. 3 – 7.

Шкляр В. И. Свобода прессы : парадоксы и парадигмы // Акценты. Новое в журналистике и литературе. Вып. 1 – 2. 1998. С. 17 – 19 [Воронеж].

Українська журналістика в контексті світової : Зб. наук. ст. / За заг. ред. В. І. Шкляра. Вип. 2. К. : Б. в., 1998. 110 с.

Шкляр В. І. Журналістика і міжнародне гуманітарне право // Сучасне та майбутнє журналістики в плюралістичному суспільстві : Матеріали наук.-практ. укр.-швейцарськ. семінару. К. : ЦВП, 1999. С. 108 – 113.

Шкляр В. І. Засоби комунікації світового співтовариства : [Передмова] // Світові мас-медіа : Короткий довідник для студ. Ін-ту журналістики ; Укл. Т. І. Петрів, І. Ю. Слісаренко / Київ. ун-т ім. Тараса Шевченка. К. : ВЦ “Київський університет”, 1999. С. 3.

Шкляр В. І. Преса, парламент, президент // Українська журналістика в контексті світової : Зб. наук. праць / За заг. ред. В. І. Шкляра. К. : Б. в., 1999. Вип. 3. С. 3 – 7.

Українська журналістика в контексті світової : Зб. наук. праць / За заг. ред. В. І. Шкляра. Вип. 3. К. : Б. в., 1999. 80 с.

Шкляр В. І. Преса Польщі і України : спільність проблем інформаційно-політичної взаємодії // Пам'ять століть. 1999. № 6.

Шкляр В. І., Бадрак В. В. Преса та електорат // Вісник Київ. ун-ту: Сер. Журналістика. 1999. Вип. 7. С. 46 – 49.

Шкляр В. Теорія і методика журналістської творчості : Конспект лекцій. К. : МІЛП, 1999. 43 с.

Шкляр Володимир. Актуальні проблеми модернізації суспільства і мас-медіа // Зб. праць каф. укр. преси. Вип. 3. Львів : ЛНУ ім. Ів. Франка, 2000. С. 354 – 355.

Шкляр Володимир. Мас-медіа і зовнішньополітичні процеси // Політичні права і свободи у демократичному суспільстві (досвід країн Європейського Союзу) : Зб. матер. круглого столу гол. ред. мас-медіа України 6 квітня 2000 року. К. : Б. в., 2000. С. 37 – 49.

Шкляр В. І. Мас-медіа України у міжнародному інформаційному просторі // Україна дипломатична : Наук. щорічник. Вип. І. К. : Б. в., 2000. С. 387 – 394.

Шкляр В. Мас-медійні політичні кампанії : технології та мистецтво // Публіцистика і політика : Зб. наук. праць / За заг. ред. В. І. Шкляра. Вип. 1. К. : Б. в., 2000. С. 35 – 37.

Шкляр Володимир. Модернізація : суспільство і мас-медіа // События и размышления. 2000. № 11.

Гриценко О., Кривошея Г., Шкляр В. Основи теорії журналістської діяльності. К. : МІЛП, 2000. 203 с.

Шкляр В. Поетика журналістського тексту. (Змістові елементи) // Стиль і текст : наукове видання / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. К. : Б. в., 2000. Вип. 1. С. 50 – 53.

Шкляр Володимир. Політика і мистецтво політичних кампаній у пресі // Українська періодика : історія і сучасність : Тези доп. і повід.

Шостої Всеукр. наук.-теорет. конф. 11 – 13 травня 2000 р. / За ред. М. М. Романюка. Львів : Б. в., 2000. С. 203 – 206.

Шкляр Володимир. Преса і актуальні проблеми модернізації суспільства // Журналістика і процеси державотворення : Матеріали міжнар. наук.-практ. конф. Львів : Б. в., 2000.

Гриценко О., Шкляр В. Преса і політика : проблеми, концепції, досвід. К. : Ін-т журналістики Київ. ун-ту ім. Тараса Шевченка, 2000. 71 с.

Шкляр Володимир. Політична публіцистика: в пошуках істини, або Влада і совість // Українська журналістика в контексті світової : Зб. наук. праць / За заг. ред. В. І. Шкляра. Вип. 4. К. : Б. в., 2000. С. 3 – 10.

Українська журналістика в контексті світової : Зб. наук. праць / За заг. ред. В. І. Шкляра. К. : Б. в., 2000. Вип. 4. 117 с.

Шкляр Володимир. Політична публіцистика : у пошуках істини, або Влада і совість // Людина і влада. 2000. № 1 – 2.

Публіцистика і політика : Зб. наук. праць / За заг. ред. В. І. Шкляра. Вип. 1. К. : Б. в., 2000. 77 с.

Шкляр В. І., Цисак В. Модернізація суспільства і мас-медіа // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка : Журналістика : щорічник. К. : Б. в., 2001. Вип. 9. С. 10 – 11.

Шкляр Володимир. Політтехнології та виборчий процес // Публіцистика і політика : Зб. наук. праць / За заг. ред. В. І. Шкляра. Вип. 2. К. : Б. в., 2001. С. 45 – 46.

Публіцистика і політика : Зб. наук. праць / За заг. ред. В. І. Шкляра. Вип. 2. К. : Б. в., 2001. 96 с.

Шкляр В. Соціокультурні та політичні моделі журналістики // Українська журналістика в контексті світової : Зб. наук. праць / За заг. ред. В. І. Шкляра. Вип. 5. К. : Б. в., 2001. С. 5 – 9.

Українська журналістика в контексті світової : Зб. наук. праць / За заг. ред. В. І. Шкляра. К. : Б. в., 2001. Вип. 5. 131 с.

Шкляр В. І. Невже, або казуальні думки про квазінауковість // Наукові записки Інституту журналістики / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. К. : Б. в., 2002. Т. 9. С. 166 – 167.

Гриценко О. М., Шкляр В. І. Основи теорії міжнародної журналістики : Підручник для студ. гуманіт. спец. вищ. закл. освіти / КНУТШ, Ін-т журналістики. К. : ВПЦ “Київський університет”, 2002. 304 с.

Шкляр В. І. Світ мас-медіа : надбання і перспективи продуктивно-творчої інтеграції // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка : Журналістика : щорічник. К. : Б. в., 2002. Вип. 10. С. 34 – 37.

Шкляр В. І. Світ мас-медіа : надбання і перспективи творчої інтеграції // Україна дипломатична : Наук. щорічник. Вип. 2 : за 2001 рік. К. : Б. в., 2003. С. 382 – 390.

Шкляр В. І., Гриценко О. М. Формати національної ідентичності ЗМІ // Наукові записки Інституту журналістики / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. К. : Б. в., 2002. Т. 7. С. 134 – 136.

Шкляр В. Мас-медіа в новому столітті // Україна дипломатична : Наук. щорічник. Вип. 3 : за 2002 рік. К. : Б. в., 2003. С. 761 – 770.

Шкляр В. Мас-медіа і виклики нового століття // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики / Львівська наукова бібліотека ім. В. Стефаника. Вип. 11. Львів : Б. в., 2003. С. 343 – 351.

Шкляр В. Мас-медіа і виклики нового століття [редкол. : Різун В. В. (голова) та ін.]. К. : Грамота, 2003. 47 , [1] с. (Бібліотека журналіста-міжнародника).

Чічановський А. А., Шкляр В. І. Теорія і практика ЗМІ : в пошуках нової концепції // Наукові записки Інституту журналістики / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. К. : Б. в., 2004. С. 158 – 164.

Шкляр В. І. Формування моделі “влада – преса – суспільство” в період легітимації політичної системи // Наукові записки Інституту журналістики / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. К. : Б. в., 2004. Т. 17. С. 116 – 118.

Шкляр В. І. Вартанов Григорій Іванович (фахівець у галузі журналістики) // Енциклопедія Сучасної України / [НАН України, Наук. т-во ім. Шевченка, Ін-т енцикл. дослідж. НАН України ; редкол. : Дзюба І. М. та ін.]. К. : Ін-т енцикл. дослідж. НАН України, 2005. Т. 4 : В – Вог. С. 87.

Шкляр В. Вектори часу // Україна на шляху до Європи / Упоряд. В. І. Шкляр, А. В. Юричко ; Редкол. : В. І. Головченко, В. В. Лизанчук, В. В. Різун та ін. К. : Етнос, 2006. С. 226 – 264.

Шкляр В. Час, місце // Наукові читання Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. К. : Б. в., 2006. Вип. 6 : Присвячено 60-літтю від дня народження Б. І. Чернякова 24 квітня 2006 р. С. 14 – 16.

Мелещенко О. К., Чічановський А. А., Шкляр В. І. Інформація, інформаційний : словник термінів і понять для журналістів і політологів. К. : Грамота, 2007. 72 с. (Словник).

Шкляр В. І. Власний кут зору // Наукові читання Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. К. : Б. в., 2007. Вип. 12 : Присвячено 60-літтю від дня народження О. Ф. Коновця 5 травня 2007. С. 93.

Чічановський А., Шкляр В., Стариш О. Функціонування ЗМК як політичний процес // Публіцистика і політика : збірник наукових праць політологічної спрямованості / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. К. : Б. в., 2007. Вип. 1 (4). С. 7 – 31.

Шкляр В. І. Добро повинно бути з кулаками // Лицар мови української Роман Іванченко : спогади про вчителя, вченого, друга : [Збірник] / [Упоряд. Г. П. Іванченко]. К. : Парламентське видавництво, 2008. С. 256 – 257. (Мемуаристика).

Шкляр В. І. Журналістика : умови і фактори системної трансформації // Українське журналістознавство : щорічний науковий журнал / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики ; Науково-метод. комісія з журналістики при М-ві освіти і науки України. К. : Б. в., 2008. Вип. 9. С. 11 – 13.

Шкляр В. І., Заславська О. О. Політичний імідж кандидата як стратегічна основа виборчих технологій // Актуальні проблеми міжнародних відносин : збірник наукових праць / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т міжнародних відносин ; [редкол. : Губерський Л. В. (гол. ред.) та ін.]. К. : Б. в., 2008. Вип. 78, ч. 1. С. 155 – 163.

Шкляр В. І. Образ автора: композиційно-мовленнєвий аспект // Образ : інформаційний бюлетень / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. К. : Б. в., 2009. Вип. 10. С. 9 – 10.

Шкляр В. Глобалізація й інтеграція: питання культурної і національної ідентичності європейців. // Журналістика й мистецтво слова : збірник наукових статей / Гол. редактор В.О. Гандзюк; ВДПУ імені Михайла Коцюбинського. Вип. 4. Вінниця, 2012. С. 22 – 28.

Шкляр В. Мас-медіа і соціокультурна реальність. // Журналістика й мистецтво слова : збірник наукових статей / Гол. редактор В.М. Каленич; ВДПУ імені Михайла Коцюбинського. Вип. 9. Вінниця: ФОП Корзун Д.Ю., 2017. С. 11 – 14.

Шкляр В. Бар'єри слова (казуальні нотатки) // Журналістика й мистецтво слова : збірник наукових статей / Гол. редактор В.М. Каленич; ВДПУ імені Михайла Коцюбинського. Вип. 10. Вінниця: ФОП Корзун Д.Ю., 2018. С. 7 – 10.

Наукове видання

**Українська журналістика:
вчора, сьогодні, завтра**

Збірник матеріалів
Всеукраїнської науково-практичної конференції на пошану пам'яті
доктора філологічних наук, професора В.І. Шкляра

Головний редактор *Володимир Каленич*
Технічний редактор *Ірина Одобецька*

Усі матеріали подаються в авторській редакції.
За науковий зміст і якість поданих матеріалів відповідають автори, а
також (для студентів і аспірантів) наукові керівники.

Підписано до друку 10.12.2025
Формат 64х90/16. Папір офсетний.
Друк цифровий. Гарнітура «Georgia».
Умов. друк. арк. 16.8.
Наклад 100 прим. Зам. № 2317

Віддруковано з оригіналів замовника.
ФОП Корзун Д.Ю.
21027, а/с 8825, м. Вінниця, вул.Немирівське шосе, 62а.
Тел.: (0432) 69-67-69, 603-000.
E-mail: info@tvoru.com.ua, <http://www.tvoru.com.ua>

