

Держава та регіони

ISSN 2219-8741

Серія: Соціальні комунікації
2025, № 4 (64)



Науково-виробничий рецензований журнал

виходить щоквартально

Головний редактор:

Бессараб А. О., д. н. із соц. ком., професор

Редакційна колегія:

Соціологія

Зоська Я. В., д. соц. н., професор

(заступник головного редактора)

Гордієнко Н. М., д. соц. н., професор

Позднякова-Кирбят'єва Е. Г., д. соц. н., професор

Кодацька Н. О., к. соц. н., доцент

Соціальні комунікації

Пономаренко Л. Г., д. н. із соц. ком., професор (заступник
головного редактора)

Богуславський О. В., д. н. із соц. ком., професор

Гіріна Т. С., д. н. із соц. ком., професор

Дяченко М. Д., к. н. із соц. ком., д. пед. н., професор

Женченко М. І., д. н. із соц. ком., доцент

Зелінська Н. В., д. філол. н., професор

Ковпак В. А., д. н. із соц. ком., доцент

Лизанчук В. В., д. філол. н., професор

Пенчук І. Л., д. н. із соц. ком., професор

Поплавська Н. М., д. філол. н., професор

Теремко В. І., д. н. із соц. ком., доцент

Фінклер Ю. Е., д. філол. н., професор

Холод О. М., д. філол. н., професор

Шевченко О. В., д. н. із соц. ком., професор

Хітрова Т. В., к. філол. н., професор

Бондаренко І. С., к. філол. н., доцент

Досенко А. К., к. н. із соц. ком., доцент

Кіца М. О., к. н. із соц. ком., доцент

Козиряцька С. А., к. н. із соц. ком., доцент

Мудра І. М., к. н. із соц. ком., доцент

Полєжасв Ю. Г., к. н. із соц. ком., доцент

Іноземні члени редакційної колегії:

О. Синовець, д. філос. в галузі соціології
(Республіка Польща)

Б. Плішка, д. філос. в галузі політології
(Республіка Польща)

Рагімлі Руслан Гігал огли, к. і. н., доцент
(Азербайджан)

Рецензенти:

Волинець Г. М., Гіріна Т. С., Зикун Н. І., Ковпак В. А.,
Козиряцька С. В., Микитів Г. В., Пономаренко Л. Г.,
Трегуб А. М., Хітрова Т. В., Щербина В. В.

Журнал включено до переліку
наукових фахових видань України,
в яких можуть публікуватися результати
дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів
доктора і кандидата наук із **соціальних комунікацій,**

спеціальність 061

(Наказ МОН України від 02.07.2020),

доктора і кандидата **соціологічних наук,**

спеціальність 054

(Наказ МОН України від 24.09.2020)

Категорія Б

Засновник:

Класичний приватний університет

внесено до Реєстру суб'єктів у сфері медіа
Рішенням Національної ради України з питань
телебачення та радіомовлення
№ 1543 від 09.05.2024

Ідентифікатор медіа R30-05047

Видавець:

Класичний приватний університет

Свідоцтво Державного комітету телебачення
та радіомовлення України
про внесення суб'єкта видавничої справи до
Державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції
Серія ДК № 3321 від 25.11.2008

Журнал ухвалено до друку вченою радою
Класичного приватного університету
24 грудня 2025 р., протокол № 5

Усі права захищені. Повний або частковий передрук
і переклади дозволено лише за згодою автора
і редакції. При передрукуванні посилання на журнал
«ДЕРЖАВА та РЕГІОНИ.

СЕРІЯ: СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ»
обов'язкове.

За повноту та достовірність
викладених фактів і положень
відповідальність несуть автори публікацій.

Редактори: А. Бессараб (укр.),
О. Івченко (англ.)
Технічний редактор: Ю. Бабиш
Дизайнер обкладинки: Я. Зоська

Адреса редакції:

Класичний приватний університет
69002, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 70Б
Телефони/факс: (0612) 220-58-42, 63-99-73

Здано до набору 08.12.2025
Підписано до друку 29.12.2025
Формат 60×84/8. Друк цифровий. Тираж 300 пр.
Замовлення № 2-25/26Ж.
Виготовлено на поліграфічній базі
Класичного приватного університету

ЗМІСТ

С. В. Белькова АЛГОРИТМІЧНІ МЕДІА ЯК ФАКТОР ЕПІСТЕМІЧНОЇ ФРАГМЕНТАЦІЇ: ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ БУЛЬБАШОК ТА ВПЛИВ НА ГРОМАДСЬКУ ДУМКУ В УМОВАХ ЦИФРОВИХ І ГІБРИДНИХ КОНФЛІКТІВ	3	S. Belkova ALGORITHMIC MEDIA AS A FACTOR OF EPISTEMIC FRAGMENTATION: THE FORMATION OF INFORMATION BUBBLES AND THE INFLUENCE ON PUBLIC OPINION IN THE CONTEXT OF DIGITAL AND HYBRID CONFLICTS
Т. С. Гиріна СОЦІОКУЛЬТУРНА МІСІЯ МИРОНА СУРМАЧА В СТАНОВЛЕННІ ДІАСПОРНОГО РАДІОМОВЛЕННЯ США	7	T. Hyrina SOCIOCULTURAL MISSION OF MYRON SURMACH IN THE ESTABLISHMENT OF UKRAINIAN DIASPORA RADIO BROADCASTING IN THE USA
Г. О. Держипільська МЕДІАРЕПРЕЗЕНТАЦІЯ МИСТЕЦЬКОЇ ПОДІЇ: ЛОКАЛЬНИЙ, НАЦІОНАЛЬНИЙ ТА МІЖНАРОДНИЙ РІВНІ	14	H. Derzhypilska MEDIA REPRESENTATION OF A CULTURAL EVENT: LOCAL, NATIONAL, AND INTERNATIONAL LEVELS
Ю. В. Костюк, В. В. Костюк, О. А. Мітчук ТРАНСФОРМАЦІЯ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ АВТОНОМІЇ В УМОВАХ АЛГОРИТМІЗАЦІЇ МЕДІАПРОСТОРУ: ТЕОРЕТИЧНИЙ ДИСКУРС	21	I. Kostiuk, V. Kostiuk, O. Mitchuk TRANSFORMATION OF JOURNALISTIC AUTON- OMY IN THE CONTEXT OF MEDIA SPACE ALGO- RITHMIZATION: A THEORETICAL DISCOURSE
І. Л. Пенчук ДИТЯЧА ГОНЗО-ЖУРНАЛІСТИКА ЯК ІННОВАЦІЙНА МОДЕЛЬ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ (НА ПРИКЛАДІ ПРОГРАМИ «МАЛЕНЬКІ ДОРОСЛІ»)	28	I. Penchuk CHILDREN'S GONZO JOURNALISM AS AN INNOVATIVE MODEL OF SOCIAL COMMUNICATIONS (ON THE EXAMPLE OF THE PROGRAM LITTLE ADULTS)
О. В. Погорелов ЗАЛУЧЕННЯ НА ПРОТИВАГУ ІНФОРМУВАННЮ: ТРАНСФОРМАЦІЯ РОЛІ МІСЦЕВИХ МЕДІА В УКРАЇНІ У 2022–2025 РОКАХ	35	O. Pohorelov ENGAGING INSTEAD OF INFORMING: ROLE CHANGE OF THE LOCAL MEDIA IN UKRAINE IN 2022–2025
О. О. Полумисна ОБРАЗ ВІЙСЬКОВИХ З ІНВАЛІДНІСТЮ В УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІАПРОСТОРІ: ПРОБЛЕМНИЙ І ТЕМАТИЧНИЙ АСПЕКТИ ПУБЛІКАЦІЙ	44	O. Polumysna THE IMAGE OF SERVICE MEMBERS WITH DISABILITIES IN THE UKRAINIAN MEDIA: PROBLEMATIC AND THEMATIC ASPECTS OF PUBLICATIONS
Л. Г. Пономаренко, Д. О. Григор'єв МАРКЕРИ НАРАТИВІЗАЦІЇ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ (НА ПРИКЛАДІ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛІВ «РБК-УКРАЇНА» ТА «СУСПІЛЬНЕ НОВИНИ»)	58	L. Ponomarenko, D. Hryhoryev MARKERS OF THE NARRATIVIZATION OF THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR (AS EXEMPLI- FIED BY THE TELEGRAM CHANNELS «RBK- UKRAINE» AND «SUSPILNE NOVYNY»)
А. О. Романюк ФЕЙКОВІ «ОФІЦІЙНІ» ДОКУМЕНТИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ: МАРКЕРИ ПІДРОБКИ ТА ВЕРИФІКАЦІЯ	65	A. Romaniuk FAKE «OFFICIAL» DOCUMENTS AS A DISINFORMATION TOOL: FORGERY MARKERS AND VERIFICATION
Д. О. Фальковський ДИНАМІКА ХРОНОМЕТРАЖУ УКРАЇНСЬКОГО ДОКУМЕНТАЛЬНОГО КІНО (2014–2024 РР.)	78	D. Falkovskyi DYNAMICS OF RUNTIME IN UKRAINIAN DOCU- MENTARY CINEMA (2014–2024)

С. В. Белькова

кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент
доцент кафедри журналістики та української філології
e-mail: alo_zidmu@ukr.net, ORCID: 0000-0003-2570-0444
Класичний приватний університет
вул. Жуковського, 70Б, м. Запоріжжя, Україна, 69120

АЛГОРИТМІЧНІ МЕДІА ЯК ФАКТОР ЕПІСТЕМІЧНОЇ ФРАГМЕНТАЦІЇ: ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ БУЛЬБАШОК ТА ВПЛИВ НА ГРОМАДСЬКУ ДУМКУ В УМОВАХ ЦИФРОВИХ І ГІБРИДНИХ КОНФЛІКТІВ

Метою дослідження є комплексний аналіз алгоритмічних медіа як чинника епістемічної фрагментації суспільства та визначення їхнього впливу на громадську думку в умовах цифрового середовища та гібридних конфліктів.

Методологія дослідження. У дослідженні використано системний підхід до аналізу алгоритмічних медіа як складних інформаційних екосистем; порівняльний аналіз для зіставлення теоретичних концепцій цифрової комунікації; синтез та узагальнення емпіричних досліджень для виявлення закономірностей функціонування інформаційних бульбашок; а також міждисциплінарний підхід як методологічну основу, що забезпечує інтеграцію знань із медіадосліджень, соціології та когнітивної науки.

Результати свідчать, що алгоритмічні системи формують персоналізовані інформаційні середовища, які сприяють виникненню інформаційних бульбашок і ехокамер. Проаналізовано трирівневу природу цього процесу (алгоритмічну, поведінкову, когнітивну).

Новизна полягає в теоретичному уточненні поняття епістемічної фрагментації в контексті алгоритмічних медіа, обґрунтуванні епістемічної асиметрії як структурного ефекту цифрових інформаційних систем, а також в узагальненні взаємодії алгоритмічних, когнітивних і соціальних механізмів формування інформаційних бульбашок.

Практичне значення результатів дослідження полягає у використанні результатів для розвитку медіаграмотності та інформаційної безпеки.

Ключові слова: алгоритмічні медіа, фільтрувальні бульбашки, ехокамери, епістемічна фрагментація, громадська думка, цифрова поляризація, дезінформація, соціальні мережі.

I. Вступ

Сучасне інформаційне суспільство перебуває в стані глибокої трансформації, зумовленої переходом від традиційних медіа до алгоритмічно керованих цифрових платформ. Якщо раніше інформаційні потоки формувалися редакційними структурами, то сьогодні їх визначають алгоритми, що аналізують поведінку користувачів та оптимізують контент відповідно до показників залученості.

Цифрові платформи, такі як Facebook, YouTube та TikTok, створюють персоналізовані інформаційні середовища, у яких кожен користувач отримує індивідуалізовану стрічку контенту. Це призводить до фрагментації інформаційного простору та формування різних версій соціальної реальності.

У науковому дискурсі ці процеси описують через поняття інформаційних бульбашок і ехокамер, однак сучасні дослідження вказують на необхідність ширшого підходу, зокрема аналізу епістемічної фрагментації як структурного явища [5; 8; 10].

Актуальність теми посилюється в умовах російсько-української війни, де цифрові платформи виконують функцію не лише комунікаційних каналів, а й інструментів інформаційного впливу.

Попри значний обсяг напрацювань, залишається недостатньо вивченою взаємодія алгоритмічних механізмів, поведінки користувачів і когнітивних процесів у формуванні інформаційних бульбашок, що зумовлює необхідність цього дослідження.

Проблематика алгоритмічних медіа та їхнього впливу на суспільні процеси є предметом активного міждисциплінарного дослідження в сучасній науці. Зокрема, у праці А. Гесс (A. Guess), Б. Найган (B. Nyhan) і Дж. Райфлер (J. Reifler) (2020) встановлено, що споживання недостовірних інформаційних ресурсів є нерівномірним і концентрується в окремих сегментах аудиторії, що підсилює інформаційну сегрегацію та формує стійкі інформаційні асиметрії [8].

Дослідження М. Чіnellі та ін. (M. Cinelli et al.) (2021) емпірично підтверджують існування ефекту ехокамер у соціальних мережах, демонструючи, що взаємодія користувачів переважно відбувається в межах гомогенних інформаційних спільнот, що сприяє закріпленню переконань і зменшенню інформаційного різноманіття [5].

У свою чергу П. Лоренц-Шпреен та ін. (Lorenz-Spreen et al.) (2023) у систематичному огляді доводять, що вплив цифрових медіа на демократичні процеси є амбівалентним і залежить від складної взаємодії алгоритмічних, поведінкових і соціальних факторів, що формують нові структури інформаційної нерівності та політичної поляризації [9].

Дослідження Г. Іді та ін. (G. Eady et al.) (2022) показують, що навіть контакт із контентом, який містить альтернативні політичні погляди, не обов'язково знижує рівень поляризації, а в окремих випадках може його посилювати, що ставить під сумнів класичні уявлення про «ефект інформаційного зближення» [6].

Узагальнений огляд П. Ван Елст та ін. (P. Van Aelst et al.) (2021) підкреслює, що цифрові медіа радикально трансформують структуру політичної комунікації, змінюючи баланс між традиційними медіаінститутами та платформними екосистемами [10].

Отже, у сучасних дослідженнях уже сформовано окремі теоретичні та емпіричні підходи до аналізу інформаційних бульбашок, ехокамер і цифрової поляризації. Водночас існує певний розрив між емпіричними моделями алгоритмічної взаємодії та комплексним розумінням епістемічної фрагментації як системного явища.

Попри значний науковий доробок, недостатньо дослідженими залишаються питання інтеграції алгоритмічних, когнітивних і соціальних механізмів формування інформаційних бульбашок в єдину аналітичну модель, а також концептуалізація епістемічної фрагментації як структурної характеристики цифрового суспільства. Окремої уваги потребує вплив алгоритмічної оптимізації контенту на довгострокову трансформацію громадської думки та взаємодія емоційної динаміки інформації з механізмами її алгоритмічного поширення.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Метою статті є комплексний аналіз алгоритмічних медіа як чинника епістемічної фрагментації суспільства та визначення їхнього впливу на громадську думку в умовах цифрового середовища та гібридних конфліктів.

У дослідженні використано системний підхід до аналізу алгоритмічних медіа як складних інформаційних екосистем; порівняльний аналіз для зіставлення теоретичних концепцій цифрової комунікації; синтез та узагальнення емпіричних досліджень для виявлення закономірностей функціонування інформаційних бульбашок; а також міждисциплінарний підхід як методологічну основу, що забезпечує інтеграцію знань із медіадосліджень, соціології та когнітивної науки.

III. Результати

Алгоритмічні медіа функціонують як складні системи, що формують індивідуалізовані інформаційні середовища. Вони аналізують поведінкові дані користувачів і визначають порядок подання контенту, що призводить до звуження інформаційного поля. У результаті формується явище епістемічної фрагментації, за якого різні групи населення споживають різні інформаційні реальності.

Цей процес має тривірневу природу. На алгоритмічному рівні рекомендаційні системи відбирають контент на основі попередньої поведінки користувача. На поведінковому рівні користувачі демонструють схильність до селективного споживання інформації, уникаючи альтернативних точок зору [7]. На когнітивному рівні діють психологічні механізми сприйняття та обробки інформації, зокрема упередження підтвердження (confirmation bias), що закріплює вже наявні переконання та сприяє їхньому подальшому підсиленню в процесі інформаційного споживання [7; 8]. Воно полягає в тому, що людина схильна вибірково сприймати, запам'ятовувати та інтерпретувати інформацію так, щоб вона узгоджувалася з уже наявними переконаннями, і водночас ігнорувати або знецінювати дані, які їм суперечать. У контексті алгоритмічних медіа цей ефект посилюється, оскільки користувачі частіше взаємодіють із контентом, який підтверджує їхню позицію, що додатково «навчає» рекомендаційні системи показувати ще більше подібної інформації. У результаті відбувається когнітивне закріплення вже сформованих поглядів і поступове звуження сприйняття альтернативних інтерпретацій реальності.

Важливу роль у функціонуванні алгоритмічних медіа відіграє емоційна складова інформації, оскільки саме емоційна реакція користувачів безпосередньо впливає на показники залученості, які є ключовими для алгоритмів рекомендацій. Дослідження свідчать, що контент, який викликає сильні емоції, такі як гнів, страх, захоплення або обурення, поширюється значно швидше та охоплює ширшу аудиторію [4]. Це пов'язано з тим, що користувачі частіше взаємодіють із таким контентом через коментарі, поширення або реакції, що додатково підсилюється алгоритмічними системами ранжування.

У результаті в інформаційному середовищі поступово формується структурна перевага для матеріалів, які мають високий емоційний «заряд». Це призводить до домінування сенсаційного контенту з підвищеним рівнем емоційної та конфліктної насиченості, тоді як нейтральна, аналітична або складна за змістом інформація отримує значно менше охоплення. Така асиметрія впливу змінює загальну структуру інформаційного простору, сприяючи спрощенню публічного дискурсу та підсиленню реактивних форм сприйняття інформації.

Встановлено, що навіть контакт користувачів із контентом, який репрезентує протилежні політичні або соціальні погляди, не гарантує зниження рівня суспільних розбіжностей. У теоретичних моделях цифрової комунікації така взаємодія часто розглядається як потенційний механізм «інформаційного зближення», однак емпіричні дослідження демонструють складнішу картину. В окремих випадках подібний контакт може спричинити ефект зворотної реакції (backfire

effect), коли зіткнення з альтернативними аргументами не лише не змінює позицію користувача, а навпаки, зміцнює її.

Це пояснюється поєднанням когнітивних і соціально-психологічних факторів. Зокрема, інформація, що суперечить уже сформованим переконанням, часто викликає когнітивний дисонанс і сприймається як загроза внутрішній когнітивній узгодженості. У відповідь індивід може активізувати механізми захисної обробки інформації: селективну інтерпретацію, знецінення джерела або відкидання альтернативної позиції як упередженої чи недостовірної. У цифровому середовищі ці процеси додатково підсилюються алгоритмічними системами, які фіксують попередні реакції користувача та надалі відтворюють подібні інформаційні патерни.

У результаті замість очікуваного ефекту зближення позицій відбувається подальша диференціація аудиторій і посилення соціально-інформаційної дистанції між групами. Це ускладнює подолання інформаційної сегрегації, оскільки навіть доступ до альтернативного контенту не означає його реального когнітивного засвоєння або прийняття. Відповідно, цифрові платформи не лише відображають наявні суспільні розбіжності, а й можуть опосередковано їх відтворювати та закріплювати через механізми персоналізації.

Додатково встановлено, що для дезінформації в цифровому середовищі характерні підвищена швидкість поширення порівняно з достовірною інформацією й тенденція концентруватися в окремих сегментах аудиторії [8]. Це явище пов'язане як із поведінковими особливостями користувачів, так і з архітектурою алгоритмічних платформ, які оптимізують контент за рівнем залученості. У результаті формується ефект інформаційних бульбашок, коли різні групи користувачів отримують суттєво відмінні інформаційні потоки навіть у межах однієї платформи.

Наслідком таких процесів є формування епістемічної асиметрії – структурної нерівності в доступі до інформаційного різноманіття та альтернативних інтерпретацій соціальної реальності. Ця асиметрія виявляється не лише в кількісних показниках доступу до інформації, а й в якісних характеристиках її сприйняття, зокрема в різному рівні довіри до джерел, відмінних критеріях оцінки достовірності та різних інформаційних «картинах світу» [7]. У довгостроковій перспективі це призводить до зниження рівня міжгрупової довіри, фрагментації суспільного дискурсу та ускладнення формування спільного фактологічного поля.

У межах цього дослідження ми також уточнюємо, що епістемічна фрагментація – це структурний стан цифрового інформаційного середовища, за якого розподіл контенту між користувачами визначається алгоритмічними механізмами персоналізації та поведінковими патернами споживання інформації. На відміну від класичних підходів, що зводять це явище до інформаційних бульбашок або ехокамер, запропоноване трактування розглядає його як багаторівневий процес, що охоплює алгоритмічний, когнітивний і соціальний виміри. Такий підхід дає можливість інтерпретувати епістемічну фрагментацію як системний ефект функціонування цифрових платформ, а не як побічний результат індивідуальної поведінки користувачів.

Особливої складності ці процеси набувають в умовах гібридних конфліктів, де алгоритмічні медіа функціонують не лише як канали комунікації, а й як інфраструктура інформаційного впливу. У таких умовах цифрові платформи стають середовищем, у якому інформаційні наративи можуть масштабуватися з надзвичайною швидкістю, а конкуренція між різними версіями реальності відбувається в режимі реального часу. Дослідження підтверджують, що цифрові медіа мають амбівалентний вплив на демократичні процеси: з одного боку, вони розширюють можливості доступу до інформації та політичної участі, а з іншого – посилюють ризики маніпуляції, поляризації та інформаційної нерівності [9]. Отже, алгоритмічні медіа варто розглядати як структурний фактор трансформації сучасної публічної сфери, що одночасно підвищує її динамічність і збільшує вразливість до когнітивних та інформаційних викривлень.

IV. Висновки

Алгоритмічні медіа є системним фактором трансформації інформаційного суспільства, що визначає структуру інформаційного середовища та впливає на формування громадської думки.

У дослідженні теоретично уточнено концепцію епістемічної фрагментації та обґрунтовано поняття епістемічної асиметрії як структурного ефекту цифрових інформаційних систем. Встановлено, що інформаційні бульбашки формуються внаслідок взаємодії алгоритмічних, поведінкових і когнітивних факторів.

Алгоритмічні системи підсилюють емоційний контент і сприяють поширенню дезінформації, що призводить до поляризації та фрагментації суспільства.

Практичне значення результатів дослідження полягає у використанні результатів для розвитку медіаграмотності та інформаційної безпеки.

Перспективи подальших досліджень цього питання пов'язані з аналізом алгоритмічної прозорості та впливу цифрових медіа на суспільні процеси.

Список використаної літератури

1. Allcott H., Gentzkow M., Yu C. The welfare effects of social media. *American Economic Review*. 2020. Vol. 110. № 10. P. 2980–3023.
2. Aral S. *The Hype Machine*. New York : Currency, 2020. 416 p.
3. Berger J. *Contagious: Why Things Catch On*. New York : Simon & Schuster, 2013. 256 p.

4. Brady W. J., Wills J. A., Jost J. T., Tucker J. A., Van Bavel J. J. Emotion shapes the diffusion of moralized content in social networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. 2021. Vol. 118. № 2. URL: <https://www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.2008586118>.
5. Cinelli M., De Francisci Morales G., Galeazzi A., Quattrocioni W., Starnini M. The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. 2021. Vol. 118. № 9. URL: <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>.
6. Eady G., Nagler J., Guess A., Zilinsky J., Tucker J. A. Exposure to opposing views on social media can increase political polarization. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. 2022. Vol. 119. № 9. URL: <https://www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.2119649119>.
7. Fletcher R., Kalogeropoulos A., Newman N., Nielsen R. K. Reuters Institute Digital News Report 2021. Oxford : Reuters Institute for the Study of Journalism, 2021. 163 p.
8. Guess A., Nyhan B., Reifler J. Exposure to untrustworthy websites in the 2016 U.S. election. *Nature Communications*. 2020. Vol. 11. URL: <https://www.nature.com/articles/s41467-020-17138-7> (дата звернення: 29.10.2025).
9. Lorenz-Spreen P. et al. A systematic review of worldwide causal and correlational evidence on digital media and democracy. *Nature Human Behaviour*. 2023. Vol. 7. P. 74–101.
10. Van Aelst P. et al. Political communication in a digital age. *The International Journal of Press & Politics*. 2021. Vol. 26. № 1. P. 3–25.

References

1. Allcott, H., Gentzkow, M., & Yu, C. (2020). The welfare effects of social media. *American Economic Review*, 110 (10), 2980–3023 [in English].
2. Aral, S. (2020). *The hype machine*. New York: Currency [in English].
3. Berger, J. (2013). *Contagious: Why things catch on*. New York: Simon & Schuster [in English].
4. Brady, W. J., Wills, J. A., Jost, J. T., Tucker, J. A., & Van Bavel, J. J. (2021). Emotion shapes the diffusion of moralized content in social networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118 (2). Retrieved from <https://www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.2008586118> [in English].
5. Cinelli, M., De Francisci Morales, G., Galeazzi, A., Quattrocioni, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118 (9). DOI: 10.1073/pnas.2023301118 [in English].
6. Eady, G., Nagler, J., Guess, A., Zilinsky, J., & Tucker, J. A. (2022). Exposure to opposing views on social media can increase political polarization. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 119 (9). Retrieved from <https://www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.2119649119> [in English].
7. Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Newman, N., & Nielsen, R. K. (2021). *Reuters institute digital news report 2021*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism [in English].
8. Guess, A., Nyhan, B., & Reifler, J. (2020). Exposure to untrustworthy websites in the 2016 U.S. election. *Nature Communications*, 11. Retrieved from <https://www.nature.com/articles/s41467-020-17138-7> [in English].
9. Lorenz-Spreen, P. et al. (2023). A systematic review of worldwide causal and correlational evidence on digital media and democracy. *Nature Human Behaviour*, 7, 74–101 [in English].
10. Van Aelst, P. et al. (2021). Political communication in a digital age. *The International Journal of Press & Politics*, 26 (1), 3–25 [in English].

Стаття надійшла до редакції 01.11.2025.
Received 01.11.2025.

Belkova S. Algorithmic Media as a Factor of Epistemic Fragmentation: The Formation of Information Bubbles and the Influence on Public Opinion in the Context of Digital and Hybrid Conflicts

The aim of this study is to conduct a comprehensive analysis of algorithmic media as a factor in the epistemic fragmentation of society and to determine their impact on public opinion in the context of the digital environment and hybrid conflicts.

Research methodology. *The study uses a systemic approach to the analysis of algorithmic media as complex information ecosystems; comparative analysis to compare theoretical concepts of digital communication; synthesis and generalization of empirical research to identify patterns in the functioning of information bubbles; and an interdisciplinary approach as a methodological basis that ensures the integration of knowledge from media studies, sociology, and cognitive science.*

The results indicate that algorithmic systems create personalized information environments that contribute to the emergence of information bubbles and echo chambers. A three-level nature of this process (algorithmic, behavioral, and cognitive) has been demonstrated.

The novelty lies in the theoretical refinement of the concept of epistemic fragmentation in the context of algorithmic media, the substantiation of epistemic asymmetry as a structural effect of digital information systems, as well as in generalizing the interaction of algorithmic, cognitive, and social mechanisms in the formation of information bubbles.

The practical significance of the research results lies in using the results to develop media literacy and information security.

Key words: *algorithmic media, filter bubbles, echo chambers, epistemic fragmentation, public opinion, digital polarization, misinformation, social media.*

UDC 659.1:654.191(73=161.2)“193”

DOI 10.32840/cpu2219-8741/2025.4(64).2

T. Hyrina

*Doctor of Science in Social Communications, professor
Head of the Department of Social Communications, Literature and Culture
e-mail: hirinatetyana@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1587-8767*

*State Tax University
St. Universytetska, 31, Irpin, Kyiv Region, Ukrain, 08200*

SOCIOCULTURAL MISSION OF MYRON SURMACH IN THE ESTABLISHMENT OF UKRAINIAN DIASPORA RADIO BROADCASTING IN THE USA

The aim of this study is to highlight Myron Surmach's sociocultural mission and to provide a comprehensive analysis of social communication mechanisms in the development of Ukrainian radio broadcasting in the United States in 1930–1935 as a means of preserving the national identity and consolidating the ethnic community.

The methodological framework of this study is based on a comprehensive approach that combines content analysis of announcements on the front pages of the newspaper Svoboda with discourse analysis of detailed reports on radio broadcasts published in its internal sections. A historical-genetic approach was used to trace the evolution of broadcast formats (from 15-minute segments to the Ukrainian Hour), and a systems approach was employed to analyze the interaction between the bookstore Surma and radio projects as a unified communication system.

Results. The study demonstrates that M. Surmach developed a resilient model of media operations based on a combination of institutional support, community-based funding (including early forms of crowdfunding through appeals urging audiences to «send a dollar»), and sociocultural interaction initiatives (such as the organization of Radio Balls events). The study further reveals that radio broadcasting served as a platform for popularizing national cultural products (sheet music, records, tickets to the opera Mazepa). Within this context, educational lectures functioned as a key instrument for audience engagement and for consolidating the ethnic community around shared values.

Novelty. For the first time, based on the systematic analysis of archival data from the newspaper Svoboda, the social communication activities of the enterprise Surma have been reconstructed. This allows the interpretation of early Ukrainian radio broadcasting in the United States not merely as a cultural project, but as a successful model of independent broadcasting that surpassed the standards of other émigré media at the time. The study demonstrates that the integration of educational lectures, interactive formats, and community-based funding established a unique precedent for self-organized media.

Practical significance. The findings of this study can be used in the development of courses on the history of journalism, media management, and applied communication practices. The experience of Surma in financial self-organization remains relevant for contemporary independent media and digital diplomacy initiatives of the Ukrainian diaspora.

Key words: history of radio, crowdfunding, Ukrainian diaspora radio broadcasting, social communication, social communication technologies, Ukrainian diaspora, Ukrainian-language broadcasting, media funding.

I. Introduction

The resilience of ethnic media and search for effective models of media funding is especially relevant for Ukraine, with its substantial diaspora. Examining the experience of the first half of the 20th century reveals the mechanisms for preserving national identity in a foreign-language environment without any state support.

The relevance of this study stems from the need to analyze the activities of the Ukrainian radio broadcasting pioneers in the United States in detail, particularly Surma (lit. Horn), a music and publishing enterprise, and its founder, Myron Surmach, an active member of the Ukrainian community. Amid fierce competition in the American market and the financial depression of the 1930s, Ukrainian media startups were forced to create business models that were innovative for their time, combining commercial marketing with patriotic crowdfunding. Sociocultural aspects of émigré radio activities have long been overlooked by scholars, despite the fact that these aspects ensured the institutional stability of the «Ukrainian voice» on American broadcast stations. Examining the strategies of that period – from «virtual storefronts» to «radio balls» events – sheds light on the origins of modern social communication technologies used to support independent media. An objective analysis of archival materials from the newspaper Svoboda (lit. Liberty), covering 1930–1935, enables the reconstruction of past events and the

identification of effective media management practices that can be adapted to the contemporary challenges of Ukraine's sociocultural development and its diaspora.

Research into the history of Ukrainian media in the context of emigration is based on the works of N. Sydorenko, who defined the role of the press in the community's cultural self-assertion [15, pp. 298–306], O. Bohuslavskyi, who analyzed the sociocultural conditions of the émigré press activities during the interwar period [1, pp. 3–7], and O. Vovk [7, pp. 187–194]. The digital archives of *Svoboda* remain the primary source for reconstructing media history [13, p. 4]. A systematic study of radio broadcasting is presented in the works of T. Hirina. She examined the mechanisms of program promotion (1930–1932) [22, pp. 22–28], the musical content of broadcasting (1933) [21, pp. 12–17], and the explication of national identity of the Ukrainian community in radio broadcasts in North America in 1933 [9, pp. 26–31]. In her works from 2022–2025, she highlights the success of V. Sharvan's project, the Canadian radio landscape (*Ukrainskyi chas, Pisnia Ukrainy*) [8, pp. 33–38], and the transformation of communication in the digital age [10, pp. 173–188]. The nature of early radio, its cultural potential, and the commercial mechanisms employed remain subjects of debate. An analysis of business structures, such as M. Surmach's enterprise Surma, points to a multidimensional symbiosis of factors that allows early broadcasting to be interpreted as a distinctive social communication startup.

II. Research objectives and methods

The aim of this study is to highlight Myron Surmach's sociocultural mission and to provide a comprehensive analysis of social communication mechanisms in the development of Ukrainian radio broadcasting in the United States in 1930–1935 as a means of preserving national identity and consolidating the ethnic community.

The research methodology was based on a comprehensive approach that enabled an objective reconstruction of M. Surmach's activities. Content analysis was used to classify announcements on the front pages of *Svoboda* in order to determine the frequency of marketing messages. Discourse analysis was employed to examine detailed reports on listening to radio broadcasts and to identify strategies for audience feedback. The historical and genetic method made it possible to trace the evolution of formats from 15-minute segments to the full-fledged radio program *Ukrainska Hodyna (Ukrainian Hour)*. A systems approach was used to analyze the interaction between Surma and the media as a holistic communication mechanism. The historical and biographical method was applied to highlight M. Surmach's role as a pioneer of media management. The hermeneutic method enabled an in-depth interpretation of the radio lectures' and sketches' content as tools for shaping national identity. The comparative method was used to compare the financial models of early radio with modern crowdfunding technologies.

III. Results

The institutionalization of Ukrainian radio broadcasting in the United States in the 1930s became a unique example of the self-organization of an ethnic community without state support and amid intense competition in the American media landscape. A key role in this process was played by the music and book publishing company Surma headed by M. Surmach, which transformed from a commercial business into a powerful social communication hub.

At the initial stage (January 1930), the main challenge was not only the technical organization of broadcasts, but also the development of a radio-listening culture among Ukrainian emigrants. Archival records demonstrate that the first steps were aimed at the «promotion of radio as a tool» for national consolidation. An important confirmation of the success of this strategy is the rapid audience growth: «As a result of publicity through the WAAT station, a large number of Ukrainian listeners became interested in the Ukrainian radio program and in radio itself» [3, p. 4]. This success stimulated a shift to a more complex form of organization – the creation of a separate public association. Consequently, the *Ukrainian Radio Club* project became a logical response to the audience's request. The newspaper *Svoboda* recorded that active listeners «approached Surma with a project to organize a separate *Ukrainian Radio Club* to spread interest in the radio movement among Ukrainians in general» [3, p. 4]. Such activity can be interpreted as the emergence of an interactive broadcasting model, where information consumers became co-authors of the Ukrainian community's media policy. The *Radio Club* aimed not only at technical support, but also at popularizing radio as an innovative means of communication with the world. The press of that time actively promoted this initiative, portraying radio as a sign of prestige and comfort: «Radio in cars... Car passengers shortened their rides by listening to opera, concerts, or news broadcasts» [14, p. 1].

M. Surmach, aware of the financial risks, built a stable sociocultural system. The first broadcasts on the WAAT station demonstrated that the Ukrainian program attracted a large audience, but renting time on major stations remained financially burdensome. Aware of this, the organizers introduced a system of «honorary membership», which allowed them to attract funds from benefactors. This was critically important, because, as was later noted: «One good hour with an orchestra, singers, and a lecture costs the enterprise Surma from 111 to 125 dollars. Advertising could bring in 50 to 60 dollars, and the remainder had to be covered by the company Surma» [6, p. 4]. Such transparency in reporting to the community fostered trust and attracted new sponsors.

The content of the first broadcasts was based on the enlightenment principle. Surma's programs were the first to alternate musical numbers with popular science lectures. This was a carefully designed

strategy of «cross-promotion». For example, when advertising a performance, the radio served as an educational platform: «every Sunday, as part of the radio concert organized by Surma, a short lecture on Mazepa and the events associated with his renowned name is delivered» [2, p. 4]. The popularity of M. Surmach's audiovisual projects, along with the trust he enjoyed, drew the Ukrainian community's attention not only to these initiatives but also to his commercial ventures, particularly the sale of literature and sheet music in the store of the same name.

An important aspect was the involvement of the intellectual elite in the broadcasts. Listeners received the highest quality content, as evidenced by reviews of professionals. For example, the composer P. Uhlytskyi noted in his letter: «A beautiful mixed quartet, wonderful singers... I sincerely thank you, Mr. Surmach, for this pleasure» [5, p. 4]. However, the organizers did not stop there, constantly emphasizing the need for expansion: «I would like to present programs that would reach not only our fellow Ukrainians, but even foreigners» [5, p. 4]. This reflects an understanding of radio as a tool of foreign cultural diplomacy. The organization of the *Radio Club* and the activity around the WAAT radio station also aimed to foster national consciousness in youth. The texts of that time often contain calls for preserving identity: «And we will still need a lot of radio for national and cultural promotion. Therefore, it is better for us to ask for dollars than to curtail the program, or even spoil it with cheap productions, for there are thousands of listeners» [6, p. 4]. Radio broadcasting overcame the territorial disunity of emigrants, creating a single information space, because: «from all parts, territories, Ukrainians are of one spirit, with one love for Ukrainian song» [6, p. 4]. Using the *Radio Club* as a base for crowdfunding and popularization of the «radio tool» by M. Surmach allowed the creation of an independent media, which for years remained the main voice of Ukrainians in the United States.

The sociocultural strategy of Surma was built on a deep understanding of the psychology of emigrants, for whom radio was not only entertainment but also the primary link to their native culture in a foreign environment. M. Surmach was the first to realize that airtime could be used as a «virtual showcase», where each musical number became a direct advertisement for sheet music or records available in his bookstore. Documentary evidence indicates that Surma promptly responded to listeners' requests, turning them into printed editions. A vivid example is the story of *Sadovskyi's March*: «There was a great demand for that march among listeners of the radio program. On their advice, it was given to the composer P. Uhlytskyi. He transcribed it for piano and violin, and the following week *Sadovskyi's March* will be published for the first time in America» [4, p. 4]. The sale of sheet music was accompanied by an emotional appeal: «Now every musician will play that march at home and recall the joyful moments often experienced during Surma's radio programs» [4, p. 4].

The largest-scale case in the sociocultural mission of Surma was the preparation for the staging of the opera *Mazepa* in 1933. M. Surmach used the radio broadcasting to create a multi-week «warm-up» of the audience. The newspaper reported: «The Surma Bazaar readily supports all Ukrainian cultural initiatives and is now advertising on a large scale Tchaikovsky's renowned opera *Mazepa*, which is to be staged on February 4 of this year at the Mecca Auditorium» [2, p. 4]. The mechanism for stimulating ticket sales included not only musical announcements, but also educational components: «To date, three such lectures have been given: one in English and two in Ukrainian. Feedback from the public showed that people enjoyed such lectures. In four weeks, similar lectures will be delivered, and some of the artists participating in the opera *Mazepa* will also perform in Surma's radio concerts» [2, p. 4]. Thus, radio lectures prepared the audience for the perception of the opera, making them active participants in the cultural process, which was directly reflected in the box office.

Theatrical sketches occupied a special place in the sociocultural mission, designed to maintain listener loyalty. M. Surmach personally worked on scripts that combined everyday humor with musical novelties: «Surma's 171st Ukrainian program on the radio will be broadcast from the WOV station... There will be a 'sketch,' "The Engagement of Vasyl and Marusia," specially prepared by M. Surmach for that program» [18, p. 4]. The recurring sketches encouraged regular listening, and therefore reinforced the effect of advertising the store's products. In October 1933, the strategy continued with new episodes: «In Surma's program, there will be a further installment of "Vasyl and Marusia" titled "Vasyl Goes to War"... The Sokil Orchestra, which has 18 musicians on the station, will also perform two new works specially adapted for the 'sketch'» [20, p. 4]. The sketches were so professionalized that suitable performers had to be found for every role, even the youngest: «We are still looking for a way to cast the role of a little neighbor boy (one and a half years old), because we cannot do without him» [12, p. 4]. Surma's marketing was aggressive but justified in patriotic terms. M. Surmach was not afraid to compare media costs with other community expenses, trying to prove the value of radio programs. He directly addressed the audience: «Is it really impossible to save another dollar for such a thing as a good program?» [6, p. 4].

Another direction was the promotion of technological innovations that allowed the community to better hear its voice. The store offered advanced equipment, emphasizing its ability to reproduce Ukrainian records in the highest quality. These advertisements often included urgent calls to action: «It would be worth it for our people to pay attention to them while the price is still reasonable, otherwise the prices may rise, as other companies have already increased the prices of their products by 20 to 50%» [12, p. 4].

An important element of sociocultural success was the combination of entertainment with charity. The organization of "Radio Balls" events became a key method for raising funds: «The radio program of 'Surma' has now become a national institution, like a good periodical. Therefore, there is no shame in appealing to the public for its support... The 'Radio Ball,' attended by 1,670 people, is proof of this» [6, p. 4]. Each such event was promoted on the air, creating excitement and a sense of participation in an important cause. Documents indicate that M. Surmach not only sold goods, but also cultivated demand through enlightenment programming. For example, special programs for the month of T. Shevchenko not only honored the poet, but also encouraged demand for sheet music of his works: «The music and book publishing enterprise Surma dedicated all its radio programs in March this year to honor the memory of T. Shevchenko... The quartet of Ms. Maria Krebenetska performed Lysenko's cantata set to Shevchenko's poem "The Rapids Rage"» [16, p. 4].

The first broadcasts of the 1930s established a model that later enabled Ukrainians to appear on major American networks such as NBC and WABC, demonstrating the diaspora's ability not only to preserve its culture but also to adapt it professionally to the demands of a modern information society. This recognition began precisely with the first *Radio Club* gatherings and the earliest sounds of the Ukrainian language transmitted by WAAT.

Thus, the sociocultural mission of Surma was based on three pillars: the «live» demonstration of the product range on the air, educational support for commercial projects (through lectures), and the creation of interactive formats (such as sketches and balls). This made it possible to transform radio broadcasting into a self-sufficient system in which the cultural mission and business interests reinforced one another, creating a precedent for a «national media institution» in emigration. M. Surmach demonstrated that radio is not only an expense but also an investment: «The program... teaches our youth» [6, p. 4]. Materials published in *Svoboda* confirm that, thanks to this strategy, the Ukrainian community in the United States not only gained continuous access to its native culture but also demonstrated to American society a high level of sociocultural organization.

Analysis of archival materials from *Svoboda* makes it possible to reconstruct a financial model of Ukrainian radio broadcasting in the United States that was unique for the 1930s. It was based on a three-level budget revenue model, within which M. Surmach, being aware of the high cost of airtime on American stations, developed a strategy that combined direct corporate subsidization, listener-based microfinancing mechanisms, and mass charitable events.

The foundation of programs' financial stability was direct sponsorship from Surma. The archive of *Svoboda* contains references to a significant gap between the cost of broadcasting and revenue from external advertising. M. Surmach openly reported financial challenges to the community, seeking to legitimize the need for donations. Such a model meant that more than 50% of the Ukrainian-language broadcasting costs were covered by the profits of a single private company. This constituted a strategic investment in market development: by popularizing Ukrainian music through radio, M. Surmach created demand for the products of his bookstore. However, as program duration increased to an hour, the burden on the budget became critical: «It is shameful to abandon it, and hard to maintain. If all those listeners who have been tuning in every Sunday for at least a year would take an envelope and put in one dollar for the program, how wonderful that would be...» [5, p. 4].

The second level of the financial model was crowdfunding – a direct appeal to the solidarity of the audience. M. Surmach used the airtime to explain the value of the «native word» in America, trying to instill a sense of responsibility in listeners: «And how wonderful and easy it would be if only the "enthusiasts" of a good program, those who listen together with their families, at least once a year, sent, say, one dollar to the program as a contribution. Would they be any poorer?» [6, p. 4]. He convinced the audience that high-quality content cannot be free: «Why would they rather buy a book for 2–3 dollars to learn something, yet expect a good radio program with opera singers, educated musicians, and speakers for free?» [6, p. 4]. Appeals to send «at least one dollar» were aimed at establishing a stable fund of support, while the organizers also reminded listeners of the cost of the radio equipment itself: «Consider this: you buy a radio and pay maybe 100 or 200 dollars. But what would that radio be worth without the program?» [6, p. 4]. The effectiveness of this model was confirmed by letters in which listeners expressed their willingness to donate. The community's response was so lively that even composers expressed their appreciation: «It's nice that the programs received such letters; I would like to offer programs ever more frequently and beautifully» [5, p. 4].

The most effective tool for rapid accumulation of funds was mass events – «Radio Balls». This was an innovative approach that transformed passive listening into active public engagement and celebration: «It is not good for a business enterprise to ask for help» [6, p. 4]. Special committees were created to organize the balls. Advertising for the events was carried out aggressively and on a large scale: «Don't forget to tune your radio to this station and listen to the program, which starts at 12:30 p.m.» [17, p. 3].

IV. Conclusions

Due to the diversification of income sources (sponsorship + crowdfunding + events), Surma was able not only to survive, but also to expand its broadcasting. The pages of the periodical recorded announcements about the further expansion of programs, which allowed to attract professional ensembles and experiment with formats, such as involving orchestras: «The musical pieces of this program will be performed by the Ukrainian

Sokil Orchestra from New York, conducted by Osy Danylovych» [19, p. 1]. Financial independence gave the right to criticism and demand quality: «Let us perform then, as there are voices and when the song is well learned, so that our enchanting song echoes across the world and rings with glory in every heart. So that it brings tears and boundless joy; let us keep the melody dear and true» [11, p. 3].

The financial model of Surma was not merely a mechanism for raising funds, but a complex social communication tool that built a resilient community around the media resource. M. Surmach demonstrated that listeners' patriotism could be converted into financial stability if the media became a «national institution» capable of educating a new generation [6, p. 4]. Analysis of these archival materials confirms that Ukrainian radio in the United States during the 1930s was ahead of its time, employing funding models now regarded as standard for independent media.

Prospects for further research lie in a detailed analysis of the genre transformation of the content from short musical blocks to complex radio plays. Particular attention should be given to the serial nature of the sketches «Vasyl i Marusia» as a tool for audience retention. The study of the dramaturgical features of these sketches in the context of the Ukrainian diaspora mass culture formation is of academic interest.

Список використаної літератури

1. Богуславський О. Інформаційно-видавнича діяльність Організації державного відродження України (ОДВУ) в США перед другою світовою війною. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2025. № 2 (62). С. 3–7.
2. Вісти з Січового базару «Сурма». *Свобода*. 1933. Ч. 6. С. 4. URL: <https://archive.svoboda-news.com/wp-content/uploads/Svoboda-1933-006.pdf>. (дата звернення: 30.10.2025).
3. Вісти з Січового базару «Сурма». *Свобода*. 1930. Ч. 1. С. 4. URL: <https://archive.svoboda-news.com/wp-content/uploads/Svoboda-1930-001.pdf>. (дата звернення: 30.10.2025).
4. Вісти з Січового базару «Сурма». *Свобода*. 1933. Ч. 21. С. 4. URL: <https://archive.svoboda-news.com/wp-content/uploads/Svoboda-1933-021.pdf>. (дата звернення: 30.10.2025).
5. Вісти з Січового базару «Сурма». *Свобода*. 1933. Ч. 75. С. 4. URL: <https://archive.svoboda-news.com/wp-content/uploads/Svoboda-1933-075.pdf>. (дата звернення: 30.10.2025).
6. Вісти з Січового базару Сурми. *Свобода*. 1933. Ч. 87. С. 4. URL: <https://archive.svoboda-news.com/wp-content/uploads/Svoboda-1933-087.pdf>. (дата звернення: 30.10.2025).
7. Вовк О. Часопис української еміграції «Тризуб» як джерело вивчення соціокультурних процесів і повсякдення в Україні під владою більшовиків (1920-ті рр.). *Етнік*. 2019. № 2 (26). С. 187–194.
8. Гиріна Т. «Українська Щоденна Радіогодина Василя Шарвана» – найдовша у світі історія успіху українського радіопроєкту в еміграції. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2022. № 3 (51). С. 33–38.
9. Гиріна Т. Експлікація національної ідентичності української громади у відчитах на радіо Північної Америки у 1933 р. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2021. № 4 (48). С. 26–31.
10. Гиріна Т., Козловець М., Куцепал С. Комунікація із закордонними українцями на платформах цифрових медіа. *Людина в цифровому суспільстві: сучасні тренди*: монографія. Харків: Право, 2025. С. 173–188.
11. Захарчук Д. До наших хорів, які співають на радіостанціях *Свобода*. 1933. Ч. 23. С. 3. URL: <https://archive.svoboda-news.com/wp-content/uploads/Svoboda-1933-023.pdf>. (дата звернення: 30.10.2025).
12. М.С. Вісти з Січового базару «Сурма». *Свобода*. 1933. Ч. 233. С. 4. URL: <https://archive.svoboda-news.com/wp-content/uploads/Svoboda-1933-233.pdf>. (дата звернення: 30.10.2025).
13. Протестують проти червоних катів. *Свобода*. 1933. Ч. 289. С. 3. URL: <https://archive.svoboda-news.com/wp-content/uploads/Svoboda-1933-289.pdf>. (дата звернення: 30.10.2025).
14. Радіо в автах. *Свобода*. 1930. Ч. 2. С. 1. URL: <https://archive.svoboda-news.com/wp-content/uploads/Svoboda-1930-005.pdf>. (дата звернення: 30.10.2025).
15. Сидоренко Н. З компасом української ідеї в Європі. *Człowiek, etnos, naród w historii świata – procesy państwowotwórcze na obszarze europejskim (od starożytności po współczesność)*: monografia zbiorowa przygotowana z okazji 30-lecia działalności Studium Europy Wschodniej Uniwersytetu Warszawskiego / red. Ihor Sribniak. WarszawaParyż: Międzynarodowe konsorcium naukowo-dukacyjne im. Luciena Febvra, 2020. S. 298–306.
16. Сурmach М. Місяць Шевченка на радіо. *Свобода*. 1933. Ч. 56. С. 4. URL: <https://archive.svoboda-news.com/wp-content/uploads/Svoboda-1933-056.pdf>. (дата звернення: 30.10.2025).
17. Увага! – Українські радіо слухачі! *Свобода*. 1933. Ч. 286. С. 3. URL: <https://archive.svoboda-news.com/wp-content/uploads/Svoboda-1933-286.pdf>. (дата звернення: 30.10.2025).
18. Українська програма на радіо. *Свобода*. 1933. Ч. 114. С. 4. URL: <https://archive.svoboda-news.com/wp-content/uploads/Svoboda-1933-114.pdf>. (дата звернення: 30.10.2025).
19. Українська програма на радіо. *Свобода*. 1933. Ч. 34. С. 1. URL: <https://archive.svoboda-news.com/wp-content/uploads/Svoboda-1933-034.pdf>. (дата звернення: 30.10.2025).
20. Українська радіо-година. *Свобода*. 1933. Ч. 251. С. 4. URL: <https://archive.svoboda-news.com/wp-content/uploads/Svoboda-1933-251.pdf>. (дата звернення: 30.10.2025).

21. Hyrina T. Concerts of Ukrainian music groups in the national radio space of the USA (experience of 1933). *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2021. № 3. С. 12–17.
22. Hyrina T. Promotion of Ukrainian-language radio programs in the information space of the USA (experience of 1930–1932). *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2021. № 2. С. 22–28.

References

1. Bohuslavskiy, O. (2025). Informatsiino-vydavnycha diialnist Orhanizatsii derzhavnoho vidrodzhennia Ukrainy (ODVU) v SShA pered druhoiu svitovoiu viinoiu [Information and publishing activities of the Organization of the State Revival of Ukraine (ODVU) in the USA before the Second World War]. *Derzhava ta rehiony. Serii: Sotsialni komunikatsii*, 2 (62), 3–7 [in Ukrainian].
2. Visty z Sichovoho bazaru «Surma» [News from the Sich Bazaar «Surma»]. (1933). *Svoboda*, 6, 4. Retrieved from <https://archive.svoboda-news.com/wp-content/uploads/Svoboda-1933-006.pdf> [in Ukrainian].
3. Visty z sichovoho bazaru «Surma» [News from the Sich Bazaar «Surma»]. (1930). *Svoboda*, 1, 4. Retrieved from <https://archive.svoboda-news.com/wp-content/uploads/Svoboda-1930-001.pdf> [in Ukrainian].
4. Visty z Sichovoho bazaru «Surma» [News from the Sich Bazaar «Surma»]. (1933). *Svoboda*, 21, 4. Retrieved from <https://archive.svoboda-news.com/wp-content/uploads/Svoboda-1933-021.pdf> [in Ukrainian].
5. Visty z Sichovoho bazaru «Surma» [News from the Sich Bazaar «Surma»]. (1933). *Svoboda*, 75, 4. Retrieved from <https://archive.svoboda-news.com/wp-content/uploads/Svoboda-1933-075.pdf> [in Ukrainian].
6. Visty z Sichovoho bazaru Surmy [News from the Sich Bazaar Surma]. (1933). *Svoboda*, 87, 4. Retrieved from <https://archive.svoboda-news.com/wp-content/uploads/Svoboda-1933-087.pdf> [in Ukrainian].
7. Vovk, O. (2019). Chasopys ukraïnskoi emihratsii «Tryzub» yak dzherelo vyvchennia sotsiokulturnykh protsesiv i povsiakdennia v Ukraini pid vladoiu bilshovykiv (1920-ti rr.) [The Ukrainian Emigration Journal «Tryzub» as a Source for the Study of Sociocultural Processes and Everyday Life in Ukraine under the Rule of the Bolsheviks (1920s)]. *Eminak*, 2 (26), 187–194 [in Ukrainian].
8. Hyrina, T. (2022). «Ukrainska Shchodenna Radiohodyna Vasylia Sharvana» – naidovsha u sviti istoriia uspiyku ukrainskoho radioproiektu v emihratsii [«Ukrainian Daily Radio Hour by Vasyl Sharvan» – the World's Longest Success Story of a Ukrainian Radio Project in Emigration]. *Derzhava ta rehiony. Serii: Sotsialni komunikatsii*, 3 (51), 33–38. doi: 10.32840/cpu2219-8741/2022.3(51).4 [in Ukrainian].
9. Hyrina, T. (2021). Eksplikatsiia natsionalnoi identychnosti ukrainskoi hromady u vidchytakh na radio Pivnichnoi Ameriky u 1933 r. [Explication of the national identity of the Ukrainian community in reports on the North American radio in 1933]. *Derzhava ta rehiony. Serii: Sotsialni komunikatsii*, 4 (48), 26–31. doi: 10.32840/cpu2219-8741/2021.4(48).4 [in Ukrainian].
10. Hyrina, T., Kozlovets, M., & Kutsepal, S. (2025). Komunikatsiia iz zakordonnymy ukraintsiamy na platformakh tsyfrovyykh media [Communication with Ukrainians abroad on digital media platforms]. In *Liudyna v tsyfrovomu suspilstvi: suchasni trendy*. Kharkiv: Pravo. doi: 10.31359/9786178617523 [in Ukrainian].
11. Zakharchuk, D. (1933). Do nashykh khoriv, yaki spivaiut na radio stantsiiakh [To our choirs that sing on radio stations]. *Svoboda*, 23, 3. Retrieved from <https://archive.svoboda-news.com/wp-content/uploads/Svoboda-1933-023.pdf> [in Ukrainian].
12. M.S. (1933). Visty z Sichovoho bazaru «Surma». [News from the Sich Bazaar «Surma»]. *Svoboda*, 233, 4. Retrieved from <https://archive.svoboda-news.com/wp-content/uploads/Svoboda-1933-233.pdf> [in Ukrainian].
13. Protestuiut proty chervonykh kativ [Protesting against the red executioners]. (1933). *Svoboda*, 289, 3. Retrieved from <https://archive.svoboda-news.com/wp-content/uploads/Svoboda-1933-289.pdf> [in Ukrainian].
14. Radio v avtakh [Radio in cars]. (1930). *Svoboda*, 2, 1. Retrieved from <https://archive.svoboda-news.com/wp-content/uploads/Svoboda-1930-005.pdf> [in Ukrainian].
15. Sydorenko, N. (2020). Z kompasom ukrainskoi idei v Yevropi [With the compass of the Ukrainian idea in Europe]. In *Człowiek, etnos, naród w historii świata – procesy państwotwórcze na obszarze europejskim (od starożytności po współczesność): monografia zbiorowa przygotowana z okazji 30-lecia działalności Studium Europy Wschodniej Uniwersytetu Warszawskiego*. WarszawaParyż: Międzynarodowe konsorcjum naukowo-edukacyjne im. Luciena Febvra [in Ukrainian].
16. Surmach, M. (1933). Misiats Shevchenka na radio [Shevchenko's Month on the Radio]. *Svoboda*, 56, 4. Retrieved from <https://archive.svoboda-news.com/wp-content/uploads/Svoboda-1933-056.pdf> [in Ukrainian].

17. Uvaha! – Ukrainski radio slukhachi! [Attention! – Ukrainian radio listeners!]. (1933). *Svoboda*, 286, 3. Retrieved from <https://archive.svoboda-news.com/wp-content/uploads/Svoboda-1933-286.pdf> [in Ukrainian].
18. Ukrainska prohrama na radio [Ukrainian program on the radio]. (1933). *Svoboda*, 114, 4. Retrieved from <https://archive.svoboda-news.com/wp-content/uploads/Svoboda-1933-114.pdf> [in Ukrainian].
19. Ukrainska prohrama na radio [Ukrainian program on the radio]. (1933). *Svoboda*, 34, 1. Retrieved from <https://archive.svoboda-news.com/wp-content/uploads/Svoboda-1933-034.pdf> [in Ukrainian].
20. Ukrainska radio-hodyna [Ukrainian radio hour]. (1933). *Svoboda*, 251, 4. Retrieved from <https://archive.svoboda-news.com/wp-content/uploads/Svoboda-1933-251.pdf> [in Ukrainian].
21. Hyryna, T. (2021). Concerts of Ukrainian music groups in the national radio space of the USA (experience of 1933). *State and Regions. Series: Social Communications*, 3, 12–17. doi: 10.32840/cpu2219-8741/2021.3(47).2 [in English].
22. Hyryna, T. (2021). Promotion of Ukrainian-language radio programs in the information space of the USA (experience of 1930–1932). *State and Regions. Series: Social Communications*, 2, 22–28. doi: 10.32840/cpu2219-8741/2021.2(46).4 [in English].

Стаття надійшла до редакції 01.11.2025.
Received 01.11.2025.

Гиріна Т. С. Соціокультурна місія Мирона Сурмача в становленні діаспорного радіомовлення США

Мета дослідження полягає у висвітленні соціокультурної місії Мирона Сурмача та комплексному аналізі соціокомунікаційних механізмів розбудови українського радіомовлення в США у 1930–1935 рр. як інструменту збереження національної ідентичності та консолідації етнічної спільноти.

Методологічну основу становить комплексний підхід, що поєднує контент-аналіз оголошень-анонсів на перших шпальтах часопису «Свобода» та дискурс-аналіз розлогих звітів про радіоэфіри на його внутрішніх сторінках. Використано історико-генетичний метод для відстеження еволюції форматів мовлення (від 15-хвилинних блоків до «Української години») та системний підхід для аналізу взаємодії книгарні «Сурма» і радіопроектів як єдиного комунікаційного механізму.

Результати. Доведено, що М. Сурмач сформував життєздатну систему функціонування медіа, що базувалася на поєднанні інституційної підтримки, громадського фінансування (перші спроби спільнокошту через заклики «надіслати долар») та заходах соціокультурної взаємодії (організація «Радіо-балів»). З'ясовано, що радіоэфір виступав платформою для популяризації національного культурного продукту (нот, платівок, квитків на оперу «Мазепа»), де просвітницькі лекції слугували інструментом залучення та згуртування аудиторії навколо спільних цінностей.

Новизна. Уперше на основі систематизації архівних даних газети «Свобода» реконструйовано соціокомунікаційну діяльність «Сурми», що дозволяє трактувати раннє українське радіо в США не лише як культурний проєкт, а як успішну модель незалежного мовлення, яка випередила тогочасні медійні стандарти еміграції. Доведено, що поєднання просвітницьких лекцій, інтерактивних форматів та громадського фінансування створило унікальний прецедент медійної самоорганізації.

Практичне значення. Матеріали дослідження можуть бути використані при підготовці курсів з історії журналістики, медіаменеджменту та прикладних комунікаційних технологій. Досвід фінансової самоорганізації «Сурми» є актуальним для сучасних незалежних медіа та проєктів цифрової дипломатії закордонного українства.

Ключові слова: історія радіо, краудфандинг, радіо української еміграції, соціальні комунікації, соціокомунікаційні технології, українська діаспора, українськомовне радіомовлення, фінансування медіа.

H. Derzhypilska

assistant of the Department of Journalism, Advertising and Public Relations
e-mail: derzhypilska.o.halyna@ukd.edu.ua, ORCID: 0009-0000-5332-2722
King Danylo University
St. Y. Konovaltsia, 35, Ivano-Frankivsk, Ukraine, 76018

MEDIA REPRESENTATION OF A CULTURAL EVENT: LOCAL, NATIONAL, AND INTERNATIONAL LEVELS

*The aim of the study is to identify the characteristics of media representation of theatrical events across different segments of the media environment and to examine how their communicative functions vary according to media type, using the coverage of the performance *Romeo & Juliet* by the Frankivsk Drama Theater as a case study.*

The research methodology is based on a combination of general scientific and specialized methods: analysis and synthesis – to explore theoretical approaches to cultural journalism and media communication; content analysis – to examine publications in local, national, and international media; comparative method – to compare different ways in which the performance is represented across various media texts (news articles, multimedia publications, video works, analytical articles); interpretative (hermeneutic) method – to identify the key semantic emphases in journalistic materials; typological method – to classify forms of media representation and define the functions of cultural journalism.

Results. It has been established that the nature of coverage of a theatrical event varies depending on the scale of the media environment. At the local level, the performance is interpreted as an element of the cultural life of the urban community and serves an integrative function. At the national level, it appears as a phenomenon of contemporary culture and becomes the subject of analytical and critical journalism. In the international media environment, the performance acquires symbolic significance and functions as a message about the country conveyed through culture. The expansion of the audience is accompanied by a shift from mere reporting to interpretation and cultural explanation.

Novelty. The study's novelty lies in identifying distinct models of interpreting a theatrical event across different media contexts, which supports viewing cultural journalism as a tool of meaning-making and cultural legitimization of artistic phenomena. The findings can be applied in the training of journalists and cultural editors, in teaching courses on cultural journalism, media communications, and media criticism, as well as in the practice of media coverage of cultural institutions' activities.

Key words: media representation, cultural journalism, theatrical event, media communications, convergent media, international reception.

I. Introduction

Journalism as a sociocultural system is designed not only to inform, but also to comprehend, explain, and interpret events and phenomena of social life, contributing to the understanding of artistic processes and the audiences' cultural development. Modern media are increasingly covering cultural events, turning them into a component of public communication. A theatrical performance no longer functions solely within the framework of a stage production, but acquires an additional «life» in the media environment through news, reports, television programs, interviews, and critical texts. At the same time, in Ukrainian journalism studies, the problem of media representation of theater has not yet received adequate theoretical consideration. The issue becomes even more acute when addressing cultural events not only at the capital level but also in cities and towns remote from the center. This makes it relevant to study the features of media coverage of a theatrical event using the example of the production *Romeo & Juliet* by the Ivano-Frankivsk National Academic Ivan Franko Drama Theater (hereinafter referred to as the Frankivsk Drama Theater).

A theatrical event is less likely than other cultural phenomena to receive coverage in the mass media, since its communicative nature implies the co-presence of performers and audiences in a specific space and time, and the synthetic nature of the stage form complicates its adequate representation in standardized media formats. Existing research mainly focuses either on theater analysis of performances or on general aspects of cultural communication, while the mechanisms of the journalistic interpretation of a theatrical event require separate consideration.

The study by the German theater scholar C. B. Balme examines the public and media existence of theater, where performance functions not only as a stage event but also as an element of the public sphere and cultural discourse, which is formed through its reception and media coverage. In his book,

C. B. Balme argues that the theatrical public sphere invariably focuses attention on theater as an institution situated between the shifting boundaries of the private and the public, informed by debate and agonistic intervention [14]. In cultural studies, the British scholar S. Hall considered the media as a system of representations that does not reflect reality directly but encodes it in specific meaning-making forms. The audience, in turn, decodes the message, interpreting the cultural event [17]. J. Fiske, in turn, considered the media text as an open system of meanings in which meaning is formed through the interaction between the message and the audience [16]. Thus, a cultural event in the media does not have a single meaning but is interpreted depending on the way it is presented and perceived. There is always a media intermediary between the artist and the audience – this key idea is proposed by the media and cultural industries scholar D. Hesmondhalgh [18]. The British scholar considers culture within the framework of the cultural industries, where the media perform an intermediary function between the cultural product and the audience, ensuring its public existence and distribution. The French sociologist of culture P. Bourdieu introduces the concept of the cultural field – an environment in which artists, critics, media, and the public interact, and where critics and journalists are not observers but participants in the cultural process, as they determine the cultural value of a work [15].

In modern Ukrainian theater studies, the emphasis is placed on the sociocultural dimensions of theater. Specific forms of representing the spiritual and cultural worldview in contemporary theater journalism in independent Ukraine are examined by V. Halatska [4]. H. Veselovska emphasizes the event-based nature of theatrical performance: «in many productions of contemporary experimental theater, the audience is encouraged to actively participate in the action, to engage in direct dialogue, to express their own opinions, to shape the agenda, and even to make final decisions – namely, what the outcome of the performance will be» [3]. M. Harbuzyuk also considers performance as a process of exchange between the actor and the audience, in which a shared emotional and meaning-making experience is formed; thus, theater functions as a dialogical form of art: «...today we are collectively experiencing trauma in the country, and theater, as an art of energy exchange between the actor and the audience, is the only medium that can contribute to our harmonization and to the harmonization of the cultural space» [1].

II. Research objectives and methods

The aim of the study is to identify the features of the media representation of a theatrical event and to clarify changes in its communicative functions depending on the type of media. To achieve this aim, it is necessary to determine the theoretical foundations for considering the media as an interpreter of a cultural event, to identify the levels of media representation of a theatrical event, and to establish differences in the interpretation of the performance depending on the level and type of media. The object of the study is the media representation of a theatrical event in the contemporary media environment. The subject of the study is the interpretation of the performance *Romeo & Juliet* across different types of media.

The study employed general scientific and specialized methods, such as analysis and synthesis – to elaborate theoretical approaches to cultural journalism and synthesize research on media communication and theater studies; content analysis – to examine media materials covering the Frankivsk Drama Theater's performance of *Romeo & Juliet*. Text, audio, and audiovisual formats are considered as separate media texts, since under conditions of convergent journalism they perform different communicative functions. The comparative method was used to examine the ways in which the performance is represented across different types of media; the interpretative (hermeneutic) method – to clarify semantic emphases and approaches to culturally interpreting the theatrical event in journalistic materials.

The empirical basis of the study consisted of media materials covering February 2021 to June 2025, from the premiere of the performance to the most recent publication identified at the time of writing.

III. Results

The play *Romeo & Juliet* is one of the most popular works in the repertoires of world theater, and the conflict embedded in it has become a universal cultural narrative, recognizable across different sociocultural contexts. It is the interpretative openness of the text that ensures its continual relevance in new historical circumstances and contributes to the emergence of contemporary stage readings, one of which was the production of the Frankivsk Drama Theater.

The canonical nature of the dramatic material directly affects the nature of its media representation. The high level of recognizability of the plot reduces the need for additional explanation of the content and facilitates the audience's entry into the communicative situation, which makes the performance a convenient object of journalistic coverage. For the media, such a production is viewed as an event with an already formed semantic field, within which attention shifts from the retelling of the plot to interpretation, evaluation and symbolic reading. As a result, media texts devoted to stage interpretations of classical works tend to expand the thematic framework and include discussions of social, cultural and political contexts.

Regional media publications record not only the fact of the premiere itself, but also its spatial expansion: the performance extends beyond the theater building and is integrated into the urban environment. The local information portal Galka.if.ua emphasizes the use of the innovation center «Promprylad. Renovation» as a stage location, transforming the theatrical performance into a city event that combines artistic, social, and public communication. The text is supplemented with a detailed photo

report from the press conference held in the factory's workshop space, visually reinforcing the unusual location of the event [5]. Another type of media representation appears in the local information portal Kurs.if.ua, in a piece about the signing of a memorandum of cooperation between the Frankivsk Drama Theater and the innovation center «Promprylad. Renovation» [8]. In this material, the theater appears not only as a subject of artistic production, but also as an active participant in urban sociocultural processes. The description of a symbolic «wedding» staged in an industrial space transforms news of the administrative agreement into a cultural event, and the cooperation itself is represented by the media as part of the city's creative industries. While photographs in the Galka.if.ua material emphasize the atmosphere of the artistic event, those in Kurs.if.ua document the social interaction of institutions, shifting the emphasis from artistic experience to institutional communication. Thus, the theatrical event in the materials of these two local online publications is interpreted primarily as an element of city life.

The classic information model of journalism is illustrated by a television report from a local media outlet, which serves to inform the audience about the event. In the news story by the TV and radio company RAI [12], Y. Torkonyak and A. Behey announced the upcoming premiere following a press conference organized by the creators of the performance in the workshop space of «Promprylad. Renovation». The event is structured through a journalist's voice-over narration, edited sequences, and on-camera statements by participants, conveying a clear message about the premiere. The television report serves an informative function – it explains the event, names its participants, outlines its significance, and informs the viewer of the main features of the theatrical project.

The publication by the regional branch of the National Public Broadcasting Company of Ukraine JSC – Suspilne Ivano-Frankivsk – is multimodal in nature, as it contains text, a photo report from the event, and audio material [10]. As a result, the media text forms a complex model of event perception, where different sign systems interact: the text provides factual and explanatory functions, the photo offers spatial visualization, and the audio conveys emotional experience and a sense of presence. The visual component performs not only an illustrative but also an evidentiary function, documenting the spatial organization of the performance and the interaction of the audience with the urban environment. The audio material by journalist Kh. Kukharuk demonstrates another mode of media representation of a cultural event – through sound-based construction. The radio format transforms a theatrical event from a visual-spatial phenomenon into a narrative story, with the emphasis shifting from stage action to its semantic interpretation [11]. Due to the absence of a visual component in the audio material, the event is reconstructed through verbal imagery, intonation, and soundscape, which activates the listener's imagination. The radio report immerses the audience in the atmosphere of the performance and includes comments from lead actors, the production team, and audience feedback. Thus, the media do not simply inform about the performance but construct a complex perceptual experience. The performance exists not only on stage but also in the digital media environment, where different platforms reproduce it through different sensory channels – visual, auditory, and textual.

For the text version, radio journalist Kh. Kukharuk, in collaboration with editor R. Polivchak, adapted the audio report, highlighting the key aspects of the event and her own observations. Unlike news materials, the publication features a distinct authorial component and elements of subjective perception: «...the tender lament of the melody against the rough reinforced concrete mass of the mechanical workshop evokes a shiver. Somewhere in this metaphor, the essence of the performance *Romeo & Juliet* is mirrored» [11]. The regional broadcaster's materials demonstrate that the modern media representation of a cultural event is not confined to a single channel, but occurs through the interaction of different formats. As a result, the theatrical event exists as a networked communication process rather than as a one-time cultural event, thereby changing the way it is perceived depending on the media channel that represents it. The regional broadcaster's materials demonstrate a convergent model of journalism, in which a theatrical event is represented through a combination of text, audio, and photographs. All of these formats perform an informative and explanatory function, reporting on the event, interpreting its meaning, and documenting its development.

At the same time, materials of a different type appear in the local media environment, changing the very mode of the theater's media presence. The video work *Odnym dublem* (One Take) by another local media outlet, Channel 402, does not present a report on a performance but rather the experience of being within the process of a series of events that ultimately led to a theatrical production [6; 7]. Unlike journalistic materials, where the event is described and narrated, here it is reproduced through camera movement, spatial interaction, and temporal continuity, which allows the media to perform not only an informative but also a performative function. The two-part video work *Odnym dublem* combines the features of journalistic material and an authorial media narrative thanks to the skill of journalist O. Kvitneva. The presence of voice-over narration, interviews with participants, event footage, and a montage structure attests to its status as a journalistic product, but the composition goes far beyond the boundaries of a news report. The material covers various stages in the lifecycle of a theatrical project – from the establishment of a partnership between the theater and «Promprylad. Renovation» and the rehearsal process to the premiere itself and audience reception. As a result, the event appears not as a one-time cultural event but as a long-term sociocultural process. In terms of genre, the video work *Odnym dublem* can be defined as a documentary-performative media format that combines elements

of journalistic documentation and an artistically organized audiovisual narrative. An important element of media representation is the use of black-and-white video imagery. Such a visual technique distances the material from standard information presentation and brings it closer to an artistic-interpretative format. The absence of color neutralizes everyday details and emphasizes the plasticity of movement and the emotionality of the image, shaping the perception of the event not as current information but as an aesthetic experience. In this case, journalism becomes a chronicler of cultural production.

Further expansion of the media representation of the performance is linked to its participation in the festival circuit. After the Shakespeare Festival and international theater festivals in Poland and Romania, the performance goes beyond the local cultural context. This leads to a shift in the nature of media attention: the event ceases to be perceived as a regional cultural initiative and comes to be understood as a phenomenon of contemporary Ukrainian theater. In a publication by the nationwide analytical outlet LB.ua, the performance is analyzed in the broader context of Ukrainian interpretations of Shakespeare's works and the cultural experience of war [2]. K. Bilash emphasizes the universality of Shakespeare's text as a language through which Ukrainian theater can articulate its historical experience to audiences abroad. The involvement of international experts in the discussion indicates a shift in the status of the performance: in a commentary by N. Chinpoesh, a researcher of Ukrainian theatrical interpretations of global Shakespeare, the performance *Romeo & Juliet* no longer appears as a local theatrical event but as an example of Ukrainian theater's inclusion in a broader European cultural dialogue (cited in [2]). In N. Chinpoesh's reading, the production appears as a model of experiencing war away from the front line, where theater captures the experience of the community, combining the space of the city, the audience, and the stage action. In an interview with K. Bilash, the Shakespeare scholar states: «We no longer have the luxury of linear time: 'let's wait until the performance is over', 'until the war is over'. No, now we have to do everything at the same time. Observing this means realizing: people here live in a plurality of timelines» [2]. This is why the media representation of this cultural event goes beyond the boundaries of theatrical criticism and acquires cultural and communicative significance, while the Shakespearean text becomes a universal language for its articulation. Festival circulation shifts the performance from the level of a cultural event to the status of a cultural narrative.

Along with materials from cultural journalism, the performance attracted the attention of an intellectual online publication in the humanities, where its analysis goes beyond the boundaries of a theater review. On the literary portal Bukvoyd, the production is interpreted through a system of cultural and symbolic meanings, and the Shakespearean plot is considered a metaphor for contemporary experience [9]. In the publication by O. Kukharuk, the emphasis shifts from informational coverage of the performance to the interpretation of the audience's experience. The author focuses not on the staging of the production, but on the experience of being present in an industrial workshop space, describing audience movement, atmosphere, and the bodily perception of the event. Here, the performance appears as a collective urban cultural event, understood through the narrator's personal perspective. In this publication, the mode of media representation shifts, as the performance is treated not as an event of cultural life or a theatrical experiment, but as a cultural text subject to interpretation. Accordingly, the media becomes an interpreter of cultural meanings. At this stage, the performance ceases to be merely a theatrical phenomenon and begins to function as a cultural text.

If materials from media outlets such as Suspilne, Ivano-Frankivsk, LB.ua, and Bukvoyd interpret the performance as a phenomenon of modern Ukrainian theater, then the international news agency Reuters includes it into the global news agenda. In the material by R. Russell, the production is described primarily as a cultural phenomenon that demonstrates the resilience of art in the Ukrainian social context [19]. The emphasis here shifts from the artistic characteristics of the performance to its symbolic meaning. The production is presented through an unusual industrial location and the interaction of the audience with the space, which can be interpreted as a manifestation of cultural activity and resilience. The publication by the American reporter demonstrates the convergent, multimodal nature of the media representation of the event. The material combines textual narration, photographic documentation, and video reportage, as a result of which meaning is formed not only through verbal description, but also through audiovisual experience. At the same time, the distribution of the material across various media platforms reflects the convergent nature of modern journalism: the theatrical event functions as universal media content, suitable for different formats and audiences. In the material by the international news agency Reuters, the performance is no longer represented as a theatrical experiment, but as a message about Ukraine conveyed through culture.

The convergent media report by the international news agency Reuters brings an innovative Ukrainian production of Shakespeare's tragedy into the global news space, while in an article in the international theater journal *Critical Stages*, the First Ukrainian Shakespeare Festival in Ivano-Frankivsk – where the performance *Romeo & Juliet* was also presented – is interpreted as a form of cultural dialogue between Ukraine and Europe in the context of war [13]. The author of the article, Polish cultural scholar and Shakespeare scholar E. Bal, considers various contemporary Ukrainian productions of Shakespeare's works as a form of cultural communication with the West that performs the function of cultural self-determination and integrates the national theater into global cultural discourse. The scholar

reflects on the Frankivsk Drama Theater's production of *Romeo & Juliet* through the lens of «patriarchal and feminist readings of Shakespeare»: «...in the 2021 production of *Romeo and Juliet*, the masculine world returns with redoubled force as an imperative of fate... However, I do not consider this an interpretive anachronism, but rather a sign of the time and place in which the play is staged» [13].

Shakespearean text is considered a universal cultural language, enabling Ukrainian artists to communicate with Western audiences while distancing themselves from the Russian cultural tradition. At this level, the very function of media representation changes. Whereas in the information media environment a performance is regarded as a cultural event, in expert international discourse it emerges as a means of asserting cultural agency. Theater is interpreted not merely as an artistic practice, but as a means of integrating Ukrainian culture into the European cultural sphere. Media representation thus shifts from reporting on culture to presenting culture. Consequently, in the article published in the international theater journal *Critical Stages*, a theatrical event acquires the significance of cultural diplomacy, and its media representation becomes part of shaping the image of Ukraine in the global cultural arena.

IV. Conclusions

The results obtained indicate that the media representation of a theatrical event has a multi-level structure and its communicative functions vary depending on the scale of the media environment. In a convergent media environment, a theatrical event ceases to be a standalone news item and transforms into a multi-format media narrative. At the local level, the performance appears as a sociocultural event of the urban community and serves an integrative function. At the national level, it is interpreted as a phenomenon of contemporary culture and becomes the subject of analytical and critical journalism. At the international level, the performance acquires symbolic significance and functions as a message about the country conveyed through culture.

Thus, changes in the geographical scope of the media are accompanied by a change in the mode of existence of a cultural event: from social experience to cultural narrative, and ultimately to a tool of cultural communication. The media not only disseminate information about the performance but also transform its meaning, shaping different models of its reception. Prospects for further research include the study of media representation of other types of performing arts and the comparison of various cultural institutions within the digital media environment.

Список використаної літератури

1. Беляєва С. Театр – це спосіб розмови про світ. *Zbruc*. URL: <https://zbruc.eu/node/52116> (дата звернення: 01.11.2025).
2. Білаш К. Український Шекспір: театр в часи катастроф. *LB.ua*. 2025. URL: https://lb.ua/culture/2025/06/27/683729_ukrainskiy_shekspir_teatr_chasi.html (дата звернення: 01.11.2025).
3. Веселовська Г. Український театр у пошуках порозуміння. *Критика*. URL: <https://www.krytyka.com/ua/articles/ukrayinsky-teatr-u-poshukakh-porozuminnya> (дата звернення: 01.11.2025).
4. Галацька В., Мироненко М. Моделі комунікації у критичному осмисленні мистецтва. URL: <https://media.neliti.com/media/publications/626653-modeli-komunikatsii-u-kritichnomu-osmisl-624eb652.pdf> (дата звернення: 01.11.2025).
5. Galka.if.ua. Заводський цех та сцена театру Франка: Франківський драмтеатр покаже унікальну виставу. URL: <https://galka.if.ua/zavodskiy-cekhta-scena-teatru-franki/> (дата звернення: 01.11.2025).
6. Канал 402. Одним дублем. Частина I [відео]. *YouTube*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Q163iN6q-yw> (дата звернення: 01.11.2025).
7. Канал 402. Одним дублем. Частина II [відео]. *YouTube*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=spvG7jDa-0> (дата звернення: 01.11.2025).
8. Kurs.if.ua. Франківський драмтеатр підписав меморандум з «Промприлад.Реновація»: зіграли символічне весілля. URL: <https://kurs.if.ua/frankivskiy-dramteatr-pidpysav-memorandum-z-promprylad-renovaciya-zigraly-symvolichne-vesillya/> (дата звернення: 01.11.2025).
9. Кухарук О. «Romeo & Juliet». Реновація. *Буквоїд*. 2021. URL: <https://bukvoid.com.ua/events/culture/2021/03/01/090614.html> (дата звернення: 01.11.2025).
10. Суспільне Івано-Франківськ. Франківські «Romeo & Juliet»: історія двох чистих душ в постапокаліпсисі. URL: <https://suspilne.media/ivano-frankivsk/106733-frankivski-romeo-juliet-istoria-dvoh-cistih-dus-v-postapokalipsisi/> (дата звернення: 01.11.2025).
11. Суспільне Івано-Франківськ. Франківські «Romeo & Juliet»: історія двох чистих душ в постапокаліпсисі [аудіо]. *Mixcloud*. URL: <https://www.mixcloud.com/Карпату/франківські-romeo-juliet-історія-двох-чистих-душ-в-постапокаліпсисі-радіодень/> (дата звернення: 01.11.2025).
12. ТРК РАІ. Ромео і Джульєта у новій інтерпретації [відео]. *YouTube*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ZGMU5hVEiD4> (дата звернення: 01.11.2025).

13. Bal E. Ukrainian Gambit: Decolonial Perspectives on the First Shakespeare Theatre Festival in Ukraine. *Critical Stages*. 2024. URL: <https://www.critical-stages.org/30/ukrainian-gambit-decolonial-perspectives-on-the-first-shakespeare-theatre-festival-in-ukraine/> (date of access: 01.11.2025).
14. Balme C. *The Theatrical Public Sphere*. Cambridge : Cambridge University Press, 2014. 236 p.
15. Bourdieu P. *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*. Cambridge: Polity Press, 1993. 322 p.
16. Fiske J. *Introduction to Communication Studies*. 3rd ed. London : Routledge, 2011. 240 p.
17. Hall S. Encoding/Decoding. *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972–1979*. London : Hutchinson, 1980. P. 128–138. URL: <https://ia801304.us.archive.org/6/items/ktoub2/02CHallEncodingDecoding.pdf> (date of access: 01.11.2025).
18. Hesmondhalgh D. *The Cultural Industries*. 3rd ed. London : Sage Publications, 2019. 376 p.
19. Russell R. Romeo and Juliet Find New Stage in a Soviet Factory in Ukraine. *Reuters*. 2021. URL: <https://www.reuters.com/lifestyle/romeo-juliet-find-new-stage-soviet-factory-ukraine-2021-06-04/> (date of access: 01.11.2025).

References

1. Belyayeva, S. Teatr – ce sposib rozmovy pro svit [Theater as a way of talking about the world]. *Zbruc*. Retrieved from <https://zbruc.eu/node/52116> [in Ukrainian].
2. Bilash, K. (2025). Ukrayinskyy Shekspir: teatr v chasy katastrof [Ukrainian Shakespeare: Theater in times of catastrophe]. *LB.ua*. Retrieved from https://lb.ua/culture/2025/06/27/683729_ukrainskiy_shekspir_teatr_chasi.html [in Ukrainian].
3. Veselovska, H. Ukrainskyi teatr u poshukakh porozuminnia [Ukrainian theater in search of understanding]. *Krytyka*. Retrieved from <https://www.krytyka.com/ua/articles/ukrayinskyy-teatr-u-poshukakh-porozuminnia> [in Ukrainian].
4. Halatska, V., & Myronenko, M. Modeli komunikatsii u krytychnomu osmyslenni mystetstva [Models of communication in the critical interpretation of art]. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/626653-modeli-komunikatsii-u-kritichnomu-osmysl-624eb652.pdf> [in Ukrainian].
5. Zavodskiy tsekh ta stsena teatru Franka: Frankivskiy dramteatr pokazhe unikalnu vystavu [A factory workshop and the stage of the Franko Theater: The Frankivsk drama theater to present a unique performance]. Retrieved from <https://galka.if.ua/zavodskiy-cekhtsena-teatru-franki/> [in Ukrainian].
6. Kanal 402. *Odnym dublem. Chastyna I* [One Take. Part I]. [Video]. *YouTube*. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=Q163iN6q-yw> [in Ukrainian].
7. Kanal 402. *Odnym dublem. Chastyna II* [One Take. Part II]. [Video]. *YouTube*. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=spvrG7jDa-0> [in Ukrainian].
8. Frankivskiy dramteatr pidpysav memorandum z «Promprylad. Renovatsiia»: zihraly symvolichne vesillia [The Frankivsk drama theater signed a memorandum with «Promprylad. Renovatsiia»: A symbolic wedding was staged]. Retrieved from <https://kurs.if.ua/frankivskiy-dramteatr-pidpysav-memorandum-z-promprylad-renovatsiia-zihraly-symvolichne-vesillia/> [in Ukrainian].
9. Kukharuk, O. (2021). «Romeo & Juliet». Renovatsiia [«Romeo & Juliet». Renovation]. *Bukvoid*. Retrieved from <https://bukvoid.com.ua/events/culture/2021/03/01/090614.html> [in Ukrainian].
10. Suspilne Ivano-Frankivsk. Frankivski «Romeo & Juliet»: istoriia dvokh chystykh dush v postapokalipsysi [Frankivsk Romeo & Juliet: The story of two pure souls in a post-apocalyptic world]. Retrieved from <https://suspilne.media/ivano-frankivsk/106733-frankivski-romeo-juliet-istoriia-dvoh-cistih-dus-v-postapokalipsisi/> [in Ukrainian].
11. Suspilne Ivano-Frankivsk. Frankivski «Romeo & Juliet»: istoriia dvokh chystykh dush v postapokalipsysi [Frankivsk Romeo & Juliet: The story of two pure souls in a post-apocalyptic world]. [Audio]. *Mixcloud*. Retrieved from <https://www.mixcloud.com/Karpaty/франківські-romeo-juliet-історія-двох-чистих-душ-в-постапокаліпсисі-радіодень/> [in Ukrainian].
12. TRK RAI. Romeo i Dzhulietta u novii interpretatsii [Romeo and Juliet in a New Interpretation]. [Video]. *YouTube*. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=ZGMU5hVEiD4> [in Ukrainian].
13. Bal, E. (2024). Ukrainian gambit: Decolonial perspectives on the first Shakespeare Theatre Festival in Ukraine. *Critical Stages*. Retrieved from <https://www.critical-stages.org/30/ukrainian-gambit-decolonial-perspectives-on-the-first-shakespeare-theatre-festival-in-ukraine/> [in English].
14. Balme, C. (2014). *The Theatrical Public Sphere*. Cambridge: Cambridge University Press [in English].
15. Bourdieu, P. (1993). *The field of cultural production: Essays on art and literature*. Cambridge: Polity Press [in English].
16. Fiske, J. (2011). *Introduction to communication studies*. (3rd ed.). London: Routledge [in English].
17. Hall, S. (1980). Encoding/Decoding. In *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972–1979*. London: Hutchinson. Retrieved from <https://ia801304.us.archive.org/6/items/ktoub2/02CHallEncodingDecoding.pdf> [in English].
18. Hesmondhalgh, D. (2019). *The Cultural Industries*. (3rd ed.). London: Sage Publications [in English].

19. Russell, R. (2021). Romeo and juliet find new stage in a soviet factory in Ukraine. *Reuters*. Retrieved from <https://www.reuters.com/lifestyle/romeo-juliet-find-new-stage-soviet-factory-ukraine-2021-06-04/> [in English].

Стаття надійшла до редакції 10.11.2025.
Received 10.11.2025.

Держипільська Г. О. Медіарепрезентація мистецької події: локальний, національний та міжнародний рівні

Метою дослідження є виявлення особливостей медіарепрезентації театральної події в різних сегментах медіапростору та з'ясування зміни її комунікативних функцій залежно від типу медіа на матеріалі висвітлення вистави «Romeo & Juliet» Франківського драматичного театру.

Методологія дослідження спирається на комплекс загальнонаукових і спеціальних методів: аналіз і синтез – для опрацювання теоретичних підходів до культурної журналістики та медіакомунікацій; контент-аналіз – для вивчення публікацій локальних, національних і міжнародних медіа; порівняльний метод – для зіставлення способів репрезентації вистави в різних типах медіатекстів (новинні матеріали, мультимедійні публікації, відеороботи, аналітичні статті); інтерпретаційний (герменевтичний) метод – для з'ясування смислових акцентів у журналістських матеріалах; типологічний метод – для класифікації форм медіарепрезентації та визначення функцій культурної журналістики.

Результати. Встановлено, що характер висвітлення театральної події змінюється залежно від масштабу медіапростору. На локальному рівні вистава інтерпретується як елемент культурного життя міської спільноти та виконує інтеграційну функцію. На національному рівні вона постає як явище сучасної культури й стає об'єктом аналітичної та критичної журналістики. У міжнародному медіапросторі театральна подія набуває символічного значення й функціонує як повідомлення про країну через культуру. Розширення аудиторії супроводжується переходом від інформування до інтерпретації та культурного пояснення.

Новизна полягає у виявленні моделей інтерпретації театральної події в межах різних медійних контекстів, що дає підстави розглядати культурну журналістику як інструмент смислотворення та культурної легітимації мистецького явища. Результати дослідження можуть бути використані в підготовці журналістів і культурних редакторів, у викладанні курсів з культурної журналістики, медіакомунікацій і медіакритики, а також у практиці медіависвітлення діяльності культурних інституцій.

Ключові слова: медіарепрезентація, культурна журналістика, театральна подія, медіакомунікації, конвергентні медіа, міжнародна рецепція.

Ю. В. Костюк

кандидат наук із соціальних комунікацій
доцент кафедри журналістики
e-mail: kostyuk_y85@ukr.net, ORCID: 0000-0002-7000-8302
Запорізький національний університет
вул. Жуковського, 66, м. Запоріжжя, 69600, Україна

В. В. Костюк

кандидат філологічних наук
доцент кафедри журналістики, декан факультету журналістики
e-mail: kostuk_viktor@ukr.net, ORCID: 0000-0002-9600-4334
Запорізький національний університет
вул. Жуковського, 66, м. Запоріжжя, 69600, Україна

О. А. Мітчук

доктор наук із соціальних комунікацій, професор
завідувач кафедри інформаційного права та юридичної журналістики
e-mail: o.a.mitchuk@nuwm.edu.ua, ORCID: 0000-0002-1011-7320
Національний університет водного господарства та природокористування
вул. Соборна, 11, м. Рівне, 33000, Україна

ТРАНСФОРМАЦІЯ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ АВТОНОМІЇ В УМОВАХ АЛГОРИТМІЗАЦІЇ МЕДІАПРОСТОРУ: ТЕОРЕТИЧНИЙ ДИСКУРС

Метою статті є теоретичне осмислення та актуалізація чинника професійної автономії журналіста в умовах інтенсивного впровадження технологій штучного інтелекту (ШІ). Дослідження спрямоване на перегляд традиційних підходів до журналістської незалежності та виявлення специфіки трансформації професійних стандартів у цифровій медіаекосистемі.

Методологія дослідження ґрунтується на системному підході до аналізу медіапроцесів. У роботі застосовано метод теоретичного аналізу та синтезу – для систематизації наукових поглядів на проблему журналістської незалежності; компаративний метод – для порівняння класичних моделей виробництва контенту та нових практик, опосередкованих ШІ. Для аналізу етичних викликів і стратегій регулювання використання алгоритмів у журналістиці взято до уваги нормативно-правові документи.

Результати. У ході дослідження встановлено, що автономія журналіста в епоху ШІ набуває реляційного характеру, де професійна самостійність визначається взаємодією з глобальною соціально-технічною інфраструктурою. Доведено, що делегування редакційних функцій алгоритмам призводить до розмивання меж професійної ідентичності та перерозподілу відповідальності між людиною й машиною. Виявлено тенденцію до появи «функціональної суб'єктності» систем ШІ, що потребує посилення людського нагляду для запобігання стандартизації контенту та втрати етичної рефлексії. Обґрунтовано концепцію «керованих змін», яка передбачає активне визначення журналістами умов використання інновацій для збереження демократичної місії медіа.

Новизна роботи полягає в актуалізації фактора суб'єктності та автономії журналіста в епоху ШІ в межах національного медіадискурсу. У статті вперше концептуалізовано виклики алгоритмізації медіапростору не лише як технічну проблему, а як загрозу зміщення професійної ідентичності медіафахівця в українських реаліях.

Практичне значення. Висновки дослідження можуть бути використані медіаорганізаціями для розробки внутрішніх регламентів і етичних протоколів взаємодії з ШІ. Результати мають цінність для медіапрактиків у контексті усвідомлення меж власної суб'єктності та для модернізації освітніх програм із журналістики, спрямованих на розвиток критичного мислення та навичок верифікації в умовах медіаконвергенції.

Ключові слова: автономія, журналіст, інновації, штучний інтелект, виклики, редакція.

I. Вступ

Штучний інтелект значно змінив процеси збору, аналізу та поширення інформації в журналістиці. Так само, як різні технології виробництва, редагування й розповсюдження впродовж десятиліть змінили сприйняття аудиторією новин та реакцію на них, так і бум генерування контенту за допомогою штучного інтелекту обіцяє потенційно зруйнувати всі аспекти того, як створюється та сприймається журналістика.

Інноваційні технології обіцяють підвищити ефективність роботи журналістів і водночас породжують серйозні етичні виклики. Виникає досить прогнозований, майже невідворотний ризик поширення масової дезінформації, маніпуляції фактами та небезпеки для свідків конфліктів. Окрім цих проблем (чи загроз), відповідні інновації також впливають на автономізацію роботи медіафахівця, що формує певні обмеження, заборони в роботі журналістів.

Досить важливо, щоб теоретики та практики зі сфери медіа, комунікації усвідомлювали ці загрози та не лише докладали зусиль для виявлення цих проблем, а й розробляли нові стандарти з етики для журналістів, які працюють у період змін і трансформації.

Питанню акцептування технологій ШІ, алгоритмів та машинних принципів роботи в медіа присвятили свою наукову увагу такі вітчизняні дослідники, як: О. Грозна, В. Мироненко, О. Романчук, Н. Яблоновська, О. Ярошенко та ін. Над цим питанням працює Комісія з журналістської етики (КЖЕ). Науковці намагаються визначити потенційні шляхи співпраці аналізованих нами сфер, виявити реальні загрози такої кооперації, дають поради щодо використання інновацій у ЗМІ.

Особливу увагу питанню автономізації професії журналіста, впливу штучного інтелекту на відповідну сферу приділили такі закордонні дослідники, як Х. Бодкер, Дж. Куай, Т. Томсон, Х. Йорнебрінг, М. Карлсон, Кр. Янг, Л. Діерікс та ін., а також члени організації «Репортери без кордонів». Проте низка аспектів потребує подальшого осмислення.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Метою статті є теоретичне осмислення та актуалізація чинника професійної автономії журналіста в умовах інтенсивного впровадження технологій штучного інтелекту (ШІ). Дослідження спрямоване на перегляд традиційних підходів до журналістської незалежності та виявлення специфіки трансформації професійних стандартів у цифровій медіаекосистемі. Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання: здійснити критичний огляд сучасних закордонних і вітчизняних концепцій впливу генеративного ШІ на медіасферу; визначити межі та ризики делегування редакційних функцій алгоритмічним системам; окреслити шляхи збереження професійної автономії й етичних стандартів у процесі інтеграції інновацій.

Методологія дослідження ґрунтується на системному підході до аналізу медіапроцесів. У роботі застосовано метод теоретичного аналізу та синтезу – для систематизації наукових поглядів на проблему журналістської незалежності; компаративний метод – для порівняння класичних моделей виробництва контенту та нових практик, опосередкованих ШІ. Під час аналізу етичних викликів і стратегій регулювання використання алгоритмів у журналістиці взято до уваги нормативно-правові документи.

III. Результати

Для дослідження чинника автономії журналіста (при виконанні професійних обов'язків в еру штучного інтелекту) спочатку пропонуємо проаналізувати власне саме словосполучення. Обґрунтовуючи цей концепт, ми спираємося на компетентне дослідження провідних скандинавських науковців у сфері медіа – Г. Орнебрінга та М. Карлсона. Зокрема, вони виділяють чотири позиції, характерні для журналістської автономії:

- «1) є відносною;
- 2) вимагає наявності меж;
- 3) автономія передбачає суб'єктність;
- 4) і вона повинна мати мету» [7].

Наведена цитата має важливе теоретико-методологічне значення для осмислення автономії журналістики загалом і медіафахівця зокрема, особливо в умовах цифровізації та впровадження технологій штучного інтелекту.

На думку закордонного дослідника Х. Бодкера, «...журналістська автономія в епоху ШІ повинна розумітися як динамічне, узгоджене та контекстуальне явище, яке залежить не лише від редакцій, а й від ширшої соціально-технічної екосистеми, в якій функціонує журналістика, що включає платформи, політиків, технічну інфраструктуру та громадськість» [7].

Теза про те, що автономія є відносною, підкреслює її залежність від конкретних умов функціонування журналістської діяльності. Для воєнного журналіста, наприклад, ця відносність виявляється особливо гостро, оскільки його професійна самостійність формується в складній системі взаємодії з різними структурами: мілітаристськими, державними інституціями, режимами безпеки, політикою редакції та суспільним запитом в умовах війни. «В епоху штучного інтелекту ці відносини стали більш складними, розподіленими та непрозорими», – вважають Дж. Куай та Т. Томпсон [13].

В еру масового вжитку ШІ (у тому числі у воєнний час. – прим. авторів) автономія медіапрацівника стає ще більш відносною, оскільки фахівець не є незалежним у використанні відповідних алгоритмів. Ця гіпотеза підтверджується думкою Верховного комісара ООН з прав людини

В. Тюрка, який зауважує, що «...невелика група корпорацій та осіб має майже повний контроль над технологіями штучного інтелекту та впливає на глобальний медіаландшафт» [19].

Крім того, на фактор відносності в контексті автономії журналістики в еру новітніх технологій впливають як внутрішні чинники, так і зовнішні. Так, на думку групи авторів (Дж. Куай, Б. Лін, М. Карлсон та С. Льюїс), до позаредакційних можна зарахувати, коли «...технологічні компанії розробляють і впроваджують алгоритми, які впливають на видимість контенту та потоки доходів» [14].

Ті рішення, що приймають розробники великих мовних моделей щодо того, які дані будуть включені, які ризики варто мінімізувати, які культурні чи мовні норми кодувати, мають суттєві наслідки для журналістів і редакцій, які використовують подібні інструменти.

Саме гіганти інноваційних індустрій є одними з тих рушіїв, котрі помітно впливають на роботу сучасних смартдевайсів та функціонування технологій загалом. Підтвердженням цього є той факт, що у 2025 р. «архітектори штучного інтелекту стали “Людиною року 2025” за версією журналу TIME» [8].

Також ще одним фактором є політичні та урядові організації, котрі встановлюють норми функціонування й регуляції взаємовідносин між журналістом та штучним інтелектом. Станом на 2025 р. офіційно зафіксовані юридичні закони, які забороняють використання ШІ для спостереження, що, на думку законотворців деяких країн ЄС, (можливо) підвищить безпеку журналістів та їхніх джерел. Наприклад, закон ЄС «Про штучний інтелект» забороняє використання таких систем, які «...створюють або розширюють бази даних розпізнавання обличчя шляхом нецільового збору зображень обличчя з Інтернету або записів з камер відеоспостереження» [12]. Хоча, на нашу думку, це є кроком у правильному напрямі, адже закон передбачає винятки з міркувань національної безпеки.

Про важливість регулювання діяльності інноваційної технології в сучасній журналістиці говорить вітчизняна дослідниця О. Грозна. Зокрема, вона прогнозує потенційну небезпеку, де «...ШІ може порушити вимогу конфіденційності та принципи етики під час використання даних, спричинити ігнорування авторських прав, заміщення людських ресурсів, а отже – вимагає ретельного регулювання та контролю на законодавчому рівні. Окрім того, використання штучного інтелекту при створенні медіаконтенту передбачає відкриті і прозору редакційну політику, в якій чітко визначено способи, обсяги та природу використання згенерованого контенту» [1, с. 109].

Друга позиція (щодо наявності меж) підкреслює, що автономія можлива лише за умови чітко окреслених професійних, етичних і інституційних кордонів. Додамо, що в еру штучного інтелекту ці межі стають значно розмитими, що ставить під загрозу професійну ідентичність журналіста та вимагає переосмислення стандартів відповідальності й авторства.

Досліджуючи питання автономії роботи медіафахівця в часи розвитку інноваційних технологій, група закордонних дослідників (Дж. Куай, Б. Лін, М. Карлсон та С. Льюїс) акцентує увагу на тому, що «...межі журналістики окреслюються й переосмислюються не лише всередині редакцій, а й на їхніх периферіях – за участю аутсорсингових працівників, систем штучного інтелекту та різноманітних посередників. Отже, автономія полягає не лише в захисті від зовнішнього втручання, а й у чіткості та рефлексивності щодо того, хто саме включений до журналістського поля» [14].

Чинні юридичні норми, котрі регулюють діяльність ШІ в медіа, намагаються встановити рамки використання алгоритмів, проте їх чіткість поки виглядає сумнівною. Наприклад, у «Посібнику з етики штучного інтелекту», який був виданий в Об'єднаних Арабських Еміратах, зазначено: «...відповідальність за результати роботи системи штучного інтелекту лежить не на самій системі, а розподіляється між тими, хто її проектує, розробляє та впроваджує» [12].

Таке формулювання означає, що в цій країні журналісти можуть бути притягнуті до відповідальності на будь-якому етапі процесу використання штучного інтелекту, що в майбутньому створює підґрунтя для зацікавлених органів/осіб здійснювати тиск на медіа чи його працівника.

Комісія з журналістської етики, орган саморегуляції роботи журналістів та редакцій в Україні, розробила та надала власні рекомендації щодо використання машинних технологій, алгоритмів у медіа. Серед низки позицій варто звернути увагу на такі: «Згенерований ШІ текст, який є частиною журналістського матеріалу, необхідно перевіряти на оригінальність. Генеративні моделі запозичують у авторів думки і цілі фрази, а журналістів, які використовують цей текст, можуть звинуватити в плагіаті» [2].

Позиція третя щодо автономії журналістської роботи стосується аспекту суб'єктності, в якому журналіст розглядається як повноцінна одиниця, котра спроможна самостійно ухвалювати редакційні рішення, нести відповідальність за свої дії і здійснювати професійне судження.

Нині, паралельно з акцептованістю цього чинника, дослідники намагаються спрогнозувати шанси машини долучитися до цього процесу й стати антропоморфічною (у розрізі медіаландшафту). Це явище, яке тлумачиться як «...акт приписування людських характеристик нелюдським сутностям, таким як тварини чи машини» [11].

Чи здатний інтелект лише на імітацію суб'єктності і не спроможний набути її повноцінно? На наш погляд, саме цей аспект спонукає до переосмислення чинника суб'єктності журналіста в наш

час (у розрізі автономії журналістів, воєнних зокрема). Тобто варто виявити, чи вже зараз спроможна машина якісно імітувати суб'єктність при створенні медіатекстів.

За словами нідерландських журналістів-практиків, поки що ситуація виглядає так: «...після експериментів з'явилось чітке розуміння: ШІ – це інструмент, а не заміна людської креативності та журналістського судження. Роль ШІ в нідерландських редакціях часто розглядається як “сходінка” або “засіб економії часу”, що допомагає впоратися з основними етапами створення контенту, залишаючи тонку креативну роботу самим журналістам» [10].

Питання про те, чи спроможна машина бути емоційною, претендувати на заміну людині (у цьому аспекті) перебуває й у фокусі уваги дослідниці з Бельгії Л. Діерікс. У своїй статті, де вона намагається проаналізувати та спрогнозувати функціонування журналістики в еру машин, дослідниця зазначає: «Хоча ШІ може ефективно обробляти величезні обсяги інформації та створювати звіти з безпрецедентною швидкістю, йому бракує витонченості суджень, глибокого розуміння контексту та моральної відповідальності, необхідних для високоякісної журналістики» [9].

Отже, суб'єктність журналіста в епоху ШІ не зникає, а радше переосмислюється: вона виявляється в здатності критично оцінювати алгоритмічні рішення, визначати межі застосування автоматизованих інструментів, забезпечувати дотримання професійних стандартів і брати на себе відповідальність за кінцевий інформаційний продукт.

Закордонний дослідник сучасних медіа Т. Доддс та група авторів пишуть про певний спосіб використання машини журналістами: «ШІ може пропонувати широко застосовні ідеї, які економлять час на мозкових штурмах, але журналісти визнають, що цим ідеям часто бракує специфіки та глибини, необхідних для високоякісної журналістики» [10].

Водночас співпраця журналіста та ШІ стала настільки тісною, що інколи важко визначити суб'єктність автора матеріалу чи комунікації. Наприклад, дослідниця Дж. Куай зазначає: «...ми бачимо, що машини дедалі частіше сприймаються як комунікативні агенти – вони взаємодіють із журналістами, впливають на створення історій і навіть приймають редакційні рішення. Хоча цим машинам бракує свідомості чи інтенціональності (наміру), вони демонструють форми функціональної суб'єктності, які впливають на журналістську практику та її результат.

Генеративний ШІ, зокрема, ускладнює ситуацію. Ці системи можуть створювати новий контент, робити стилістичний вибір і взаємодіяти в режимі діалогу. Їхня видима креативність породжує питання про машинну автономію: чи ми тепер спільно створюємо новини з автономними системами? Чи ці системи все ще фундаментально визначаються людським дизайном, навчальними даними та інституційним використанням?» [13].

ШІ має потенціал не лише бути самостійною одиницею, що прямо впливає на процес зменшення автономії журналіста, але й реалізовує кроки в ширших напрямках. Так, вітчизняні дослідники О. Глазунов та В. Мироненко вказують на «...інтенсивне зростання ролі ШІ у процесах медіаконвергенції. Йдеться про інтеграцію різних засобів масової комунікації, платформ, форматів і каналів комунікації в єдину цифрову інформаційно-комунікативну систему з метою синергічного створення, розповсюдження та споживання контенту. Завдяки цьому відбувається синтез традиційних і цифрових медіа, що супроводжується підвищенням інтероперабельності систем, зростанням рівня персоналізації інформаційного продукту та розширенням можливостей для зворотного зв'язку з аудиторією. Усе це веде до появи нових гібридних форматів медіаконтенту, у яких алгоритмічно згенеровані або адаптовані елементи тісно взаємодіють із традиційно створеним журналістським матеріалом» [3, с. 15].

Окрім того, нам варто наголосити на факті безальтернативності для медіа та аудиторії при використанні девайсів та послуг техногігантів (наприклад, Samsung, Google, Microsoft), адже вони інтегрували «інтелект» у свої продукти так, що від них майже неможливо відмовитися.

Таким чином, автономія журналіста в контексті ШІ передбачає не технічну незалежність від алгоритмів, а збереження людського фактора як центрального елемента журналістської діяльності, що гарантує етичну рефлексію, суспільну підзвітність і смислове наповнення медійного контенту. Цю думку підтверджує науковець Т. Доддс разом із групою дослідників з різних країн, які відзначають методи використання новітньої технології працівниками, коли «...журналісти застосовують практичний підхід до розуміння можливостей та обмежень ШІ, що дозволяє їм ідентифікувати практичні способи використання, зберігаючи чітке розуміння того, який людський нагляд необхідний» [10].

Відстоюючи свою суб'єктність у професійній діяльності, котра тепер полягає й у залежності від роботи зі штучним інтелектом (яка має три виміри: повна відсутність, часткова присутність, значна), журналісти змушені вибудувати й свої підходи до використання машини при створенні матеріалів. Група закордонних журналістів, котрі досліджують аспект автономії журналіста, вводять поняття «керовані зміни» (controlled changed) «...як аналітична евристика для пояснення того, як редакції, принаймні в Нідерландах, управляють інтеграцією ШІ. Керовані зміни передбачають, що журналісти не пасивно приймають нові технології, а активно визначають умови, за яких ШІ буде використуватися» [10].

У цьому конкретному випадку йдеться про регулювання нідерландськими журналістами процесу інтеграції ШІ в роботу редакції, де відбуваються наради, дискусії щодо доцільності використання (чи не застосування) новітньої технології в роботі над тим чи іншим матеріалом. Тобто

практики та теоретики не говорять про відсутність автономії в машини, а радше закликають до прийняття реалій і розгляду варіанта «спільні/об'єднані дії».

Саме про таку практику говорить дослідниця Дж. Куай: «Замість того, щоб проводити жорсткі межі, продуктивніше розглядати суб'єктність як розподілену та реляційну. Журналістська автономія, з цієї точки зору, передбачає людську суб'єктність у конфігуруванні, контекстуалізації та оскарженні результатів роботи ШІ. Вона також потребує інституційних структур підтримки – навчання, прозорості, підзвітності – щоб гарантувати, що людська суб'єктність не буде пригнічена машинною ефективністю» [13].

Якщо ж говорити про наявність мети (четверта позиція умови автономії в роботі журналіста за градацією Г. Орнебрінга та М. Карлсона), то вона виводить автономію за межі суто професійної свободи та пов'язує її із суспільною функцією журналістики «...інформування громадськості, притягнення влади до відповідальності, сприяння демократичній участі. Інтеграція ШІ в журналістику змушує нас заново підтвердити ці цілі» [13].

Тобто вона існує не заради самої себе, а як умова реалізації журналістикою її демократичної ролі: інформування громадськості, забезпечення прозорості влади та захисту суспільного інтересу. У цьому сенсі автономія є інструментальною категорією, тісно пов'язаною із цінностями публічного блага. І цей чинник є досить важливим при інтеграції інтелекту в роботу редакцій. Вони повинні прийняти його автономію такою, коли робота ШІ відповідатиме служінню цих благ, їх пріоритетності та безпечності.

Це ще раз доводить тезу про те, що медіа та виробники інновацій повинні діяти спільно, обмінюючись думками, ідеями, а не врізнобіч. У пріоритеті має бути служіння інтересам суспільства, але ж не монетизація послуг або просто ще один інноваційний крок. При цьому журналістам варто пам'ятати, що їх сильною стороною є ті матеріали, де варто виявляти емоції (пропускати матеріал крізь себе). Даючи прогнози щодо перспективи професії, вітчизняна дослідниця Н. Яблоновська зауважує, що «...журналісти зберезуть за собою сферу аналітики і публіцистики, в яких домінує робота зі смислами, креативна, особистісна, емоційно-оцінна складова» [5, с. 98].

Якщо говорити про ті сфери, де машина (на регулярній основі) уже готова замінити (або цей процес уже має форму докопаного виду), то це може бути верстка сторінки, оперативне визначення ключових подій (залежно від масштабів діяльності редакції) з метою написання короткого повідомлення.

IV. Висновки

Проведене дослідження дає підстави констатувати, що стрімке впровадження штучного інтелекту в медіасферу не лише трансформує редакційні практики, а й докорінно змінює архітектоніку професійної автономії журналіста. Доведено, що в короткостроковій перспективі алгоритмічні системи не здатні повністю замінити журналіста як суб'єкта творчої діяльності, проте вони вимагають від медіафахівців гнучкої переорієнтації: від лінійного виробництва контенту до складних форм верифікації й етичного моделювання. Визначено, що ключовим фактором збереження автономії в епоху ШІ стає посилення когнітивних компонентів професії: критичного мислення, навичок розслідувального аналізу та здатності до глибокого етичного фільтрування алгоритмічно генерованих даних. Обґрунтовано, що використання ШІ відкриває нові горизонти для якісного сторителінгу та дата-журналістики, де роль автора зміщується в бік кураторства та стратегічного управління змістами.

Отже, раціональне функціонування журналістської автономії в сучасних умовах можливе лише за умови збереження повної суб'єктності медіафахівця. Автономія має базуватися на чітких етичних обмеженнях та цілеспрямованому використанні технологій як допоміжного інструментарію, що не підміняє інтелектуальну відповідальність автора.

Список використаної літератури

1. Грозна О. Технологічні інновації в онлайн-медіа: роль штучного інтелекту та віртуальної реальності у трансформації контенту. *Обрії друкарства*. 2024. № 1 (15). С. 102–112.
2. КЖЕ. Рекомендації Комісії з журналістської етики щодо використання штучного інтелекту для створення журналістських матеріалів. URL: <https://surl.li/evpbkz> (дата звернення: 08.11.2025).
3. Мироненко В., Глазунов О. Роль інструментів штучного інтелекту в сучасному масмедійному дискурсі України. *Масова комунікація у глобальному та національному вимірах*. 2025. №. 14. С. 14–17.
4. Романчук О. Штучний інтелект в епоху нових медій. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2018. №. 44. С. 179–188.
5. Яблоновська Н. Штучний інтелект та мас-медіа: виклики для підготовки журналістів. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2017. №. 42. С. 95–101.
6. Ярошенко О. Штучний інтелект у журналістиці: майбутнє медіа під впливом нових технологій. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2024. Т. 2 (85). С. 139–156.
7. Bodker N. Journalistic autonomy: The genealogy of a concept / by H. Örnebring, M. Karlsson. Missouri : The University of Missouri Press, 2022. 358 p. URL: <https://surl.li/qvfgol> (date of request: 08.12.2025).

8. Campbell Ch., Chow A., Perrigo B. The architects of AI Are TIME's 2025 person of the year. URL: <https://time.com/7339685/person-of-the-year-2025-ai-architects/> (date of request: 08.11.2025).
9. Dierickx L. Rethinking core journalism skills in the age of AI. URL: <https://ohmybox.info/rethinking-core-journalism-skills-in-the-age-of-ai/> (date of request: 08.11.2025).
10. Dodds T., Yeung W., Mellado Cl., Lima-Santos M. On controlled change: Generative AI's impact on professional authority in journalism. URL: <https://surl.lu/vgjkuz> (date of request: 08.11.2025).
11. González-Arias C, Chatzikoumi E and López-García X. The anthropomorphic pursuit of AI-generated journalistic texts: Limits to expressing subjectivity. *Front. Commun.* October 2024. URL: <https://www.frontiersin.org/journals/communication/articles/10.3389/fcomm.2024.1456509/full> (date of request: 08.11.2025).
12. Goodson K., Barchas-Lichtenstein J., Jens S., Wright E., Gandhi U. Journalism's new frontier: an analysis of global AI policy proposals and their impacts on journalism. URL: <https://surl.li/hmaohg> (date of request: 08.11.2025).
13. Kuai J., Thompson T. Rethinking journalistic autonomy in the algorithmic era: toward context-aware, value-driven, and human-centred research into journalistic AI. *Communication Research and Practice*. 2025. Vol. 11 (3). URL: <https://surl.li/qkijrp> (date of request: 08.11.2025).
14. Kuai J., Lin B., Karlsson M., Lewis S. C. From wild east to forbidden city: Mapping algorithmic news distribution in China through a case study of Jinri Toutiao. *Digital Journalism*. 2023. Vol. 11 (8). P. 1521–1541. URL: <https://surl.lu/wnfgoa> (date of request: 08.11.2025).
15. Leonard B. Department of defense dictionary of military and associated terms as amended through april 2010. DIANE Publishing. 699 p. URL: <https://surl.li/jcbvnp> (date of request: 08.11.2025).
16. Mallick P. K. Military media relation in today's warfare. *Combat Journal*. 2000. September. P. 2. URL: <https://surl.li/htvkva> (date of request: 08.11.2025).
17. On controlled change: Generative AI's impact on professional authority in journalism / by T. Dodds, Wang Ngai Yeung, C. Mellado, M.-F. de Lima-Santos. 2025. URL: <https://surl.li/pofwcp> (date of request: 08.11.2025).
18. Paris charter on AI and journalism. URL: <https://surl.li/jlmeop> (date of request: 08.11.2025).
19. Türk V. Journalism facing new threats from AI and censorship. *UN news*. URL: <https://news.un.org/en/story/2025/05/1162856> (date of request: 08.11.2025).

References

1. Hrozna, O. (2024). Tekhnolohichni innovatsii v onlain-media: rol shtuchnoho intelektu ta virtualnoi realnosti u transformatsii kontentu [Technological innovations in online media: the role of artificial intelligence and virtual reality in content transformation]. *Obrii drukarstva*, 1 (15), 102–112 [in Ukrainian].
2. KZhE. Rekomendatsiyi Komisiyi z zhurnalists'koyi etyky shchodo vykorystannya shtuchnoho intelektu dlya stvorenniya zhurnalistskykh materialiv [Recommendations of the Commission on Journalistic Ethics on the use of artificial intelligence to create journalistic materials]. Retrieved from <https://surl.li/evpbkz> [in Ukrainian].
3. Myronenko, V., & Hlazunov, O. (2025). Rol instrumentiv shtuchnoho intelektu v suchasnomu masmediinomu dyskursi Ukrainy [The role of artificial intelligence tools in modern mass media discourse in Ukraine]. *Masova komunikatsiia u hlobalnomu ta natsionalnomu vymirakh*, 14, 14–17 [in Ukrainian].
4. Romanchuk, O. (2018). Shtuchnyy intelekt v epokhu novykh mediy [Artificial intelligence in the era of new media]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya Zhurnalistyka*, 44, 179–188 [in Ukrainian].
5. Yablonska, N. (2017). Shtuchnyy intelekt ta mas-media: vyklyky dlya pidhotovky zhurnalistiv [Artificial intelligence and mass media: challenges for training journalists]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya Zhurnalistyka*, 42, 95–101 [in Ukrainian].
6. Yaroshenko, O. (2024). Shtuchnyy intelekt u zhurnalystytsi: maybutnye media pid vplyvom novykh tekhnolohiy [Artificial intelligence in journalism: the future of media under the influence of new technologies]. *Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky*, 2 (85), 139–156 [in Ukrainian].
7. Bodker, H. (2022). Journalistic autonomy: The genealogy of a concept. H. Örnebring & M. Karlsson (Eds.). Missouri: The University of Missouri Press. Retrieved from <https://surl.li/qvfgol> [in English].
8. Campbell, Ch., Chow, A., & Perrigo, B. (2025). The architects of AI are TIME's 2025 person of the year. Retrieved from <https://time.com/7339685/person-of-the-year-2025-ai-architects/> [in English].
9. Dierickx, L. Rethinking core journalism skills in the age of AI. Retrieved from <https://ohmybox.info/rethinking-core-journalism-skills-in-the-age-of-ai/> [in English].
10. Dodds, T., Yeung, W., Mellado, C.I., & Lima-Santos, M. (2025). On controlled change: Generative AI's impact on professional authority in journalism. Retrieved from <https://surl.lu/vgjkuz> [in English].
11. González-Arias, C., Chatzikoumi, E., & López-García, X. (2024). The anthropomorphic pursuit of AI-generated journalistic texts: Limits to expressing subjectivity. *Front. Commun.* Retrieved from <https://www.frontiersin.org/journals/communication/articles/10.3389/fcomm.2024.1456509/full> [in English].

12. Goodson, K., Barchas-Lichtenstein, J., Jens, S., Wright, E., & Gandhi, U. Journalism's new frontier: An analysis of global AI policy proposals and their impacts on journalism. Retrieved from <https://surl.li/hmaohg> [in English].
13. Kuai, J., & Thompson, T. (2025). Rethinking journalistic autonomy in the algorithmic era: Toward context-aware, value-driven, and human-centred research into journalistic AI. *Communication Research and Practice*, 11 (3). Retrieved from <https://surl.li/qkijrp> [in English].
14. Kuai, J., Lin, B., Karlsson, M., & Lewis, S. C. (2023). From wild east to forbidden city: Mapping algorithmic news distribution in China through a case study of Jinri Toutiao. *Digital Journalism*, 11 (8), 1521–1541. Retrieved from <https://surl.li/wnfgoa> [in English].
15. Leonard, B. (2010). Department of defense dictionary of military and associated terms as amended through april 2010. DIANE Publishing. Retrieved from <https://surl.li/jcbvnp> [in English].
16. Mallick, P. K. (2000). Military media relation in today's warfare. *Combat Journal*, September, 2. Retrieved from <https://surl.li/htvkva> [in English].
17. Dodds, T., Yeung, W., Mellado, C., & de Lima-Santos, M.-F. (2025). On controlled change: Generative AI's impact on professional authority in journalism. Retrieved from <https://surl.li/pofwcp> [in English].
18. Paris charter on AI and journalism. Retrieved from <https://surl.li/jlmeop> [in English].
19. Türk, V. (2025). Journalism facing new threats from AI and censorship. *UN news*. Retrieved from <https://news.un.org/en/story/2025/05/1162856> [in English].

*Стаття надійшла до редакції 20.11.2025.
Received 20.11.2025.*

Kostiuk I., Kostiuk V., Mitchuk O. Transformation of Journalistic Autonomy in the Context of Media Space Algorithmization: a Theoretical Discourse

Article's purpose is to provide a comprehensive theoretical comprehension and actualization of the factor of a journalist's professional autonomy under the conditions of intensive implementation of artificial intelligence (AI) technologies.

Research methodology. The study employs the method of theoretical analysis and synthesis to systematize scientific perspectives on the problem of journalistic independence. Additionally, a comparative method is used to contrast classical content production models with new practices mediated by AI. For the analysis of ethical challenges and strategies for regulating the use of algorithms in journalism.

Results. This scientific study is dedicated to a comprehensive analysis of the impact of generative artificial intelligence on the professional independence of media specialists.

In the article it has been established that under the conditions of algorithmization, journalistic autonomy ceases to be an isolated category and acquires a relational character. Professional independence is now determined not only by internal editorial rules but also by interaction with the global socio-technical infrastructure, technical frameworks, and platforms. Within this context, journalistic agency becomes a dynamic phenomenon that depends on the policies of technology corporations that control the algorithms.

The research revealed a significant shift in the boundaries of professional identity due to the emergence of the «functional agency» of artificial intelligence systems. It shows that algorithms increasingly function as «communicative agents» that influence editorial decisions and the story-creation process. The delegation of routine tasks to machines leads to a blurring of the boundaries of responsibility between humans and algorithms. Despite the high speed of data processing, AI systems lack the refinement of judgment, deep understanding of context, and moral responsibility required for high-quality journalism, leaving the human with the central role in content production.

The study substantiates the necessity of transitioning to a «controlled change» model in editorial policy. This concept posits that journalists should not passively adopt technologies but should actively define the conditions and limits of AI utilization while maintaining control over the final product.

Novelty. The work analyses the specifics of journalist work autonomy. Also in the article provides a first-time conceptualization of the challenges regarding the algorithmization of the media space, framing them not merely as a technical issue but as a threat to the displacement of the media professional's identity within the Ukrainian reality.

The practical significance. The research results can be used during the further study of journalism autonomy, implementation AI tools in media work.

Key words: autonomy, artificial intelligence, algorithmic challenges, editorial independence, media ethics.

І. Л. Пенчук

доктор наук із соціальних комунікацій, професор
професор кафедри журналістики та української філології
e-mail: innapenchnik0909@gmail.com, ORCID: 0000-0001-9880-1786
Класичний приватний університет
вул. Жуковського, 70б, м. Запоріжжя, Україна, 69120

ДИТЯЧА ГОНЗО-ЖУРНАЛІСТИКА ЯК ІННОВАЦІЙНА МОДЕЛЬ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ (НА ПРИКЛАДІ ПРОГРАМИ «МАЛЕНЬКІ ДОРΟΣЛІ»)

Метою дослідження є аналіз дитячої гонзо-журналістики як інноваційної моделі соціальних комунікацій, її теоретичних засад, методологічних підходів та емпіричних характеристик на прикладі програми «Маленькі дорослі», а також розробка концептуальної моделі функціонування дитячої гонзо-журналістики.

Методологія дослідження. Для дослідження дитячої гонзо-журналістики використано комплексний підхід, що охоплює: контент-аналіз – для виявлення тем, що домінують, стилістичних особливостей (поєднання дитячої безпосередності та «дорослої» тематики, ігровий формат подачі, емоційність і щирість комунікації, діалогічність і інтерактивність, виховний і соціалізуючий компонент, міжпоколіннева комунікація, соціально-рефлексивний характер тощо), емоційного забарвлення та нарративних прийомів у дитячих гонзо-репортажах (на прикладі програми «Маленькі дорослі»); експертні інтерв'ю з педагогами, психологами та медіафахівцями, які працюють з дітьми, – для оцінювання педагогічного потенціалу та можливих ризиків цього формату; опитування дітей і батьків – для виявлення рівня медіазалученості, емоційної реакції та сприйняття гонзо-журналістики як інструменту розвитку; кейс-стаді – для визначення успішних стратегій і викликів у реалізації проєкту «Маленькі дорослі»; спостереження за роботою дітей під час створення медіаконтенту, їхньою взаємодією та динамікою розвитку комунікативних навичок і моделювання – для обґрунтування концептуальної моделі функціонування дитячої гонзо-журналістики та її побудови.

Результати. У статті досліджено дитячу гонзо-журналістику як інноваційну модель соціальних комунікацій. Розкрито її теоретичні засади, методологічні підходи та емпіричні характеристики на основі аналізу програми «Маленькі дорослі». Запропоновано концептуальну модель функціонування дитячої гонзо-журналістики. Виявлено, що цей формат підсилює медіазалученість, емоційну реакцію та розвиток комунікативних компетентностей дітей.

Наукова новизна. Введено поняття дитячої гонзо-журналістики; розроблено концептуальну модель; поєднано гонзо-журналістику та медіаосвіту.

Практичне значення. Викладені результати можуть стати в пригоді як у навчальному процесі в закладах вищої освіти під час підготовки журналістів, так і в роботі редакцій, які працюють з дітьми.

Ключові слова: дитяча журналістика, дитяча гонзо-журналістика, соціальні комунікації, медіазалученість, партисипативна культура, комунікативні компетентності, програма «Маленькі дорослі».

І. Вступ

Сучасний медіапростір вирізняється динамічністю та постійною еволюцією, що вимагає нових підходів до вивчення його впливу на різні соціальні групи, зокрема на дітей. Зростання ролі цифрових технологій і соціальних медіа трансформують традиційні форми комунікації, створюючи нові платформи для самовираження та взаємодії. У цьому контексті дитяча журналістика набуває особливого значення, оскільки вона не лише відкриває можливості для розвитку інформаційно-комунікаційних навичок молодого покоління, а й стає значущим механізмом формування їхнього світогляду та соціалізації.

Традиційні підходи до дитячої журналістики часто обмежуються форматом дитячих газет і телевізійних програм, які можуть не завжди відповідати сучасним потребам та інтересам дітей. Однак, з появою нових медіаформ виникають нові, менш вивчені напрями, такі як гонзо-журналістика, адаптована для дитячої аудиторії. Гонзо-журналістика, для якої характерні суб'єктивний підхід, імерсійне занурення автора в події та емоційна залученість, може стати потужним інструментом для розвитку креативності, критичного мислення та комунікативних компетентностей у дітей.

Незважаючи на потенціал дитячої гонзо-журналістики, ця сфера є недостатньо дослідженою в українському та світовому науковому дискурсі. Існують певні прогалини в розумінні її сутності, методологічних засад, впливу на емоційний та когнітивний розвиток дітей, а також визначення її місця в системі сучасних соціальних комунікацій. Отже, актуальність цього дослідження полягає в необхідності комплексного аналізу дитячої гонзо-журналістики як інноваційної моделі, що сприяє активній медіазалученості та розвитку ключових компетентностей у дітей.

Проблематику дитячої журналістики та медіаосвіти розглядали в своїх працях Д. Букінгем (D. Buckingham) [2], С. Лівінгстоун (S. Livingstone) [10; 11], Р. Хоббс (R. Hobbs) [8], а саме вплив медіа на дітей, розвиток медіаграмотності та критичного мислення. Концепція партисипативної культури, запропонована Г. Дженкінсом (H. Jenkins) [9], є ключовою для розуміння активної ролі дітей у створенні медіаконтенту.

Про феномен гонзо-журналістики вперше заговорив Г. Томпсон (H. S. Thompson) [14], згодом він набув розвитку завдяки Н. Симсу (N. Sims) [13] і Дж. Хартсоку (J. Hartsock) [7] у контексті нарративної журналістики. Напрямок вирізняється специфічним набором ознак, які, за визначенням Е. Жирек-Городиської, є ключовими для гонзо-текстів. Серед них чітке акцентування на присутності автора в оповіді та посилена суб'єктивність викладу; відхід від усталених журналістських правил, жанрових канонів і структурних обмежень; широке використання розмовної, іноді нетипової або провокативної лексики, що може виходити за межі політично коректного дискурсу; а також емоційно забарвлені оцінки подій і явищ, які значною мірою залежать від внутрішнього стану та особистого сприйняття автора [15]. Водночас адаптація цього підходу до дитячої аудиторії практично не досліджена.

Проблеми медіазалученості аналізують у своїх працях Н. Коулдрі (N. Couldry) [5; 6], С. Лівінгстоун (S. Livingstone) [10; 11] і К. Карр (Caleb Carr) [3; 4], які наголошують на переході від споживання до участі.

У контексті досліджень гонзо-журналістики варто звернути увагу на наукову розвідку Р. Білоус [1], у якій проаналізовано роль автора як центрального смислотворчого елемента тексту. Дослідниця акцентує, що в гонзо-форматі журналістський матеріал вибудовується не лише як фіксація подій, а як результат авторського переживання реальності, де інтенції журналіста безпосередньо впливають на структуру, тональність і спосіб подачі інформації. У роботі підкреслено, що суб'єктивність у гонзо-журналістиці є не відхиленням від норми, а її ключовою характеристикою: автор не приховує своєї присутності, а навпаки, демонструє її як частину нарративу. Це надає змогу розглядати гонзо-тексти як простір взаємодії факту й особистісного досвіду, де журналіст є одночасно спостерігачем і активним учасником подій.

Незважаючи на наявні напрацювання, відсутність комплексного підходу до вивчення дитячої гонзо-журналістики, яка поєднує в собі елементи інноваційних комунікаційних моделей, свідчить про актуальність нашого дослідження. Програма «Маленькі дорослі» [12] слугує наочним прикладом такої інноваційної моделі, що потребує детального аналізу.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Метою дослідження є аналіз дитячої гонзо-журналістики як інноваційної моделі соціальних комунікацій, її теоретичних засад, методологічних підходів та емпіричних характеристик на прикладі програми «Маленькі дорослі», а також розробка концептуальної моделі функціонування дитячої гонзо-журналістики.

Для дослідження дитячої гонзо-журналістики використано комплексний підхід, що охоплює: контент-аналіз – для виявлення тем, що домінують, стилістичних особливостей, емоційного забарвлення та нарративних прийомів у дитячих гонзо-репортажах (на прикладі програми «Маленькі дорослі»); експертні інтерв'ю з педагогами, психологами та медіафахівцями, які працюють з дітьми, – для оцінювання педагогічного потенціалу та можливих ризиків цього формату; опитування дітей і батьків – для виявлення рівня медіазалученості, емоційної реакції та сприйняття гонзо-журналістики як інструменту розвитку; кейс-стаді – для визначення успішних стратегій і викликів у реалізації проекту «Маленькі дорослі»; спостереження за роботою дітей під час створення медіаконтенту, їхньою взаємодією та динамікою розвитку комунікативних навичок та моделювання – для обґрунтування концептуальної моделі функціонування дитячої гонзо-журналістики та її побудови.

III. Результати

Насамперед наведемо основні поняття, якими ми будемо оперувати в межах цього дослідження, та їх значення:

дитяча журналістика – це сфера медіавиробництва, орієнтована на дитячу аудиторію або створювана за участю дітей, що виконує інформаційні, освітні та соціалізаційні функції та сприяє розвитку медіаграмотності;

дитяча гонзо-журналістика – це інноваційна форма медіапрактики, у якій діти виступають як суб'єкти журналістського процесу, створюючи контент на основі власного досвіду, емоцій і безпосередньої участі в подіях, із використанням принципів суб'єктивності, імерсійності та авторської присутності. Це авторське уточнення, що розширює класичну модель гонзо-журналістики;

медіазалученість – це багатовимірна характеристика взаємодії з медіа, що включає когнітивний, емоційний і поведінковий рівні, зокрема участь у створенні та поширенні контенту; партисипативна культура – модель медіасередовища, у якій аудиторія активно бере участь у створенні контенту та комунікації.

Дитяча гонзо-журналістика є гібридною формою, що поєднує основи традиційної дитячої журналістики з елементами гонзо-стилю. Традиційна дитяча журналістика має високий ступінь об'єктивності, освітній і розважальний характер, працює з професійними стандартами та орієнтована на розвиток дитини (інформація, навички). Натомість для гонзо-журналістики, започаткованої Г. Томпсом, характерні суб'єктивність, особиста залученість автора в події, емоційність, іноді навіть провокативність, що часто виражається у використанні художніх прийомів і нарративних технік [14].

Для дитячої аудиторії гонзо-журналістика трансформується. Її ключовими теоретичними закладами є:

– суб'єктивний підхід: надає дітям змогу висловлювати власні думки, переживання й емоції з приводу подій, в яких вони беруть участь, що сприяє розвитку самоідентифікації та емоційного інтелекту;

– імерсійне занурення: діти стають не лише спостерігачами, а й активними учасниками подій, про які вони розповідають. Це сприяє глибшому розумінню теми та формуванню емпатії;

– емоційна залученість: акцент робиться на вираженні особистих емоцій та вражень, що робить контент більш автентичним і привабливим для однолітків;

– інноваційний характер: такий підхід відступає від класичних канонів журналістики, пропонуючи нетрадиційні форми подачі інформації, що стимулює креативне мислення.

Ця модель постає як інноваційна у сфері соціальних комунікацій, адже вона надає змогу дітям не лише споживати інформацію, а й активно її створювати, використовуючи сучасні цифрові інструменти та платформи. Це сприяє розвитку не лише медіаграмотності, а й формування активної громадянської позиції.

Програма «Маленькі дорослі» [12] є яскравим прикладом реалізації принципів дитячої гонзо-журналістики. Аналіз її діяльності надає змогу виділити такі емпіричні характеристики:

– формат: програма інтегрує елементи репортажу, інтерв'ю, особистих вражень та навіть ігрових сценаріїв, що робить її привабливою для цільової аудиторії;

– контент: тематика матеріалів, створюваних дітьми, охоплює широкий спектр – від шкільних подій до актуальних соціальних проблем, які цікавлять їх безпосередньо;

– технічні засоби: використання доступних технологій (смартфони, прості відеокамери) надає дітям змогу легко створювати візуальний та аудіальний контент;

– суб'єктивність дітей: діти не є просто об'єктами виховання, а стають повноцінними суб'єктами медіапроцесу, самостійно обираючи теми, формуючи наративи та висловлюючи власні думки.

Традиційна дитяча журналістика має певні відмінності від дитячої гонзо-журналістики, що відображено в табл. 1.

Таблиця 1

Порівняльний аналіз традиційної дитячої журналістики та дитячої гонзо-журналістики (на прикладі «Маленькі дорослі» [12])

Критерій	Традиційна дитяча журналістика	Дитяча гонзо-журналістика («Маленькі дорослі»)
Стиль	Об'єктивний, інформативний, освітній	Суб'єктивний, емоційний, особистісний
Роль автора	Спостерігач, репортер, ведучий	Активний учасник, автор-очевидець
Головна мета	Інформування, навчання, розвага	Самовираження, розвиток критичного мислення, залучення
Емоційність	Нейтральна, збалансована	Висока, виражене особисте ставлення
Формат	Газети, радіо, телепрограми	Відеоблоги, подкасти, репортажі з «місця подій»
Медіазалученість	Пасивний споживач	Активний творець та учасник
Можливі ризики	Обмеженість креативу, стандартизація	Суб'єктивність, потенційна необ'єктивність

Емпіричний аналіз дитячої телепрограми «Маленькі дорослі» [12] демонструє, що юні тележурналісти: самостійно обирають теми; використовують суб'єктивний нарратив; активно взаємодіють із середовищем (інтерв'ю, включення); демонструють емоційну включеність.

У програмі присутні приклади прояву гонзо-підходу, а саме: репортажі з подій «зсередини»; емоційні коментарі замість нейтральної подачі; участь у дії (не лише спостереження).

Тематично-рубрикаційний аналіз структури програми «Маленькі дорослі» засвідчує багатовекторне репрезентування дитячого медіадискурсу. Така структурна організація сприяє комплексному впливу на формування когнітивного, емоційного й соціального досвіду дитини. Кожна тематична рубрика виконує окрему функцію, формуючи цілісну систему медіакомунікації.

Рубрика «Новини по-дитячи» орієнтована на інтерпретацію актуальних подій крізь призму дитячого сприйняття. Тематичний спектр охоплює шкільне життя, події в дитячому середовищі, соціальні ситуації, релевантні для дитячої аудиторії. Функціонально рубрика спрямована на формування базових навичок медіаграмотності та орієнтації в інформаційному просторі. Важливою

особливістю є трансформація традиційного новинного дискурсу: події репрезентуються не як формалізовані інформаційні повідомлення, а як персоналізований досвід та емоційне переживання.

Рубрика «Комфортне дитинство» має виразну психолого-педагогічну спрямованість і сфокусована на питаннях емоційного благополуччя дитини, міжособистісної взаємодії та адаптації до стресових ситуацій. Основною функцією є підтримка емоційної стабільності й соціалізації. Комунікація реалізується через діалогічні форми, кейсові приклади та інтерактивну взаємодію, що забезпечує доступність і практичну орієнтованість знання.

Рубрика «Дитячий університет» виконує освітньо-просвітницьку функцію та реалізується в співпраці з українськими освітніми платформами. У її межах дитяча аудиторія отримує базові знання про навколишній світ у доступній емпіричній формі. Ключовим завданням є розвиток когнітивних компетентностей шляхом спрощення складних явищ і процесів. Специфікою рубрики є інтерактивна модель навчання, що базується на поєднанні дитячих запитань, пояснень дорослих та елементів діалогічності.

Соціально орієнтована рубрика «Даруй добро» спрямована на формування ціннісних орієнтацій, емпатії та соціальної відповідальності. Вона акцентує увагу на важливості благодійності та допомоги іншим. У межах рубрики діти виступають не лише як спостерігачі, а як активні учасники соціальних ініціатив, що сприяє формуванню гуманістичних установок.

Рубрика «Навколо світу з маленькими дорослими» має пізнавально-культурологічний характер і орієнтована на розширення світогляду дитини. Вона охоплює тематику культури, традицій і особливостей різних країн світу, сприяючи формуванню міжкультурної компетентності. Інформація подається шляхом поєднання фактологічного матеріалу, візуальних образів та емоційних реакцій дітей.

Рубрика «Ярмарок спорту» виконує фізкультурно-освітню функцію та спрямована на формування здоров'язберечної культури. У її межах спорт репрезентовано як привабливу форму діяльності, що поєднує ігровий компонент, самореалізацію та фізичний розвиток.

Творча рубрика «Хенд-мейд по-дитячи» орієнтована на розвиток креативності, уяви та дрібної моторики. Вона передбачає практичну діяльність дітей шляхом створення виробів власними руками, що реалізується завдяки демонстрації процесу та залученню учасників до активної взаємодії.

Безпечно-освітня рубрика «Рятувальники Всесвіту» спрямована на формування культури безпеки та відповідальної поведінки. У межах рубрики подають рекомендації фахівців ДСНС щодо дій у надзвичайних ситуаціях, а також базові правила безпечної поведінки, адаптовані до дитячого сприйняття.

Таким чином, тематично-рубрикаційна структура програми «Маленькі дорослі» репрезентує комплексну модель дитячого медіаконтенту, яка інтегрує: функцію гонзо-журналістики (журналіст є учасником подій); інформаційну функцію (новинний сегмент); освітню функцію (пізнавальні та безпекові рубрики); соціальну функцію (благодійна діяльність); емоційно-психологічну функцію; культурологічну функцію; практично-діяльнісну функцію (творчість і спорт).

Зазначена структура відповідає сучасним науковим підходам до мультимодального розвитку дитини в умовах цифрового медіасередовища, де поєднуються когнітивні, афективні та поведінкові компоненти навчання й соціалізації.

Програма «Маленькі дорослі» репрезентує специфічну форму дитячого медіадискурсу, у межах якого актуалізуються елементи гонзо-журналістики, адаптовані до особливостей дитячої аудиторії. У цьому контексті доцільно говорити про формування дитячого гонзо-репортажу як окремого медіаформату, що поєднує суб'єктивність, включеність автора та емоційно насичене відтворення подій. Концептуальні ознаки гонзо-журналістики в межах дитячого телепроєкту зазнають трансформації. Це зумовлено тим, що функцію журналіста виконує дитина, яка не лише фіксує подію, а безпосередньо її переживає в режимі «тут і тепер». Відтак, відбувається зміщення акценту з фактологічної об'єктивності на досвідоцентричну інтерпретацію реальності.

До основних структурно-дискурсивних ознак гонзо-репортажів у програмі належать:

- інсайдерська позиція (дитина виступає не як зовнішній спостерігач, а як безпосередній учасник події та носій індивідуального досвіду. Це формує ефект включеної журналістики, де межа між суб'єктом і об'єктом комунікації є мінімізованою);
- емоційна домінанта (для репортажів характерний високий рівень афективності: домінують емоції здивування, захоплення, спонтанні реакції. Передача інформації здійснюється переважно через афективний канал комунікації, що доповнює або частково витісняє когнітивний компонент);
- імпровізаційна структура (на відміну від класичних новинних форматів, у гонзо-репортажах відсутня жорстка сценарна регламентація). Комунікація має нелінійний і ситуативний характер, запитання формуються у процесі взаємодії, що відповідає концепції постсценарного медіадискурсу;
- персоналізація інформації (фактологічний матеріал трансформується у форму особистісного досвіду: події подаються через індивідуальні враження, оцінки та переживання. Це зумовлює домінування нарративного способу репрезентації реальності);
- дискурсивна гібридність (гонзо-репортажі поєднують елементи різних типів дискурсу: інформаційного (передача фактів), нарративного (розповідь від першої особи), афективного (емоційне переживання. У результаті формується гібридний медіадискурс, типовий для цифрового середовища);

– педагогічний потенціал (попри виражену суб'єктивність, гонзо-формат виконує важливі освітні функції, зокрема: сприяє розвитку медіаграмотності, формує комунікативні навички, стимулює критичне мислення через досвід. У цьому контексті дитина постає не лише як реципієнт інформації, але і як її активний продуцент).

Водночас використання гонзо-формату в дитячому медіаконтенті супроводжується низкою потенційних обмежень:

- ризик зниження об'єктивності, оскільки суб'єктивна перспектива може призводити до спрощення складних тем і зменшення аналітичної глибини;
- емоційна редукація змісту, за якої інформаційний компонент частково заміщується враженням або подається без належного контексту;
- обмежена структурованість, що ускладнює систематизацію матеріалу та знижує рівень стандартизації контенту.

Таким чином, гонзо-репортажі в програмі «Маленькі дорослі» можна інтерпретувати як дитячу адаптацію гонзо-журналістики, у межах якої інформаційний дискурс трансформується в досвідоцентричний, емоційно насичений та інтерактивний формат.

Зазначений підхід підвищує рівень залученості аудиторії; відповідає логіці функціонування цифрового медіасередовища; сприяє формуванню нової моделі дитячої журналістики. Водночас його ефективність залежить від здатності забезпечити баланс між емоційною експресивністю та змістовною глибиною інформації.

На основі проведеного аналізу розроблено концептуальну модель функціонування дитячої гонзо-журналістики, яка відображає взаємозв'язок ключових елементів та процесів (рис. 1).

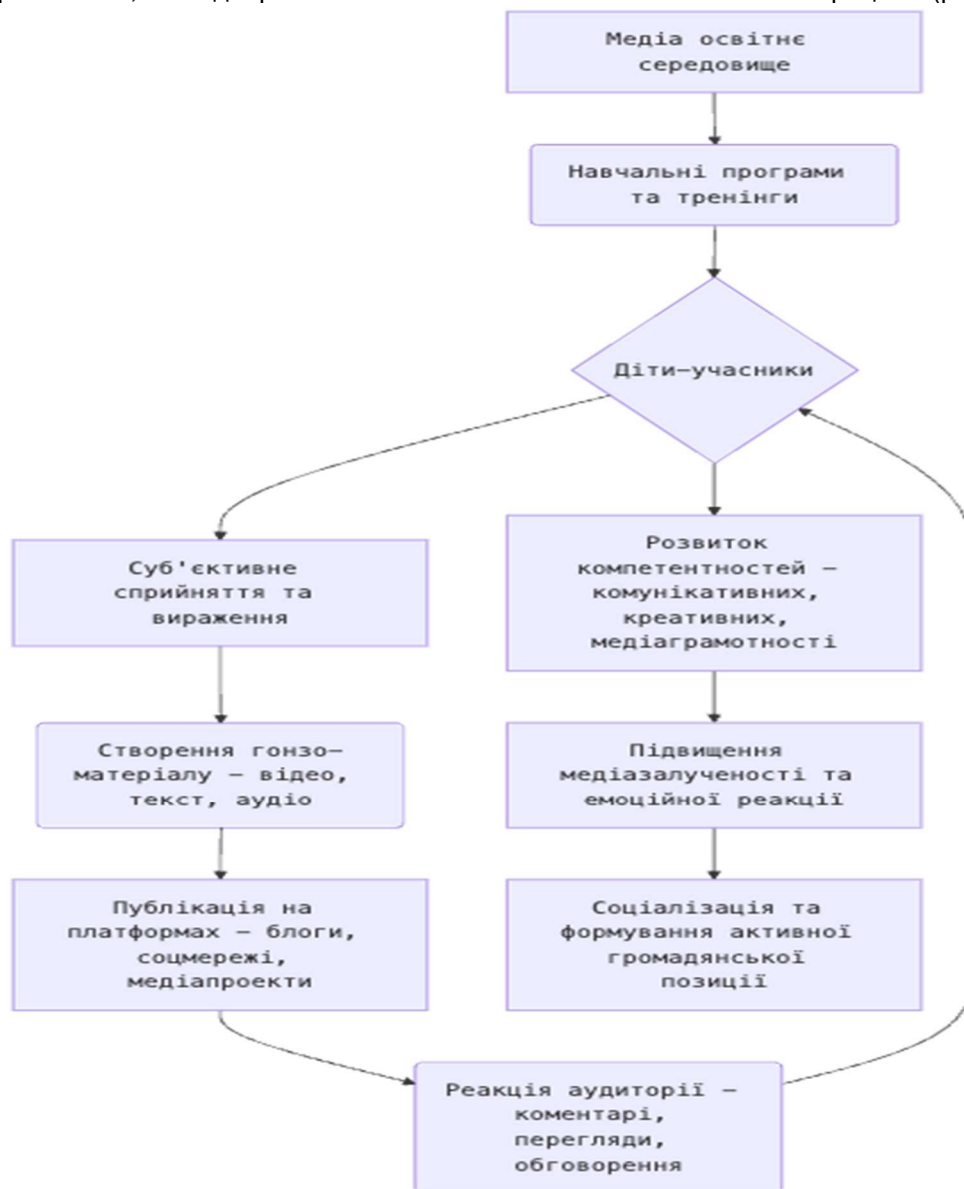


Рис. 1. Концептуальна модель функціонування дитячої гонзо-журналістики

Медіаосвітнє середовище – це базис, що включає доступ до ресурсів, наставництво та стимули. Навчальні програми й тренінги забезпечують дітей необхідними знаннями та навичками. Діти-учасники – центральний елемент, що є суб'єктом комунікації. Суб'єктивне сприйняття та вираження – процес формування особистого погляду на подію. Створення гонзо-матеріалу – безпосередній процес виробництва контенту. Публікація на платформах передбачає розповсюдження контенту в медіапросторі. Реакція аудиторії – це зворотний зв'язок, що впливає на подальші дії та мотивацію дітей. Розвиток компетентностей є кінцевим результатом, що охоплює комунікативні, креативні навички та медіаграмотність. Підвищення медіазалученості та емоційної реакції – ефекти, що посилюються завдяки гонзо-формату. Соціалізація та формування активної громадянської позиції забезпечує ширші соціальні результати участі в проєкті. Таким чином, модель базується на логіці: *участь* → *досвід* → *створення контенту* → *реакція аудиторії* → *розвиток компетентностей*.

IV. Висновки

Проведене комплексне дослідження надало змогу поглибити розуміння дитячої гонзо-журналістики як інноваційної моделі соціальних комунікацій. Виявлено, що цей формат не лише розширює можливості для самовираження та творчості дітей, а й має значний потенціал для розвитку ключових компетентностей, необхідних у сучасному інформаційному суспільстві.

У статті визначено теоретичні основи дитячої гонзо-журналістики, що базуються на суб'єктивному підході, імерсійному зануренні та емоційній залученості, що відрізняє її від традиційних форм дитячої журналістики. Це є важливою складовою формування медіаграмотності та активної громадянської позиції. Запропоновано комплексний методологічний інструментарій, що надає змогу всебічно досліджувати феномен дитячої гонзо-журналістики через контент-аналіз, експертні інтерв'ю, опитування та кейс-стаді.

Аналіз програми «Маленькі дорослі» підтверджує, що дитяча гонзо-журналістика є дієвим інструментом для активної медіазалученості дітей, надаючи їм змогу створювати автентичний, емоційно насичений контент. Розроблена концептуальна модель відображає взаємозв'язок основних елементів функціонування дитячої гонзо-журналістики, демонструючи механізми впливу на розвиток дітей.

Перспективи подальших досліджень полягають у розробці практичних рекомендацій для впровадження подібних програм у систему формальної та неформальної освіти.

Список використаної літератури

1. Білоус Р. Авторські інтенції у гонзо-журналістських матеріалах. *Knowledge, Education, Law, Management*. 2025. № 1 (69). С. 118–126.
2. Buckingham D. Media education: Literacy, learning and contemporary culture. Cambridge : Polity Press, 2003.
3. Carr C. T. Social media engagement and participation. *Communication Research Trends*. 2018. Vol. 37 (2). P. 3–28.
4. Carr C. T., Hayes R. A. Social media: Defining, developing, and divining. *Atlantic Journal of Communication*. 2015. № 23 (1). P. 46–65.
5. Couldry N. Media, society, world: Social theory and digital media practice. Cambridge : Polity Press, 2012.
6. Couldry N., Hepp A. The mediated construction of reality. Cambridge : Polity Press, 2017.
7. Hartsock J. C. A history of American literary journalism: The emergence of a modern narrative form. Amherst : University of Massachusetts Press, 2000.
8. Hobbs R. Digital and media literacy: A plan of action. Washington, DC : Aspen Institute, 2010.
9. Jenkins H. Convergence culture: Where old and new media collide. New York : New York University Press, 2006.
10. Livingstone S. Children and the Internet: Great expectations, challenging realities. Cambridge : Polity Press, 2009.
11. Livingstone S., Haddon L. Kids online: Opportunities and risks for children. Bristol : Policy Press, 2009.
12. Mediahata. Маленькі дорослі. YouTube channel. URL: <https://www.youtube.com/@mediahata4454> (date of request: 20.11.2025).
13. Sims N. True stories: A century of literary journalism. Evanston, IL : Northwestern University Press, 2007.
14. Thompson H. S. Fear and loathing in Las Vegas: A savage journey to the heart of the American dream. New York : Random House, 1971.
15. Zyrek-Horodyska E. Od amerykańskiego snu Thompсона po ukraiński Mordor Szczerka. Estetyzacja świata w duchu gonzo. *Konteksty Kultury*. 2017. № 14. № 2.

References

1. Bilous, P. (2025). Avtorski intentsii u honzo-zhurnalistskykh materialakh [Authorial intentions in gonzo journalistic materials]. *Knowledge, Education, Law, Management*, 1 (69), 118–126. doi: 10.51647/kelm.2025.1.18 [in Ukrainian].

2. Buckingham, D. (2003). *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. Cambridge: Polity Press [in English].
3. Carr, C. T. (2018). Social media engagement and participation. *Communication Research Trends*, 37 (2), 3–28 [in English].
4. Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social media: Defining, developing, and divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23 (1), 46–65. doi: 10.1080/15456870.2015.972282 [in English].
5. Couldry, N. (2012). *Media, society, world: Social theory and digital media practice*. Cambridge: Polity Press [in English].
6. Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The mediated construction of reality*. Cambridge: Polity Press [in English].
7. Hartsock, J. C. (2000). *A history of American literary journalism: The emergence of a modern narrative form*. Amherst: University of Massachusetts Press [in English].
8. Hobbs, R. (2010). *Digital and media literacy: A plan of action*. Washington, DC: Aspen Institute [in English].
9. Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press [in English].
10. Livingstone, S. (2009). *Children and the Internet: Great expectations, challenging realities*. Cambridge: Polity Press [in English].
11. Livingstone, S., & Haddon, L. (Eds.). (2009). *Kids online: Opportunities and risks for children*. Bristol: Policy Press [in English].
12. Mediahata. Маленькі дорослі. *YouTube channel*. Retrieved from <https://www.youtube.com/@mediahata4454> [in Ukrainian].
13. Sims, N. (2007). *True stories: A century of literary journalism*. Evanston, IL: Northwestern University Press [in English].
14. Thompson, H. S. (1971). *Fear and loathing in Las Vegas: A savage journey to the heart of the American dream*. New York: Random House [in English].
15. Zyrek-Horodyska, E. (2017). Od amerykańskiego snu Thompsona po ukraiński Mordor Szczerka. *Estetyzacja świata w duchu gonzo. Konteksty Kultury*, 14, 2. doi: 10.4467/23531991kk.17.014.7538 [in Polish].

Стаття надійшла до редакції 22.11.2025.

Received 22.11.2025.

Penchuk I. Children's Gonzo Journalism as an Innovative Model of Social Communications (on the Example of the Program Little Adults)

The purpose of the study is an analysis of children's gonzo journalism as an innovative model of social communications, its theoretical foundations, methodological approaches and empirical characteristics using the example of the program Little Adults, as well as the development of a conceptual model of the functioning of children's gonzo journalism.

Research methodology. *To study children's gonzo journalism, a comprehensive approach was used, which includes: content analysis – to identify dominant themes, stylistic features, emotional coloring and narrative techniques in children's gonzo reports (using the example of the program Little Adults); expert interviews with teachers, psychologists and media specialists who work with children – to assess the pedagogical potential and possible risks of this format; surveys of children and parents – to identify the level of media involvement, emotional reaction and perception of gonzo journalism as a development tool; case studies – to identify successful strategies and challenges in the implementation of the Little Adults project; observation of children's work during the creation of media content, their interaction and the dynamics of the development of communication skills and modeling – to substantiate the conceptual model of the functioning of children's gonzo journalism and its construction.*

Results. *The article investigates children's gonzo journalism as an innovative model of social communications. Its theoretical foundations, methodological approaches and empirical characteristics are revealed based on the analysis of the Little Adults program. A conceptual model of the functioning of children's gonzo journalism is proposed. It is found that this format enhances media involvement, emotional reaction and the development of children's communicative competencies.*

Novelty. *The concept of children's gonzo journalism is introduced; a conceptual model is developed; gonzo journalism and media education are combined.*

Practical significance. *The presented results can be useful both in the educational process in higher education institutions during the training of journalists, and in the work of editorial offices working with children.*

Key words: *children's journalism, children's gonzo journalism, social communications, media involvement, participatory culture, communicative competences, the program Little Adults.*

О. В. Погорелов

асистент кафедри редакційно-видавничих технологій і продюсування

Навчально-наукового інституту журналістики

e-mail: oleksii.pohorelov@knu.ua, ORCID: 0000-0002-0017-0523

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

вул. Володимирська, 60, м. Київ, Україна, 01033

ЗАЛУЧЕННЯ НА ПРОТИВАГУ ІНФОРМУВАННЮ: ТРАНСФОРМАЦІЯ РОЛІ МІСЦЕВИХ МЕДІА В УКРАЇНІ У 2022–2025 РОКАХ

Метою дослідження є обґрунтування, що війна прискорила зміни у фокусуванні зусиль місцевих медіа в Україні з «інформування аудиторії» на «залучення мешканців до взаємодії», що надає змогу редакціям нарощувати довіру та охоплення, приводить до збільшення кількості партнерств і посилює економічну сталість цих медіа.

Методологія дослідження базується на поєднанні масштабної дослідницької роботи та аналізу отриманих емпіричних даних. Використані як теоретичні методи аналізу, синтезу, порівняння, класифікації та узагальнення, так і статистичний аналіз наборів даних із використанням коефіцієнта лінійної кореляції.

Результати. Аналіз зібраних 503 пропозицій медіа та звітів про результати виконання 167 проєктів у 2022–2025 рр. надав змогу отримати дані про зв'язок між діяльністю редакції, залученням мешканців до обговорення та пошуку рішень для гострих проблем у громадах. Вивчення результативності такої діяльності показало посилення довіри до місцевого медіа, а також розвиток партнерств між цим медіа та різними акторами в громаді.

Новизна дослідження полягає у верифікації причинно-наслідкових зв'язків між фокусуванням роботи місцевих медіа на залученні аудиторії та зростанням основних показників результативності цих медіа в умовах повномасштабної війни росії проти України. Робота демонструє, як підходи, пов'язані із залученням аудиторії та розвитком співучасті, проявляються саме в специфічному середовищі українських громад, що зазнали впливу воєнних, соціальних та економічних трансформацій.

Практичним значенням дослідження є його прикладний характер для трансформації роботи місцевих медіа в умовах радикальних змін на медіаринку, у тому числі внаслідок впливу війни росії проти України. Додаткову цінність висновки дослідження мають для посилення результативності програм міжнародної технічної допомоги та урядових програм, спрямованих на відновлення та зміцнення громад, завдяки наданню місцевим медіа ролі центрів комунікації.

Ключові слова: місцеві медіа, регіональні медіа, управління місцевим медіа, самостійність місцевого медіа, роль місцевого медіа у громаді, залучення аудиторії, співучасть, демократичне урядування.

I. Вступ

Медіагалузь загалом і місцеві медіа зокрема в усьому світі переживають глибоку трансформацію. Розпочалась вона далеко не вчора. Тим не менш стійкої моделі, яка б надавала змогу медіа розбудувати свою економічну незалежність, наразі немає. У фокусі цього дослідження – зміни в роботі місцевих медіа в Україні в часи надважкої війни росії проти України.

Саме місцеві медіа у 2022–2025 рр. відігравали й продовжують відігравати в поточний час величезну роль у щоденному житті людей у невеликих населених пунктах. Основні тенденції в роботі та сучасних підходах редакцій місцевих медіа до взаємодії зі своїми аудиторіями та побудові власної моделі економічної незалежності лежать в основі декількох концептуальних підходів.

Так, теорія журналістики співучасті, представлена в працях Н. Карпент'єра (N. Carpentier) [3], Г. Дженкінса (H. Jenkins) [4], Дж. Сінгера (J. Singer) [9] та інших дослідників, розглядає медіа не лише як канал поширення інформації, а як інфраструктуру взаємодії, де аудиторія виступає активним співтворцем змісту й процесів ухвалення рішень. Підхід журналістики рішень, розвинений Д. Борнштейном (D. Bornstein) і Т. Розенбергом (T. Rosenberg), співзасновниками мережі Solutions Journalism Network, та практиками цієї мережі, акцентує на системному висвітленні шляхів розв'язання суспільних проблем і аналізі ефективності таких рішень [2]. Концепції журналістики впливу (impact journalism), які формувалися в межах дослідження залучення (engaged journalism) та вивчення суспільних медіа (зокрема у працях N. Carpentier, J. Rosen, E. Ferrier та ін.), зосереджені на оцінюванні соціального ефекту журналістики – змін у довірі аудиторії, розвитку партнерств, рівні залучення громади та практичних результатах взаємодії. А парадигма фокусування зусиль медіа на потребах громади (community centered media), представлена в працях К. Гоулі

(K. Howley) [5], К. Родріґес (C. Rodríguez) [8] та інших, підкреслює локальну вкоріненість медіа, їхню соціальну відповідальність і здатність зміцнювати горизонтальні зв'язки між мешканцями, інституціями та бізнесом. У сукупності ці підходи надають змогу інтерпретувати місцеві медіа як фасилітаторів комунікації та співучасті, що виходить за межі традиційної моделі інформування.

Систематизовані К. Гоулі (K. Howley) у 2009 р. знання та практичні приклади роботи медіа громад з теоретичної, емпіричної, історичної та практичної точок зору [5] поступово були доповнені багатьма вченими. Окремим важливим напрямом, який стрімко розвивається останніми роками, є підхід «журналістики, сфокусованої на громадах». Андреа Венцель (A. Wenzel), провідна науковиця в цій галузі, у 2020 р. у роботі «Community-Centered Journalism» [10] розкрила основний зміст цього підходу, який виокремлює журналістику, «створену спільно з громадами та для громад». І зазначила, що це «журналістика для громад, а не лише про них».

Деміан Редкліф (D. Radcliffe) у співпраці з Регіною Лоуренс (R. Lawrence) та Ендрю ДеВігал (A. DeVigal) у дослідженні «Переосмислення новин: Маніфест журналістики, орієнтованої на громаду» (вересень 2023), показали, що «журналістика, орієнтована на громаду, використовує підхід “знизу вгору”, де теми, історії та продукти визначаються в результаті уважного слухання та взаємодії» [6]. Розвиваючи цей напрям, Д. Редкліф (D. Radcliffe) та К. Чамберс (C. Chambers) у практичному посібнику «Розвиток журналістики, орієнтованої на громаду» (вересень 2024) зробили висновок, що «без переосмислення та оновлення журналістика й надалі не зможе задовільняти потреби багатьох різноманітних спільнот. Особливо в епоху, яка характеризується поширенням дезінформації та зниженням довіри до медіа» [7].

В Україні ж спричинена війною підвищена потреба мешканців громад не просто в актуальній інформації, а в об'єднанні зусиль для вирішення багатьох непростих проблем створили для місцевих медіа водночас і надзвичайні виклики, і широкі можливості. Так, наприклад, збільшення чисельності мешканців громади за рахунок прибуття внутрішньо переміщених осіб створило не тільки додаткове навантаження на всі служби у громаді, але й загостило запит на можливості працевлаштування. Водночас примноження кількості мешканців – це зростання попиту, і підприємцям знадобились нові робочі руки. Отже, активна роль місцевого медіа з організації діалогу та обміну як ідеями, так і зауваженнями щодо «вузьких місць» надає змогу швидше знаходити рішення й підвищувати його ефективність. І коли таку роботу виконує медіа, воно набуває цінності в очах громади, довіра до нього зростає, а це – прямий шлях до збільшення стійкості медіа.

У цьому дослідженні основна увага приділена вивченню результативності двох підходів українських місцевих медіа до роботи з інформацією у 2022–2025 рр. Перший підхід самі редактори місцевих медіа називають своїм «основним призначенням». Він полягає в наданні аудиторії актуальної та перевіреної інформації. Другий підхід передбачає активну роль місцевого медіа в побудові ефективного діалогу між людьми та залучення мешканців до спільного напрацювання рішень. Це підхід «журналістики, сфокусованої на громадах». Важливість та унікальність дослідження полягає в тому, що воно вивчало реальні практики роботи українських місцевих медіа в умовах війни. Завдяки цьому вдалося встановити закономірності, засновані на реальних фактах.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Метою дослідження є обґрунтування, що війна прискорила зміни у фокусуванні зусиль місцевих медіа в Україні з «інформування аудиторії» на «залучення мешканців до взаємодії», що надає змогу редакціям нарощувати довіру та охоплення, приводить до збільшення кількості партнерств і посилює економічну сталість цих медіа. Для того, щоб перевірити, чи працюють причинно-наслідкові зв'язки, потрібно було переконатися, що медіа, яке бере на себе ініціативу з обговорення актуальних питань в громаді, спостерігає приріст аудиторії та посилення партнерських зв'язків. А для цього, у свою чергу, необхідно було, щоб достатня кількість медіакомпаній з різних регіонів України випробувала це, проаналізувала отримані результати й змогла пов'язати їх зі своїми діями. Відповідно, це потребувало неодноразового повторення цього «експерименту».

Дослідження виконано з використанням теоретичних та статистичних методів:

– аналіз – для вивчення попередніх публікацій за темою та результатів досліджень УАМБ; завдяки цьому були виявлені основні аспекти в роботі місцевих медіа в часи війни;

– кореляційний аналіз – для пошуку закономірностей у зібраних даних, використано коефіцієнт лінійної кореляції, відомий як коефіцієнт кореляції Пірсона [1]; на цій основі зроблено висновки щодо відсутності кореляції між кількістю публікацій та кількістю результатів та, на противагу, наявністю кореляції між кількістю результатів та кількістю партнерств, що і є основним результатом дослідження;

– порівняння – для зіставлення традиційного підходу до висвітлення місцевими медіа проблемних питань (інформування) із фокусуванням на об'єднання зусиль різних груп мешканців (залучення), а також для порівняння інформації, отриманої у звітах редакцій місцевих медіа за результатами виконання ними своїх проєктів.

Для фокусування на сегменті місцевих медіа та їхній адаптації до умов військового часу використані напрацювання, викладені в попередніх публікаціях автора [12; 13]. Зокрема, поглиблено вивчення раніше виявленої тенденції, що «редактори докладають зусиль для того, щоб забезпечувати свої аудиторії інформацією і шукають фінансову підтримку для випуску саме

друкованих видань, особливо там, де через війну є перебої з доступом до електроенергії та до інтернету» [13, с. 237].

Фактологічною основою статті є результати «Дослідження практик трансформації роботи місцевих медіа у Україні під впливом війни з росією», яке Українська асоціація медіа бізнесу (УАМБ) виконує, починаючи з березня 2022 р. і дотепер. УАМБ щороку обсервує результати реалізації понад 50 проєктів місцевими медіакомпаніями, які зазвичай видають медіа одночасно на декількох платформах – і традиційній друкованій, і сучасній цифровій (газети, вебсайти, групи, канали в соцмережах). УАМБ збирає інформацію від редакцій місцевих медіа у формі стандартизованих звітів: кожна редакція подає результати своєї роботи і відповідних змін у громадах, які відбуваються внаслідок такої роботи. Місцеві медіа висвітлюють актуальні тематики і спостерігають вплив, який має залучення мешканців громад до спільних обговорень та пошуку рішень для найгостріших проблем. Тож зміни у громадах, які відбуваються внаслідок комунікації, сфокусованої на вирішенні проблеми, є предметом головної уваги в такій роботі та у відповідних звітах редакцій. Окрім цього, кожна редакція подає письмові відповіді на 15 запитань, в яких описує досвід, складнощі та знахідки на шляху до вирішення громадами гострих проблем завдяки ефективній комунікації, прозорим обговоренням та співучасті. Натепер отримано понад 200 звітів редакцій, які працюють на різних медіаплатформах. Частину отриманих результатів (практики 72 місцевих медіа) проаналізовано й оприлюднено раніше [13].

За результатами аналізу зібраної інформації зроблено узагальнення та рекомендації щодо управління редакцією місцевого медіа в часи, коли аудиторіям потрібна одночасно і підтримка, і дієві інструменти впливу для вирішення актуальних проблем. Але при цьому аудиторії спираються на інформацію та новини, які отримують переважно із соціальних мереж і месенджерів [12].

III. Результати

В основу дослідження покладено зібраний емпіричний матеріал результатів роботи редакцій місцевих медіа у 503 проєктних пропозиціях та у 167 реалізованих редакціями проєктах, профінансованих донорами і виконаних за підтримки Української асоціації медіабізнесу: 2023 р. – 99 виконаних редакціями проєктів; 2024 р. – 47 проєктів; 2025 р. – 21 проєкт.

У таблиці 1 наведена основна інформація про кількість поданих та відібраних заявок. Це надало змогу отримати інформацію в динаміці й завдяки цьому прослідкувати зміни в управлінні роботою місцевих медіа, у підходах керівників цих медіа до планування, до роботи з аудиторією та до очікуваних результатів.

Таблиця 1

Кількість досліджених проєктів редакцій, 2022–2025 рр.

Період	К-сть проєктів, поданих на конкурс	К-сть проєктів, які були реалізовані	К-сть результатів у громаді	К-сть партнерств у редакцій	Серед заявок – к-сть на інформування	Серед заявок – к-сть на залучення	% заявок на залучення
Етап 1 – дослідження бачення керівниками місцевих медіа своєї ролі в громаді та цінності для аудиторії							
грудень 2022 – березень 2024	197	89	465	241	132	65	32,99
березень 2023 – січень 2024	37	10	33	23	27	10	27,03
Етап 2 – дослідження впливу позитивних історій колег на зміни в підходах редакцій до фокусування на корисності своєї роботи							
травень 2024 – серпень 2024	44	5	24	11	33	11	25,00
березень 2024 – квітень 2024	51	11	40	22	40	11	21,57
вересень 2024 – листопад 2024	11	11	37	23	5	6	54,55
травень 2024 – березень 2025	96	20	110	56	81	15	15,63
Етап 3 – дослідження результативності підходу з орієнтацією на корисність для громади, фокус на збільшення взаємодії між редакцією та організаціями							
січень 2025 – лютий 2025	10	10	35	24	4	6	60,00
липень 2025 – серпень 2025	57	11	49	29	32	25	43,86
ЗАГАЛОМ	503	167	793	429	354	149	

Для розрахунку кількості та сумарних охоплень матеріалів, опублікованих кожною редакцією в межах кожного проєкту, були використані надані ними у звітах відповідні дані. Там, де редакції не надавали цифру сумарного охоплення, використано математичну операцію звичайного сумування окремих показників охоплень, наданих редакціями для кожного опублікованого матеріалу. Так само використано операцію математичної суми для підрахунку кількості оприлюднених редакціями матеріалів. Ця сама операція використана для підрахунку сумарних кількісних показників дослідження в цілому – кількості зібраних заявок, отриманих звітів тощо.

Для виявлення зв'язків між різними масивами даних використано кореляційний аналіз – метод статистичного аналізу, який надає змогу визначити наявність та ступінь залежності між двома або більше змінними або масивами даних. Завдяки цьому методу виявлено, чи існує узгодженість між змінами двох обраних параметрів, і якщо існує, то яка її сила та напрямок.

У цьому дослідженні коефіцієнт лінійної кореляції, відомий як коефіцієнт кореляції Пірсона [1], використано для виявлення статистичного зв'язку між набором даних про кількість опублікованих кожною редакцією матеріалів та набором даних про кількість результатів, які кожна редакція подала у своєму звіті, а також для аналізу наборів даних про кількість отриманих результатів у проєкті та кількість нових партнерств у редакції. Для обрахунку відповідних коефіцієнтів кореляції в дослідженні була використана стандартна функція CORREL табличного процесора Excel.

«Інформування» як домінанта в баченні редакторами ролі своїх медіа

Базою емпіричної інформації для цього етапу дослідження є дані, отримані в період з грудня 2022 по січень 2024 р. За цей час на конкурси, організовані Українською асоціацією медіабізнесу (УАМБ) було подано 234 заявки, з яких до реалізації й виконання було затверджено 99 проєктів місцевих медіа. Розподіл по регіонах поданих заявок та окремо розподіл проєктів, які виконували редакції, наведено на рис. 1 та 2.



Рис. 1. Розподіл поданих редакціями у 2023 р. заявок по областях (географія поданих заявок)

Зокрема, як можна бачити на рис. 1, 50% поданих заявок (118 з 234) прийшлося на топ-5 областей, в яких працювали редакції місцевих медіа. А саме, Київська – 26, Одеська – 25, Сумська – 23, Харківська – 23 та Львівська – 21. Це можна пов'язати як із тим, що до великих міст у перший рік війни відбулося переміщення як великої кількості вимушених переселенців, так і редакцій. Але близько 50% проєктів, які були відібрані за конкурсом і реалізовані (54 з 99), виконували редакції з 5 інших областей, а саме: Дніпропетровська – 12, Одеська – 12, Харківська – 12, Сумська – 11 та Рівненська – 7.

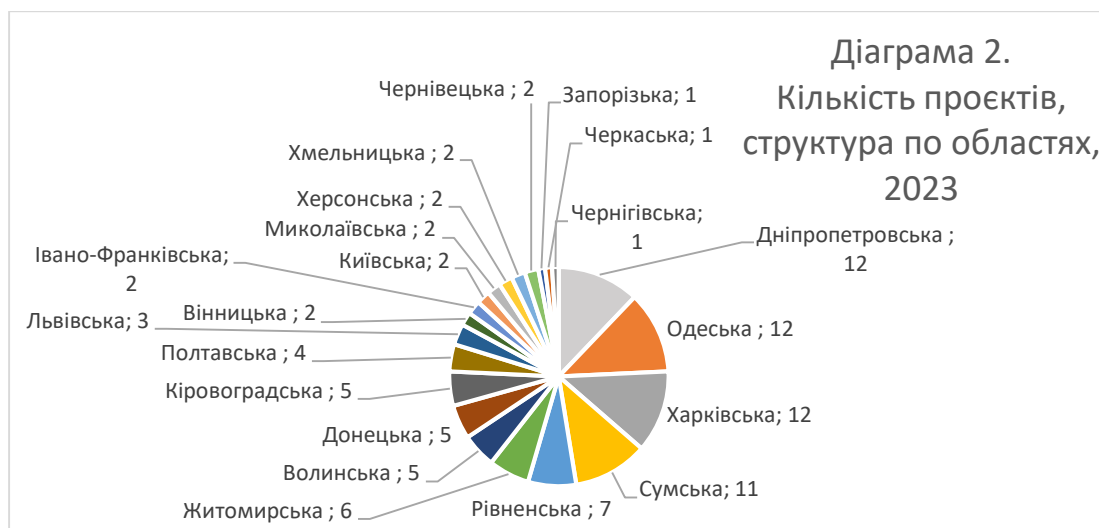


Рис. 2. Розподіл проєктів, які виконували редакції у 2023 р., по областях (географія виконаних проєктів)

На окрему увагу заслуговує аналіз діяльності, яку редакції подавали до фінансування у своїх заявках. Так, 68% (159 з 234) передбачали «інформування», «привернення уваги», «дonesення інформації». Іншими словами, редакції, описуючи проблему, яку вони планують допомагати громаді вирішувати, як інструмент змін пропонували «привернення уваги». Це, на їхню думку, мало стимулювати владу діяти. Тому першим кроком у дослідженні стала перевірка проміжної гіпотези, що існує кореляція, або певний зв'язок, між тим, чи фокусує свою увагу та зусилля редакція місцевого медіа на певній (актуальній) проблемі в громаді та зрушенням цієї проблеми з місця або (в ідеалі) вирішенням цієї проблеми. Для цього першим, що потрібно було дослідити, стало питання про те, чи існує кореляція між кількістю опублікованих кожною редакцією матеріалів (у всіх форматах та на всіх платформах – від новин до відео) та кількістю результатів, отриманих за час виконання проекту.

Для аналізу були взяті повні дані з усіх 99 звітів, поданих редакціями за результатами виконаних у 2023 р. проектів (рис. 3). По горизонтальній вісі «Кількість результатів» тут відкладені результати всіх 99 проектів, які подали у своїх звітах редакції місцевих медіа. А по вертикальній вісі до кожної «кількості результатів» поставлена у відповідність «кількість матеріалів», які вони підготували та поширили у зв'язку з виконанням завдань свого проекту.



Рис. 3. Зв'язок між кількістю результатів та кількістю матеріалів, 2023 р.

Вдалося встановити, що коефіцієнт кореляції між двома масивами даних, а саме (1) кількістю оприлюднених матеріалів та (2) кількістю отриманих результатів, дорівнює $-0,0311$, що є близьким до 0. Іншими словами, кореляція відсутня – масиви є незалежними, між ними немає зв'язку.

Це дає підстави зробити висновок, що просте «інформування», яке у своїх заявках більшість редакторів подавала як інструмент вирішення проблем у громадах, насправді не призводить до вирішення проблем. Принаймні, не публікація матеріалів є тим фактором впливу, який допомагає вирішувати проблеми у громадах. І це є **першим висновком** для цього етапу дослідження. Його можна сформулювати так. Поширення інформації або привернення уваги аудиторії до існування тієї чи іншої проблеми в громаді не є ефективним інструментом для вирішення цієї проблеми. У проведеному дослідженні не встановлено кореляції між кількістю матеріалів, опублікованих редакціями місцевих медіа, і кількістю проблем, на вирішення яких їм вдалося вплинути або допомогти вирішити.

«Залучення до взаємодії» як інструмент посилення довіри та розвитку співучасті

Наступним кроком став пошук кореляції між масивом даних про кількість отриманих редакціями результатів (колонка «Кількість результатів») та масивом даних про кількість сформованих редакціями нових партнерств (колонка «Кількість партнерств»). Дані наведені на рис. 4. По горизонтальній вісі, як і на рис. 3, тут відкладені всі значення кількості результатів, які у своїх звітах подали редакції. А по вертикальній – кількості партнерств, які редакції розвинули чи уклали нові.

Партнерства – ефективний показник довіри до редакції з боку організацій, влади та підприємців. Коли вони бачать позитивні результати взаємодії з редакцією, вони розвивають партнерства з нею, адже розраховують на те, що це надасть їм змогу ефективніше вирішувати власні завдання. Саме тому редакції у своїх звітах мали подавати не тільки кількість оприлюднених матеріалів та кількість результатів, яких вдалося досягнути за час виконання проекту, але зазначати також кількість партнерств, які були укріплені, розширені чи укладені як нові.

Так само, як і раніше, використано стандартну функцію «Кореляція» (CORREL) табличного процесора Excel. Обчислене значення коефіцієнта кореляції між масивами даних «кількість результатів» та «кількість партнерств» – $0,314$.

Таким чином, можна зробити **другий важливий висновок**. Існує зв'язок між фокусуванням роботи редакцій на «залученні» всіх основних сторін до спільного пошуку рішення (громади, влади, підприємців, тощо) та результативністю такого рішення. Цей зв'язок вдається побачити як наявність кореляції між результатами роботи редакції та кількістю укладених чи розвинутих ними

партнерств. Саме партнерства є ознакою визнання ефективності внеску редакції у вирішення наболілої проблеми іншими організаціями, бізнесами та владою.



Рис. 4. Зв'язок між кількістю результатів та кількістю партнерств, 2023 р.

Аналіз звітів за результатами 47 проєктів, виконаних редакціями у 2024 р., дав подібні коефіцієнти кореляції, що дає підстави говорити про повторюваність отриманих висновків (рис. 5 та 6).



Рис. 5. Зв'язок між кількістю результатів та кількістю матеріалів, 2024 р.

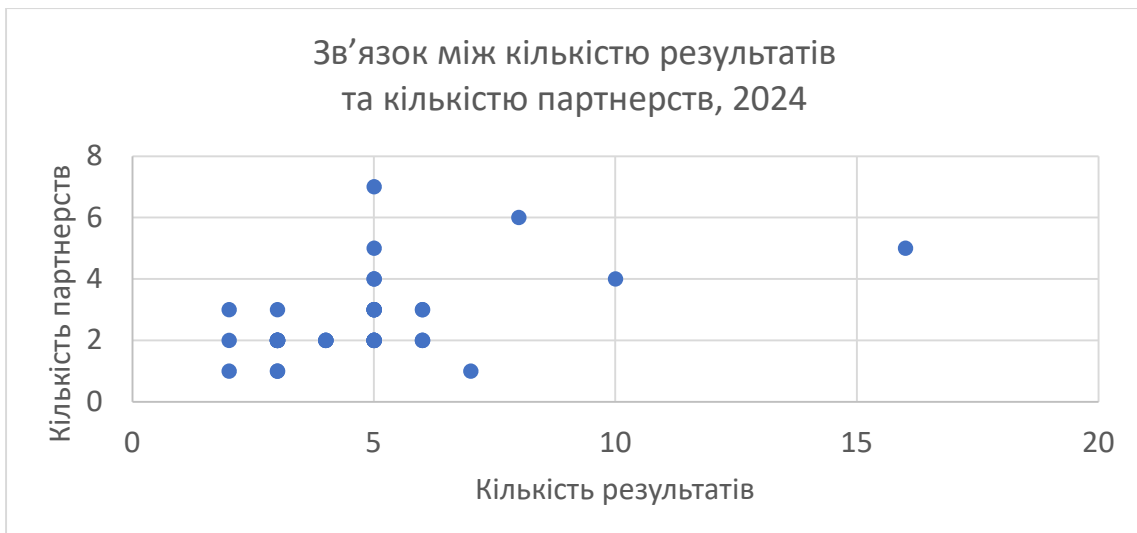


Рис. 6. Зв'язок між кількістю результатів та кількістю партнерств, 2024 р.

Так, значення коефіцієнта кореляції між кількістю отриманих редакціями результатів та кількістю партнерств становить 0,497. І потрібно наголосити додатково, що якщо у 2023 р. кожна третя редакція змогла розвинути свої партнерства завдяки допомозі громаді у вирішенні певної проблеми (коефіцієнт кореляції 0,314), то у 2024 р. це вдалося вже кожній другій (коефіцієнт кореляції 0,497). При цьому коефіцієнт кореляції між кількістю оприлюднених матеріалів та кількістю отриманих результатів, як і у 2023 р., мав невелику відмінність від 0, що говорить про відсутність узгодженого зв'язку між першим та другим.

IV. Висновки

Дослідження показало, що традиційний підхід до управління роботою місцевого медіа переживає трансформацію. Якщо раніше керівники друкованих газет більшу частину свого часу приділяли роботі з інформацією, то останніми роками керівникам/редакторам місцевих медіа більшу частину свого часу доводиться витратити на питання, які визначають життєдіяльність та фінансову стійкість їхніх медіа.

Аналіз результатів роботи редакцій місцевих медіа у 2022–2025 рр., який ґрунтується на вивченні 503 проєктних пропозицій, поданих редакціями на грантові конкурси, та звітів після виконання 167 проєктів, профінансованих донорами і виконаних за підтримки Української асоціації медіабізнесу, дозволяє зробити три основні висновки.

По-перше, редакції місцевих медіа відіграють надзвичайно важливу роль у житті їхніх громад. І ця роль – насамперед організація ефективної та результативної комунікації між різними групами інтересів у громаді. Не просте «інформування», а саме допомога обмінюватися інформацією, збирати та обговорювати різні варіанти, знаходити ідеї, а також робити ці домовленості видимими для мешканців. Ефективність підходу для самих медіа виявляється в зростанні довіри, у збільшенні охоплення аудиторії, у розвитку партнерств, про що повідомляють редакції.

По-друге, наявність кореляції (тобто зв'язку) між сфокусованістю на результат, а не лише на публікацію матеріалів, та розвитком взаємодії з партнерами дає редакціям чіткий сигнал про те, що варто розвивати, що відкриє їм нові можливості завдяки зміцненню довіри з боку партнерів.

Звісно, висвітлення всіх моментів, пов'язаних з пошуком рішення та виконанням домовленостей у подальшому, є надзвичайно важливою роботою редакції. Власне, без такого поширення інформації більша частина мешканців громади не буде проінформована про хід процесу. І це не дасть того впливу, завдяки якому вдається досягати результатів спільними діями. Тобто сила підходу, в якому саме редакція місцевого медіа бере на себе роль ефективного комунікатора в громаді, полягає в поєднанні ролі ініціатора дискусії, модератора такої зустрічі чи зустрічей, з ролями шукача інформації, створювача та поширювача журналістських матеріалів, а також платформи, через яку інформація проходить в обидва боки. Завдяки великим охопленням аудиторії та рівновіддаленості від усіх основних центрів впливу (влада-бізнес-мешканці) редакція місцевого медіа має найвищу довіру від усіх учасників діалогу і це надає їй унікальний шанс на виконання своєї місії, допомагаючи своїй громаді жити краще й розв'язувати проблеми легше.

І, нарешті, **по-третє**, підвищення ролі редакцій місцевих медіа в їхніх громадах є критично важливим для самих громад. Адже коли редакція працює як ефективний центр комунікації, який ініціює обговорення та допомагає залучити до цих обговорень, а в подальшому і до виконання домовленостей усіх зацікавлених, тоді громада йде вперед, вирішує проблеми, відновлює зруйноване й інтегрує ВПО та ветеранів у своє життя. У такій громаді люди більш згуртовані, а при розв'язанні проблем усі шукають ефективне рішення, як це зробити, а не виправдання, чому це неможливо.

Таким чином, виконане дослідження дозволяє говорити про **підтвердження сформульованої на початку тези**, що зміна фокусу роботи місцевого медіа з «інформування аудиторії» на «залучення мешканців до взаємодії» та на «ефективний обмін інформацією всередині громади» робить місцеве медіа важливим центром впливу для громади, сприяє підвищенню довіри до нього та зростанню охоплення, призводить до збільшення кількості партнерств і, в результаті, посилює економічні сталість та незалежність такого медіа.

Для подальшого розвитку описаних вище напрямків докладання зусиль та уваги редакторів місцевих медіа знадобляться додаткові дослідження. Адже потрібно з'ясувати, зокрема, як редакціям вдається конвертувати розвиток або зміцнення партнерств у нові проєкти в громадах. І окремо – які виникають перешкоди або навики, можливості, для взаємодії та спільного фінансування таких проєктів. Адже зміщення ролі місцевого медіа з «інформування» на «залучення» відкриває цілу низку нових варіантів взаємодії та спільного фінансування.

Втім, окремого дослідження також потребують основні аспекти ефективної взаємодії між медіа та місцевою владою. І окремо – між медіа та місцевим бізнесом. При цьому: медіа мають фокусувати зусилля на пошуку й розвитку партнерств; активно показувати своїм потенційним партнерам свою унікальну роль та свою цінність; уважно відстежувати результативність залучення партнерів – що спрацює краще, а що гірше; навчати своїх потенційних партнерів ефективній взаємодії із самими собою – усіма доступними способами, від промо до тренінгів/дискусій.

Не менш важливо, щоб відбулась зміна в підходах донорів до долучення місцевих медіа до програм міжнародної технічної допомоги (надалі – МТД). Необхідно, щоб залучення місцевих

медіа до взаємодії з виконавцями проєктів МТД стало обов'язковим аспектом виконання таких проєктів. На противагу усталеній практиці просити місцеві медіа «на дружніх засадах» опублікувати прес-реліз про виконання такої-то програми. Медіа мають як партнери працювати в проєктах МТД, забезпечуючи ефективну взаємодію та синергію саме завдяки ефективній комунікації між усіма сторонами таких проєктів, включно з населенням та донорами.

Насамкінець можна зауважити, що в останніх оголошених донорами грантових конкурсах все частіше зустрічаємо тези про те, що пріоритет у підтримці буде надаватися тим редакціям, які мають доведену ефективність своїх раніше реалізованих проєктів. А це – пряме свідчення того, що донори вважають здатними вижити й розвинути ті редакції, які вже сьогодні працюють як ефективні центри комунікації в громаді, а не просто доносять інформацію до своєї аудиторії й не можуть пояснити, який це має результат та цінність для громади.

Список використаної літератури

1. Bendat J. S., Piersol A. G. *Random data: Analysis and measurement procedures*. Hoboken : John Wiley & Sons, 2011.
2. Bornstein D. (Ed.) *What Is Solutions Journalism?* New York : Solutions Journalism Network, 2020. URL: <https://www.solutionsjournalism.org/who-we-are> (date of request: 10.10.2025).
3. Carpentier N. *Media and Participation-A site of ideological democratic struggle*. Bristol : Intellect Ltd., 2011. 408 p.
4. Jenkins H. *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York : New York University Press, 2006. 336 p.
5. Howley K. (Ed.) *Understanding community media*. London : SAGE Publications, Inc., 2010.
6. Radcliffe D. *Redefining news: A manifesto for community centered journalism*. Oregon : University of Oregon, 2023. 34 p. URL: <https://agorajournalism.center/wp-content/uploads/2023/09/Redefining-News-v1.03.pdf> (date of request: 10.10.2025).
7. Radcliffe D., Chambers C. S. *Advancing community centered journalism. A practical guide for a more equitable and service oriented form of journalism*. Oregon : University of Oregon, 2024. 59 p. URL: <https://download.ssrn.com/2024/9/27/4969715.pdf> (date of request: 10.10.2025).
8. Rodríguez C. *Citizens' media against armed conflict: Disrupting violence in Colombia*. Minneapolis : University of Minnesota Press, 2011. 340 p.
9. Singer J. B. The political j-blogger «Normalizing» a new media form to fit old norms and practices. *Journalism*. 2005. Vol. 6. P. 173–198.
10. Wenzel A. *Community-centered journalism*. Champaign : University of Illinois Press, 2020. 220 p. URL: <https://www.press.uillinois.edu/books/?id=p085222> (date of request: 10.10.2025).
11. Погорелов О. Локальні медіа. *Редакторський Портал*. 2025. URL: <https://redactor.in.ua/category/lokalni-media/> (date of request: 10.10.2025).
12. Погорелов О. Місцеве, локальне чи регіональне? Як сьогодні визначати географію розповсюдження друкованого медіа. *Держава і регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2024. № 3(59). С. 39–45.
13. Погорелов О., Женченко М. Друковані чи онлайнні? Досвід роботи українських місцевих медіа у перший рік війни. *Поліграфія і видавнича справа. Секція – Соціальні комунікації*. 2023. № 2 (86). С. 227–239.

References

1. Bendat, J. S., & Piersol, A. G. (2011). *Random data: Analysis and measurement procedures*. Hoboken: John Wiley & Sons [in English].
2. Bornstein, D. (Ed.) (2020). *What Is Solutions Journalism?* New York: Solutions Journalism Network. Retrieved from <https://www.solutionsjournalism.org/who-we-are> [in English].
3. Carpentier, N. (2011). *Media and Participation-A site of ideological democratic struggle*. Bristol: Intellect Ltd [in English].
4. Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press [in English].
5. Howley, K. (Ed.) (2010). *Understanding community media*. London: SAGE Publications, Inc. doi: 10.4135/9781452275017 [in English].
6. Radcliffe, D. (2023). *Redefining news: A manifesto for community centered journalism*. Oregon: University of Oregon. Retrieved from <https://agorajournalism.center/wp-content/uploads/2023/09/Redefining-News-v1.03.pdf> [in English].
7. Radcliffe, D., & Chambers, C. S. (2024). *Advancing community centered journalism. A practical guide for a more equitable and service oriented form of journalism*. Oregon: University of Oregon. 59 pp. Retrieved from <https://download.ssrn.com/2024/9/27/4969715.pdf> [in English].
8. Rodríguez, C. (2011). *Citizens' media against armed conflict: Disrupting violence in Colombia*. Minneapolis: University of Minnesota Press [in English].
9. Singer, J. B. (2005). The political j-blogger: «Normalizing» a new media form to fit old norms and practices. *Journalism*, 6, 173–198. doi: 10.1177/1464884905051009 [in English].
10. Wenzel, A. (2020). *Community-centered journalism*. Champaign: University of Illinois Press. Retrieved from <https://www.press.uillinois.edu/books/?id=p085222> [in English].

11. Pohorelov, O. (Ed.) (2025). Lokalni media [Local media]. *Redaktorskyi Portal*. Retrieved from <https://redactor.in.ua/category/lokalni-media/> [in Ukrainian].
12. Pohorelov, O. (2024). Mistseve, lokalne chy rehionalne? Yak sohodni vyznachaty heohrafiuu rozpovsiudzhennia drukovanoho media [Local, regional, or nationwide? How to determine the geographical distribution of print media today]. *Derzhava i rehiony. Serii: Sotsialni komunikatsii*, 3 (59), 39–45. doi: 10.32840/cpu2219-8741/2024.3(59).5 [in Ukrainian].
13. Pohorelov, O., & Zhenchenko, M. (2023). Drukovani chy onlainovi? Dosvid roboty ukrainskykh mistsevykh media u pershyi rik viiny [Print or online? The experience of Ukrainian local media in the first year of the war]. *Polihrafiia i vydavnycha sprava. Sektsiia – Sotsialni komunikatsii*, 2 (86), 227–239. doi: 10.32403/0554-4866-2023-2-86-227-239 [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 11.11.2025.
Received 11.11.2025.

Pohorelov O. Engaging Instead of Informing: Role Change of the Local Media in Ukraine in 2022–2025

The purpose of the study is to test the hypothesis that the war has accelerated changes in the focus of local media efforts in Ukraine from «informing the audience» to «engaging residents in interaction». And that this allows newsrooms to build trust and reach, leads to an increase in the number of partnerships, and strengthens the economic sustainability of these media outlets.

The research methods are based on a combination of large-scale research work and analysis of the empirical data obtained. Theoretical methods of analysis, synthesis, comparison, classification, and generalization were used, as well as statistical analysis of data sets using the linear correlation coefficient.

Results. An analysis of 503 media' grant applications and reports on the results of 167 projects implemented in 2022–2025 provided data on the link between editorial activities, community engagement in discussions, and the search for solutions to pressing issues in communities. An assessment of the effectiveness of these activities showed an increase in trust in local media, as well as the development of partnerships between these media outlets and various actors in the community.

The novelty of the study lies in the verification of causal links between the focus of local media on audience engagement and the growth of key performance indicators of these media in the context of Russia's full-scale war against Ukraine. The study demonstrates how approaches related to audience engagement and how this engagement manifest themselves in the specific environment of Ukrainian communities that have been affected by military, social, and economic transformations.

The practical significance of the study lies in its applicability to the transformation of local media in the context of radical changes in the media market, including those resulting from Russia's war against Ukraine. The findings of the study have additional value in enhancing the effectiveness of international technical assistance programs and government programs aimed at restoring and strengthening communities by giving local media the role of communication platforms.

Key words: local media, regional media, local media management, local media independence, role of local media in the community, audience engagement, participation, democratic governance.

О. О. Полумисна

кандидат філологічних наук,
доцент кафедри журналістики
e-mail: polumisna.olga@gmail.com, ORCID: 0000-0002-4289-0588
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Майдан Свободи, 4, м. Харків, Україна, 61022

ОБРАЗ ВІЙСЬКОВИХ З ІНВАЛІДНІСТЮ В УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІАПРОСТОРИ: ПРОБЛЕМНИЙ І ТЕМАТИЧНИЙ АСПЕКТИ ПУБЛІКАЦІЙ

Мета дослідження – виявити особливості висвітлення в медіа проблем військових, що отримали інвалідність унаслідок війни.

Методологія дослідження. Дослідження ґрунтується на аналізі контенту українських медіа. Окрім того, застосовано загальнонаукові методи синтезу, класифікації та узагальнення.

Результати. У статті розкрито аспекти, яким найчастіше приділяють увагу в українських медіа при висвітленні проблем військового з інвалідністю: правовий, соціальний, медичний, реабілітаційний, психологічний та освітній. Відзначено колізійність держави, українського суспільства, медіа в ставленні до військових з інвалідністю. При позитивному ставленні держави до українських військових, захопленні їхньою сміливістю проблемним є отримання статусу особи з інвалідності. Цей процес корумпований, бюрократизований, спостерігається неповага до військових, до волонтерів з інвалідністю. Доброзичливе ставлення медичного персоналу корелює подекуди з неясними медичними послугами, вимаганням хабарів за надання статусу інвалідності, недбалістю та невідповідністю працювати з військовими.

Проблеми з недоступністю наразі стають ще гострішими порівняно з довоєнним періодом, оскільки зараз більшою є кількість людей, які не мають можливості через набуту інвалідність дібратися до місця призначення. Відсутність системної сучасної реабілітації спричиняє виїзд військових за кордон з метою отримання якісного лікування та протезування. Освітній та психологічний аспекти в медіа представлені бідно. Публікації на цю тематику є поодинокими. Проблема сприйняття людей з інвалідністю була і є наразі однією з найважливіших, оскільки для військових з інвалідністю важливо зуміти адаптуватися до тих реалій, у яких вони опинилися. На прикладі «Суспільного новини» відзначено тенденцію до збільшення повідомлень про людей з інвалідністю, зокрема про військових, які отримали інвалідність під час війни, що, з одного боку, збільшує повагу до них, сприяє мотивації інших людей, з іншого – накладає на них відповідальність за здійснення подекуди нереальних речей.

Новизна полягає в осмисленні колізійного ставлення до військових з інвалідністю з боку держави, медіа та українського суспільства.

Практичне значення. Результати дослідження можуть бути використані в процесі вивчення курсів «Нові тенденції в журналістиці» та «Проблематика газетних виступів. Соціум. Культура».

Ключові слова: військові з інвалідністю, військові з ампутацією, медіа, колізія, суспільство, право, адаптація, героїзація.

I. Вступ

Унаслідок початку російсько-української війни у 2014 р. та повномасштабного вторгнення 24 лютого 2022 р. кількість людей з інвалідністю постійно збільшується. До війни офіційною цифрою, зазначеною у відкритих джерелах, було 2,7 млн українців. Наразі, під час воєнних дій, влада не називає їхню кількість. За словами міністра В. Ляшка, «кількість ампутацій у порівнянні з минулими роками зросла в середньому втричі» [21], «з 24 лютого 2022 року до березня цього року за протезуванням звернулися майже 10 тисяч людей. Серед них лише 680 військових. Інші – 9118 людей – цивільні» [20]. На 2025 р. ця цифра становила 3,4 млн, за протезуванням звернулося 5000 осіб [37].

Оскільки в історії відомі такі ситуації (за В. Гордієнко, Г. Гордієнко, С. Філіпс, В. Фефеловим та ін.), коли влада намагалася військових з інвалідністю по завершенню війни більш-менш фінансово забезпечити, але абсолютно не дбала про їхню інтеграцію до соціуму, зокрема, навіть позбавлялася від них фізично (острів Валаам), українське суспільство не повинно допустити повторень і має постійно відстежувати цей процес на державному, суспільному, медійному рівнях.

Наразі ця тема порушена в праці С. L. Castle, N. Heinze, R. S. M. Gomes, які акцентують на особливостях реабілітації військових з інвалідністю за допомогою спорту. Роль ветеранських організацій у реінтеграції воїнів з інвалідністю в Україні досліджують О. Кравченко, В. Швець, Л. Мельник. Про військових з інвалідністю згадується в доробку Ю. Бідзілі та Н. Толочко, які, спираючись на опитування 2025 р. про настрої у суспільстві про ветеранів російсько-української війни, відзначають певну дискримінацію, зокрема жалісливе ставлення до ветеранів з ампутаціями з акцентом на пораненні, а не на бойовому досвіді. Зокрема, К. Будняк вивчає вербальну та візуальну репрезентацію військовослужбовців з інвалідністю в медіа, О. Зіненко пише про українських військових з інвалідністю в контексті медіатизації потреб людей з інвалідністю в соціальних мережах під час повномасштабної російсько-української війни. Наразі фактично відсутніми є дослідження, які стосуються особливостей висвітлення військових з інвалідністю в медіа.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета – виявити особливості висвітлення в медіа проблем військових, що отримали інвалідність унаслідок війни.

Методологічною основою статті є загальнонаукові методи дослідження: метод аналізу, за допомогою якого досліджено контент українських медіа, синтезу, метод класифікації та узагальнення.

III. Результати

Згідно із Законом «Про статус ветеранів війни, гарантії їх соціального захисту», статус особи з інвалідністю внаслідок війни отримують «особи з числа військовослужбовців діючої армії та флоту, партизанів, підпільників, працівників, які стали людьми з інвалідністю внаслідок поранення, контузії, каліцтва, захворювання, одержаних під час захисту Батьківщини...» [42]. У першу чергу ця особа має бути захищеною як на соціальному, так і на правовому рівні, оскільки ціною власного життя і здоров'я відстоює незалежність України.

Відповідно, з метою правового захисту особи з інвалідністю внаслідок війни на сторінках медіа юристи надають детальний перелік дій та документів, що допоможуть у вирішенні отримання цього статусу: правові можливості особи, документи, проходження військово-лікарської та медико-соціальної експертної комісії тощо [27; 44]. Окрім того, на сайті «АрміяInform» ідеться про отримання одноразової грошової допомоги в разі встановлення інвалідності військовослужбовцю. Це відбувалося лише після того, як була надана довідка МСЕК (медико-соціальної експертної комісії). Особливим нюансом є те, що «встановлена інвалідність повинна бути пов'язана з виконанням обов'язків військової служби або погіршенням здоров'я військовослужбовця без призначення інвалідності, що настало внаслідок захворювання чи нещасного випадку, що мали місце в період проходження ним військової служби» [3]. Так було до 2024 р., наразі запроваджено інший підхід для встановлення інвалідності: «Інвалідність повнолітній особі встановлюється за результатами оцінювання повсякденного функціонування особи, проведеного експертною командою з оцінювання повсякденного функціонування особи (ЕКОПФО)» [2]. Із чітким коментарем юриста розміщено інформацію про грошові виплати та потрібну документацію на сайті «ТСН» у публікації П. Зайця «Виплати військовим за поранення чи інвалідність: як отримати грошову компенсацію» [16]. Аналогічну інформацію можемо дізнатись зі сторінок видання «Лівий берег», її надає депутат Верховної Ради Д. Маслов. До прикладу, ідеться про розмір виплати: «третя група інвалідності – близько 570 тис. гривень, друга група – 680 тис. гривень. При першій групі – майже мільйон гривень» [25]. Окрім того, у законодавстві є прогалини стосовно збільшеної допомоги, оскільки її отримують ті захисники, у яких погіршення здоров'я зафіксовано протягом двох років. Але бувають різні ситуації, і проблеми зі здоров'ям з'являються пізніше, тож депутат пропонує усунути цю соціальну несправедливість.

Для того, щоб отримати одноразову допомогу, військові з інвалідністю мають довести, що мають інвалідність. Журналістка Ірина Ухіна називає цей процес «бюрократичним пеклом для військових», яке протягом тривалого часу функціонує та створює значні перешкоди військовим після отримання ними інвалідності: «Поранені військові ЗСУ під час збору документів і проходження військово-лікарських комісій зіштовхуються з нескінченими чергами і бюрократією» [40]. Цю проблему порушує Масі Найєм, який отримав поранення і втратив око: «Черги і часом неприйнятне ставлення – не єдине, з чим зіштовхуються поранені військові. Найскладніше – зрозуміти, які документи потрібно зібрати, щоб оформити інвалідність, отримати одноразову грошову виплату за поранення, відпустку за станом здоров'я чи додаткові засоби реабілітації» [40]. За його сприяння було запущено правовий навігатор для поранених військовослужбовців, де зібрана така інформація: «евакуація та транспортування на лікування, лікування та довідка про обставини травми, проходження військово-лікарської комісії, лікування за кордоном, встановлення групи інвалідності у МСЕК та отримання одноразової грошової допомоги» [40]. Зміни в цій системі, вважає М. Найєм, сприятимуть виробленню поваги від цивільних людей та держави у ставленні до військового. Ця проблема також висвітлюється на сторінках медіаресурсу «Вікна» в інтерв'ю з М. Найємом, де він робить висновок стосовно відсутності культури надання інвалідності пораненим в українському просторі: «Тоді ці підходи були радянські з приниженням людської гідності в принципі. Не було жодної філософії. Зараз ми хочемо створити певну філософію, бо наразі у

суспільстві в нас є почуття величезної подяки військовим. Тобто зараз є момент, коли можна виправити минулі помилки» [9]. Про запровадження правового навігатора за сприяння Масі Найєма йдеться у публікації «Фактів» «Правовий навігатор для поранених військових. Масі Найєм про те, як подолати бюрократичне пекло під час оформлення інвалідності» [22]. Заголовки у виданнях говорять самі за себе стосовно цього питання: «Проблеми з оформленням статусу УБД для тисяч наших захисників уже вийшли за межі здорового глузду. У багатьох опускаються руки» [43]. Оскільки не завжди військовим, які отримали поранення та інвалідність, надаються якісні медичні послуги, правозахисниця Любов Галан та військовий Масі Найєм створили центр «Принцип». За їхніми словами, «організація перш за все добиватиметься того, щоб держава гідно ставилася до військовослужбовців, які ризикують заради неї життям і втрачають здоров'я. Ми добиватимемося, щоб військовим надавали послуги, зокрема, медичні, якісно і з повагою» [11]. У публікації порушувалися такі проблеми: відсутність знання про дії, які чекають на бійця та його родину після поранення; відсутність супроводу пораненого бійця за кордоном; подекуди вимагання хабарів при проходженні комісії за підтвердження їхньої інвалідності; неотримання повної реабілітації та повернення у такому стані на «нуль»; проблеми з медичною системою, відсутність цифровізації, через що військові змушені стояти днями в чергах. Один із військовослужбовців Мирослав Откович зазначав: «Немає де присісти – стоїш біля стіни. Багато хлопців з важкими пораненнями. Немає інформаційних табло, на яких би мав бути написаний перелік документів, з якими треба заходити до хірурга» [11]. Працівники організації «Принцип» на чолі М. Найємом наголошують на тому, що варто в сьгоднішніх умовах звертатися до депутатів і чиновників і в разі невиконання ними своїх обов'язків запускати так званий «шакалячий експрес» (колективна негативна реакція на дії якоїсь людини чи організації): «Коли таким людям будуть пальцем тикати, що саме через тебе людина з інвалідністю, яка втратила здоров'я на війні, не може нормально доїхати до магазину, тоді цій людині стає незручно в такому соціумі жити» [31].

Проблеми, пов'язані з роботою МСЕК та ВЛК та їх недосконалою роботою, порушуються в публікації «Обпечений воїн, що дивом вижив, досі не може отримати інвалідність». При цьому наголошено на тому, що військовий є батьком трьох дітей, а дружина є військовою, яка вже рік захищає Україну. За її словами, вона «шокована ставленням до військових і розповіла про беззаконня, яке відбувається у медико-соціальної експертній комісії... Навіщо ми пішли на цю війну? Щоб вони нам зараз ось так мізки виносили?» [28]. Це не суб'єктивна думка, оскільки в публікації наведено думки різних військових і кожен із них підтверджує відсутність поваги до військового при отриманні інвалідності, корупційність, бюрократію системи: «Прикро те, що це не поодинокий випадок. Хлопці воювали, отримали поранення, а потім ще мають доводити, що там були і дійсно постраждали. <...> Ми повинні цим хлопцям в ноги кланятися. <...> Серце кров'ю обливається, коли бачу хлопців з ампутацією чи на милицях у чергах до кабінетів», «Побратими скаржаться на ганебне ставлення до них, корупцію. Одних просто «ганяють» по пів року: 3–4 місяці розглядають документи, потім відправляють на доліковування, а врешті відмовляють». На період 2025 р. розроблено алгоритм отримання інвалідності внаслідок війни [18].

Завдяки медійному розголосу військові та журналісти, по-перше, намагаються полегшити життя військовим з інвалідністю, надаючи той перелік документів, який їм потрібен для встановлення інвалідності, по-друге, тримають руку на пульсі стосовно змін у проходженні медичної комісії, оскільки цей процес принижує гідність військових з радянських часів.

Порушенням прав людей з інвалідністю є обмеження їхнього руху, недоступності приміщень, транспорту тощо. З метою з'ясування думки військових, які отримали під час воєнних дій інвалідність, стосовно доступності міст та передмість журналісти провели опитування і встановили таке. До прикладу, у Львові військовослужбовці жаліються на недоступність, неможливість дібратися до місця призначення. С. Костишин, сержант 24-ї механізованої бригади, якому ампутували праву ногу, зазначає: «Коли їдеш на візку тротуаром, то спуститися з нього не завжди вдається. ... Коли я приїжджав на візку до Львова на реабілітацію з дружиною, то ми вдвох ледве справлялися з нормальним пересуванням, а коли залишився сам, то проїхав 20 метрів від дому і зрозумів, що це нереально, повернувся по милиці» [7]. У цій публікації порушуються проблеми необлаштованості громадського транспорту, мало низькопідлогових трамваїв, відсутність пандусів або, якщо вони справді є, то не завжди зручні. Військові порівнюють умови в США та Європі й відзначають справжню відповідальність соціальних служб в облаштуванні помешкання людини з інвалідністю, чого не можна сказати про Україну. «Зайди, якщо зможеш. Ветеранам з інвалідністю вкрай важко пересуватися українськими містами» – таку назву має дослідження, проведене командою Texty.org.ua у чотирьох містах: Києві, Запоріжжі, Житомирі, Луцьку. Йдеться не лише про недоступність у містах, а й у лікарнях. Військовослужбовець з інвалідністю Сергій Копищик, який взяв участь у дослідженні, зазначає: «У нас не медичні заклади, а якийсь жах просто. В одному госпіталі, де я лікувався, замість пандуса біля входу на сходах залили дві бетонні смуги. Там неможливо самому піднятися. Невдовзі в мене буде операція в госпіталі у Львові, я буду лежати в палаті без протезів певний час, тому не зможу навіть у туалет сам сходити, бо там всюди високі пороги». Загалом він «розчарований небажанням влади адаптувати міста для людей, які не можуть самостійно пересуватися» [15].

Наразі люди з інвалідністю мають детально продумати маршрут, оскільки не можуть усюди вільно пересуватися. У статті висловлюються думки не лише військових, а й керівництва міста Львова. На їхню думку, вони «неухильно дотримуються державних будівельних норм. ... діє програма доступності житлових приміщень для осіб з інвалідністю у колісних кріслах та з вадами зору... Міський автобусний транспорт переважно низькопідлоговий. Що стосується трамваїв, то тут цей відсоток звичайно менший, адже рухомий склад здебільшого старий» [7]. Про популярність соціального таксі у Львові говорить його засновник Ю. Лопатинський, але ця послуга на сьогодні не працює, оскільки не підтримується фінансово державою. Тож, проблема з тим, щоб дійти до місця призначення, досі є гострою для людей з інвалідністю. Авторка публікації піклується про те, що у майбутньому у Львові збираються відкривати реабілітаційні центри, такі як «Незламні» та «Superhumans», натомість проблема з доступністю досі є не вирішеною [7]. Аналогічну проблему озвучує військовий О. Будько, який втратив обидві ноги на війні: «У Києві це було ще не так складно, але у Рівному та Львові, де повно бруківки, майже нереально їздити на візку» [13]. Також про це йдеться у публікації «Пандус не для ветеранів»: щоб потрапити в магазин, ветеран війни викликав поліцію [38].

Окрім того, військові потребують психологічної підтримки, оскільки не кожен може впоратися і сприйняти ті події, які змінили його життя. «Як психологічно реабілітувати українських військових» – таку назву має публікація на «ВоксУкраїна», де йдеться про адекватну психологічну допомогу військовослужбовцям. Т. Мизнікова пропонує застосовувати комплексний реабілітаційний підхід – арттерапію, іпотерапію, трудотерапію [26]. На сайті медіаресурсу «Глузд» надано перелік організацій та центрів, де військові з інвалідністю можуть отримати психологічну допомогу. До прикладу, «Побратими», «Veteran Hub», Офіс підтримки родин військовослужбовців, Кризовий центр медико-психологічної допомоги, Дім ветерана тощо [8]. Незважаючи на те, що цей аспект є одним із важливих, йому недостатньо уваги приділено в медіа. Трапляються поодинокі публікації, які не становлять системності.

Важливим є висвітлення реабілітаційного аспекту, оскільки таким чином користувач має можливість зрозуміти, що наразі робить держава, щоб відновити здоров'я військового. Так, у публікації Г. Терещук «Якби я міг, то повернувся б на службу» – йдеться про воїнів, які отримали інвалідність та проходять реабілітацію. Журналістка з'ясовує, яким чином відбувається реабілітація поранених бійців, наскільки складно їм відновлюватися, розповідає про особливості роботи реабілітаційного центру «Галичина», де наразі проживають і проходять реабілітацію близько 250 чоловіків, які втратили руки або ноги. Авторка захоплюється прагненням військових з інвалідністю після протезування повернутися на поле бою: «І якби була можливість, я б повернувся на службу», «... мене нервує, що я так швидко, бо хотілося побільше воювати. ... Не знаю, чи вийде мені повернутися назад до хлопців, розумію, що на передову навряд чи візьмуть. Хочу туди і все» [36]. Але в багатьох виникають питання, як діяти далі: «Незрозуміла послідовність дій: чим закінчується реабілітація, який термін. А якщо за цей термін не готова кукса під протезування, то що далі? Повертатися, куди? Де проходити подальшу реабілітацію, допоки протезування буде готове і рука відновлена?». Наразі в Україні не налагоджена системна реабілітація. Про це йдеться в публікації «Реабілітація лише на паперах»: як в Україні відновлюють здоров'я військових після поранень». Наголошено, у першу чергу, на дефіциті реабілітологів, а також на наявності чіткої та зрозумілої реабілітації: «У нас є така курортно-санаторна система, коли люди їдуть у якісь санаторії, 20 днів вони щось там роблять і це щось типу реабілітації радянського типу. ... У сучасній реабілітації немає масажу, усіяких ванн, грязей, п'явок – це якась така дичина, це середньовіччя якесь. ... У нас немає школи реабілітації і дуже мало людей, які розуміють, що це таке» [33]. Наразі неспівмірними є кількість центрів із сучасною реабілітацією та кількістю військових, які її потребують. Ці слова знаходять підтвердження в публікації «Сталеві кінцівки: як військовим повертають ноги і руки, втрачені на війні з росією». Експерт О. Толкачова, керівниця патронатної служби «Азову», зазначає, що «в Україні катастрофічно не вистачає реабілітаційних центрів та професійних реабілітологів. Усе це сповільнює роботу системи» [21], реабілітація та протезування набули розвитку в Україні протягом останніх років, відповідно, для того щоб отримати якісний протез, не потрібно їхати за кордон, але при цьому наводяться думки військових, що вони не до кінця задоволені якістю протезів: «Влад дуже радий, що йому пощастило протезуватися за кордоном. Він пригадує своїх побратимів, які отримали протез в попередні роки. Вони скаржились на дискомфорт і не функціональність виробу» [21].

Фактично одразу після початку війни влада ухвалила закон про реабілітацію постраждалих під час війни, зокрема «забезпечення допоміжними засобами реабілітації осіб, які під час служби, трудової та іншої діяльності, а також внаслідок проживання на відповідній території, отримали поранення, контузію, каліцтво або захворювання внаслідок збройної агресії рф» [30]. Через певний час з'явилася постанова, за якою військові можуть отримати протез та почати реабілітуватися до встановлення статусу особи з інвалідністю, оскільки раніше це можна було зробити тільки після цього процесу [39]. Зокрема, в медіа можна з'ясувати, яким є алгоритм отримання допоміжних реабілітаційних засобів [1]. Таким чином, можемо встановити, що зараз не налагоджено системну реабілітацію, яка часто перегукується з радянським санаторно-курортним лікуванням, сучасна

реабілітація є, але недостатня кількість центрів та фахівців. Часто через невпевненість у якості українського протезування військові звертаються до закордонних лікарів, відповідно, держава має подбати про належну якість виробництва українських протезів та сучасність реабілітаційного відновлення людей.

В освітньому середовищі з'явилися нововведення, які стосуються військових з інвалідністю, де йдеться про отримання ваучерів для навчання з метою бути конкурентоспроможними на ринку праці. Ідеться про будівництво, будівельну інженерію, кібербезпеку, інженерію програмного забезпечення тощо [9; 10]. Тобто військові, незважаючи на набуття інвалідності, мають можливість здобути освіту та реалізувати себе в житті.

Українське суспільство перебуває в процесі інтеграції людей з інвалідністю, тому не завжди толерантно себе поводить або через незнання, або через небажання заглиблюватись у чужі проблеми. Журналісти акцентують на змінах у суспільній свідомості стосовно сприйняття воїнів з інвалідністю, яке не завжди є позитивним. Як приклад, у подкасті «Людей на милицях, візках та з протезами ставатиме все більше: як війна змінить наше суспільство» порушуються такі питання, як подолання стресового стану, депресії після отримання інвалідності. Олександр Терещенко, кіборг, Народний герой України, наголошує на важливості прагнути до самостійності. «Нам ніхто нічого не винен» – цей девіз є провідним серед військових, які отримали інвалідність. Вони об'єднуються, підтримують один одного. Однією з проблем, на думку військового, є ставлення суспільства до людей з інвалідністю: «Інколи бісило, коли на мене витріщалися. Хотілося підійти та запитати, що ж зі мною не так, чи просто, перепошую, послати. Є багато таких жалісливих, які дивляться на тебе крізь сльози, шкодують тебе, хрестяться. Це в зайве повертає тебе до того, що з тобою сталося» [14]. На важливості загальної підтримки наголошує В. Ільчук – ветеран, спеціаліст по роботі зі стресом та подоланням наслідків психологічної травми. Він стверджує: «ПТСР (Посттравматичний стресовий розлад) розвивається більше у мирному житті. При нерозумінні з боку оточення. Загальна підтримка – дуже важлива» [14].

З метою підготовки суспільства до того, що кількість людей з інвалідністю збільшуватиметься, журналісти публікують історії з життя військових, які пережили поранення, ампутацію. Як приклад, у «Фокусі» в статті «Схопили кадирівці, в Донецьку ампутували руку. Історія полону і спасіння Миколи з Маріуполя» О. Ходько розповідає про Миколу Бурлаку, який втратив у полоні руку, що можна було врятувати. У публікації «“Я прокинулася в новому тілі й не знала, як жити далі”. Історія військової, яка втратила ногу» головна героїня Руслана Данілкина боялася, що її не прийме світ і що вона нікому не буде потрібна, тобто для постраждалих на першому місці є те, як їх сприйматиме оточення. Авторка публікації зазначає, що родина Данілкиних вирішила зробити так, щоб Руслана «ніколи не почувалася як “нікому непотрібний інвалід”, а лише як дівчина-героїня, якою пишатимуться» [20].

Суспільство наразі не розуміє, як себе поводити, спричиняючи ще більшу пригніченість Руслани: «Людина спершу дивиться на мої ноги, потім підіймає очі на мене. У цей момент наш поглядя, зосереджуються, і їм також незручно. ... Я намагаюся усміхатися людям, які на мене дивляться, особливо дітям, які з цікавістю розглядають, що зі мною трапилось. Натомість батьки намагаються перемкнути їх увагу без жодних пояснень» [20]. Як бачимо, проблема сприйняття людей з інвалідністю в суспільстві є, відсутність культури поведінки соціуму сприяє укоріненню стереотипів та погіршенню морального стану людини.

О. Будько, який втратив обидві ноги на фронті, також помітив, «що люди часто опускають очі, побачивши ампутації». Щоб змінити сприйняття суспільства, львівська фотографка Марта Сірко, згадавши, «як у музеях люди стають у довгі черги, щоб подивитися на прекрасні давньоримські статуї, хоча у багатьох із них теж немає рук, ніг чи носа, вирішила зробити фотосесію для цього хлопця, показати людям “живі монументи”, найближчих свідків війни», якими варто захоплюватись. Це було зроблено також для того, щоб, за словами Олександра, «надихнути побратимів не соромитися» та акцентувати на тому, що соціум повинен навчитися керувати своїми емоціями та дотримуватися культури поведінки стосовно людей з інвалідністю: «... люди помалу переоцінюють ситуацію, яка є і буде в нашій країні» [13]. Побувши в Америці на протезуванні, Олександр ділиться враженнями від ставлення до людей з інвалідністю там: «Буває, ідеш по вулиці і діти можуть звернути увагу та запитати щось батьків, але загалом суспільство реагує не так помітно – можливо через те, що там раніше це було поширено, і зараз вважається нормальним». Військовий вважає, що у нас «трохи є пережитки «совка», в якому «не було інвалідів, тому що їх не бачили» [13]. Досвід людей, як цивільних, так і військових, які втратили кінцівки під час війни, досліджує фотожурналіст Associated Press Еміліо Моренатті [29], з'ясовує, як ці люди намагаються примиритися з новою реальністю, публікує їхні фото як свідчення цієї жорстокої війни.

Не лише сприйняття оточення, а й ставлення в родині змінюється до військового, який повертається додому з інвалідністю. У той час, коли саме сім'я має бути опорою та підтримкою для ветерана, часто починаються непорозуміння, і родина руйнується. Є випадки, коли, навпаки, об'єднується і стає міцнішою. Це залежить від поваги, відсутності гіперопіки, сприйняття як повноцінної людини. Про це йдеться в публікації А. Іванців «Якщо інвалідність стає для людей приводом закінчити стосунки, це не стосунки». Історія родини ветерана ЗСУ» [17]. Військові з

інвалідністю вбачають ідеальне суспільство у тому, «коли є повага один до одного, незалежно від того, чи є в мене травма, чи я служив, чи я не служив. Потрібно допомагати, якщо ти бачиш, що комусь складно, чи просто можна підійти допомогти будь-кому, незалежно від того, чи це людина з протезом, чи без» [24].

З огляду на свіжість подій журналісти, висловлюючи захоплення стосовно військових з інвалідністю, часто героїзують їх. З одного боку, це сприяє збільшенню поваги до них у суспільстві, мотивує тих, хто опинився в подібному становищі і, лише дивлячись на чийсь випадок, знаходить у собі сили жити далі, з іншого боку, героїзуючи їх, журналісти накладають на цих людей міфічну відповідальність у виконанні чогось нереального, унаслідок чого суспільство очікує від них і надалі героїчних вчинків.

До прикладу, в українському суспільстві негативно реагують на тих чоловіків, які ухиляються від призову і намагаються прорватися за кордон. У цьому контексті героїзують тих військових, які мають інвалідність, але при цьому йдуть служити і боронити Україну від ворога. У публікації «Про військових з інвалідністю, які нас захищають, та здорових ухилиянтів, які прориваються через кордон», В. Крук, журналіст «Телеграфу», розповів про знайомих, які мають інвалідність і можуть не призватися до служби, але натомість вчинили інакше. Так, автор говорить, що на питання «Як це вдалося?» наголошує на тому, що почув відповідь «справжнього чоловіка». До прикладу, вони промовчали у військкоматі стосовно інвалідності, оскільки розуміли, що їх так не візьмуть: «Інакше поступити не міг – адже на мою країну напав ворог і Україну треба комусь захищати» [23]. Тобто того ж вчинку суспільство очікуватиме й від інших військових з інвалідністю, які за станом здоров'я не можуть собі цього дозволити.

Особливо героїзують тих військових з інвалідністю, які, попри складнощі, роблять героїчні подвиги і таким чином допомагають зібрати великі кошти для допомоги ЗСУ. Про це йдеться, до прикладу, у статті О. Ходько «Як ветеран АТО на протезі назбирав 7 млн на ЗСУ – неймовірна історія Олександра Швецова». Цей чоловік отримав поранення на сході країни, втратив ногу, щоб допомогти ЗСУ, вирішив пройти пішки Україною. Авторка захоплюється цим ветераном і говорить: «Ця історія – про надзвичайну кмітливність, віру в перемогу та український характер» [41]. Про патріотичну піднесеність та витривалий характер свідчить фраза Олександра: На протезі не легко йти, але коли таке відбувається, то ти не помічаєш фізичних труднощів. ... часто буває, що болить кукса ноги. А цього разу боліла ще й здорова нога, мабуть, тому, що на неї йшло навантаження» [41].

У цьому контексті можна навести публікацію «У Раді запропонували набирати в армію людей з інвалідністю: умови мобілізації», оскільки такий заголовок може привернути увагу і наголосити на тому, що навіть люди з інвалідністю йдуть на війну. Таким чином намагаються показати відмінності між здоровими чоловіками, які відмовляються йти служити, та людьми, які мають інвалідність, і можуть йти служити добровільно. Аналогічно мовиться про військових з інвалідністю в повідомленні «“Поставимо ногу і поїдемо далі воювати”: поранені воїни ЗСУ готові повернутися в бій після реабілітації». Про бажання повернутися на передову йдеться у статті Є. Ковалевської «Сталеві кінцівки: як військовим повертають ноги і руки, втрачені на війні з росією», де ті військові, що отримали інвалідність, після реабілітації або планують повернутися на «нуль» («Буду проситися назад, бо цю війну треба закінчити»), або вже це зробили («Після протезування і реабілітації військовий повернувся на службу в ЗСУ»). У публікації «Втратив ногу і повертається до війська – історія бійця Миколи Заріцького з Сумщини» розповідається про військового, який втратив ногу, наступивши на протипіхотну міну. При цьому показуються його зусилля, які він робить, незважаючи на біль: «Тренування, незважаючи на біль, чоловік не залишив. Шестикратний чемпіон України з бігу на середні дистанції, Микола Заріцький відвідує спортивний зал майже щодня. ... У найближчих планах – повернутися до війська» [12]. У заголовку «Історія незламного воїна, який втратив ногу на війні, а після лікування у Вінниці і протезування, на сноуборді спускається з гір» та в тексті Максима Даценка героїзують, надаючи йому рис незламності через його намагання кататися, попри відсутню кінцівку, на сноуборді [19]. Зрозуміло, що це ті дії, які викликають захоплення читачів, але останні вважатимуть, що і всі інші військові також повинні таким чином себе проявляти.

Українське суспільство фінансово допомагає воїнам-захисникам, які отримали інвалідність унаслідок бойових поранень. Часто волонтери їм збирають кошти на лікування та протезування. Медіа підтримують та розміщують такі повідомлення в себе на сторінках. Наприклад, «У Львові на аукціоні збиратимуть кошти для військового Михайла Варварича, який втратив ноги» (Твоє місто), «Волонтери за добу назбирали мільйон гривень на протези військовому, який втратив на війні обидві руки, одну ногу та одне око» (Свідомі), «Втратив ліву ногу, лікарі борються за праву: військовому з Житомирщини потрібна допомога» (Перший Житомирський) тощо.

Окрім того, у медіа публікують історії із життя військових з інвалідністю, що є позитивною тенденцією, оскільки таким чином читач дізнається, якою ціною дістається перемога Україні, водночас мотивує тих, хто отримав інвалідність: «Волинянин, який втратив на війні ноги, знову почав ходити», «Зворушливо: Українські зірки об'єдналися, щоб підтримати військового, який втратив кінцівку на війні», «Повернутися з пекла. Фоторепортаж з реабілітаційного центру, який ставить на ноги евакуйованих з “Азовсталі”», «Солдати, які втратили ноги в Україні, заново вчаться ходити

в Америці» [32], «Американська компанія перебралась до Закарпаття заради українських військових», «Прикарпатському військовому, який втратив ноги, в США повертають і зір», «У США безплатно протезують бійців ЗСУ, які втратили ноги чи руки». На «Суспільному» публікують розповіді військових з інвалідністю, розповідають, як було отримано поранення, як людина пристосовується до життя: «Втратив ногу на фронті, захищаючи Херсонщину: військовий з Одеси на псевдо "Маєстро", чекає на протез», «До тіла ніби приліпили пластилін». Військовий з Чернівців втратив ногу на війні та знову вчиться ходити на протезі» та інші.

Волонтери, психологи, журналісти, ведучі висловлюють свої думки на власних сторінках у соціальних мережах стосовно військових, які отримали інвалідність. Наприклад, головна редакторка редакції документальних програм на Першому каналі Євгенія Подобна висловила думку про соціально-правову модель у ставленні до людей з інвалідністю, коли «не ветеранів треба адаптовувати до решти суспільства, а країну адаптовувати до ветеранів», вона акцентує на тому, що на цей момент можна буде з легкістю отримати гранти на різного роду громадські об'єднання чи історії з «реабілітації ветеранів», при цьому буде багато тих, хто прагнучиме лише заробити, тому, на її думку, найоптимальнішим варіантом є те, щоб ветерани працювали з ветеранами, освоювали нові професії, допомагали побратимам морально, психологічно: «І передусім аби ветерани ставали психологами і займались психологічною реабілітацією побратимів. Це про кредит довіри і про краще розуміння, бо люди говорять однією мовою» [34]. Вважаємо, що з військовими з інвалідністю мають працювати як ті, хто отримав аналогічні поранення, так і ті, хто без інвалідності, оскільки таким чином військовий не закриватиметься у собі і не взаємодітиме в обмеженому середовищі.

Юлія Забеліна, політичний журналіст, волонтер, психолог, відзначає: військові, які отримали інвалідність, зазвичай, не хочуть, щоб їм допомагали, ставилися по-особливому «ані як до надлюдина чи героя, ані як до того, кому постійно потрібне надзвичайне піклування. А щоб відносилися як до людини – живої, яка зникає до іншої реальності і хоче, щоб його тут зустріли, у цьому новому досвіді. Ми говоримо про його поранення, але не фокусуємось на цьому, щоб за пораненням продовжувати бачити людину» [35]. Журналістка спостерігає за тим, як «люди намагаються зліпити образ героя, надлюдина, ніби вони апріорі потребують іншого ставлення, ніж інші люди. Відбувається, хочуть того чи ні, дегуманізація, створення супергероя, міфу, винесення за дужки іншої частини суспільства. <...> Нам же треба поєднувати повернення з інтеграцією» [35]. Відповідно, суспільство має якомога більше дізнаватися про життя військових з інвалідністю, взаємодіяти з ними й максимально інтегрувати їх у соціум, адаптувати до нових реалій і адаптуватися самим.

З метою побачити зміни в медіа стосовно появи цих проблем та їхньої активності у висвітленні інформації про військових з інвалідністю, ми на основі моніторингу публікацій «Суспільне новини» за березень 2021, 2022, 2023, 2024, 2025 рр. встановили: у середньому це видання оприлюднює за 1 день у середньому 400 повідомлень. Протягом п'яти років кількість публікацій про людей з інвалідністю хоч і повільно, але збільшується. У березні 2021 р. було опубліковано 40 заміток, у березні 2022 р. під час повномасштабної війни ця кількість становила 42, у березні 2023 р. стала помітною тенденція, незважаючи на те, що війна йде з 2014 р., до появи публікацій про військових з інвалідністю. Так, із 50 повідомлень 10 були присвячені безпосередньо військовим, у першу чергу, ішлося про поранення, яких ті зазнали, та реабілітаційні дії: «У Рівному облаштовують реабілітаційний центр для ветеранів. Як це має працювати», «Знову вчаться побутових рухів і відновлюються після поранень», «Як працює відділення реабілітації в Чернівцях», «"Я військовий, тому здаватися не звик": боєць, який реабілітується на Рівненщині, мріє стати психологом». Ці та інші замітки свідчать про позицію медіа до акцентування на потребах військових з інвалідністю, їхніх втратах та героїзмі. У 2024 р. оприлюднено 62 публікації, із них 28 присвячені військовим з інвалідністю; у 2025 р. – 57, із них 22 – військовим з інвалідністю. Наразі, порівнявши за той самий відрізок часу (березень, 2023) замітки в «Українській правді», можемо відзначити: на сайті «Суспільного» 10 заміток, на сайті «Української правди» – лише 1 («Апгрейд» тіла. Як сучасні технології допомагають українським військовим відновлюватися»). У 2025 р. на сайті «Суспільне.Новини» – 22 повідомлення, на сторінках інтернет-видання «Українська правда» – 2.

Наразі юристи, медійники, працівники соціальних служб та інші упевнені в тому, що українське законодавство потрібно змінювати, покращувати, але, як відзначають на сайті Національної асамблеї людей з інвалідністю, при цьому очевидно є «як неготовність суспільства, так і неготовність держави адаптуватися до нової реальності, спрощувати та реформувати інституції» [24].

IV. Висновки

Таким чином, з огляду на проведене дослідження публікацій у медіа, можемо назвати ті аспекти, на які найчастіше звертається увага: правовий, соціальний, медичний, реабілітаційний, психологічний та освітній, а також відзначити колізійність держави, українського суспільства, медіа у ставленні до військових з інвалідністю. У цьому контексті медійники акцентують на позитивному ставленні держави до українських військових, захопленні їхньою сміливістю, але при цьому відзначають проблемність щодо отримання статусу особи з інвалідності. У публікаціях ідеться про корумпованість, бюрократизованість цього процесу, неповагу до військових і волонтерів з

інвалідністю, відсутність послуги цифровізації та належного інформування. Журналісти наголошують на тому, що доброзичливе ставлення медичного персоналу корелює подекуди з неякісними медичними послугами, вимаганням хабарів за надання статусу інвалідності, недбалістю та непідготовленістю працювати з військовими. У медіа часто порушуються проблеми, пов'язані з недоступністю, що на сьогодні стають ще гострішими порівняно з довоєнним періодом, оскільки зараз збільшилася кількість людей, які не мають можливості через набуту інвалідність дібратися до місця призначення. Окрім того, в українському медіапросторі акцентовано відсутність системної сучасної реабілітації, що, відповідно, сприяє виїзду військових за кордон з метою отримання якісного лікування та протезування. Освітній та психологічний аспекти в медіа представлені бідно. Публікації на цю тематику є поодинокими. Проблема сприйняття людей з інвалідністю була і є наразі однією з найважливіших, про що йдеться в медіа, оскільки для військових з інвалідністю важливо зуміти адаптуватися до тих реалій, у яких вони опинилися. З коментарів військових ми бачимо, що це для них важливо, натомість суспільство не змогло ще виробити культуру спілкування із цими людьми. У такій ситуації потрібно максимально задіювати військових з інвалідністю у всіх сферах життя, не давати закритися в обмеженому колі спілкування, ставитися як до повноцінних членів суспільства. У публікаціях на сьогодні помітна тенденція до героїзації військових з інвалідністю, що, з одного боку, збільшує повагу до них, сприяє мотивації інших людей, з іншого – накладає на них відповідальність до здійснення подекуди нереальних речей.

На прикладі «Суспільного новини» відзначено тенденцію до збільшення повідомлень про людей з інвалідністю, зокрема про військових, які отримали інвалідність під час війни. Це свідчить про активність журналістів, їхню зацікавленість темою.

Список використаної літератури

1. Алгоритм отримання допомірних засобів реабілітації. *Армія FM*. 2022. URL: <https://www.armyfm.com.ua/ua/algorithm-otrimannya-dopomizhnogo-zasobu-reabilitacii/> (дата звернення: 30.10.2025).
2. Базова інформація про інвалідність. *Конфедерація роботодавців України «Разом долаємо бар'єри»*. URL: <https://pwd.employers.org.ua/ua> (дата звернення: 30.10.2025).
3. Березинський І. Одноразова грошова допомога у разі встановлення інвалідності. *АрміяInform*. 2022. URL: <https://armyinform.com.ua/2022/06/14/odnorazova-groshova-dopomoga-u-razi-vstanovlennya-invalidnosti/> (дата звернення: 30.10.2025).
4. Бідзіля Ю., Толочко Н. Медіаобраз ветерана війни в регіональному онлайн-дискурсі: об'єктивність, упередженість та стандарти журналістики. *Наукові записки інституту журналістики*. 2025. № 87 (2). С. 176–189.
5. Брензей Я. Як подолати бюрократичне пекло: Масі Наєм розповів про допомогу пораненим військовим. *Вікна*. 2023. URL: <https://vikna.tv/video/eksklyuzyvy/masi-nayem-rozproviv-pro-dopomogu-poranenym-vijskovym/> (дата звернення: 30.10.2025).
6. Будняк К. Вербальна та візуальна репрезентація українських військовослужбовців після отриманих поранень: обмежено придатним, із інвалідністю та протезуванням. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2025. № 36 (75) (5). С. 163–169.
7. Вареник Н. «Для візочника у Львові є два варіанти – дім і балкон». Що можна змінити?. *Твоє місто*. 2023. URL: https://tvoemisto.tv/exclusive/dlya_vizochnyka_u_lvovi_ie_dva_varianty_dim_i_balkon_c_hy_inklyuzyvnyu_ie_nashe_misto_145719.html (дата звернення: 30.10.2025).
8. Варчук Ю. Психологічна допомога військовим та їхнім родинам. *Глузд*. 2022. URL: <https://gluzd.org.ua/articles/psykholohichna-dopomoha-viiskovym-ta-ikhnim-rodynam/> (дата звернення: 30.10.2025).
9. Військовим, пораненим та людям з інвалідністю дозволили отримувати ваучери на перекваліфікацію та навчання. *ZMINA*. 2023. URL: <https://zmina.info/news/vijskovym-poranenym-ta-lyudyam-z-invalidnistyu-dozvolyly-otrymuvaty-vauchery-na-perekvalifikacziyu-ta-navchannya/> (дата звернення: 30.10.2025).
10. Військові та люди з інвалідністю зможуть отримати ваучери на навчання. *True UA*. 2023. URL: <https://trueua.info/news/viyskovi-ta-lyudy-z-invalidnistyu-zmozhut-otrymaty-vauchery-na-navchannya> (дата звернення: 30.10.2025).
11. Войтюк Т. «Боремося, щоб медичні послуги надавали якісно». Як правозахисний центр «Принцип» допомагає пораненим бійцям з ВЛК. *Суспільне новини*. 2023. URL: <https://suspilne.media/402548-boremosa-sob-medicni-poslugi-nadavali-akisno-ak-pravozahisnij-centr-princip-dopomagaє-poranenim-bijcam-z-vlk/> (дата звернення: 30.10.2025).
12. Втратив ногу і повертається до війська – історія бійця Миколи Заріцького з Сумщини. *Сумські дебати*. 2023. URL: <https://debaty.sumy.ua/news/vtrativ-nogu-i-povertayetsya-do-vijska-istoriya-bijtsya-mikoli-zaritskogo-z-sumshhini> (дата звернення: 30.10.2025).
13. Громлюк І. «Втратив ноги і тепер маю шість залізних». Історія військового, якого називають українським Ремарком. *BBC News Україна*. 2023. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/c87vd3pm17uo> (дата звернення: 30.10.2025).

14. Срмолаєва В. Людей на милицях, візках та з протезами ставатиме все більше: як війна змінить наше суспільство?. *Громадське радіо*. 2022. URL: <https://hromadske.radio/podcasts/de-ne-stoiatymu-vystoiu/1113909> (дата звернення: 30.10.2025).
15. Зайди, якщо зможеш. Ветеранам з інвалідністю вкрай важко пересуватися українськими містами / В. Павленко та ін. *Texty.org.ua*. 2023. URL: <https://texty.org.ua/projects/110205/zajdy-yaksho-zmozhesh-veteranam-z-invalidnistyu-vkraj-vazhko-peresuvatysya-ukrayinskymy-mistamy/> (дата звернення: 30.10.2025).
16. Заяц П. Виплати військовим за поранення чи інвалідність: як отримати грошову компенсацію. *ТСН*. 2023. URL: <https://tsn.ua/ukrayina/viplati-viyskovim-za-poranennya-chi-invalidnist-yak-otrimati-groshovu-kompensaciyu-2284819.html> (дата звернення: 30.10.2025).
17. Іванців А. «Якщо інвалідність стає для людей приводом закінчити стосунки, це не стосунки». Історія родини ветерана ЗСУ. *Суспільне Новини*. 2023. URL: <https://suspilne.media/342530-akso-invalidnist-stae-dla-ludej-privodom-zakinciti-stosunki-ce-ne-stosunki-istoria-rodini-veterana/> (дата звернення: 30.10.2025).
18. Інструкція і порядок. Як отримати статус особи з інвалідністю внаслідок війни та хто має таке право в Україні. *NV*. 2025. URL: <https://nv.ua/ukr/ukraine/events/osoba-z-invalidnistyu-vnaslidok-viyni-yak-otrimati-status-hto-maye-take-pravo-novini-ukrajini-50522831.html> (дата звернення: 30.10.2025).
19. Історія незламного воїна, який втратив ногу на війні, а після лікування у Вінниці і протезування, на сноуборді спускається з гір. *Вінниця.info*. 2023. URL: <https://vinnitsa.info/article/istoriya-nezlamnoho-voyna-yakyy-vtratyv-nohu-na-viyni-a-pislya-likuvannya-u-vinnytsi-i-protezuвання-na-snoubordi-spuskayet-sya-z-hir> (дата звернення: 30.10.2025).
20. Ковалевська Є. «Я прокинулася в новому тілі й не знала, як жити далі». Історія військової, яка втратила ногу. *BBC News Україна*. 2023. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/cd1m2ynm34ro> (дата звернення: 30.10.2025).
21. Ковалевська Є. Сталеві кінцівки: як військовим повертають ноги і руки, втрачені на війні з Росією. *BBC News Україна*. 2022. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-63004666> (дата звернення: 30.10.2025).
22. Кожушко А. Правовий навігатор для поранених військових. Масі Найєм про те, як подолати бюрократичне пекло під час оформлення інвалідності. *Факти*. 2023. URL: <https://fakty.com.ua/ua/ukraine/suspilstvo/20230319-pravovyj-navigatori-dlya-poranenyh-viyskovykh-masi-nayem-pro-te-yak-podolaty-byurakratychne-peklo-pid-chas-oformlennya-invalidnosti/> (дата звернення: 30.10.2025).
23. Крук В. Про військових з інвалідністю, які нас захищають, та здорових ухилиянтів, які прориваються через кордон. *Телеграф*. 2022. URL: <https://www.telegraf.in.ua/blog/10110389-pro-zahisnikiv-z-invalidnistju-jaki-nas-zahischajut-ta-uhiljantiv-jaki-prorivajutsja-cherez-kordon.html> (дата звернення: 30.10.2025).
24. Лавренко С., Одусанво В. «За пандус тобі треба рвати зубами». Реінтеграція українських військових після поранення. *INVAK.INFO – інформаційне агентство та портал для людей з інвалідністю*. 2023. URL: <https://invak.info/novosti/za-pandus-tobi-treba-rvati-zubami-reintegraciya-ukrayinskikh-viyskovikh-pislya-poranennya.html> (дата звернення: 30.10.2025).
25. Маслов Д. Виплати військовим та їх сім'ям – питання честі й совісті держави. *LB.ua*. 2022. URL: https://lb.ua/blog/denys_maslov/522075_viplati_viyskovim_ih_simyam-.html (дата звернення: 30.10.2025).
26. Мизнікова Т. Як психологічно реабілітувати українських військових. *Вокс Україна*. 2015. URL: <https://voxukraine.org/yak-psyhologichno-reabilituvaty-viyskovykh> (дата звернення: 30.10.2025).
27. Новак А. Як отримати статус особи з інвалідністю внаслідок війни?. *Українська правда*. 2022. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2022/08/1/7361342/> (дата звернення: 30.10.2025).
28. Обпечений воїн, що дивом вижив, досі не може отримати інвалідність. *33-й Новини*. 2023. URL: <https://33kanal.com/news/207768.html> (дата звернення: 30.10.2025).
29. Павленко А. Тіла війни. НВ публікує жорстокі й чесні фото українців, які втратили кінцівки через війну, зняті журналістом Еміліо Моренатті. *НВ*. 2022. URL: <https://nv.ua/ukr/ukraine/events/viyna-v-ukrajini-chesni-foto-lyudey-yaki-vtratile-kincivki-vid-fotografa-associated-press-novini-50243539.html> (дата звернення: 30.10.2025).
30. Рада ухвалила закон про реабілітацію постраждалих під час війни росії проти України. *Укрінформ*. 2022. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3445790-rada-uhvalila-zakon-pro-reabilitaciyu-postrazdalih-pid-cas-vijni-rosii-proti-ukraini.html> (дата звернення: 30.10.2025).
31. Рожновська Т., Курта О. Реформа МСЕК і ВЛК, порушення прав військових і ветеранів. Інтерв'ю з Масі Найємом. *Суспільне Ужгород*. 2024. URL: <https://suspilne.media/uzhhorod/880681-reforma-msek-i-vlk-porusenna-prav-viyskovykh-i-veteraniv-intervu-z-masi-najemom/> (дата звернення: 30.10.2025).
32. Солдати, які втратили ноги в Україні, заново вчаться ходити в Америці – репортаж The New York Times. *Полтавська хвиля*. 2023. URL: <https://poltavawave.com.ua/soldati-iaki-vtratile>

- poj-v-ukrayini-zanovo-vchatsia-khoditi-v-ameritsi----reportazh-the-new-york-times/ (дата звернення: 30.10.2025).
33. Стебловська А. «Реабілітація лише на паперах»: як в Україні відновлюють здоров'я військових після поранень. *Суспільне медіа*. 2022. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3445790-rada-uhvalila-zakon-pro-reabilitaciju-postrazdalih-pid-cas-vijni-rosii-proti-ukraini.html> (дата звернення: 30.10.2025).
 34. Сторінка Podobna Evgeniya. *Facebook*. URL: <https://www.facebook.com/evgeniya.podobna> (дата звернення: 30.10.2025).
 35. Сторінка Zabelina Yulia. *Facebook*. URL: <https://www.facebook.com/yulia.zabelina.9> (дата звернення: 30.10.2025).
 36. Терещук Г. «Якби я міг, то повернувся б на службу» - захисники, які чекають на протезування. *Радіо Свобода*. 2023. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/protez-poranennya-reabilitatsiya-viyna/32273011.html> (дата звернення: 30.10.2025).
 37. Терюханова М. Яка кількість людей з інвалідністю в Україні у 2025 році. *Факти*. 2025. URL: <https://fakty.com.ua/ua/ukraine/20251203-yaka-kilkist-lyudej-z-invalidnistyu-v-ukrayini-u-2025-goczi/> (дата звернення: 30.10.2025).
 38. Українська М. «Пандус не для ветеранів»: щоб потрапити в магазин, ветеран війни викликав поліцію. *Телеграф*. 2025. URL: <https://www.telegraf.in.ua/topnews/10140741-schob-potrapiti-v-magazin-veteran-vijni-viklikav-policiju.html> (дата звернення: 30.10.2025).
 39. Українські військові зможуть отримати протез і розпочати реабілітацію до встановлення інвалідності. *Білопілля City*. 2022. URL: <https://bilopillia.city/articles/246884/ukrainski-vijskovi-zmozhut-otrimati-protez-i-rozpochati-reabilitaciju-do-vstanovlennya-invalidnosti> (дата звернення: 30.10.2025).
 40. Ухіна І. Бюрократичне пекло для поранених. *DW*. 2023. URL: <https://www.dw.com/uk/burokraticne-peklo-dla-poranenih-vijskovih-ak-projti-medkomisiu-i-ne-zbozevoliti/a-65108875> (дата звернення: 30.10.2025).
 41. Ходько О. Як ветеран АТО на протезі назбирав 7 млн на ЗСУ – неймовірна історія Олександра Швецова. *Фокус*. 2022. URL: <https://focus.ua/uk/voennye-novosti/535901-veteran-ato-na-protezi-nazbirav-7-mln-na-zsu> (дата звернення: 30.10.2025).
 42. Хто належить до осіб з інвалідністю внаслідок війни?. *Офіційний портал Києва. Київська міська рада*. URL: https://kyivcity.gov.ua/pilhy_dovidky_ta_sotsialnyi_zakhyst/invalidam/khto_nalezhyt_do_invalidiv_viiny/ (дата звернення: 30.10.2025).
 43. Чернев Є. Проблеми з оформленням статусу УБД для тисяч наших захисників уже вийшли за межі здорового глузду. У багатьох опускаються руки. *Гордон*. 2023. URL: <https://gordonua.com/ukr/blogs/egor-chernev/problemi-z-oformlennjam-statusu-ubd-dlja-tisjach-nashih-zahisnikiv-uzhe-vijshli-za-mezhi-zdorovogo-gluzdu-u-bagatoh-opuskajutsja-ruki-1656275.html> (дата звернення: 30.10.2025).
 44. Як ветеранам оформити інвалідність. *Українформ*. 2023. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-politics/3681770-ak-veteranam-oformiti-invalidnist.html> (дата звернення: 30.10.2025).
 45. Castle C. L., Heinze N., Gomes R. S. M. A cross-sectional study of sleep, mood, well-being, motivations, and perceived support in Ukrainian veterans and active-duty military personnel with disability, and their supporters, preparing for a sporting event. *Frontiers in Psychology*. 2023. № 14. P. 1–12.
 46. Zinenko O., Yasenovska M., Luzan Y., Maksimtsova Y., Machula A., Koval O., Zakharchenko A. Mediatization of needs of people with disabilities in war discourse in Ukrainian social media. *SCIA-2024*. 2024. P. 1–20. URL: <https://ceur-ws.org/Vol-3851/paper9.pdf> (date of request: 30.10.2025).

References

1. Alhorytm otrymannia dopomizhnykh zasobiv reabilitatsii [Algorithm for obtaining rehabilitation aids]. (2022). *Armia FM*. Retrieved from <https://www.armyfm.com.ua/ua/algoritm-otrimannya-dopomizhnogo-zasobu-reabilitacii/> [in Ukrainian].
2. Bazova informatsiia pro invalidnist [Basic information about disability]. *Konfederatsiia robotodavtsiv Ukrainy «Razom dolaiemo bariery»*. Retrieved from <https://pwd.employers.org.ua/ua> [in Ukrainian].
3. Berezynskiy, I. (2022). Odnorazova hroshova dopomoha u razi vstanovlennia invalidnosti [One-time cash assistance in case of disability]. *ArmiaInform*. Retrieved from <https://armyinform.com.ua/2022/06/14/odnorazova-groshova-dopomoga-u-razi-vstanovlennya-invalidnosti/> [in Ukrainian].
4. Bidzilia, Yu., & Tolochko, N. (2025). Mediaobraz veterana viiny v rehionalnomu onlain-dyskursi: obiektyvnist, uperedzhenist ta standarty zhurnalistyky [The media portrayal of war veterans in regional online discourse: Objectivity, bias, and journalistic standards]. *Naukovi zapysky instytutu zhurnalistyky*, 87 (2), 176–189. DOI: 10.17721/2522-1272.2025.87.14 [in Ukrainian].
5. Brenzei, Ya. (2023). Yak podolaty biurokratychnе peklo: Masi Naiem rozpoviv pro dopomohu poranenym viiskovym [How to overcome bureaucratic hell: Masi Nayem talked about helping

- wounded soldiers]. *Vikna*. Retrieved from <https://vikna.tv/video/eksklyuzyvy/masi-nayem-rozpoviv-pro-dopomogu-poranenym-viiskovym/> [in Ukrainian].
6. Budnyak, K. (2025). Verbalna ta vizualna reprezentatsiia ukraïnskykh viiskovosluzhbovtziv pislia otrymanykh poranen: obmezhenno prydatnykh, iz invalidnistiu ta protezuvanniam [Verbal and visual representation of Ukrainian military personnel after injuries: limitedly fit, with disabilities and prosthetics]. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Seria: Filolohiia. Zhurnalistyka*, 36 (5), 163–169. DOI: 10.32782/2710-4656/2025.5.2/25 [in Ukrainian].
 7. Varenky, N. (2023). «Dlia vizochnyka u Lvovi ye dva varianty – dim i balkon». Shcho mozha zminyty? [«For a wheelchair user in Lviv, there are two options – a house and a balcony». What can be changed?]. *Tvoie misto*. Retrieved from https://tvoemisto.tv/exclusive/dlya_vizochnyka_u_lvovi_ie_dva_varianty__dim_i_balkon_ch_y_inklyuzyvnyim_ie_nashe_misto_145719.html [in Ukrainian].
 8. Varchuk, Yu. (2022). Psykholohichna dopomoha viiskovym ta yikhnim rodynam [Psychological assistance to military personnel and their families]. *Hluzd*. Retrieved from <https://gluzd.org.ua/articles/psykholohichna-dopomoha-viiskovym-ta-ikhnim-rodynam/> [in Ukrainian].
 9. Viiskovym, poranenym ta liudiam z invalidnistiu dozvolily otrymuvaty vauchery na perekvalifikatsiiu ta navchannia [Military personnel, wounded and people with disabilities were allowed to receive vouchers for retraining and training]. (2023). *ZMINA*. Retrieved from <https://zmina.info/news/viiskovym-poranenym-ta-lyudyam-z-invalidnistyu-dozvolily-otrymuvaty-vauchery-na-perekvalifikacziyu-ta-navchannya/> [in Ukrainian].
 10. Viiskovi ta liudy z invalidnistiu zmozhut otrymaty vauchery na navchannia [Military personnel and people with disabilities will be able to receive education vouchers]. (2023). *True UA*. Retrieved from <https://trueua.info/news/viiskovi-ta-lyudy-z-invalidnistyu-zmozhut-otrymaty-vauchery-na-navchannya> [in Ukrainian].
 11. Voitiuk, T. (2023). «Boremosia, shchob medychni posluhy nadavaly yakisno». Yak pravozakhysnyi tsentr «Pryntsyp» dopomahaie poranenym biitsiam z VLK [«We are fighting to ensure that medical services are provided with high quality». How the Princip human rights center helps wounded fighters from the VLK]. *Suspilne novyny*. Retrieved from <https://suspilne.media/402548-boremosa-sob-medicni-poslugi-nadavali-akisno-ak-pravozahisnij-centr-princip-dopomagaie-poranenim-bijcam-z-vlk/> [in Ukrainian].
 12. Vratyv nohu i povertaietsia do viiska – istoriia biitsia Mykoly Zaritskoho z Sumshchyny [He lost his leg and returned to the army – the story of soldier Mykola Zaritsky from Sumy region]. (2023). *Sumski debaty*. Retrieved from <https://debaty.sumy.ua/news/vtrativ-nogu-i-povertayetsya-dovijska-istoriya-bijtsya-mikoli-zaritskogo-z-sumshhiny> [in Ukrainian].
 13. Hromliuk, I. (2023). «Vratyv nohy i teper maiu shist zaliznykh». Isteriia viiskovoho, yakoho nazyvaiut ukraïnskym Remarkom [«I lost my legs and now I have six iron ones». The story of a soldier who is called the Ukrainian Remark]. *VVS News Ukraina*. Retrieved from <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/c87vd3pm17yo> [in Ukrainian].
 14. Yermolaieva, V. (2022). Liudei na mylytsiakh, vizkakh ta z protezamy stavatyme vse bilsh: yak viina zmynt nashe suspilstvo? [There will be more and more people on crutches, wheelchairs, and with prostheses: how will war change our society?]. *Hromadske radio*. Retrieved from <https://hromadske.radio/podcasts/de-ne-stoiatymu-vystoiu/1113909> [in Ukrainian].
 15. Pavlenko, V., Hohun, M., Hadzyska, I., & Kelm, N. (2023). Zaidy, yakshcho zmozhesh. Veteranam z invalidnistiu vkrai vazhko peresuvatysia ukraïnskymy mistamy [Come if you can. Veterans with disabilities find it extremely difficult to move around Ukrainian cities]. *Texty*. Retrieved from <https://texty.org.ua/projects/110205/zajdy-yaksho-zmozhesh-veteranam-z-invalidnistyu-vkraj-vazhko-peresuvatysia-ukrayinskymy-mistamy/> [in Ukrainian].
 16. Zaiats, P. (2023). Vyplaty viiskovym za poranennia chy invalidnist: yak otrymaty hroshovu kompensatsiiu [Payments to military personnel for injury or disability: how to receive monetary compensation]. *TSN*. Retrieved from <https://tsn.ua/ukrayina/viplati-viiskovim-za-poranennya-chi-invalidnist-yak-otrimati-groshovu-kompensaciyu-2284819.html> [in Ukrainian].
 17. Ivantsiv, A. (2023). «Yakshcho invalidnist staie dlia liudei pryvodom zakinchyty stosunky, tse ne stosunky». Isteriia rodyny veterana ZSU [«If disability becomes a reason for people to end a relationship, it's not a relationship». The story of a Ukrainian Army veteran's family]. *Suspilne Novyny*. Retrieved from <https://suspilne.media/342530-akso-invalidnist-stae-dla-ludej-privodom-zakinciti-stosunki-ce-ne-stosunki-istoria-rodiny-veterana/> [in Ukrainian].
 18. Instruksii i poriadok. Yak otrymaty status osoby z invalidnistiu vnaslidok viiny ta khto maie take pravo v Ukraini [Instructions and procedure. How to obtain the status of a person with a disability as a result of war and who has such a right in Ukraine]. (2025). *NV*. Retrieved from <https://nv.ua/ukr/ukraine/events/osoba-z-invalidnistyu-vnaslidok-viyni-yak-otrimati-status-hto-maye-take-pravo-novini-ukrajini-50522831.html> [in Ukrainian].
 19. Isteriia nezlamnoho voïna, yakyi vratyv nohu na viini, a pislia likuvannia u Vinnytsi i protezuvannia, na snoubordi spuskaietsia z hir [The story of an indomitable warrior who lost his leg in the war, and after treatment in Vinnytsia and prosthetics, he descends the mountains on a

- snowboard]. (2023). *Vinnysia.info*. Retrieved from <https://vinnitsa.info/article/istoriya-nezlamnoho-voyina-yakyy-vtratyv-nohu-na-viyni-a-pislya-likuvannya-u-vinnytsi-i-protezuвання-na-snoubordi-spuskayet-sya-z-hir> [in Ukrainian].
20. Kovalevska, Ye. (2023). «Ya prokynulasia v novomu tili y ne znala, yak zhyty dali». Istoriiia viiskovoi, yaka vtratyła nohu [«I woke up in a new body and didn't know how to live on». The story of a soldier who lost her leg]. *VVS News Ukraina*. Retrieved from <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/cd1m2ynm34ro> [in Ukrainian].
 21. Kovalevska, Ye. (2022). Stalevi kintsivky: yak viiskovym povertaiut nohy i ruky, vtracheni na viini z Rosiieiu [Steel limbs: How soldiers get their legs and arms back, lost in the war with Russia]. *VVS News Ukraina*. Retrieved from <https://www.bbc.com/ukrainian/features-63004666> [in Ukrainian].
 22. Kozhushko, A. (2023). Pravovyi navihator dlia poranenykh viiskovykh. Masi Naiem pro te, yak podolaty biurokratychno peklo pid chas oformlennia invalidnosti [Legal navigator for wounded soldiers. masi nayem on how to overcome the bureaucratic hell of disability registration]. *Fakty*. Retrieved from <https://fakty.com.ua/ua/ukraine/suspilstvo/20230319-pravovyj-navigators-dlya-poranenykh-vijskovykh-masi-nayem-pro-te-yak-podolaty-byurakratychno-peklo-pid-chas-oformlennia-invalidnosti/> [in Ukrainian].
 23. Kruk, V. (2022). Pro viiskovykh z invalidnistiu, yaki nas zakhyschajut, ta zdorovykh ukhlyiantiv, yaki proryvaiutsia cherez kordon [About disabled soldiers who protect us and healthy evaders who break through the border]. *Telegraf*. Retrieved from <https://www.telegraf.in.ua/blog/10110389-pro-zahisnikiv-z-invalidnistju-jaki-nas-zahischajut-ta-uhiljantiv-jaki-prorivajutsja-cherez-kordon.html> [in Ukrainian].
 24. Lavreniuk, S., & Odusanvo, V. (2023). «Za pandus tobi treba rvaty zubamy». Reintehratsiia ukrainskykh viiskovykh pislia poranennia [«You have to fight for the ramp». Reintegration of Ukrainian military personnel after injury]. *INVAK.INFO - informatsiine ahentstvo ta portal dlia liudei z invalidnistiu*. Retrieved from <https://invak.info/novosti/za-pandus-tobi-treba-rvati-zubami-reintegraciya-ukrayinskikh-vijskovykh-pislya-poranennia.html> [in Ukrainian].
 25. Maslov, D. (2022). Vyplaty viiskovym ta yikh simiam – pytannia chesti y sovisti derzhavy [Payments to military personnel and their families are a matter of honor and conscience of the state]. *LB.ua*. Retrieved from https://lb.ua/blog/denys_maslov/522075_viplati_viyskovim_ih_simyam-.html [in Ukrainian].
 26. Myznikova, T. (2015). Yak psyholohichno reabilituvaty ukrainskykh viiskovykh [How to psychologically rehabilitate Ukrainian military personnel]. *Voks Ukraina*. Retrieved from <https://voxukraine.org/yak-psyholohichno-reabilituvaty-viyskovykh> [in Ukrainian].
 27. Novak, A. (2022). Yak otrymaty status osoby z invalidnistiu vnaslidok viiny? [How to obtain the status of a person with a disability as a result of war?] *Ukrainska pravda*. Retrieved from <https://www.ppravda.com.ua/columns/2022/08/17361342/> [in Ukrainian].
 28. Obpechenyi voin, shcho dyvom vyzyhv, dosi ne mozhe otrymaty invalidnist [Burned soldier who miraculously survived still can't get disability]. (2023). *33-y Novyny*. Retrieved from <https://33kanal.com/news/207768.html> [in Ukrainian].
 29. Pavlenko, A. (2022). Tila viiny. NV publikuie zhorstoki y chesni foto ukraintsiv, yaki vtratyly kintsivky cherez viinu, zniati zhurnalistom Emilio Morenatti [Bodies of War. NV publishes brutal and honest photos of Ukrainians who lost limbs due to war, taken by journalist Emilio Morenatti]. *NV*. Retrieved from <https://nv.ua/ukr/ukraine/events/viyna-v-ukrajini-chesni-foto-lyudey-yaki-vtratyli-kincivki-vid-fotografa-associated-press-novini-50243539.html> [in Ukrainian].
 30. Rada ukhvalyla zakon pro reabilitatsiiu postrazhdalykh pid chas viiny rosii proty Ukrainy [The Rada adopted a law on the rehabilitation of victims of Russia's war against Ukraine]. (2022). *Ukrinform*. Retrieved from <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3445790-rada-uhvalila-zakon-pro-reabilitaci-u-postrazhdalih-pid-cas-vijni-rosii-proti-ukraini.html> [in Ukrainian].
 31. Rozhnovska, T., & Kurta, O. (2024). Reforma MSEK i VLK, porushennia prav viiskovykh i veteraniv. Interviu z Masi Naiemom [Reform of the MSEK and VLK, violations of the rights of military personnel and veterans. Interview with Masi Nayem]. *Suspilne Uzhhorod*. Retrieved from <https://suspilne.media/uzhhorod/880681-reforma-msek-i-vlk-porushennia-prav-vijskovykh-i-veteraniv-interviu-z-masi-najemom/> [in Ukrainian].
 32. Soldaty, yaki vtratyly nohy v Ukraini, zanovo vchatsia khodyty v Amerytsi – reportazh The New York Times [Soldiers who lost their legs in Ukraine are learning to walk again in America – report by The New York Times]. (2023). *Poltavska khvyliia*. Retrieved from <https://poltavawave.com.ua/soldati-iaki-vtratyli-nogi-v-ukrayini-zanovo-vchatsia-khoditi-v-ameritsi---reportazh-the-new-york-times/> [in Ukrainian].
 33. Steblovska, A. (2022). «Reabilitatsiia lyshe na paperakh»: yak v Ukraini vidnovliuiut zdorovia viiskovykh pislia poranen [«Rehabilitation only on paper»: How Ukraine restores the health of soldiers after injuries]. *Suspilne media*. Retrieved from <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3445790-rada-uhvalila-zakon-pro-reabilitaci-u-postrazhdalih-pid-cas-vijni-rosii-proti-ukraini.html> [in Ukrainian].

34. Storinka Podobna Evgeniya [Page of Podobna Evgeniya]. *Facebook*. Retrieved from <https://www.facebook.com/evgeniya.podobna> [in Ukrainian].
35. Storinka Zabelina Yulia [Page of Zabelina Yulia]. *Facebook*. Retrieved from <https://www.facebook.com/yulia.zabelina.9> [in Ukrainian].
36. Tereshchuk, H. (2023). «Yakby ya mih, to povernuvsia b na sluzhbu» – zakhysnyky, yaki chekaiut na protezuvannia [«If I could, I would return to service» – defenders waiting for prosthetics]. *Radio Svoboda*. Retrieved from <https://www.radiosvoboda.org/a/protez-poranennya-reabilitatsiya-viyna/32273011.html> [in Ukrainian].
37. Teriukhanova, M. (2025). Yaka kilkist liudei z invalidnistiu v Ukraini u 2025 rotsi [What is the number of people with disabilities in Ukraine in 2025?]. *Fakty*. Retrieved from <https://fakty.com.ua/ua/ukraine/20251203-yaka-kilkist-lyudej-z-invalidnistiu-v-ukrayini-u-2025-roczii/> [in Ukrainian].
38. Ukrainka, M. (2025). «Pandus ne dlia veteraniv»: shchob potrapyty v mahazyn, veteran viiny vyklykav politsiiu [«Ramp not for veterans»: To get into the store, a war veteran called the police]. *Telegraf*. Retrieved from <https://www.telegraf.in.ua/topnews/10140741-schob-potrapiti-v-magazin-veteran-vijni-viklykav-policiju.html> [in Ukrainian].
39. Ukrainski viiskovi zmozhut otrymaty protez i rozpochaty rehabilitatsiiu do vstanovlennia invalidnosti [Ukrainian military personnel will be able to receive a prosthesis and begin rehabilitation before disability is established]. (2022). *Bilopillia City*. Retrieved from <https://bilopillia.city/articles/246884/ukrainski-vijskovi-zmozhut-otrimati-protez-i-rozpochati-reabilitaciyu-do-vstanovlennya-invalidnosti> [in Ukrainian].
40. Ukhina, I. (2023). Biurokratychne peklo dlia poranenykh [Bureaucratic hell for the wounded]. *DW*. Retrieved from <https://www.dw.com/uk/burokraticne-peklo-dla-poranenih-vijskovih-ak-projti-medkomisiu-i-ne-zbozevoliti/a-65108875> [in Ukrainian].
41. Khodko, O. (2022). Yak veteran ATO na protezi nazbyrav 7 mln na ZSU – neimovirna istoriia Oleksandra Shvetsova [How an ATO veteran with a prosthesis raised 7 million for the Armed Forces of Ukraine – the incredible story of Oleksandr Shvetsov]. *Fokus*. Retrieved from <https://fokus.ua/uk/voennye-novosti/535901-veteran-ato-na-protezi-nazbirav-7-mln-na-zsu> [in Ukrainian].
42. Khto nalezhyt do osib z invalidnistiu vnaslidok viiny? [Who is a person with a disability as a result of the war?]. *Ofitsiyni portal Kyieva. Kyivska miska rada*. Retrieved from https://kyivcity.gov.ua/pilhy_dovidky_ta_sotsialnyi_zakhyst/invalidam/khto_nalezhyt_do_invalidiv_viiny/ [in Ukrainian].
43. Cherniev, Ye. (2023). Problemy z oformlenniam statusu UBD dlia tysiach nashykh zakhysnykiv uzhe vyshly za mezhi zdorovoho hluzdu. U bahatokh opuskaiutsia ruky [The problems with obtaining UBD status for thousands of our defenders have already gone beyond common sense. Many are giving up]. *Hordon*. Retrieved from <https://gordonua.com/ukr/blogs/egor-chernev/problemi-z-oformlennjam-statusu-ubd-dlja-tisjach-nashih-zahisnikiv-uzhe-vijshli-za-mezhi-zdorovogo-gluzdu-u-bagatoh-opuskajutsja-ruki-1656275.html> [in Ukrainian].
44. Yak veteranam oformyty invalidnist [How veterans can apply for disability]. (2023). *Ukrinform*. Retrieved from <https://www.ukrinform.ua/rubric-polytics/3681770-ak-veteranam-oformity-invalidnist.html> [in Ukrainian].
45. Castle, C. L., Heinze, N., & Gomes, R. S. M. (2023). A cross-sectional study of sleep, mood, well-being, motivations, and perceived support in Ukrainian veterans and active-duty military personnel with disability, and their supporters, preparing for a sporting event. *Frontiers in Psychology*, 14, 1–12. doi: 10.3389/fpsyg.2023.1089735 [in English].
46. Zinenko, O., Yasenovska, M., Luzan, Y., Maksimtsova, Y., Machula, A., Koval, O., & Zakharchenko, A. (2024). Mediatization of needs of people with disabilities in war discourse in Ukrainian social media. In *SCIA-2024*. Retrieved from <https://ceur-ws.org/Vol-3851/paper9.pdf> [in English].

*Стаття надійшла до редакції 30.11.2025.
Received 30.11.2025.*

Polumysna O. The Image of Service Members with Disabilities in the Ukrainian Media: Problematic and Thematic Aspects of Publications

The purpose of the study is to identify the features of media coverage of the problems of military personnel who became disabled as a result of the war.

Research methodology. The study is based on a content analysis of Ukrainian media. In addition, general scientific methods of synthesis, classification, and generalization were applied.

Results. The article identifies the aspects most frequently highlighted in the Ukrainian media when covering military personnel with disabilities: legal, social, medical, rehabilitative, psychological, and educational. It notes the conflicting attitudes of the state, Ukrainian society, and the media toward military personnel with disabilities. While the state maintains a positive attitude toward Ukrainian servicemembers and admires their bravery, obtaining disability status remains problematic. This process is corrupt and bureaucratic, and there is a lack of respect for servicemembers and volunteers with disabilities. The friendly attitude of medical staff sometimes correlates with poor-quality medical services,

demands for bribes in exchange for disability status, and negligence and lack of preparation in working with military personnel.

Accessibility issues are currently becoming even more acute compared to the pre-war period, as there are now more people who, due to acquired disabilities, are unable to reach their destinations. The lack of a systematic, modern rehabilitation system contributes to military personnel traveling abroad to receive quality treatment and prosthetics. Educational and psychological aspects are sparsely represented in the media. Publications on this topic are few and far between. The issue of public perception of people with disabilities has been and remains one of the most critical, as it is vital for military personnel with disabilities to adapt to the realities they now face. Using «Suspihne News» as an example, a trend toward an increase in reports about people with disabilities has been noted, particularly about military personnel who became disabled during the war. On the one hand, this increases respect for them and motivates others; on the other hand, it places an expectation on them to achieve goals that are sometimes unrealistic.

***The novelty** lies in identifying the conflicting attitudes toward service members with disabilities on the part of the state, the media, and Ukrainian society.*

***Practical significance.** The results of this study can be used in the teaching of the courses *New Trends in Journalism and Issues in Newspaper Reporting: Society and Culture.**

***Key words:** military personnel with disabilities, military personnel with amputations, media, conflict, society, law, adaptation, heroization.*

Л. Г. Пономаренко

доктор наук із соціальних комунікацій, професор
професор кафедри мови медіа Навчально-наукового інституту журналістики
e-mail: lronomar2021@knu.ua, ORCID: 0000-0003-1144-6481
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
вул. Володимирська, 64/13, м. Київ, Україна, 01601

Д. О. Григор'єв

аспірант Навчально-наукового інституту журналістики
e-mail: danylo.grygoriev@knu.ua, ORCID: 0009-0000-9185-1860
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
вул. Володимирська, 64/13, м. Київ, Україна, 01601

МАРКЕРИ НАРАТИВІЗАЦІЇ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ (НА ПРИКЛАДІ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛІВ «РБК-УКРАЇНА» ТА «СУСПІЛЬНЕ НОВИНИ»)

Мета статті – з'ясувати особливості функціонування маркерів наративізації у новинному телеграм-дискурсі та встановити їхню роль у формуванні інтерпретаційних моделей подій російсько-української війни (на прикладі телеграм-каналів «РБК-Україна» та «Суспільне Новини»).

Методологія дослідження. Для підготовки статті використано такі наукові методи: аналіз наукової літератури відповідно до мети й завдань дослідження; дискурс-аналіз – для з'ясування особливостей мовної організації новинних повідомлень; елементи фрейм-аналізу – для визначення інтерпретаційних рамок подання подій; контент-аналіз – для встановлення повторюваності маркерів наративізації; порівняльний метод – для зіставлення особливостей наративізації в телеграм-каналах «РБК-Україна» та «Суспільне Новини»; метод системного аналізу та узагальнення – для встановлення взаємозв'язку між мовними засобами, фреймами та наративними моделями.

Результати. У сучасних комунікаційних і дискурс-аналітичних дослідженнях наратив розглядається як механізм осмислення соціальної реальності (В. Фішер; П. Рікер), а фреймування – як спосіб відбору й акцентування аспектів подій, що визначає параметри їх інтерпретації (Р. Ентман). У працях із медіадискурсу підкреслюється роль мовних і дискурсивних засобів у структурізації повідомлень і формуванні смислових зв'язків (Д. Шиффрін; Р. Водак; Н. Ферк-лаф). В українській науковій традиції медіадискурс визначається як багатовимірне комунікаційне поле, у межах якого мовні засоби виконують не лише інформативну, а й інтерпретаційну функцію (Н. Шумарова; Л. Шевченко; Л. Пономаренко). Водночас питання функціонування маркерів наративізації в новинному телеграм-дискурсі, зокрема в умовах воєнної комунікації, залишається недостатньо розробленим, що зумовлює актуальність цього дослідження.

З'ясовано, що новинний телеграм-дискурс характеризується використанням повторюваних маркерів наративізації різних рівнів (лексичних, синтаксичних, а також прагматичних, темпоральних і кількісних), які формують стандартизовані мовні моделі повідомлень. Встановлено, що регулярне відтворення цих моделей уможливорює формування інтерпретаційних фреймів загрози, контролю ситуації, достовірності та масштабності, у межах яких події війни осмислюються як безперервний і структурований процес. Водночас наративізація реалізується як кумулятивний процес шляхом накопичення повідомлень та їхньої повторюваності. Виявлено, що за умови спільності базових маркерів наративізації досліджувані телеграм-канали реалізують різні комунікативні стратегії: «РБК-Україна» тягнє до оперативно-поточної моделі подання інформації, тоді як «Суспільне Новини» формує контекстуально-пояснювальну модель, орієнтовану на верифікацію та інтерпретацію.

Новизна. Під час дослідження з'ясовано механізм наративізації подій російсько-української війни в новинному телеграм-дискурсі через взаємодію відповідних маркерів, їх повторюваність і кумулятивний ефект новинного потоку. Встановлено, що наративізація реалізується не на рівні окремого повідомлення, а через їх системне накопичення та регулярне відтворення типових мовних моделей, що уможливорює формування стійких інтерпретаційних рамок.

Практичне значення одержаних результатів полягає в можливості їх використання у викладанні навчальних дисциплін із журналістики та мови медіа. Результати дослідження можуть бути застосовані журналістами-практиками під час створення новинного контенту для цифрових медіа, а також в аналітичній діяльності, пов'язаній з дослідженням медіадискурсу та інтерпретаційних стратегій подання суспільно значущих подій.

Ключові слова: новинний телеграм-дискурс, маркери наративізації, мовні моделі, фреймування, медіакомунікація, російсько-українська війна.

I. Вступ

Актуальність дослідження зумовлена кількома взаємопов'язаними чинниками. По-перше, у сучасному медіапросторі спостерігається активна трансформація новинного дискурсу, пов'язана з переходом комунікації на цифрові платформи, що вирізняється високою швидкістю поширення інформації, лаконічністю повідомлень і серійністю їх подання.

По-друге, в умовах російсько-української війни новинні повідомлення виконують не лише інформативну, а й інтерпретаційну функцію, оскільки через повторювані мовні засоби формують певні уявлення про події та способи їх осмислення. У цьому контексті особливої ваги набуває проблема нарративізації воєнної реальності як процесу, у межах якого окремі факти інтегруються в цілісні смислові моделі.

По-третє, попри значну увагу до медіадискурсу та комунікативних стратегій у цифрових медіа, питання функціонування маркерів нарративізації у новинному телеграм-дискурсі, зокрема з погляду з'ясування їхньої ролі у формуванні інтерпретаційних рамок і нарративних моделей, залишається недостатньо розробленим у межах соціальних комунікацій, що й визначає наукову доцільність цього дослідження.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета статті – з'ясувати особливості функціонування маркерів нарративізації у новинному телеграм-дискурсі та встановити їхню роль у формуванні інтерпретаційних моделей подій російсько-української війни (на прикладі телеграм-каналів «РБК-Україна» та «Суспільне Новини»).

Методика дослідження ґрунтується на поєднанні загальнонаукових і спеціальних методів, що забезпечують комплексний аналіз новинного телеграм-дискурсу. На першому етапі здійснено аналіз наукової літератури з метою теоретичного обґрунтування понять нарративізації та фреймування. На другому етапі сформовано корпус новинних повідомлень телеграм-каналів «РБК-Україна» та «Суспільне Новини». Як емпіричний матеріал обрано повідомлення за 5 лютого 2025 року, що зумовлено прагненням зафіксувати функціонування новинного дискурсу в умовах відносної стабілізації його мовних моделей. З одного боку, цей часовий зріз є достатньо віддаленим від символічних і пам'ятних дат, пов'язаних із річницею повномасштабного вторгнення, що дає можливість уникнути впливу меморіальних чи афективно маркованих практик подання інформації. З іншого боку, на цьому етапі розвитку медіапростору новинні телеграм-канали вже виробили установлені комунікативні стратегії та тактики висвітлення воєнних подій, що уможливорює аналіз стандартизованих мовних моделей.

Подальший аналіз передбачав застосування дискурс-аналізу для з'ясування особливостей мовної організації повідомлень, а також елементів фрейм-аналізу для визначення інтерпретаційних рамок подання подій. Контент-аналіз використано для встановлення повторюваності маркерів нарративізації та виявлення типових мовних моделей. Порівняльний метод дав можливість зіставити особливості функціонування маркерів і реалізації нарративізації в досліджуваних телеграм-каналах. Узагальнення отриманих результатів здійснено за допомогою методу системного аналізу.

III. Результати

У сучасному науковому дискурсі осмислення медіатекстів дедалі частіше відбувається крізь призму взаємодії мови, нарративу та інтерпретаційних практик, що уможливорює виявлення не лише інформаційного, а й смислотворчого потенціалу новинного повідомлення.

За визначенням словника термінів і понять «Медіалінгвістика» за ред. Л. Шевченко, медіатекст «певним чином структурує реальність для сприйняття її індивідом та відіграє важливу роль у формуванні принципово іншої психофізичної реальності – концептуальної картини світу, що виконує функцію соціальної корекції та регуляції поведінки реципієнта всіма видами своєї діяльності» [5, с. 102]. Водночас Н. Ферклаф розглядає «тексти як елементи конкретних соціальних подій, які одночасно формуються більш абстрактними та стійкими соціальними структурами та самі їх формують» [9, с. 16].

У межах соціальних комунікацій медіатекст розглядається як інструмент конструювання медійної реальності, у якому мовні засоби виконують не лише репрезентативну, а й інтерпретаційну функцію. У цьому контексті особливої ваги набуває поняття нарративізації – процесу впорядкування подій у межах відносно стійких смислових моделей, що визначають спосіб їх подання та, відповідно, сприйняття.

У сучасних медіадослідженнях нарратив розглядається не лише як форма оповіді, а як базовий механізм організації соціального досвіду. В. Фішер у межах нарративної парадигми обґрунтовує, що сприйняття інформації відбувається через її нарративну правдоподібність і вірогідність, тобто узгодженість із уже наявними уявленнями про світ [10]. Водночас П. Рікер показує, що нарратив виконує функцію темпорального структурування реальності, перетворюючи події на впорядковану послідовність із причинно-наслідковими зв'язками [11].

У медійному контексті нарратив тісно пов'язаний із фреймуванням як механізмом інтерпретації. Р. Ентман визначає фрейм як спосіб відбору й акцентування аспектів реальності, що задає параметри її осмислення [8]. У цьому сенсі нарратив постає як ширша смислова структура, тоді як

фрейм є механізмом її реалізації в окремому повідомленні. Унаслідок регулярного відтворення фреймів формуються стабільні інтерпретаційні моделі, які визначають спосіб осмислення подій у медіапросторі. Тож повторюваність мовних засобів виступає механізмом переходу від окремих повідомлень до цілісних нарративних структур.

Для новинного дискурсу, особливо в умовах війни, це означає, що повторюваність тематичних і мовних елементів (опис бойових дій, фіксація втрат, акцент на загрозі або контролі ситуації) сприяє формуванню стійких інтерпретаційних рамок, у межах яких події постають як частина тривалого процесу. У цьому контексті нарративізація війни має кумулятивний характер: вона реалізується не через окремі тексти, а через їх накопичення та регулярне відтворення типових моделей подання.

Такий підхід узгоджується з положеннями критичного дискурс-аналізу. Н. Феркляф розглядає дискурс як соціальну практику, що не лише відображає, а й формує реальність [9, с. 3], тоді як Р. Водак у межах дискурс-історичного підходу акцентує увагу на повторюваних стратегіях і топосах як на аргументативних механізмах, що сприяють закріпленню інтерпретацій у публічному дискурсі [13]. У результаті цього формується ефект «постійної реальності», коли події війни сприймаються як безперервний процес.

У межах соціальних комунікацій ці процеси безпосередньо пов'язані з функціонуванням медіа як інституцій, що структурують публічний простір і беруть участь у формуванні уявлень про соціальну реальність. Українські дослідники наголошують, що медіатексти не лише відображають події, а й конструюють їх інтерпретацію через відбір, організацію та спосіб подання інформації. Так, Н. Шумарова та Л. Пономаренко розглядають сучасний медіадискурс як «комунікаційне поле, де функціонують різні види текстів у їх жанрово-стильових, функціонально-стилістичних і прагматичних різновидах» [7, с. 74], підкреслюючи його багатомірність і динамічний характер. Такий підхід дає можливість розглядати медіатекст як складну комунікативну одиницю, у межах якої поєднуються різні рівні мовної організації та інтерпретації.

Водночас у праці Н. Шумарової та І. Мариненко акцентовано увагу на мовному вимірі медіадискурсу: мова масмедіа, за їхнім визначенням, «відображає сучасний стан української мови й у своєму узусі виходить за межі літературного сегмента масмедійних текстів у зв'язку з активізацією оцінного (аксіологічного) складника» [6, с. 30]. Це виявляється, зокрема, у використанні розмовно-просторічної та експресивної лексики, що відображає емоційне ставлення авторів до подій. Таким чином, мовні засоби медіатексту виконують не лише інформативну, а й інтерпретаційну функцію, беручи участь у формуванні оцінних рамок сприйняття.

Ці положення знаходять підтвердження і в дослідженнях медіареальності в умовах кризової комунікації. Так, у праці, присвяченій аналізу медійної реальності під час пандемії COVID-19, показано, що «у нинішні часи пандемії коронавірусу під особливим прицілом опинилася масмедійна реальність, демонструючи як власні «хвороби» у вигляді фейків та інших видів маніпуляції, так і всілякі «суспільні виразки»» [2, с. 83]. Це свідчить про те, що медіа не лише транслюють інформацію, а й репрезентують і водночас конструюють кризові явища, впливаючи на їх суспільне осмислення.

Отже, медіадискурс у межах соціальних комунікацій постає як простір взаємодії інформаційних, мовних і прагматичних чинників, у якому медіатексти виконують функцію конструювання медійної реальності. Саме в цьому контексті досліджувані маркери набувають особливого значення як інструменти організації повідомлення, формування інтерпретаційних рамок і забезпечення нарративізації подій.

У цьому контексті особливого значення набуває поняття маркерів нарративізації як повторюваних мовних засобів різних рівнів. Д. Шиффрін розглядає дискурсивні маркери як елементи організації дискурсу, що забезпечують зв'язність і структурованість повідомлення [12], тоді як у працях Ф. Бацевича мовні засоби дискурсивної організації розглядаються в ширшому прагматичному контексті, зокрема як елементи, що сприяють забезпеченню зв'язності тексту та беруть участь у вираженні комунікативної позиції мовця [1]. У медіадискурсі це поняття доцільно розширювати, включаючи лексичні, синтаксичні, прагматичні, темпоральні та кількісні елементи, які системно повторюються і беруть участь у формуванні інтерпретаційних моделей.

Специфіка телеграму як медіаплатформи зумовлює особливості функціонування цих маркерів. Як показують українські дослідження цифрових медіа, новинні телеграм-канали характеризуються високою частотністю коротких повідомлень, лаконічністю синтаксичних конструкцій і швидким оновленням контенту [2; 3]. У таких умовах маркери виконують подвійну функцію: забезпечують оперативність комунікації та одночасно беруть участь у структурізації та інтерпретації подій.

Важливим є також розмежування нарративізації та пропаганди: нарративізація є універсальним механізмом організації медійного дискурсу, тоді як пропаганда передбачає цілеспрямований ідеологічний вплив. Це дає можливість розглядати нарративізацію як базовий принцип функціонування новинного медіадискурсу, незалежно від його ідеологічного спрямування.

Отже, теоретичне підґрунтя дослідження спирається на поєднання нарративного підходу, теорії фреймування та критичного дискурс-аналізу, що уможливорює розгляд маркерів нарративізації як елементів дискурсивних механізмів конструювання медійної реальності в умовах війни.

Практичний аналіз маркерів нарративізації російсько-української війни здійснювався на матеріалі новинних повідомлень телеграм-каналів «РБК-Україна» та «Суспільне Новини» за 5 лютого 2025 року. Вибір саме цього часового зрізу зумовлений тим, що він є достатньо близьким до четвертої річниці повномасштабної війни, проте не збігається з меморіальними чи символічно навантаженими датами, які могли б посилити афективну складову подання подій. Водночас на цьому етапі новинні телеграм-канали вже виробили відносно усталені стратегії і тактики висвітлення воєнної реальності, що дає можливість аналізувати стабілізовані моделі новинної комунікації.

Алгоритм аналізу складався з кількох послідовних етапів. На першому етапі було сформовано корпус новинних повідомлень, релевантних до теми російсько-української війни, а також до ширшого новинного контексту, у межах якого ця війна осмислюється в цифровому медіапросторі. На другому етапі здійснено ідентифікацію маркерів нарративізації різних рівнів: лексичних, синтаксичних, прагматичних, темпоральних і кількісних. На третьому етапі простежено повторюваність цих маркерів і встановлено типові мовні моделі подання подій. На четвертому етапі, з опорою на фрейм-аналіз, визначено інтерпретаційні рамки, які реалізуються через повторювані мовні структури. На п'ятому етапі з'ясовано, яким чином ці фрейми інтегруються в ширші нарративні моделі. Завершальний етап передбачав порівняльний аналіз двох телеграм-каналів для встановлення спільних і відмінних комунікативних стратегій нарративізації.

Такий алгоритм дає можливість розглядати новинний телеграм-дискурс не як механічну сукупність окремих повідомлень, а як послідовний медіакомунікаційний процес, у межах якого повторювані мовні моделі беруть участь у конструюванні медійної реальності.

Аналіз матеріалів телеграм-каналу «РБК-Україна» за 5 лютого 2025 року засвідчує, що його новинний дискурс характеризується високою інтенсивністю оновлення, серійністю подання інформації та виразною орієнтацією на оперативне інформування. Це виявляється вже на рівні синтаксичної організації: значна частина повідомлень побудована як короткі, лаконічні, часто сегментовані структури, придатні до швидкого сприйняття в режимі інформаційного потоку. Наприклад, повідомлення на кшталт «У бік Києва рухаються "Шахеда", можлива робота ППО», «У Києві було чути вибух», «У Харкові було чути вибух», «У Харкові пролунав ще вибух» формують серію коротких сигналів, що передають розвиток ситуації в реальному часі (РБК-Україна).

На лексичному рівні в каналі домінує воєнно-подієва лексика: «Шахеда», «удар», «БПЛА», «ракета», «ППО», «вибух», «загарбники», «полон», «втрапи», «санкції», «удар по нафтобазі». Ці одиниці забезпечують стабільне відтворення фрейму загрози та конфлікту. Водночас у «РБК-Україна» помітно активніше, ніж у «Суспільного», використовуються акцентуаційні й емоційно забарвлені елементи, зокрема емодзі, оцінні формули та інтенсифікатори: «🇷🇺 Росіяни атакували дроном...», «🇺🇦 Українські захисники ліквідували...», «⚡ Генштаб підтвердив удар...», «💣 Вибух у Рівненському ТЦК...» (РБК-Україна). Такі мовні засоби виконують не лише інформативну, а й акцентуаційну функцію, посилюючи емоційну й динамічну рамку сприйняття подій.

Прагматичні маркери в каналі також мають виразну роль, зокрема повідомлення часто містять послання на офіційні джерела: «Повітряні сили», «КОВА», «Генштаб», «ОВА», «СБУ», «РНБО», «Терехов», «Зеленський», що забезпечує інституційну легітимізацію новинного потоку (РБК-Україна). Проте ця легітимізація переважно поєднується з режимом максимальної оперативності: джерело тут не так розгортає контекст, як підтверджує й санкціонує швидке повідомлення.

Темпоральні та кількісні маркери виконують важливу структуротвірну функцію. Формули на зразок «вночі», «за добу», «протягом минулої доби», «85 бойових зіткнень», «1140 загарбників», «104 дрони та дві балістичні ракети» (РБК-Україна) задають одночасно хронологію та окреслюють масштаб подій. Саме завдяки цій повторюваній кількісно-часовій конкретизації війна в новинному потоці постає як безперервний, певним чином обрахований і контрольований процес.

У межах цього каналу чітко простежуються кілька типових структурних моделей, зокрема: «загроза → реакція» («рухаються "Шахеда" → можлива робота ППО»), «подія → наслідки» («ракетний удар → є постраждалі / загиблий»), «подія → джерело → уточнення» («Генштаб підтвердив удар...»), «оперативний підсумок → числові показники → інтерпретація» («ліквідували за добу ще 1140...») (РБК-Україна). Сукупно ці моделі формують оперативно-потоківу комунікативну стратегію, у межах якої війна постає як динамічний ланцюг безперервних подій, що потребують постійного оновлення уваги аудиторії.

Отже, особливості функціонування маркерів нарративізації у телеграм-каналі «РБК-Україна» полягають у високій повторюваності коротких моделей, підвищеній ролі акцентуаційних засобів, системному використанні інституційної атрибуції та домінуванні темпорально-кількісної структуризації. Це уможлиблює нарративізацію війни як постійного, інтенсивного і динамічного медіапроцесу.

Новинний телеграм-канал «Суспільне Новини» за той самий день демонструє іншу модель комунікативної організації повідомлень, хоча базове семантичне ядро воєнної тематики в ньому зберігається. На лексичному рівні тут так само функціонують лексичні одиниці «вибух», «удар», «полон», «ракетна атака», «загинув», «поранення», «санкції», «допомога», однак подання цих

подій має відчутно меншу емоційну інтенсивність. Наприклад, формулювання «У Херсоні знову чуто вибухи», «У Генштабі підтвердили удар...», «61-річний чоловік, який зазнав поранень в Ізюмі, помер у лікарні», «Внаслідок ракетної атаки на Одещині загинув чоловік» (Суспільне Новини) репрезентують події переважно в стриманому фактологічному форматі.

Синтаксична структура повідомлень у «Суспільного Новини» також залишається лаконічною, проте значно частіше, ніж у «РБК-Україна», доповнюється пояснювальними фрагментами, розгорнутими уточненнями й відповідним контекстом. Так, повідомлення про вибух біля ТЦК у Кам'янці-Подільському не обмежується фіксацією події, а включає уточнення джерела, попередню версію обставин і подальше розгортання теми в кількох новинах («повідомили Суспільному в районному управлінні поліції», «розповів у телемарафоні міський голова») (Суспільне Новини). Це свідчить про сильнішу орієнтацію на контекстуалізацію та поетапну верифікацію.

Прагматичні маркери джерела в «Суспільного Новини» відіграють особливо помітну роль. Канал регулярно вказує не просто на офіційні інституції, а й на конкретний спосіб отримання інформації: «повідомили Суспільному», «передає "Інтерфакс-Україна"», «повідомив очільник ОВА», «джерела Суспільного в ОП», «розповів голова Нацполіції» (Суспільне Новини). Унаслідок цього новинний дискурс вибудовується не лише як повідомлення про подію, а як комунікація, що постійно демонструє власні механізми верифікації. Саме тут особливо виразно виявляється комунікативна стратегія суспільного мовника.

У темпоральному та кількісному вимірах «Суспільне Новини» теж використовує конкретизацію, проте вона менш поточно-сигнальна і більше пов'язана з поясненням наслідків події, наприклад: «кількість загиблих... збільшилась до шести», «деякі з хлопців перебували в полоні понад два роки», «6 лютого буде рівно пів року від початку операції» (Суспільне Новини). У цих випадках кількісні й часові маркери не лише фіксують подію, а вбудовують її в ширший наративний і суспільно значущий контекст.

У каналі «Суспільне Новини» також виразно простежуються повторювані моделі, але вони інші за комунікативною функцією. Якщо для «РБК-Україна» характерна модель «сигнал → розвиток події», то для «Суспільного Новини» частіше реалізується схема «подія → джерело → уточнення → наслідки». Наприклад, у матеріалах про обмін полоненими, вибух біля ТЦК, ракетний удар по Одещині, санкції проти тіншового флоту ця модель працює як засіб упорядкування події в межах пояснювального новинного дискурсу (Суспільне Новини).

Отже, особливості функціонування маркерів наративізації в телеграм-каналі «Суспільне Новини» полягають у більш стриманій лексичній подачі, посиленій ролі прагматичних маркерів верифікації, більш розгорнутому синтаксичному оформленні та сильнішій орієнтації на контекстуальне пояснення подій. Це уможливорює наративізацію війни як структурованого, верифікованого і пояснюваного процесу.

Порівняльний аналіз засвідчує, що обидва телеграм-канали функціонують у межах спільного новинного поля російсько-української війни та використовують спільне лексичне ядро: номінації загрози, бойових дій, наслідків атак, втрат, інституційних джерел. В обох випадках ці маркери виконують не лише інформативну, а й інтерпретаційну функцію: вони структурують новинний потік, формують фрейми загрози, достовірності, контролю ситуації та масштабності, а через повторюваність цих фреймів уможливають наративізацію війни як безперервного процесу.

Водночас варто зазначити, що на характер цієї наративізації суттєво впливає тип медіа. «РБК-Україна» тягнє до оперативного-поточної моделі. У ній домінують короткі серійні повідомлення, «телеграфний» синтаксис, акцентуаційні лексеми й емодзі, часті сигнали про загрозу, атаки, удари, роботу ППО, втрати ворога чи міжнародні реакції (РБК). Така модель створює ефект високої динаміки, безперервної оновлюваності подій і постійної присутності війни в медіапросторі. Тут наративізація реалізується через серійність і ритм новинного потоку.

Натомість «Суспільне Новини» формує контекстуально-пояснювальну модель. Для неї характерні сильніша верифікаційна рамка, чіткіші назви джерел інформації, більша схильність до пояснення обставин, наслідків і причинно-наслідкових зв'язків, а також стриманіший тон викладу (Суспільне Новини). Унаслідок цього війна постає не лише як потік подій, а як впорядкована медійна реальність, яку потрібно не просто фіксувати, а пояснювати та комунікативно легітимізувати.

Отже, за спільності базових маркерів і фреймів обидва канали реалізують різні комунікативні стратегії наративізації. У «РБК-Україна» домінує модель оперативного конструювання воєнної реальності через динамічний потік подій, тоді як у «Суспільного Новини» представлено модель контекстуального конструювання медійної реальності через верифікацію, пояснення та інтерпретацію. Саме ця різниця дає підстави говорити не лише про спільні механізми наративізації, а й про відмінні медіакомунікаційні режими репрезентації війни в українському телеграм-дискурсі.

IV. Висновки

У результаті проведеного дослідження встановлено, що маркери в новинному телеграм-дискурсі функціонують як системний інструмент медіакомунікації, за допомогою якого здійснюється наративізація подій російсько-української війни. Особливості їх функціонування полягають

у стандартизації мовних моделей, їх регулярній повторюваності, лаконічності синтаксичних конструкцій, активному використанні маркерів джерела інформації, а також темпоральних і кількісних показників, що забезпечують оперативність і структурованість подання новин.

З'ясовано, що нарративізація в новинних телеграм-каналах має кумулятивний характер і реалізується не на рівні окремих повідомлень, а через їх послідовне накопичення та регулярне відтворення типових мовних структур. Унаслідок цього окремі факти інтегруються в цілісні нарративні моделі, у межах яких війна осмислюється як безперервний і структурований процес. Тож маркери нарративізації виконують не лише репрезентативну, а й інтерпретаційну функцію, забезпечуючи формування стійких способів осмислення подій у процесі їх сприйняття аудиторією.

Встановлено, що повторюваність маркерів нарративізації уможлиблює формування інтерпретаційних фреймів: загрози, контролю ситуації, достовірності та масштабності, які відповідають логіці фреймування, описаній Р. Ентманом, і визначають параметри подання та сприйняття інформації в медіапросторі. У результаті взаємодії цих фреймів формуються нарративні моделі війни як безперервного процесу, контрольованої реальності та масштабного явища.

Порівняльний аналіз телеграм-каналів «РБК-Україна» та «Суспільне Новини» дав можливість встановити, що, попри спільність базових маркерів нарративізації та структурних моделей, вони реалізують різні комунікативні стратегії нарративізації. Так, «РБК-Україна» тяжіє до оперативно-поточної моделі, що відтворює війну як послідовність взаємопов'язаних подій і забезпечує ефект безперервної актуалізації подій у медіапросторі, тоді як «Суспільне Новини» формує контекстуально-пояснювальну модель, орієнтовану на верифікацію інформації та її інтерпретацію.

Отже, нарративізація російсько-української війни в новинному телеграм-дискурсі є результатом системної взаємодії мовних засобів, їх повторюваності та інституційних особливостей медіа. Саме ця взаємодія забезпечує конструювання медійної реальності та формування стійких інтерпретаційних моделей подій у свідомості аудиторії.

Список використаної літератури

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ : Академія, 2004.
2. Пономаренко Л. Масмедійна реальність: погляд у часи пандемії коронавірусу. *Актуальні проблеми медіапростору*. 2020. С. 78–83.
3. Соломенко Л. І. Соціальні мережі як джерело новинної інформації від початку російського повномасштабного вторгнення: основні тенденції використання. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2023. № 3. С. 134–142.
4. Тонкіх І. Ю. Специфіка формування новинного контенту журналістських телеграм-каналів в умовах воєнного стану. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2023. № 2. С. 56–64.
5. Шевченко Л. І. Медіалінгвістика: словник термінів і понять. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2014.
6. Шумарова Н., Мариненко І. Мова медіа: дві тенденції текстотворення. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2025. Т. 87 (2). С. 21–32.
7. Шумарова Н. П., Пономаренко Л. Г. Медіадискурс: методологічні можливості вивчення. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2024. № 4. С. 51–57.
8. Entman R. M. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*. 1993. Vol. 43 (4). P. 51–58.
9. Fairclough N. *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. London : Routledge, 2003.
10. Fisher W. R. Human communication as narration: Toward a philosophy of reason, value, and action. Columbia : University of South Carolina Press, 1987.
11. Ricoeur P. Time and narrative. Chicago : University of Chicago Press, 1984. Vol. 1.
12. Schiffrin D. Discourse markers. Cambridge : Cambridge University Press, 1987.
13. Wodak R. The discourse-historical approach. *Methods of critical discourse analysis* / R. Wodak, M. Meyer (eds.). London : Sage, 2001. P. 63–94.

References

1. Batsevych, F. S. (2004). *Osnovy komunikativnoi linhvistyky* [Fundamentals of communicative linguistics]. Kyiv: Akademiia [in Ukrainian].
2. Ponomarenko, L. (2020). Masmediina realnist: phliad u chasy pandemii koronavirusu [Mass media reality: A look at the times of the coronavirus pandemic]. *Aktualni problemy mediaprostoru*, 78–83 [in Ukrainian].
3. Solomenko, L. I. (2023). Sotsialni merezhi yak dzherelo novynnoi informatsii vid pochatku rosiiskoho povnomashtabnoho vtorhnennia: osnovni tendentsii vykorystannia [Social networks as a source of news information since the beginning of the Russian full-scale invasion: main usage trends]. *Derzhava ta rehiony. Serii: Sotsialni komunikatsii*, 3, 134–142 [in Ukrainian].
4. Tonkikh, I. Yu. (2023). Spetsyfika formuvannia novynnoho kontentu zhurnalistskykh telehram-kanaliv v umovakh voiennoho stanu [Specifics of news content formation in journalistic telegram channels under martial law]. *Derzhava ta rehiony. Serii: Sotsialni komunikatsii*, 2, 56–64 [in Ukrainian].

5. Shevchenko, L. I. (2014). *Medialinhvistyka: slovnyk terminiv i poniat* [Medialinguistics: a dictionary of terms and concepts]. Kyiv: VPTs «Kyivskiy univer-sytet» [in Ukrainian].
6. Shumarova, N., & Marynenko, I. (2025). Mova media: dvi tendentsii tekstotvorennia [Media language: Two trends in text creation]. *Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky*, 87 (2), 21–32 [in Ukrainian].
7. Shumarova, N. P., & Ponomarenko, L. H. (2024). Mediadyskurs: metodolohichni mozhlyvosti vyvchennia [Media discourse: Methodological possibilities of study]. *Derzhava ta rehiony. Serii: Sotsialni komunikatsii*, 4, 51–57. doi: 10.32840/cpu2219-8741/2024.4(60).9.
8. Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43 (4), 51–58. doi: 10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x [in English].
9. Fairclough, N. (2003). *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. London: Routledge [in English].
10. Fisher, W. R. (1987). *Human communication as narration: Toward a philosophy of reason, value, and action*. Columbia : University of South Carolina Press [in English].
11. Ricoeur, P. (1984). *Time and narrative*. Chicago: University of Chicago Press [in English].
12. Schiffrin, D. (1987). *Discourse markers*. Cambridge: Cambridge University Press [in English].
13. Wodak, R. (2001). The discourse-historical approach. *Methods of critical discourse analysis*. R. Wodak, & M. Meyer (Eds.). London: Sage [in English].

Стаття надійшла до редакції 02.11.2025.

Received 02.11.2025.

Ponomarenko L., Hryhoryev D. Markers of the Narrativization of the Russian-Ukrainian War (as Exemplified by the Telegram Channels «RBK-Ukraine» and «Suspilne Novyny»)

The aim of the article is to examine the distinctive features of narrativization markers' functioning in news discourse on Telegram and to determine their role in shaping interpretive models of events in the Russian-Ukrainian war (as exemplified by the Telegram channels «RBK-Ukraine» and «Suspilne Novyny»).

Research methodology. *The following scientific methods were employed in this study: analysis of the academic literature in accordance with the research objectives and tasks; discourse analysis – to identify features of news messages' linguistic structure; elements of frame analysis – to determine the interpretive frameworks for presenting events; content analysis – to identify the recurrence of narrativization markers; comparative method – to compare the features of narrativization in the Telegram channels «RBK-Ukraine» and «Suspilne Novyny»; method of systematic analysis and generalization – to establish the correlation between linguistic means, frames, and narrative models.*

Results. *In contemporary communication and discourse analysis studies, narrative is viewed as a mechanism for making sense of social reality (V. Fischer; P. Ricoeur), while framing is seen as a way of selecting and highlighting aspects of events that determine the parameters of their interpretation (R. Entman). Works on media discourse emphasize the role of linguistic and discursive means in structuring messages and forming semantic connections (D. Schiffrin; R. Wodak; N. Fairclough). In the Ukrainian academic tradition, media discourse is defined as a multidimensional communicative field within which linguistic means perform not only an informative but also an interpretive function (N. Shumarova; L. Shevchenko; L. Ponomarenko). At the same time, the issue of how narrativization markers function in news Telegram discourse, particularly in the context of wartime communication, remains underdeveloped, which underscores the relevance of this study.*

It has been established that news discourse on Telegram is characterized by the use of recurring markers of narrativization at various levels (lexical, syntactic, as well as pragmatic, temporal, and quantitative), which form standardized linguistic models in messages. Furthermore, it has been shown that the regular reproduction of these models enables the formation of interpretive frames of threat, control over the situation, credibility, and magnitude, within which the events of the war are conceptualized as a continuous and structured process. At the same time, narrativization is realized as a cumulative process through the accumulation of messages and their repetition. It was found that, despite sharing common basic narrativization markers, the studied Telegram channels implement different communicative strategies: «RBK-Ukraine» tends toward an operational-stream model of information presentation, while «Suspilne Novyny» forms a contextual-explanatory model focused on verification and interpretation.

Novelty. *This study identified the mechanism of events' narrativization in the Russian-Ukrainian war within the Telegram news discourse through the interaction of relevant markers, their repetition, and the cumulative effect of the news stream. It was established that narrativization was realized not at the level of individual messages, but through their systematic accumulation and the regular reproduction of typical linguistic models, which enabled the formation of stable interpretive frameworks.*

Practical significance. *The practical significance of the findings lies in their potential application in teaching courses on journalism and media language. The research findings can be applied by practicing journalists when creating news content for digital media, as well as in analytical work related to the study of media discourse and interpretive strategies for presenting socially significant events.*

Key words: *news Telegram discourse, markers of narrativization, linguistic models, framing, media communication, the Russia-Ukraine war.*

А. О. Романюк

здобувачка, асистентка кафедри онлайн-медіа
e-mail: aliona.romaniuk@knu.ua, ORCID: 0009-0008-8127-8675
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
вул. Володимирська, 64/13, м. Київ, Україна, 01601

ФЕЙКОВІ «ОФІЦІЙНІ» ДОКУМЕНТИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ: МАРКЕРИ ПІДРОБКИ ТА ВЕРИФІКАЦІЯ

Мета дослідження – виявлення та систематизація маркерів підробки фейкових «офіційних» документів як специфічного формату дезінформаційного контенту, а також розробка алгоритму їх верифікації на основі емпіричного аналізу кейсів російських інформаційно-психологічних операцій у російсько-українській війні.

Методологія дослідження базується на комплексі якісних і порівняльних методів: контент-аналізі, кейс-аналізі, порівняльному аналізі підроблених документів з автентичними зразками офіційного діловодства та операціоналізації виявлених характеристик. Емпіричну базу становить авторський корпус із десяти верифікованих псевдоофіційних документів, поширених в інформаційному просторі України у 2022–2025 рр.

Результати. Виокремлено вісім типів маркерів підробки: формулярно-структурні, реквізитно-реєстраційні, інституційно-компетентнісні, мовно-стилістичні, логіко-юридичні та процедурні, візуально-технічні, реквізитно-часові, а також маркери циркуляції в межах наративу та «легенди». Встановлено, що у 100% досліджених кейсів зафіксовано маркери щонайменше трьох різних типів; найнадійнішими індикаторами є реквізитно-реєстраційні та інституційно-компетентнісні. Запропоновано функціональну типологію фейкових документів (документи деморалізації, паніки, делегітимації партнерства, шахрайські документи) та восьмикроковий алгоритм верифікації.

Новизна полягає у введенні концепції документної мімікрії – стратегії запозичення інституційної легітимності через відтворення формальних атрибутів офіційного документа – та у створенні першої систематизованої матриці маркерів підробки для псевдоофіційних документів в українському контексті.

Практичне значення. Матриця маркерів і верифікаційний алгоритм є придатними для використання в редакційній практиці медіа, освітніх програмах із журналістики, медіаграмотності та інформаційної гігієни, а також у підготовці державних службовців до розпізнавання цілеспрямованих дезінформаційних атак.

Ключові слова: дезінформація, фейкові документи, документна мімікрія, верифікація, інформаційно-психологічні операції, російсько-українська війна, соціальні мережі, фактчекінг.

I. Вступ

У 2022 р. основним джерелом новин для українців став Telegram [9], який почали активно використовувати як канал комунікації державні органи, медіа, публічні особи. Передувало цьому явищу стрімке поширення анонімних телеграм-каналів, які позиціонують себе як новинні, мімікуючи під українські медіа та інституційні джерела, а також надаючи нібито інсайдерську інформацію. Через такі телеграм-канали, а також закриті спільноти й чати в різних месенджерах упродовж усього періоду російсько-української війни регулярно поширюються псевдоофіційні документи (листи, накази, довідки, скріншоти указів), які стилістично та візуально імітують офіційне листування державних інституцій та діячів. Такі матеріали є інструментом стратегічних дезінформаційних операцій у межах гібридної агресії РФ, спрямованих на розхитування ситуації всередині країни, дискредитацію органів влади, підірив довіри до армії та інституцій, деморалізацію населення, провокування панічних настроїв і конспірологічних переконань.

На проблему системного поширення фейкових документів регулярно звертають увагу аналітики Центру протидії дезінформації, Центру стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки, фактчекери таких проєктів, як НотаСнота, Детектор медіа, StopFake, Gwara media, VoxCheck, Центру демократії і верховенства права та інших, які фіксують їх як окремий тип дезінформаційних повідомлень. На відміну від чуток, постів або скріншотів повідомлень, навіть підроблений документ має підвищену переконливість, оскільки відтворює атрибути формальної легітимності: бланк установи, реквізити, підпис, печатку, гриф обмеження доступу [1]. Унаслідок цього фейк у вигляді документа перетворюється на «матеріальний доказ», який підтверджує емоційні та політичні інтерпретації кризових подій.

Ефективність вірусного поширення фейкових документів у месенджерах і соціальних мережах посилюється специфікою функціонування сучасних медіаплатформ (Telegram, TikTok), де

висока швидкість споживання контенту в поєднанні з емоційною напруженістю воєнного часу нівелиює механізми раціональної перевірки процедурної та візуальної відповідності документа.

Відтак, систематизація маркерів підробки та розробка алгоритмів верифікації є науково й практично значущими для розвитку теорії соціальних комунікацій, удосконалення журналістських стандартів та зміцнення когнітивної стійкості суспільства.

Теоретичним підґрунтям дослідження слугує концепція інформаційного безладу, яку запропонували К. Уордл та Г. Дерахшан у доповіді для Ради Європи [20]. Автори розмежовують три типи інформації залежно від мети її поширення: місінформація (помилкова інформація без наміру нашкодити), дезінформація (свідомо сфабриковані повідомлення, неповна або спотворена інформація, яка створюється і поширюється з метою завдати шкоди) та малінформація (достовірна інформація, яку використовують з метою нашкодити). Фейкові «офіційні» документи належать до категорії дезінформації, оскільки їх створюють цілеспрямовано для маніпуляції, дискредитації інституцій та просування ворожих наративів.

Так, Г. Пеннікук та Д. Ренд вивчили когнітивні механізми, які пояснюють, чому аудиторія некритично сприймає фейки, включно з фейковими документами [15]. Автори доводять, що вразливість до фейків пояснюється передусім браком аналітичного мислення, а не партійною упередженістю. У контексті цього дослідження можна констатувати, що формальні атрибути офіційності, такі як бланк, реквізити, підпис, печатка, виступають для аудиторії «когнітивним ярликом», що активує периферійне опрацювання інформації та знижує рівень критичної перевірки. Показово, що навіть просте привернення уваги до точності інформації (наприклад, через запит «чи є це достовірним?») знижує поширення фейків на 51% [15]. Спираючись на це, можна стверджувати, що алгоритми верифікації мають практичну цінність як у режимі реального часу, так і у вибудовуванні довгострокової стратегії протидії дезінформації.

Огляд сучасних досліджень дезінформації та фейкових новин у соціальних мережах у своїй статті описують Е. Аймер, С. Амрі та Ж. Брассар [13]. Проаналізувавши понад 500 досліджень, автори наголошують, що жодна автоматизована система виявлення фейків досі не демонструє достатньої надійності. Цей висновок фактично підтверджує актуальність розробки людиноорієнтованих верифікаційних алгоритмів, у тому числі для формату фейкових документів.

Безпосереднім контекстом цього дослідження є російська дезінформаційна кампанія проти України під час повномасштабного вторгнення з 2022 р. Звіт Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) [18] детально аналізує дезінформацію, яку використовує російська федерація як зброю проти України: від наративної підготовки до вторгнення до спроб дискредитувати Україну на міжнародній арені. Серед ключових інструментів автори виокремлюють і підробку «офіційних» або «секретних» документів, що мають на меті створення ілюзії достовірності та інституційної легітимності маніпулятивних повідомлень.

Порівняльний аналіз дезінформації під час пандемії COVID-19 та російсько-української війни, який зробили Р. Санчес дель Вас і Дж. Туньон Наварро [16], виявив ключову відмінність: у воєнному контексті домінує комбінований формат дезінформації (зображення + текст), тоді як під час пандемії переважала дезінформація у форматі тексту. Це підтверджує особливу роль візуально оформлених фейкових документів як напряму воєнної дезінформації.

В українському науковому дискурсі дослідження, безпосередньо присвячені фейковим документам як окремому феномену, є нечисленними. Зокрема, В. Козак [1] у статті «Фейкові документи як інструмент психологічного впливу в інформаційній війні Росії проти України» здійснює одну з перших спроб систематизувати характеристики документних підробок у контексті гібридної війни. Авторка аналізує методи легітимації фейкових документів, описує алгоритм їх ідентифікації, а також наголошує на центральній ролі анонімних телеграм-каналів як середовища розповсюдження маніпулятивних матеріалів. Попри концептуальний внесок, робота базується переважно на окремих прикладах і не пропонує систематизованої матриці маркерів підробки. Це визначає наукову лакуну, яку заповнює пропонована стаття. Окремо про фейкові документи як складову загального «фейкоінструментарію» інформаційної війни згадували також Н. Шульська, Р. Зінчук, В. Башманівський [12].

Проведений аналіз досліджень і публікацій надає змогу виокремити ключову наукову лакуну: попри значну кількість праць із дезінформації, когнітивної вразливості аудиторії та верифікаційних практик, фейкові документи як специфічний формат із власною «механікою переконання», процедурними маркерами та функціями в межах ширших інформаційно-психологічних операцій досі не отримали системного операціоналізованого опису. Наявні дослідження або оперують документом як ілюстрацією ширшого феномену дезінформації, або зосереджуються на технічних аспектах виявлення маніпуляцій із зображеннями, не розглядаючи специфіки псевдоофіційних документів та їхньої мімікрії під офіційні з метою забезпечити довіру до меседжу, який поширюють за допомогою такого формату. Першою спробою заповнити цю лакуну в українському контексті є стаття В. Козак, однак вона не пропонує систематизованої порівняльної матриці маркерів і верифікаційного алгоритму, придатного для редакційного та університетського форматів. Саме на усунення цієї прогалини спрямована пропонована стаття.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Метою статті є виявлення та систематизація маркерів підробки фейкових «офіційних» документів як специфічного формату дезінформаційного контенту, а також розробка алгоритму їх верифікації на основі емпіричного аналізу кейсів російських інформаційно-психологічних операцій в російсько-українській війні. На відміну від попередніх досліджень, які розглядають фейкові документи як ілюстративний приклад ширшого феномену дезінформації або зосереджуються на технічних аспектах маніпуляції зображеннями, пропонується стаття спрямована на операціоналізацію цього явища як окремого типу мультимодального контенту.

Методологічну основу дослідження становить комплекс якісних і порівняльних методів соціально-комунікаційного аналізу. Емпіричною базою є десять кейсів фейкових офіційних документів, поширених в інформаційному просторі України у 2022–2025 рр. та верифікованих у межах фактчекінгової діяльності. Контент-аналіз застосовано для виявлення повторюваних структурних, лінгвістичних та візуальних характеристик документних підробок і формування типології маркерів фальсифікації. Метод кейс-аналізу забезпечив детальне вивчення конкретних прикладів дезінформаційних операцій та встановлення їхніх цілей у межах інформаційно-психологічного впливу. Порівняльний аналіз уможливив зіставлення підроблених документів з автентичними зразками офіційного діловодства, що надало змогу визначити процедурні невідповідності як ключовий індикатор фальсифікації. Метод операціоналізації використано для трансформації виявлених характеристик у практичний алгоритм верифікації фейкових документів. Зазначений комплекс методів надав змогу виокремити системні маркери підробки, встановити закономірності використання підроблених документів у дезінформаційних кампаніях і сформував верифікаційний протокол, придатний для редакційної та освітньої практики.

III. Результати

3.1. Корпус дослідження та теоретична рамка

Емпіричну базу становить авторський корпус із 10 псевдоофіційних документів, зафіксованих у соціальних мережах (TikTok, Telegram, Facebook) упродовж 2022–2025 рр. Відбір здійснювався за критеріями: 1) документ поширювався як «доказ» суспільно чутливого меседжу; 2) документ оформлено у стилі офіційно-ділової комунікації державної/урядової інституції з наявністю візуальних атрибутів офіційного документа (бланк, реквізити, підпис, печатка); 3) верифікований статус фейку (підтверджений ЦПД, SPRAVDI, НотаЄнота або іншими фактчекінговими ініціативами чи офіційними структурами [2–8; 10; 11; 17]); 4) тематична різноманітність: охоплення різних типів установ і наративів. Таблиця 1 містить зведений опис корпусу.

Таблиця 1

Опис корпусу псевдоофіційних документів (10 кейсів, 2022–2025 рр.)

№	Тип документа	Основна тема	Домінантний наратив	Особливості поширення
1	2	3	4	5
Рис. 1	Указ Президента України [6]	Мобілізація та сексуальні обов'язки жінок під час воєнного стану	Президент нібито зобов'язав жінок задовольняти потреби військових; зрада у шлюбі не є зрадою під час війни	Telegram-канали, закриті групи у Facebook; орієнтований на деморалізацію та підірив довіри до держави
Рис. 2	Лист керівника Офісу Президента Начальнику Генштабу ЗСУ [3]	Заборона використання Ваукактар ТВ2 на певних напрямках	Влада приховує провали дронавої програми; обмежує ЗСУ у використанні ефективної зброї	Проросійські Telegram-канали; спрямований на дискредитацію оборонного потенціалу та міжнародної співпраці
Рис. 3	Лист Міністра охорони здоров'я Прем'єр-міністру України [4]	Заражена кров від країн НАТО; прихована загроза для ЗСУ	НАТО постачає Україні кров, заражену ВІЛ, гепатитом та іншими вірусами	Tik-Tok, Telegram і Facebook як «витік секретного документа»
Рис. 4	Епікриз «Лікарні Св. Луки» [7]	Поранений борець нібито перебуває на лікуванні; збір коштів	Шахрайство: підроблена медична довідка для збору коштів під виглядом допомоги пораненому	Viber-чати, Facebook-сторінки; схема регулярно перезапускається зі зміною імен та дат
Рис. 5	Наказ Міністерства оборони України [5]	Блокпости, затримання чоловіків, застосування зброї до тих, хто чинить опір	ЗСУ проводять масові насильницькі затримання призовників; військові отримали наказ стріляти на блокпостах	Tik-Tok, Telegram-канали; орієнтований на провокування паніки та недовіри до армії
Рис. 6	Лист від ДП НАЕК «ЕНЕРГОАТОМ» Міністру клімату та навколишнього середовища Польщі [8]	Хмельницька АЕС переорієнтовується на експорт електроенергії до Польщі	Україна в умовах блекаутів налагоджує постачання електроенергії до ЄС на шкodu власним громадянам	Tik-Tok, Telegram-канали; спрямований на підірив довіри між Україною та партнерами

1	2	3	4	5
Рис. 7	Наказ ректора Київського національного університету імені Тараса Шевченка [11]	Відрахування 1000 студентів та передача їх даних до СБУ для мобілізації	Студентів масово відраховують і насильно призивають до армії; університет передає особисті дані спецслужбам	Facebook, Telegram; спрямований на провокування паніки серед студентів та батьків
Рис. 8	Лист командувача ОК «Захід» з грифом «Таємно» [17]	Переміщення особового складу та боеприпасів	Публікація «секретних» документів про логістику ЗСУ; ворог знає маршрути та диспозицію	Telegram-канали; орієнтований на деморалізацію та підірив довіри до командування
Рис. 9	Розпорядження Одеського обласного ТЦК та СП [9]	Примусова мобілізація громадян Молдови для підсилення бойових частин ЗСУ	Україна мобілізує іноземців; громадяни сусідніх країн стають «гарматним м'ясом»	Telegram-канали; спрямований на формування анти-українських настроїв серед молдовської аудиторії
Рис. 10	Лист Прем'єр-міністра України керівникам центральних органів виконавчої влади [10]	Переміщення міністерств на захід України; скорочення держслужбовців призовного віку	Уряд готується тікати, визнаючи воєнну поразку; влада приховує від суспільства реальний стан справ на фронті	Розсилався до органів влади та державних структур; поширювався як «втітки» через Telegram; орієнтований на підірив легітимності влади

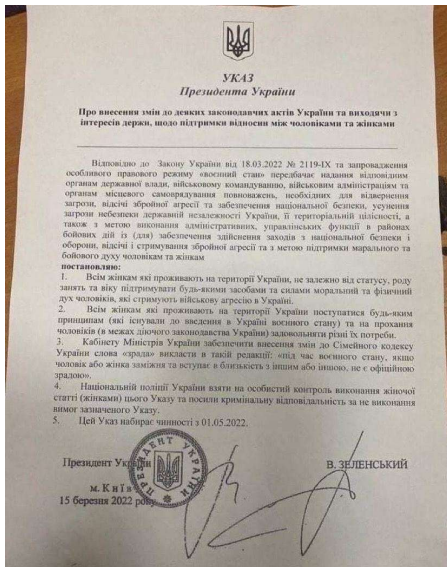


Рис. 1. Указ Президента України

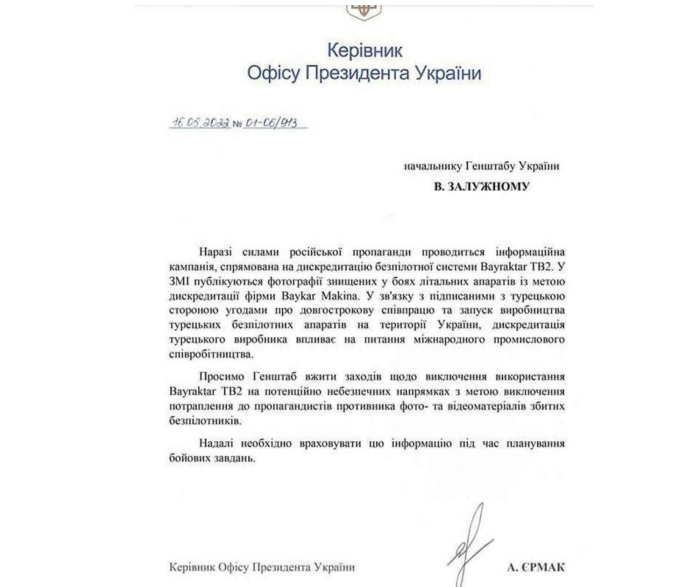


Рис. 2. Лист керівника Офісу Президента Начальнику Генштабу ЗСУ

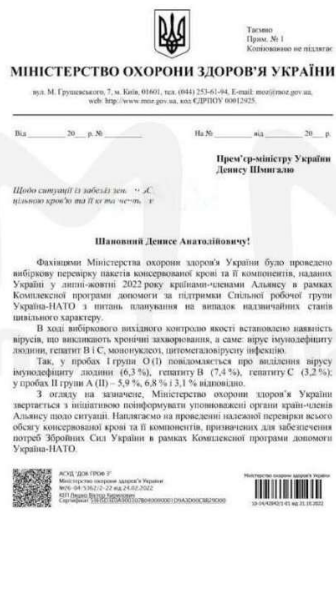


Рис. 3. Лист Міністра охорони здоров'я Прем'єр-міністру України

ШАХРАЇ

Відповідно до Вашої заяви, цим листом підтверджуємо, що Мазурчак Вадим Олександрович перебуває на стаціонарному лікуванні у відділенні анестезіології та інтенсивної терапії ВП «Лікарня Святого Луки» КНПН¹ територіальне медичне об'єднання м. Львова з 20.08.2023 по теперішній час з діагнозом: ВПТТ, ЗЧМТ. Забій головного мозку важкого ступеню, Субдуральна гематома справа, САК. Набряк-набухання головного мозку з дислокаційним синдромом. Перелом склепіння черепа. Перелом обох дужок тіла хребця 1.5. Перелом латеральної маси крижової кістки зліва. Динійний перелом верхньої гілки лопатки кістки зліва. Тула травма грудної клітки. Забій обох легень і гіять кульових поранень несумісним з життям людини. Військова частина А0409.

Директор
Заст. Медичного директора з анестезіологічної роботи
Василь ТРУНКВАЛЬТЕР
Тетяна Приходько
Олена ВОЙТОВИЧ

«ТЕРМІНОВО !!!»
Хлопець з ім. Яготик, Київської обл. Гражданин України. Проживає з Бабулут з тридцятих. Під час бойового завдання отримав п'ять поранень, втрачав двох бойових побратимів. ВЧ А2802. 1-батальйон (американський) 1-рота (американська) 2-авіад. Терміній збір 280 тисяч. Зібрані 90 тисяч. Просимо усіх необхідних побратимів допомогти. Номер картки - 4323.3473.8629.6567 СЛАВА УКРАЇН !!!

Розганяють через вайбер-чати, закриті групи та фейсбук-сторінки



Рис. 4. Епікриз «Лікарні Св. Луки»

Рис. 5. Наказ Міністерства оборони України

Фейковий документ

ЕНЕРГОАТОМ
НАЦІОНАЛЬНА АТОМНА ЕНЕРГОЕНЕРУЮЧА КОМПАНІЯ

Україна, 01032, Київ, вул. Назарівська, 3
Тел. +380(044)291-09-88, факс: 277-78-81
Рахунок 26099909019275
в АТ «Укрспецбанк» м. Київ
Код банку: 322313, код ЗКВТО 24584661

Міністру клімату та навколишнього середовища Польщі
Пауліна Хенніг-Клоске

Шановна пані Пауліно!

Цим листом НАЕК «Енергоатом» підтверджує свою готовність з 30 червня 2024 року приступити до виконання довгострокового контракту з поставок електроенергії у Польщу з енергоблоків №1 і №2 Хмельницької АЕС. Запевнюємо Вас, що після аналізу проведених заходів щодо продовження терміну експлуатації енергоблоку №1 Хмельницької АЕС Державною інспекцією ядерного регулювання України був складений висновок про відсутність потреби в проведенні повного планово-попереджувального ремонту енергоблоку. Здійснення підготовчих робіт з 10 квітня по 28 травня 2024 року було визнано достатнім для подальшого функціонування реактору у понад проєктний термін. Таким чином на момент початку поставок електроенергії ми гарантуємо безпеку та стабільне функціонування двох енергоблоків Хмельницької АЕС.

Також ми вважаємо важливим розв'язати сумніви Ваших колег щодо здатності Хмельницької АЕС виробляти електроенергію в повному об'ємі для поставок у Польщу. Для безперерйного забезпечення електроенергією польських споживачів Міністерством енергетики та вугільної промисловості України було прийнято остаточне рішення відімкнути два енергоблоки Хмельницької АЕС буде повністю переорієнтовано на експорт електроенергії.

З повагою,

Президент ДП «НАЕК «Енергоатом» [підпис] Петро КОТІН

«Назарівська», а не «Назарівська»
Номер телефону застарілий
Рахунок актуальний на 2019 рік
Кому - Пауліні, а не «Пауліне», не «Хенніг-Клоска», а Генніг-Клосці
«Цім» - москвити так і не навчилися розрізняти літери «і» та «и»
Відсутність посилання на документи про аналіз, висновки - це повинно бути у додатках
«Було прийнято остаточне рішення... буде повністю переорієнтовано» - WTF?
П. Котін не президент, а виконуючий обов'язки голови правління
«НАЕК «Енергоатом» зараз не ДП, а АТ (100% акцій належить Кабміну)

Рис. 6. Лист від ДП НАЕК «ЕНЕРГОАТОМ» Міністру клімату та навколишнього середовища Польщі

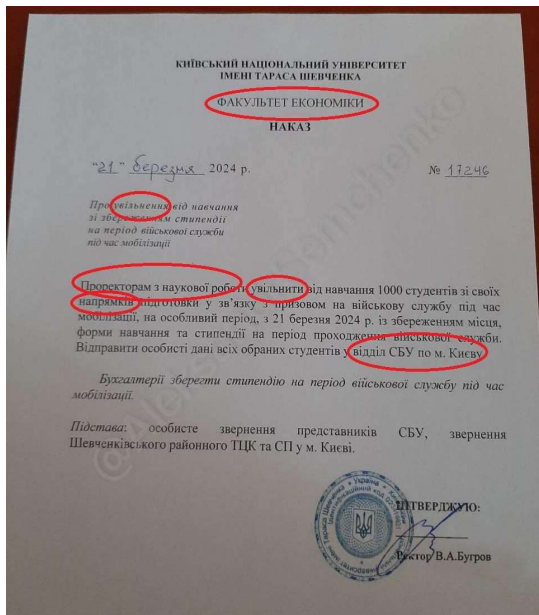


Рис. 7. Наказ ректора Київського національного університету імені Тараса Шевченка

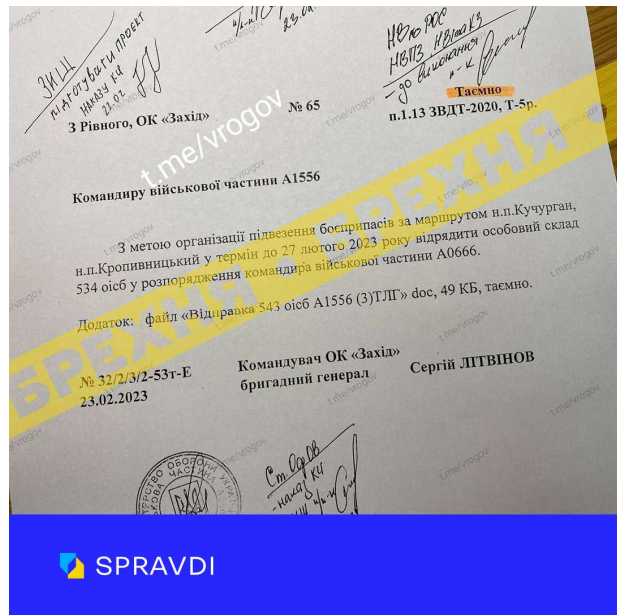


Рис. 8. Лист командувача ОК «Захід» з грифом «Таємно»

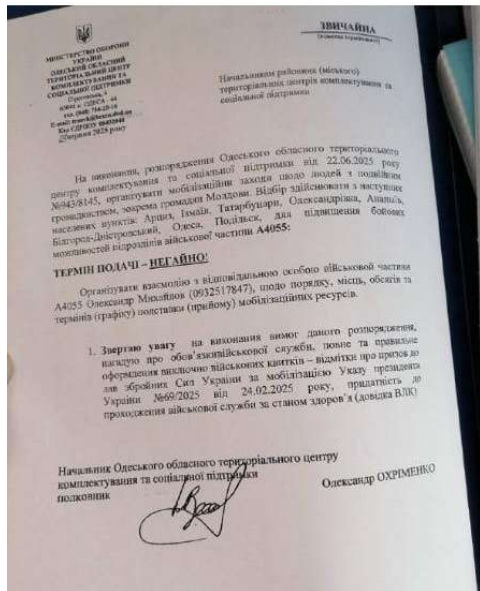


Рис. 9. Розпорядження Одеського обласного ТЦК та СП

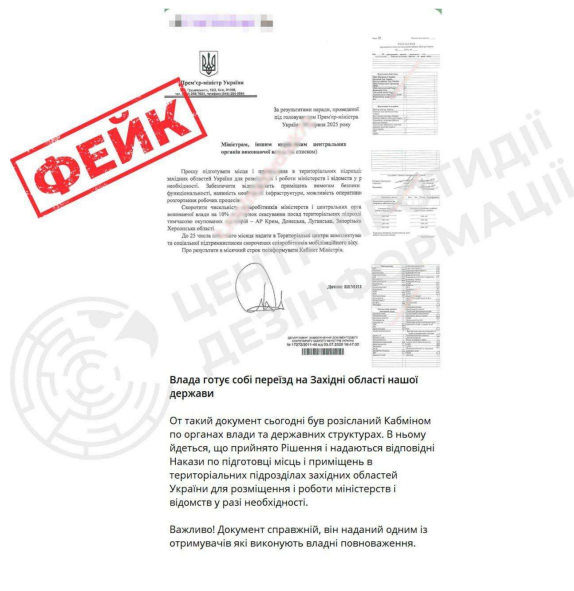


Рис. 10. Лист Прем'єр-міністра України керівникам центральних органів виконавчої влади

Для аналізу виявлених закономірностей у роботі застосовано концепцію документної мімікрії – відтворення зовнішніх ознак офіційного документа (формуляр, бланк, реквізити, підпис, печатка, гриф) з метою запозичення інституційної довіри. Ця стратегія спирається на ефект легітимності: наявність формальних атрибутів офіційності слугує для аудиторії когнітивним заміном змістової перевірки, вмикаючи периферійне опрацювання інформації [15].

Таким чином, псевдодokument перетворюється на так званий матеріальний доказ, що активує механізм підтвердження попередніх переконань і підвищує вірогідність вірусного поширення.

3.2. Типологія маркерів підробки

Контент-аналіз і порівняльний аналіз корпусу із залученням верифікаційних матеріалів НотаЄнота, SPRAVDI та Центру протидії дезінформації [2–8; 10; 11; 17] надали змогу виокремити вісім типів маркерів підробки, що системно повторюються в досліджених кейсах. Таблиця 2 містить матрицю маркерів: для кожного типу вказано конкретні індикатори, приклади з корпусу та діагностичну цінність – від абсолютних ознак підробки до маркерів середнього рівня, що потребують додаткової перевірки.

Важливо, що виявлені індикатори охоплюють не лише мовні чи візуальні аспекти, а й процедурну логіку функціонування офіційного документообігу, що є ключовою відмінністю цього типу дезінформації від інших форматів фейкового контенту.

Матриця маркерів підробки фейкових офіційних документів

Тип маркера	Індикатори	Приклади з корпусу	Діагностична цінність
1	2	3	4
Формулярно-структурні (оформлення документа)	Відсутні обов'язкові елементи виду документа: констатувальна частина; ключова формула («НАКАЗУЮ» для наказів); відсутні відповідальні/терміни/контроль; некоректне оформлення підстави (без дати/номера); згадані додатки без вихідної інформації скільки додатків на скількох сторінках розміщено, нетипове розміщення підпису/«З повагою»	Рис. 3: є посилання на додатки у документі, але немає обов'язкового оформлення додатків («стілки то додатків на ... сторінках»). Рис. 5: відсутня обґрунтовувальна частина з посиланнями на норми права. Рис. 6: порушення розміщення блоку «З повагою», підписного блоку. Рис. 7: відсутня констатувальна частина, «НАКАЗУЮ», відповідальні, контроль виконання; підстава без дати і номера реєстрації, слово «ПІДТВЕРДЖУЮ» замість «ЗАТВЕРДЖУЮ»	Середня: вимагає знання ДСТУ 4163:2020, але порушення видно, якщо порівняти з оригінальними документами установи
Реквізитно-реєстраційні (ідентифікація через номери/реєстри)	Відсутній вихідний номер або підпис уповноваженої особи; документ не зареєстрований у відповідній канцелярії; посилання на неіснуючі або невідповідні укази/акти; вигадані службові електронні адреси	Рис. 1: посилання на закон, який прийняли в майбутньому. Рис. 3: відсутні обов'язкові вихідні і вхідні реквізити, вихідні дані листа, QR-код не відповідає реєстрації конкретного листа. Рис. 9: посилається на Указ № 69/2025 від 24.02.2025, тоді як реальний указ із цим номером датований 05.02.2025 і стосується інших питань; неіснуюча службова електронна адреса. Рис. 10: документ не зареєстрований у Департаменті документообігу КМУ	Абсолютна (реєстрація): відсутність у реєстрі – безумовна ознака підробки. Висока (номер, підпис, електронна адреса): перевіряється за кілька хвилин
Інституційно-компетентнісні (хто може видати/підписати/кому адресувати)	Некоректна адресація (посада/орган/підрозділ не існує або названий неправильно); орган видає документ поза своєю компетенцією; «рівень» документа не відповідає повноваженням підписанта; неправильна відомча належність/підпорядкування	Рис. 2: лист адресується Начальнику Генштабу В. Залужному, проте що посаду у 2022 р. обіймав С. Шаптала в той час, як В. Залужний був Головнокомандувачем ЗСУ. Рис. 5: МОУ видає наказ частині А3056, що підпорядковується Нацгвардії (МВС). Рис. 7: немає факультету економіки, натомість є економічний факультет; наказ виданий від імені «Факультету економіки», завдання адресовані проректорам університету, хоча факультет не має таких повноважень	Висока: систематична плутанина у посадах і підпорядкуванні є ознакою незнання структури українських інституцій
Мовно-стилістичні (офіційно-діловий стандарт)	Росіянізми і кальки; порушення відмінювання у звертанні/адресації; граматичні та орфографічні помилки; нехарактерна для канцеляриту лексика; недоречна мова документа (напр., лист іноземному адресату не англійською)	Рис. 1: «інтереси держи» (замість «держави» у заголовку). Рис. 3: численні помилки («наплягаємо», «неприпустимим є закупівля...»), що нетипово для міжвідомчого листування. Рис. 4: неузгодженість (боєць «на стаціонарі», але поранення «несумісні з життям»). Рис. 6: «Цім» замість «цим», помилки у відмінюванні імені адресата («Пауліне» замість «Пауліні», «Хенніг-Клоске» замість «Генніг-Клосці»); лист написаний українською, хоча отримувач іноземний. Рис. 7: «увільнення» замість «звільнення»; «відділ СБУ по місту Києву» замість «Головне управління СБУ у місті Києві»	Середня; висока: орфографічні росіянізми очевидні без спеціальних знань; стилістичні порушення виявляються під час порівняння з оригінальними документами
Логіко-юридичні та процедурні (зміст, який неможливий у правовому полі)	Пункти суперечать законодавству/здоровому глузду; документ «створює право» не тим інструментом; внутрішні логічні суперечності; нереалістичність виконання приписів; відсутність правових підстав (закони/підзаконні акти) у наказах	Рис. 1 юридично й логічно неможливі приписи; невідповідність реальній війні (у ЗСУ служать і жінки). Рис. 4: боєць «перебуває на стаціонарному лікуванні» і водночас «п'ять кульових поранень, несумісних із життям». Рис. 5: пункти про затримання всіх чоловіків і застосування зброї до тих, хто чинить опір, суперечать законодавству України і є нереалістичними; відсутня обґрунтовувальна частина з посиланнями на норми	Абсолютна (внутрішні суперечності): логічна несумісність всередині документа є безумовною ознакою фальсифікації. Висока (юридичний аналіз): вимагає знання законодавства

1	2	3	4
Візуально-технічні (монтаж, якість, цілісність зображення)	Різна роздільна здатність тексту і підписів; «відірвані» печатка або підпис; обрізаний документ (немає шапки/реквізитів); артефакти монтажу; фіктивні печатки з неіснуючими кодами	Рис. 4: текст і підписи мають різну роздільну здатність; шапка обрізана, реквізити відсутні. Виявляється при детальному візуальному огляді. Рис. 5: на печатці вказаний неіснуючий ідентифікаційний код 07049100	Середня: видно без спеціальних інструментів, але легко усювається при наступних версіях підробки
Реквізитно-часові (реквізити установи, актуальність даних, часові «сліди» шаблону)	Застарілі телефони, рахунки, коди; неправильна організаційно-правова форма; відсутність актуальних каналів (e-mail) там, де вони обов'язкові; використання старих шаблонів оформлення документів	Рис. 3: відсутня електронна адреса, що є обов'язковим реквізитом на офіційних бланках. Рис. 6: банківський рахунок, актуальний на 2019 р.; «ДП НАЕК «Енергоатом»» замість «АТ» (реорганізовано); П. Котін підписує як «Президент», а не в. о. голови правління; неактуальний номер телефона	Висока: застарілі реквізити перевіряються за відкритими реєстрами за кілька хвилин; є індикатором використання старого шаблону
Маркери циркуляції в межах нарративу та «легенди»	«Легенда» про витік/злам як випереджувальна легітимація; водяні знаки російських або анонімних телеграм-каналів на «таємних» документах; серійність шаблону з заміною імен, дат; поширення через локальні/шкільні чати	Рис. 3: поширювався із «легендою» про злам пошти Прем'єр-міністра Шмигала. Рис. 4: схема регулярно перезапускається зі зміною імені «пораненого» та дат при незмінних технічних маркерах. Рис. 8 і рис. 10: на документах накладено водяні знаки проросійських каналів, легенди про інсайдерську інформацію	Висока (легенда про витік): типова тактика легітимації фейку

Реквізитно-реєстраційні та інституційно-компетентнісні маркери виявлено в усіх десяти кейсах без винятку, що підтверджує їх статус найнадійніших індикаторів підробки. Принципово важливою є закономірність: виробники фейків систематично ігнорують або не розуміють реєстраційну логіку офіційного документообігу в Україні. Найвиразніший приклад – рис. 10 (лист Шмигала), де ЦПД встановив відсутність реєстрації в Департаменті документообігу КМУ. Жодний справжній документ Кабінету Міністрів не може існувати без реєстраційного запису.

Інституційно-компетентнісні маркери свідчать про системне незнання виробниками фейків структури українських державних і військових інституцій. До характерних помилок належать плутанина в посадах: «начальник Генштабу Залужний» (рис. 2), наказ МО до частини НГУ (рис. 5), наказ факультету проректорам університету (рис. 7). Ця помилка повторюється незалежно від установи-прикриття, що свідчить про спільну модель створення фальшивих документів.

Мовно-стилістичні маркери зафіксовані в дев'яти кейсах. Найстійкішою діагностичною ознакою є заміна «і» на «и» та кальки з російської: «Цім листом» (рис. 6), «держи» (рис. 1), «наплягаємо» (рис. 3). Особливу цінність як маркер має внутрішня суперечність у рис. 4: «перебуває на стаціонарному лікуванні» і «поранення, несумісні з життям» в одному документі є абсолютним маркером фальсифікації.

Маркери циркуляції та «легенди» є специфічним типом, який характеризує не сам документ, а контекст його поширення. Одним із характерних маркерів є водяні знаки російських пропагандистських або українських анонімних Telegram-каналів на «таємних» документах. Цей маркер одночасно ідентифікує підробку й вказує на джерело її вкиду. Кейс рис. 4 (шахрайський епікриз) демонструє промислову модель: схема регулярно перезапускається зі зміною імені та дат при незмінних технічних маркерах.

Кейс рис. 6 (лист Енергоатому) і рис. 1 є найбагатшими на маркери в корпусі: у них одночасно присутні ознаки шести з восьми типів. Це свідчить про те, що пріоритетом авторів підробки була нарративна правдоподібність, а не процедурна точність. Можна припустити розрахунок на периферійне сприйняття аудиторії, яка готова прийняти документ як «підтвердження» вже наявних переконань [15].

Таким чином, аналіз табл. 2 дає підстави констатувати, що документна підробка як мультимодальний формат дезінформації спирається на документну мімікрію – стратегію запозичення інституційного авторитету через зовнішні атрибути. Проте «технологічна досконалість» таких фейків залишається низькою: у 100% досліджених кейсів виявлено сукупність маркерів щонайменше трьох різних типів. Найбільш вразливою ланкою для фальсифікаторів є інституційна компетентність та процедурна логіка, що вказує на відірваність авторів ІПСО від реального правового та адміністративного поля України.

3.3. Функціональна типологія псевдоофіційних документів

На підставі аналізу корпусу виокремлюються чотири функціональні типи фейкових офіційних документів залежно від їхньої ролі.

Перший тип – документи деморалізації. Вони спрямовані на піддрив довіри до армії та держави. Такі документи імітують внутрішній документообіг закритих структур і містять меседжі про насильницькі дії або стратегічні поразки (рис. 1, 2, 5, 10).

Другий тип – документи паніки. Вони розраховані на провокування масового страху та панічних настроїв серед визначених соціальних груп: студентів, батьків (рис. 7), військовозобов'язаних, які не служать, громадян Молдови (рис. 9), широкої аудиторії через максимальний емоційний ефект (рис. 1).

Третій тип – документи делегітимації партнерства. Вони спрямовані на руйнування довіри між Україною та союзниками через нарративи про загрозу з боку НАТО або зраду партнерів (рис. 3, 6).

Четвертий тип – шахрайські документи. У них використовуються атрибути офіційності для збору коштів під виглядом допомоги військовим (рис. 4). На відміну від ІПСО-документів, вони мають комерційну мотивацію й тиражуються за схемою «швидкого перезапуску» зі зміною особистих даних і дат.

3.4. Алгоритм верифікації фейкових документів

На підставі систематизованої матриці маркерів розроблено восьмикроковий алгоритм верифікації псевдоофіційних документів (табл. 3). Алгоритм побудований за принципом економії верифікаційних ресурсів: перші чотири кроки виконуються за 3–5 хвилин без спеціальних інструментів і є достатніми для прийняття рішення у більшості кейсів; кроки 5–8 застосовуються у складних випадках або коли висновок матиме публічне значення.

Таблиця 3

Алгоритм верифікації фейкових офіційних документів

Крок	Дія	Перевірочне питання	Критерій рішення
1	Перевірка джерела поширення	Де вперше з'явився документ? Чи є перша публікація в офіційному акаунті установи? Чи є посилання на першоджерело?	Анонімний Telegram-канал або невідома сторінка має підвищений ризик підробки
2	Перевірка реквізитів	Перевірити актуальну назву установи, адресу, телефони, рахунки, коди ЄДРПОУ на актуальність (відкриті реєстри, офіційний сайт)	Застарілі або неіснуючі реквізити є чітким маркером підробки
3	Перевірка посади підписанта та адресата	Чи існує така посада? Чи відповідає підписант установі та займав він цю посаду на дату підписання?	Неіснуюча або неправильна посада, неактуальна посада на дату документа є чітким маркером підробки
4	Мовний аналіз	Чи характерна мова для офіційно-ділового стилю? Чи є російські, граматичні та орфографічні помилки?	Росіянізми, помилки, нехарактерна лексика є ознакою підробки
5	Аналіз змісту та внутрішньої логіки	Чи є зміст юридично можливим? Чи немає внутрішніх суперечностей? Чи відповідає документ компетенції органу?	Абсурдний зміст, логічні та юридичні суперечності є ознакою підробки
6	Візуальна перевірка	Чи однакова роздільна здатність елементів (підпис, печатка, текст, логотипи)? Чи немає водяних знаків сторонніх каналів? Чи не обрізана шапка?	Артефакти монтажу, розмиті печатки, чужі водяні знаки є ознакою підробки
7	Наративний аналіз	Чи збігається зміст із відомими нарративами, які поширює російська пропаганда? Чи провокує документ надмірну емоційну реакцію?	Збіг з нарративами російської пропаганди є додатковою ознакою підробки
8	OSINT-верифікація	Пошук документа в офіційних реєстрах і зворотний пошук зображення; перевірка наявності спростувань на офіційних сторінках установ, ЦПД / SPRAVDI / фактчекерів	Відсутність у реєстрах, а також наявне спростування є основною ознакою підтвердженого фейку

Перевірка алгоритму на корпусі показала, що перші чотири кроки є діагностичними для всіх десяти кейсів. Кейс рис. 10 (лист Шмигалья) є показовим з огляду на канал поширення: на відміну від решти документів корпусу, цей псевдодокумент цілеспрямовано розсилався безпосередньо до органів влади та державних структур, а не через масові Telegram-канали для широкої аудиторії. Це ілюструє, що фейкові документи можуть мати не лише масову, а й таргетовану інституційну аудиторію – і це підвищує вимоги до верифікаційних протоколів у самих органах влади.

IV. Висновки

Проведене дослідження підтверджує, що фейкові «офіційні» документи є самостійним форматом дезінформаційного контенту з власною «механікою переконання», яка принципово відрізняє їх від інших типів фейків. Ключовою властивістю цього формату є документна мімікрія – стратегія запозичення інституційної легітимності через відтворення зовнішніх атрибутів

офіційного документа (бланк, реквізити, підпис, печатка, гриф). Саме ці атрибути сприяють перетворенню підробки на «матеріальний доказ» в очах аудиторії, підвищуючи вірогідність вірусного поширення.

Аналіз корпусу з десяти верифікованих кейсів (2022–2025 рр.) надав змогу виокремити вісім типів комплексних маркерів підробки: формулярно-структурні, реквізитно-реєстраційні, інституційно-компетентнісні, мовно-стилістичні, логіко-юридичні та процедурні, візуально-технічні, реквізитно-часові й маркери циркуляції в межах наративу та «легенди». Найнадійнішими індикаторами підробки є реквізитно-реєстраційні та інституційно-компетентнісні маркери: вони виявлені в усіх десяти кейсах без винятку. Показово, що «технологічна досконалість» досліджених підробок є низькою: у 100% кейсів зафіксовано сукупність маркерів щонайменше трьох різних типів. Найбільш вразливою ланкою для фальсифікаторів виявилася процедурна логіка офіційного документообігу та інституційна компетентність – систематичне незнання структури українських державних і військових органів. Це вказує на відірваність авторів фейкових документів від реального правового та адміністративного поля України і водночас визначає найефективнішу точку верифікації.

За функціональним призначенням псевдоофіційні документи розподіляються на чотири типи: документи деморалізації (підрив довіри до армії та держави), документи паніки (провокування страху серед визначених соціальних груп), документи делегітимації партнерства (руйнування довіри між Україною та союзниками) і шахрайські документи (комерційна мотивація під виглядом допомоги військовим).

На підставі систематизованої матриці маркерів розроблено восьмикроковий алгоритм верифікації, побудований за принципом економії верифікаційних ресурсів. Перші чотири кроки (перевірка джерела поширення, реквізитів, посади підписанта та мовний аналіз) виконуються за кілька хвилин без спеціальних інструментів і є достатніми для більшості кейсів. Перевірка алгоритму підтвердила його діагностичну ефективність: перші чотири кроки виявилися достатніми для ідентифікації підробки в усіх десяти досліджених кейсах.

Практична цінність запропонованих інструментів виходить за межі фактчекінгової діяльності. Матриця маркерів і верифікаційний алгоритм є придатними для використання в редакційній практиці медіа, освітніх програмах з медіаграмотності та інформаційної гігієни, а також у підготовці державних службовців до розпізнавання цілеспрямованих дезінформаційних атак на інституційному рівні.

Перспективи подальших досліджень пов'язані з розширенням корпусу та кількісним аналізом динаміки поширення фейкових документів у часі, дослідженням ефективності різних форматів верифікаційних алгоритмів для непрофесійної аудиторії, а також порівняльним аналізом документних підробок у контексті інших збройних конфліктів.

Список використаної літератури

1. Козак В. А. Фейкові документи як інструмент психологічного впливу в інформаційній війні Росії проти України. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2025. Т. 36 (75). № 1. Ч. 2. С. 242–247.
2. НотаЄнота. Фейк: лист керівника Офісу Президента начальнику Генштабу ЗСУ щодо Bayraktar TB2. *Facebook*. URL: <https://www.facebook.com/notaenota1/posts/pfbid02gPJXZRtTLtiNtuqW5Z4Kts3iU5sZy3acTpFAWEAefkawn7wrTTmeZryCB14aMtFbl> (дата звернення: 09.11.2025).
3. НотаЄнота. Фейк: лист Міністра охорони здоров'я Прем'єр-міністру України про заражену кров НАТО. *Facebook*. URL: <https://www.facebook.com/notaenota1/posts/pfbid02sYNZF1426MrZT5BbBywk5gLNspHubATz1Zeps3bjzbFvWZ5EPkaLtpuKoE1t7J8yl> (дата звернення: 09.11.2025).
4. НотаЄнота. Фейк: лист НАЕК «Енергоатом» міністру клімату Польщі. *Facebook*. URL: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=498856482727853&set=a.164756532804518> (дата звернення: 09.11.2025).
5. НотаЄнота. Фейк: наказ командира військової частини А3056 про блокування та застосування зброї. *Facebook*. URL: <https://www.facebook.com/notaenota1/posts/pfbid02GVkgUwvfHAZsMvFM8sh2xL4DcSo9i1jnfWbU6XmjWZUgSwvR7NWgqR5WNZeTCSsl> (дата звернення: 09.11.2025).
6. НотаЄнота. Фейк: Указ Президента України про сексуальні обов'язки жінок під час воєнного стану. *Facebook*. URL: <https://www.facebook.com/notaenota1/posts/137219152222567> (дата звернення: 09.11.2025).
7. НотаЄнота. Шахрайство: підроблений епікриз лікарні «Св. Луки» для збору коштів. *Facebook*. URL: <https://www.facebook.com/notaenota1/posts/pfbid037XatiRDx2GDwdCYW9jUyPykYDy3kRGnnWByBKn2Rbme55gLCj58jFkkL3pQt685gl> (дата звернення: 09.11.2025).
8. Одеський обласний ТЦК та СП. Фейк: розпорядження про мобілізацію громадян Молдови. *Facebook*. URL:

- <https://www.facebook.com/photo/?fbid=795033779522912&set=a.217576063935356> (дата звернення: 09.11.2025).
9. «Труха», «Блискавка», УНІАН – найбільш популярні джерела новин для українців під час війни. *Detector Media*. 2022. URL: <https://detector.media/infospace/article/205497/2022-11-30-trukha-blyskavka-unian-naubylsh-populyarni-dzherela-novyn-dlya-ukraintsiv-pid-chas-viyny/> (дата звернення: 09.11.2025).
 10. Центр комунікацій КНУ імені Тараса Шевченка. Фейк: наказ ректора КНУ про відрахування студентів та передачу даних до СБУ. *Facebook*. URL: <https://www.facebook.com/stratcomknu/posts/pfbid0sUvfjsEHQnNlHVEc5iXTsPhxnFj5PVXVzd fRaAYj8oV3DJmiBCNixgL6S3Uz223zl> (дата звернення: 09.11.2025).
 11. Центр протидії дезінформації. Росіяни розсилають фейковий лист нібито за підписом Прем'єр-міністра Дениса Шмигала про евакуацію міністерств. *Telegram*. 2025. URL: <https://t.me/CenterCounteringDisinformation/14837> (дата звернення: 09.11.2025).
 12. Шульська Н. М., Зінчук Р. С., Башманівський В. І. Фейкоінструментарій ведення інформаційної війни в Україні: на матеріалі мови сучасних медіа. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2023. Т. 34 (73). № 1. Ч. 2. С. 274–279.
 13. Aïmeur E., Amri S., Brassard G. Fake news, disinformation and misinformation in social media: a review. *Social Network Analysis and Mining*. 2023. Vol. 13. № 1. Art. 30.
 14. Lazer D. et al. The science of fake news. *Science*. 2018. Vol. 359. № 6380. P. 1094–1096.
 15. Pennycook G., Rand D. G. The Psychology of Fake News. *Trends in Cognitive Sciences*. 2021. Vol. 25. № 5. P. 388–402.
 16. Sánchez del Vas R., Tuñón Navarro J. Disinformation on the COVID-19 pandemic and the Russia-Ukraine War: Two sides of the same coin? *Humanities and Social Sciences Communications*. 2024. Vol. 11. Art. 826.
 17. SPRAVDI. Фейк: лист командувача ОК «Захід» з грифом «Таємно» щодо переміщення боєприпасів. *Facebook*. URL: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=528215419462444&set=a.293130419637613> (дата звернення: 09.11.2025).
 18. Terracino J. B., Matasick C. Disinformation and Russia's War of Aggression Against Ukraine: Threats and Governance Responses. Paris : OECD, 2022. 49 p. URL: https://www.oecd.org/en/publications/disinformation-and-russia-s-war-of-aggression-against-ukraine_37186bde-en.html (date of request: 09.11.2025).
 19. Vosoughi S., Roy D., Aral S. The spread of true and false news online. *Science*. 2018. Vol. 359. № 6380. P. 1146–1151.
 20. Wardle C., Derakhshan H. Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policymaking. Strasbourg : Council of Europe, 2017. 108 p. URL: <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html> (date of request: 09.11.2025).

References

1. Kozak, V. A. (2025). Feikovi dokumenty yak instrument psykholohichnoho vplyvu v informatsiinii viini Rosii proty Ukrainy [Fake documents as a tool of psychological influence in Russia's information war against Ukraine]. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Seriya: Filolohiia. Zhurnalistyka*, 36 (75)(1, part 2), 242–247. doi: 10.32782/2710-4656/2025.1.2/38 [in Ukrainian].
2. NotaYenota. (2022). Feik: lyst kerivnyka Ofisu Prezydenta nachalnyku Henshtabu ZSU shchodo Bayraktar TB2 [Fake: letter from the Head of the President's Office to the Chief of the General Staff of the Armed Forces of Ukraine regarding Bayraktar TB2]. *Facebook*. Retrieved from <https://www.facebook.com/notaenota1/posts/pfbid02gPJXZRt-TLtiNtuqW5Z4Kts3iU5sZy3acTpFAWEAefkawn7wrTTmeZryCB14aMtFbl> [in Ukrainian].
3. NotaYenota. (2022). Feik: lyst Ministra okhorony zdorovia Prem'ier-ministru Ukrainy pro zarazenu krov NATO [Fake: letter from the Minister of Health to the Prime Minister of Ukraine about NATO-contaminated blood]. *Facebook*. Retrieved from <https://www.facebook.com/notaenota1/posts/pfbid02sYNZF1426MrZT5BbBywk5gLNspxubATz1Zeps3bjzFvWZ5EPkaLtpu-KoE1tJ8yl> [in Ukrainian].
4. NotaYenota. (2024). Feik: lyst NAEK «Enerhoatom» ministru klimatu Polshchi [Fake: letter from NAEK «Energoatom» to the Minister of Climate of Poland]. *Facebook*. Retrieved from <https://www.facebook.com/photo/?fbid=498856482727853&set=a.164756532804518> [in Ukrainian].
5. NotaYenota. (2023). Feik: nakaz komandyra viiskovoi chastyny A3056 pro blokposty ta zastosuvannia zbroi [Fake: order of the commander of military unit A3056 on checkpoints and use of weapons]. *Facebook*. Retrieved from <https://www.facebook.com/notaenota1/posts/pfbid02GVkgUwvfHAZsMvFM8sh2xL4DcSo9i1jnfWbU6XmjWZUg-SwvR7NWgqR5WNZetTCSsl> [in Ukrainian].
6. NotaYenota. (2022). Feik: Ukaz Prezydenta Ukrainy pro seksualni obov'iazky zhinok pid chas voiennoho stanu [Fake: Decree of the President of Ukraine on sexual duties of women during

- martial law]. *Facebook*. Retrieved from <https://www.facebook.com/notae-nota1/posts/137219152222567> [in Ukrainian].
7. NotaYenota. (2023). Shakhraistvo: pidroblenyi epikryz likarni «Sv. Luky» dlia zboru koshtiv [Fraud: forged medical report from St. Luke's Hospital for fundraising]. *Facebook*. Retrieved from <https://www.facebook.com/notae-nota1/posts/pfbid037XatiRDx2GDwdCYW9jUyPykYDy3kRGnnWByBKn2Rbme55gLCj58jFkkL3pQt685gl> [in Ukrainian].
 8. Odeskyi oblasnyi TsTsK ta SP. (2025). Feik: rozporiadzhennia pro mobilizatsiiu hromadian Moldovy [Fake: order on mobilization of Moldovan citizens]. *Facebook*. Retrieved from <https://www.facebook.com/photo/?fbid=795033779522912&set=a.217576063935356> [in Ukrainian].
 9. «Trukha», «Blyskavka», UNIAN – naibilsh populiarini dzhherela novyn dlia ukraintsiv pid chas viiny [«Trukha», «Blyskavka», UNIAN – the most popular news sources for Ukrainians during the war]. (2022). *Detector Media*. Retrieved from <https://detector.media/infospace/article/205497/2022-11-30-trukha-blyskavka-unian-naybilsh-populyarni-dzherela-novyn-dlya-ukraintsiv-pid-chas-viyny/> [in Ukrainian].
 10. Tsentr komunikatsii KNU imeni Tarasa Shevchenka. (2024). Feik: nakaz rektora KNU pro vidrakhuvannia studentiv ta peredachu danykh do SBU [Fake: order of the KNU rector on expulsion of students and transfer of data to the SBU]. *Facebook*. Retrieved from <https://www.facebook.com/stratcomknu/posts/pfbid0sUvifsEHQnNlH-VEc5iXTsPhxnFj5PVXVzdfRaAYj8oV3DJmiBCHixgL6S3Uz223zl> [in Ukrainian].
 11. Tsentr protydii dezinformatsii. (2025). Rosiany rozsilaiut feikovy lyst nibito za pidpysom Prem'ier-ministra Denysa Shmyhalia pro evakuatsiiu ministerstv [Russians are sending a fake letter allegedly signed by Prime Minister Denys Shmyhal about the evacuation of ministries]. *Telegram*. Retrieved from <https://t.me/CenterCounteringDisinformation/14837> [in Ukrainian].
 12. Shulska, N. M., Zinchuk, R. S., & Bashmanivskyi, V. I. (2023). Feikoinstrumentarii vedennia informatsiinoi viiny v Ukraini: na materiali movy suchasnykh media [Fake tools of information warfare in Ukraine: based on the language of modern media]. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Seriya: Filolohiia. Zhurnalistyka*, 34(73)(1, part 2), 274–279. doi: 10.32782/2710-4656/2023.1.2/43 [in Ukrainian].
 13. Aïmeur, E., Amri, S., & Brassard, G. (2023). Fake news, disinformation and misinformation in social media: A review. *Social Network Analysis and Mining*, 13 (1), 30. doi: 10.1007/s13278-023-01028-5 [in English].
 14. Lazer, D., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., Metzger, M. J., ..., & Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359 (6380), 1094–1096. doi: 10.1126/science.aao2998 [in English].
 15. Pennycook, G., & Rand, D. G. (2021). The psychology of fake news. *Trends in Cognitive Sciences*, 25 (5), 388–402. doi: 10.1016/j.tics.2021.02.007 [in English].
 16. Sánchez del Vas, R., & Tuñón Navarro, J. (2024). Disinformation on the COVID-19 pandemic and the Russia-Ukraine War: Two sides of the same coin? *Humanities and Social Sciences Communications*, 11, 826. doi: 10.1057/s41599-024-03355-0 [in English].
 17. SPRAVDI. (2026, February 19). Feik: lyst komanduvacha OK «Zakhid» z hryfom «Taiemno» shchodo peremishchennia boieprypasiv [Fake: letter from the commander of OC «West» classified «Secret» regarding the movement of ammunition]. *Facebook*. Retrieved from <https://www.facebook.com/photo/?fbid=528215419462444&set=a.293130419637613> [in Ukrainian].
 18. Terracino, J. B., & Matasick, C. (2022). Disinformation and Russia's war of aggression against Ukraine: Threats and governance responses. *OECD*. Retrieved from https://www.oecd.org/en/publications/disinformation-and-russia-s-war-of-aggression-against-ukraine_37186bde-en.html [in English].
 19. Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359 (6380), 1146–1151. doi: 10.1126/science.aap9559 [in English].
 20. Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. *Council of Europe*. Retrieved from <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html> [in English].

Стаття надійшла до редакції 15.11.2025.
Received 15.11.2025.

Romaniuk A. Fake «Official» Documents as a Disinformation Tool: Forgery Markers and Verification

Research objective is to identify and systematize the markers of forgery in pseudo-official documents as a specific format of disinformation content, and to develop a verification algorithm based on empirical analysis of Russian information and psychological operations in the Russian-Ukrainian war.

Research methodology is based on a combination of qualitative and comparative methods: content analysis, case analysis, comparative analysis of forged documents against authentic official

records, and operationalization of identified characteristics. The empirical base comprises a corpus of ten verified pseudo-official documents circulated in Ukraine's information space in 2022–2025.

Results. Eight types of forgery markers were identified: formulary-structural, requisite-registration, institutional-competence, linguistic-stylistic, logical-legal and procedural, visual-technical, requisite-temporal, and circulation-narrative markers. It was established that 100% of the examined cases contained markers from at least three different categories; the most reliable indicators proved to be requisite-registration and institutional-competence markers. A functional typology of fake documents was proposed (demoralization documents, panic-inducing documents, partnership-delegitimization documents, and fraudulent documents), alongside an eight-step verification algorithm.

Novelty consists in introducing the concept of documentary mimicry – a strategy of borrowing institutional legitimacy by replicating the formal attributes of official documents – and in creating the first systematized matrix of forgery markers for pseudo-official documents in the Ukrainian context.

Practical significance. The marker matrix and verification algorithm are applicable in media editorial practice, media literacy and information hygiene education programs, and in training civil servants to recognize targeted disinformation attacks.

Key words: disinformation, fake documents, documentary mimicry, verification, information and psychological operations, Russian-Ukrainian war, social media, fact-checking.

Д. О. Фальковський

здобувач наукового ступеня доктора філософії
e-mail: dima2f1996@gmail.com, ORCID: 0009-0004-8604-6583
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
вул. Юрія Іллєнка, 36/1, м. Київ, Україна, 02000

ДИНАМІКА ХРОНОМЕТРАЖУ УКРАЇНСЬКОГО ДОКУМЕНТАЛЬНОГО КІНО (2014–2024 РР.)

Мета дослідження – проаналізувати динаміку хронометражу українського документального кіно за даними IMDb у 2014–2024 рр. та визначити структурні зміни співвідношення короткометражного і повнометражного форматів у формуванні медіанної тривалості.

Методи дослідження. Дослідження ґрунтується на кількісному аналізі 970 українських документальних фільмів за 2014–2024 рр., відібраних із бази IMDb. Застосовано методи описової статистики: обчислення медіани, інтервальний розподіл тривалостей, візуалізацію часової динаміки. Проведено очищення вибірки та агрегування серійних записів відповідно до одиниці аналізу – окремого документального твору.

Результати. У статті проаналізовано динаміку хронометражу українського документального кіно за 2014–2024 рр. на основі кількісного аналізу даних IMDb. Дослідження зосереджене на зміні співвідношення короткометражного й повнометражного форматів та їхньому впливі на формування медіанної тривалості фільмів.

Встановлено, що загальна медіанна тривалість українських документальних фільмів не демонструє монотонного тренду, а її коливання зумовлені насамперед структурними змінами у співвідношенні короткого й повного метра. У 2022–2023 рр. зафіксовано зсув у бік короткометражних фільмів, що спричинив зниження загальної медіани, тоді як у 2024 р. зростання частки повнометражних робіт зумовило її підвищення. Виявлено сталі кластери тривалості: короткий метр переважно до 40 хв, повний – у межах 70–99 хв. Наддовгі фільми мають поодинокий характер і не визначають центральних тенденцій розподілу.

Наукова новизна полягає в тому, що вперше здійснено системний кількісний аналіз динаміки хронометражу українського документального кіно за 2014–2024 рр. на основі вибірки IMDb. Доведено, що зміни медіанної тривалості визначаються передусім перерозподілом форматів, а не радикальною трансформацією внутрішнього хронометражу кожної з груп.

Практичне значення одержаних результатів полягає в можливості їх використання для аналізу форматної структури українського документального виробництва, прогнозування його динаміки, а також у викладанні дисциплін, пов'язаних із документальним кіно та аудіовізуальним виробництвом.

Ключові слова: екранна документалістика, документальне кіно, доказове кіно, зображальні засоби, відеоконтент, російсько-українська війна.

I. Вступ

Українське документальне кіно у 2014–2024 рр. зазнало суттєвих трансформацій, пов'язаних із зміною виробничих умов, каналів дистрибуції та суспільного контексту. Водночас більшість досліджень сучасної української документалістики зосереджені переважно на тематичних, жанрових або культурологічних аспектах, тоді як кількісні параметри виробництва, зокрема хронометраж, є недостатньо проаналізованими.

Тривалість фільму – не лише технічна характеристика, а й індикатор форматної моделі виробництва, дистрибуційної стратегії та структурних особливостей аудіовізуального ринку. Зміни в співвідношенні короткометражного й повнометражного формату можуть відображати трансформації виробничих практик, ресурсних можливостей та способів взаємодії з аудиторією. Водночас питання динаміки хронометражу українського документального кіно у довготривалій перспективі досі не набуло системного емпіричного опису. Кількісний аналіз формальних параметрів фільму, зокрема його тривалості та темпоральної структури, активно застосовують у сучасних дослідженнях кіно. До прикладу, Д. Каттінг використовує кількісний аналіз у своїй праці «Еволюція темпу в популярних фільмах» [1], що надає змогу розглядати хронометраж як вимірюваний показник стильових і виробничих змін.

Цифрові бази даних, зокрема IMDb, створюють можливість формування масштабної вибірки для кількісного аналізу тривалості фільмів у часовому розрізі. Використання агрегованих

метаданих надає змогу виявити структурні зміни форматів виробництва та оцінити їхню динаміку на рівні всієї сукупності доступних позицій.

У цьому контексті вивчення динаміки хронометражу українського документального кіно за 2014–2024 рр. є актуальним як з огляду на інтенсивність змін у галузі, так і з позицій розвитку кількісних методів аналізу в дослідженнях аудіовізуальної культури.

Доступні наукові праці дають лише фрагментарні дані щодо динаміки тривалості документальних фільмів, виготовлених в Україні, а не повноцінну статистику по всій галузі.

Дослідження сучасної воєнної документалістики після Революції Гідності та початку війни показують різке зростання кількості неігрових фільмів після 2014 р., але говорять про теми, продюсерську модель і фестивалі, а не про хронометраж.

До прикладу, стаття С. Марченко, де «аналізуються кількісні та якісні зміни в цьому виді кіно за останні три десятиліття, представлені періоди його злетів і падінь, синхронізовані зі змінами політичних процесів в Україні» [6]. Дослідник дійшов висновку, що «після масових протестів Євромайдану 2014 р. та початку російсько-української війни кількість таких фільмів значно зростає, забезпечуючи значний інформативний та освітній вплив» [6], але в статті наявний аналіз кількісної динаміки створення документальних фільмів, а не кількісної динаміки тривалості. Чи дослідження О. Семенової, де окреслено місце та роль сучасного українського кінематографа як «м'якої сили» у боротьбі з гуманітарною експансією Російської Федерації, фактора впливу на масову свідомість та соціальні установки українців, засобу контрпропаганди, конструювання загальнонаціональної ідентичності та формування зрілої політичної нації в цілому» [3].

Водночас бракує публікацій, які б розглядали хронометраж усіх (або репрезентативної вибірки) документальних фільмів 2014–2024 рр., простежували динаміку середньої/медійної тривалості за роками.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета дослідження – проаналізувати динаміку хронометражу українського документального кіно за даними IMDb у 2014–2024 рр. та визначити структурні зміни співвідношення короткометражного й повнометражного форматів у формуванні медіанної тривалості.

Збір даних для цього дослідження здійснено таким чином:

1. Зібрано дані з IMDb [5] з фільтрами: жанр фільму – документальний; країна виробник фільму – Україна; період релізу фільму – 2014–2024 включно.

Дані було взято з бази IMDb на момент 17 жовтня 2025 р.

Тривалість була приведена до уніфікованого формату гг:хх:сс та перевірена на наявність нульових значень.

2. Сформовано базу даних з позиціями для кожного фільму, в яких є така інформація: ідентифікаційний номер – ідентифікаційний номер фільму всередині дослідження; рік релізу фільму – зазначений на сторінці фільму в базі даних IMDb; назва фільму; тривалість у форматі гг:хх:сс

Одиницею аналізу в дослідженні є окремий документальний фільм (твір/проект), а не епізод чи серійний запис. Кількість зібраних фільмів без очистки вибірки – 2040 позицій.

3. Здійснено очищення бази даних. Вилучено з вибірки позиції, в яких відсутні дані про дату релізу чи рік створення. Кількість вилучених позицій – 1027.

4. У процесі очищення та підготовки даних виявлено групу серійних/повторюваних записів у IMDb, які належать до одного проекту «Ukraine on Fire 2» і представлені в базі як множинні позиції з однаковою назвою та роком релізу, але з дуже малою тривалістю (переважно 0:01:00). Оскільки включення кожної серії як окремої позиції призводить до структурного зсуву розподілу тривалостей і непропорційно впливає на показники центральної тенденції (зокрема медіану), було застосовано процедуру агрегації.

Згідно з взятою в дослідженні одиницею аналізу (документальний твір/проект), усі записи, що відповідають проекту «Ukraine on Fire 2», були об'єднані в одну аналітичну позицію. Операційно агрегацію виконано шляхом дедуплікації записів за комбінацією ознак назва + рік релізу (та додатковою перевіркою відповідності типу запису й тривалості). Для агрегованої позиції використано медіанну тривалість, репрезентативну для проекту, а всі повтори вилучено з розрахунків як технічні дублікати. Кількість вилучених позицій – 45.

Таким чином, фінальна вибірка після очищення даних – 970 позицій.

Оскільки тривалості понад 2:00:00 у вибірці представлені поодинокими спостереженнями та деформують показники центральної тенденції на діаграмі розсіювання. Для уникнення деформації застосовано обмеження максимальної тривалості до 2:00:00 при побудові діаграми розсіювання.

Окремо здійснено аналіз короткометражних та повнометражних фільмів. Повнометражним фільмом є фільм тривалістю довше 40 хв. Ця тривалість базується на визначенні Академії кінематографічних мистецтв і наук. Так, Дж. Каттинг (J. Cutting) у своєму дослідженні використовує це значення, для категорії повнометражного фільму: «Академія кінематографічних мистецтв і наук визначає повнометражні фільми як такі, що тривають щонайменше 40 хвилин, що є необхідним для отримання звичайної премії “Оскар”. Ці фільми були одними з найпопулярніших у роки

випуску» [1, с. 4]. Відповідно до тривалості повнометражного фільму короткометражний має інверсне значення – до 40 хвилин.

Для аналізу динаміки тривалості застосовано методи описової статистики: обчислення медіани як показника центральної тенденції, підрахунок частот у категоріальних інтервалах тривалості та побудова лінійних графіків і діаграми розсіювання.

Вибір медіани як основного показника зумовлений наявністю асиметрії розподілу та поодинокими наддовгими фільмами, що можуть впливати на середнє арифметичне. Використання медіани як основного показника центральної тенденції відповідає рекомендаціям сучасної статистики щодо аналізу асиметричних розподілів із наявністю викидів. Як зазначають Ф. Сані та Дж. Тодман, «медіана – це значення набору даних, яке має стільки ж балів, скільки вищих за нього, скільки й нижчих», тобто: «Перевага медіани полягає в тому, що вона, на відміну від середнього, не чутлива до екстремальних значень» [9].

IMDB є агрегаторною базою, наповнення якої залежить від практик внесення/редагування записів користувачами та правовласниками; отже, вибірка може бути неповною щодо всього масиву українського документального кіно й містити зміщення видимості на користь робіт, що мають міжнародну дистрибуцію, фестивальну присутність або активну промоційну підтримку.

IMDB активно використовують у міжнародних дослідженнях кіно як базу метаданих для кількісного аналізу. Наприклад, Д. Сімонтон використовував метадані з IMDB для аналізу у своєму дослідженні «Кінопремії як показники кінематографічної креативності та досягнень: кількісне порівняння “Оскара” та шести альтернатив». Щодо методології свого дослідження він зазначив: «Необроблені дані для процедури відбору проб та вимірювань змінних були отримані переважно з електронних джерел, таких як Інтернет-база даних фільмів» [7].

III. Результати

Загальна динаміка хронометражу та обсягу виробництва (2014–2024)

У 2014–2024 рр. медіанна тривалість усієї сукупності документальних фільмів демонструє не монотонну динаміку (табл. 1; рис. 1а). У 2014 р. медіана становить 00:51:00, у 2016–2018 рр. знижується до 00:35:00–00:37:00, у 2019–2021 рр. зростає до 00:44:00–00:49:30, після чого у 2022–2023 рр. падає до 00:32:00 та 00:27:30 відповідно, а у 2024 р. різко підвищується до 01:06:00 (табл. 1). Така траєкторія вказує, що на рівні загальної медіани немає стабільного тренду на поступове подовження або скорочення тривалості. Натомість помітні структурні зміни складу вибірки за форматами метражу.

Одночасно фіксується суттєва динаміка обсягу виробництва/присутності у вибірці IMDb: від 56 позицій у 2014 р. до піку 134 у 2023 р., після чого – спад до 96 у 2024 р. (табл. 1; рис. 1б). Це важливо для інтерпретації хронометражу, тому що в роки, коли різко зростає частка короткометражних робіт, загальна медіана закономірно зміщується вниз навіть за відносної стабільності в тривалості повного метра.

Таблиця 1

Медіанна тривалість і кількість українських документальних фільмів у вибірці IMDb за роками (2014–2024)

Рік	Тривалість всіх метражів фільмів (медіана)	Тривалість короткометражних фільмів (медіана)	Тривалість повнометражних фільмів (медіана)	Кількість всіх фільмів (медіана)
2014	00:51:00	0:17:00	1:09:30	56
2015	00:43:00	0:15:00	1:06:00	89
2016	00:35:00	0:18:00	1:06:30	98
2017	00:36:00	0:20:00	1:15:00	77
2018	00:37:00	0:17:00	1:15:00	71
2019	00:44:00	0:13:00	1:06:00	82
2020	00:42:00	0:12:00	1:08:00	89
2021	00:49:30	0:11:00	1:11:00	72
2022	00:32:00	0:18:00	1:15:30	105
2023	00:27:30	0:14:30	1:17:30	134
2024	01:06:00	0:16:00	1:19:00	96

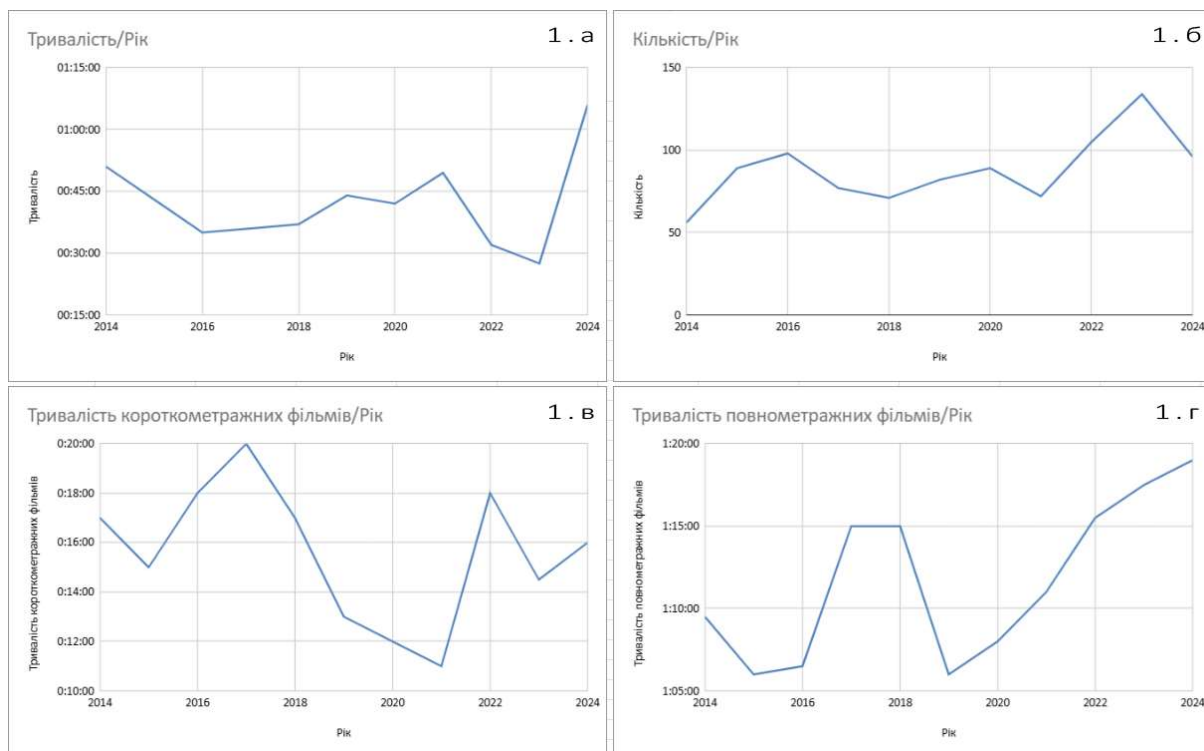


Рис. 1. Загальна динаміка хронометражу та обсягу виробництва (2014–2024):

- 1а. Тривалість/Рік (медіана всіх фільмів)
 1б. Кількість/Рік (кількість фільмів)
 1в. Тривалість короткометражних фільмів/Рік
 1г. Тривалість повнометражних фільмів/Рік

Короткометражні та повнометражні фільми: стабільність хронометражу і структурний зсув

Розподіл за форматами підтверджує, що зміни загальної медіани значною мірою зумовлені співвідношенням короткого й повного метра (табл. 2). У 2014–2021 рр. кількість короткометражних і повнометражних фільмів є порівняно збалансованою (наприклад, 2014 р.: 27 коротких та 29 повних; 2021 р.: 36 та 36). Натомість у 2022–2023 рр. відбувається зсув у бік короткого метра (2023 р.: 86 коротких та 48 повних), що узгоджується зі зниженням загальної медіани до 00:27:30 у 2023 р. (табл. 1). У 2024 р. спостерігається протилежний рух: повний метр стає чисельно домінуючим (2024 р.: 35 коротких та 61 повний), що пояснює стрибок загальної медіани до 01:06:00 (табл. 1–2).

Таблиця 2

Кількість короткометражних і повнометражних документальних фільмів за роками (2014–2024)

2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
27	49	61	42	38	44	47	36	61	86	35	Короткометражні фільми
29	40	37	35	33	38	42	36	44	48	61	Повнометражні фільми

При цьому аналіз внутрішнього хронометражу кожної групи показує різну картину стабільності:

– короткометражні: медіана коливається в межах 00:11:00–00:20:00 без ознак сталого тренду (табл. 1; рис. 1в). Максимум припадає на 2017 р. (00:20:00), мінімум – на 2021 р. (00:11:00). У 2022–2024 рр. значення повертаються до середніх рівнів (00:18:00, 00:14:30, 00:16:00), тобто короткий метр радше демонструє варіативність, ніж спрямовану зміну; – повнометражні: медіанна тривалість загалом помірно зростає у фінальному відрізку періоду. Після нижчих значень 2015–2016 рр. (01:06:00–01:06:30) та «плато» 2017–2018 рр. (01:15:00), у 2022–2024 рр. фіксується послідовність 01:15:30 → 01:17:30 → 01:19:00 (табл. 1; рис. 1г). Це можна інтерпретувати як тенденцію до подовження повного метра в останні роки вибірки, хоча сила тренду помірна (зростання вимірюється хвилинами, а не десятками хвилин).

У праці О. Мельникової-Курганової про документальні фільми щодо бойової авіації України здійснено порівняння стрічок 2015 і 2023 рр. та зроблено висновок, що: «з'явилася нова хвиля документальних фільмів про воєнну авіацію.» [1]. Це дослідження узгоджується з динамікою зростання кількості фільмів у 2022–2023 рр. як відповідь на збройну агресію російської федерації.

Також зростання кількості фільмів як відповідь на агресію підтвержує дослідження І. Правило, у якому автор доходить висновку, що «травматичний досвід, через який проходять українці нині, потребує фіксації, репрезентації та художнього переосмислення в безпосередній близькості до подій, які ми проживаємо. Для цього можуть слугувати різноманітні формати та жанри екранного видовища: короткометражні й повнометражні стрічки, документальні, ігрові фільми, картини в жанрах фільм-портрет, нарис і докудрама» [2].

Розподіл тривалостей за інтервалами: де саме зосереджене виробництво

Дані інтервального розподілу підтверджують, що короткий метр у вибірці концентрується насамперед у діапазонах 10–19 хв та 20–29 хв, а також помітний сегмент 1–9 хв (табл. 3). Найвиразніша концентрація спостерігається в 2023 р.: 31 фільм у діапазоні 10–19 хв, 20 – у 20–29 хв і 22 – у 1–9 хв. Це створює структурний тиск на загальну медіану, знижуючи її навіть за наявності достатньої кількості повнометражних робіт.

Таблиця 3

Розподіл кількості фільмів за інтервалами тривалості (1–9 хв; 10–19; ...; 190+ хв) у розрізі років (2014–2024)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
1-9	6	14	9	6	6	13	14	13	13	22	8	Короткий метр
10	9	13	19	14	15	15	19	12	21	31	11	
20	7	8	18	12	7	9	9	4	15	20	6	
30	2	7	4	7	8	2	1	3	6	9	8	
40	3	7	11	3	2	5	4	4	6	4	2	
50	5	8	7	7	5	7	7	10	6	5	8	Повний метр
60	8	11	7	5	8	10	13	3	3	7	8	
70	5	8	4	7	6	7	7	9	14	12	15	
80	6	7	8	8	5	8	6	4	9	6	10	
90	2	4	8	6	2	4	5	4	6	12	18	
100	0	2	1	0	5	2	3	2	3	4	2	
110	1	0	1	1	2	0	0	0	1	0	0	
120	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	
130	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	
140	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	
150	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
160	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
170	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	
180	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	
190>	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	

Для повного метра такими, що домінують, є інтервали 70–79, 80–89 та особливо 90–99 хв (табл. 3). Зокрема, у 2024 р. у діапазоні 90–99 хв зафіксовано 18 фільмів, у 70–79 хв – 15, у 80–89 хв – 10. Така концентрація узгоджується з підвищенням медіани повного метра до 01:19:00 у 2024 р. (табл. 1). Натомість дуже довгі тривалості трапляються рідко: інтервали 120+ хв переважно мають нульові або поодинокі значення, а категорія 190+ хв виникає лише як виняток, наприклад, 2 випадки у 2021 р. (табл. 3). Отже, зміни медіани формуються не «хвостом» наддовгих робіт, а перерозподілом маси між коротким метром і типовими інтервалами повного метра (70–99 хв).

Варіативність тривалостей у часі: діаграма розсіювання

Діаграма розсіювання (рис. 2) демонструє, що в усі роки наявна широка дисперсія тривалостей. Поряд із типовими діапазонами короткого метра та повного метра присутні поодинокі викиди. Водночас основна щільність спостережень формує два стійкі кластери: короткий метр (переважно до 40 хв) та повний метр (переважно близько 70–100 хв), що узгоджується з табл. 3.

Застосоване обмеження до 2:00:00 є виправданим як технічний прийом візуалізації, оскільки наддовгі роботи трапляються епізодично й візуально стискають основний масив даних, ускладнюючи порівняння типової структури тривалостей між роками (рис. 2).

ТРИВАЛІСТЬ/РІК

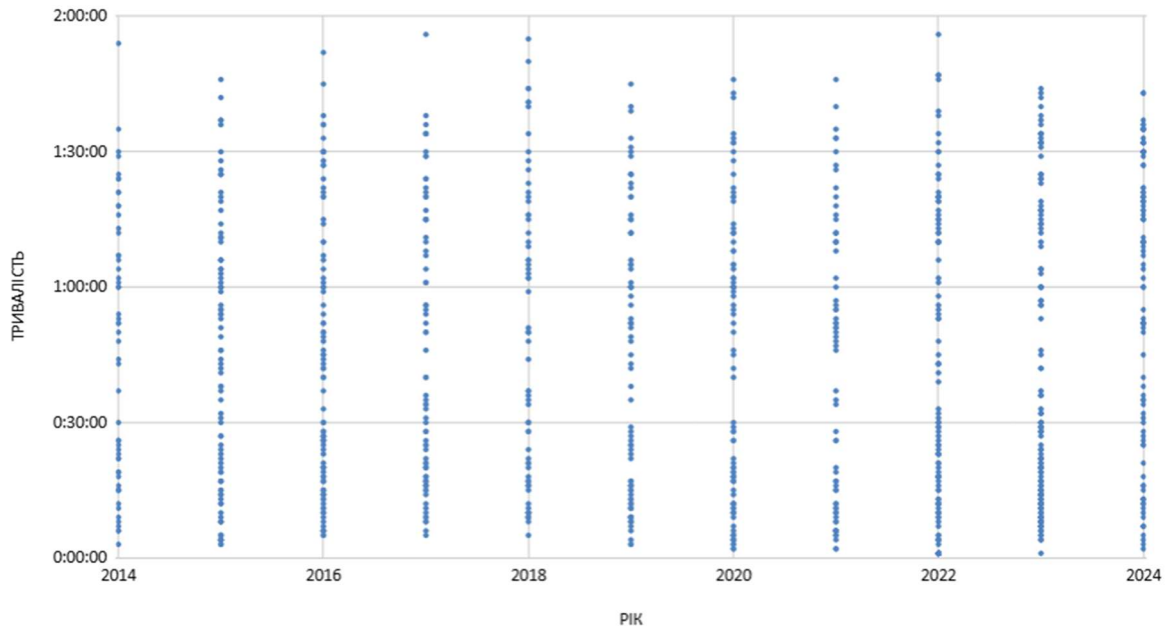


Рис. 2. Діаграма розсіювання тривалостей фільмів за роками (2014–2024), з обмеженням тривалості до 2:00:00 для візуалізації

Зафіксований у 2022–2023 рр. зсув у бік короткометражних тривалостей (табл. 2–3) може відобразити адаптацію виробничих практик документалістики до умов високої невизначеності, коли перевага надається проектам із коротшим циклом виробництва та швидшим виходом до аудиторії. Збільшення кількості фільмів у 2022 р. узгоджується зі спостереженнями Е. Ользака. У своїй статті вона зазначає: «3 лютого 2022 р. українська кіноспільнота відіграє значну роль у поширенні інформації серед українського населення та світової спільноти про події, що відбуваються в Україні, а також у передачі особистого та колективного досвіду українців під час російського вторгнення. Як наслідок, створюється багато документальних фільмів, присвячених безперервному конфлікту» [8]. Водночас зростання частки повнометражних позицій і підвищення загальної медіани у 2024 р. (табл. 1–2; рис. 1а) узгоджується з гіпотезою про повернення/нарощування ресурсів для довших проектів і/або накопичувальний ефект завершення повнометражних робіт, розпочатих у попередні роки. У межах цього дослідження такі пояснення варто трактувати як інтерпретаційні, оскільки дизайн аналізу фіксує результат (структуру тривалостей), але не містить прямих змінних, що описують умови виробництва (джерела фінансування, виробничі цикли, типи релізу тощо).

IV. Висновки

Проведений аналіз 970 позицій українських документальних фільмів за 2014–2024 рр. засвідчив, що загальна медіанна тривалість не демонструє монотонної тенденції до стабільного зростання або скорочення. Динаміка має хвилеподібний характер із локальними підйомами та спадами.

Ключовим чинником коливань загальної медіани є структурне співвідношення короткометражного та повнометражного формату. У 2022–2023 рр. відбувся виразний зсув у бік короткого метра, що зумовило зниження загальної медіани тривалості. У 2024 р. спостерігається зворотна тенденція – домінування повнометражних фільмів, що призвело до зростання медіанного показника.

Для короткометражних документальних фільмів упродовж досліджуваного періоду характерна відносна стабільність внутрішнього хронометражу. Їх медіанна тривалість коливається в межах 11–20 хв без ознак стійкого тренду подовження чи скорочення.

Повнометражні документальні фільми демонструють помірну тенденцію до подовження у 2022–2024 рр., коли медіанна тривалість послідовно зростає від 01:15:30 до 01:19:00. Проте масштаб змін є обмеженим і вимірюється хвилинами, що свідчить радше про еволюційні, ніж радикальні, трансформації формату.

Інтервальний аналіз підтверджує, що ядро короткого метра зосереджене в діапазонах 10–29 хв, тоді як повний метр переважно концентрується в межах 70–99 хв. Наддовгі тривалості (120+ хв і 190+ хв) мають поодинокий характер і не визначають центральні тенденції розподілу.

Діаграма розсіювання засвідчує сталість двокластерної структури тривалостей (короткий і повний метр) упродовж усього періоду, що свідчить про збереження базової форматної архітектури української документалістики навіть за умов різких змін виробничого середовища.

Отже, результати дослідження надають змогу зробити висновок, що динаміка хронометражу українського документального кіно, представленого в базі IMDb у 2014–2024 рр., визначається насамперед структурними змінами співвідношення форматів, а не кардинальною трансформацією тривалості як такої. Виявлені зрушення 2022–2023 рр. варто інтерпретувати як реакцію виробничої системи на зовнішні умови, тоді як загальна форматна модель (короткий метр до 40 хв і повний метр близько 70–100 хв) залишається відносно стабільною.

Перспективи подальших досліджень охоплюють такі напрями:

– валідація вибірки IMDb шляхом порівняння з іншими джерелами. Доцільно зіставити масив IMDb з національними та галузевими базами/каталогами (Держкіно, фестивальні програми, каталоги платформ, інституційні архіви), щоб оцінити повноту покриття та можливі зміщення «видимості» українських документальних робіт у міжнародному агрегаторі;

– виявлення зв'язку тривалості з тематикою та жанровими режимами документалістики. Варто перевірити, чи відрізняється хронометраж між тематичними групами (війна, права людини, історія, культура тощо) та між документальними жанрами/режимами, а також чи змінюються ці відмінності у 2022–2024 рр.

Список використаної літератури

1. Мельникова-Курганова О., Іващук А., Букіна Н. Висвітлення бойових завдань української авіації в документальних фільмах. *Образ*. 2024. № 1 (44). С. 83–91.
2. Правило І. О. Вибір жанрів та форм аудіовізуального мистецтва для фіксації та художнього переосмислення тем воєнного часу. *Культура України*. 2023. № 82. С. 44–52.
3. Семенова О. Вітчизняний кінематограф як протидія інформаційній агресії Російської Федерації (на прикладі історико-патріотичного кіно). *Українознавство*. 2021. № 2 (79). С. 30–43.
4. Cutting J. E. The evolution of pace in popular movies. *Cognitive Research: Principles and Implications*. 2016. Vol. 1. Art. 30.
5. IMDb (запит із параметрами відбору). URL: https://www.imdb.com/search/title/?release_date=2014-01-01,2024-12-31&genres=documentary&countries=UA&sort=release_date,asc (дата звернення: 20.10.2025).
6. Marchenko S. Non-fiction cinema of independent Ukraine. *Images. The International Journal of European Film, Performing Arts and Audiovisual Communication*. 2023. Vol. 34. № 43. P. 57–75.
7. Nichols B., Baron J. Introduction to Documentary. 4th ed. Bloomington ; Indianapolis : Indiana University Press, 2024. 312 p. URL: https://books.google.com.ua/books/about/Introduction_to_Documentary_Fourth_Edit.html?id=Jm4NEQAAQBAJ&redir_esc=y (date of request: 20.10.2025).
8. Olzacka E. Ukrainian cinema and cultural mobilization during the Russian invasion (2022). *Cinema: Journal of Philosophy and the Moving Image*. 2023. Vol. 15. № 1. P. 14–30.
9. Sani F., Todman J. Experimental design and statistics for psychology: A first course. Malden, MA ; Oxford ; Carlton : Blackwell Publishing, 2006. 233 p.
10. Simonton D. K. Film awards as indicators of cinematic creativity and achievement: A quantitative comparison of the Oscars and six alternatives. *Creativity Research Journal*. 2004. Vol. 16. № 2–3. P. 163–172.

References

1. Melnykova-Kurhanova, O., Ivashchuk, A., & Bukina, N. (2024). Vysvitlennia boiovykh zavdan ukrainskoi aviatsii v dokumentalnykh filmakh [Coverage of combat missions of Ukrainian aviation in documentary films]. *Obraz*, 1 (44), 83–91. doi: 10.21272/Obraz.2024.1(44)-83-91 [in Ukrainian].
2. Pravylo, I. O. (2023). Vybir zhanriv ta form audiovizualnoho mystetstva dlia fiksatsii ta khudozhnoho pereosmy-slennia tem voiennoho chasu [Selection of genres and forms of audiovisual art for documenting and artistic reinterpretation of wartime themes]. *Kultura Ukrainy*, 82, 44–52. doi: 10.31516/2410-5325.082.05 [in Ukrainian].
3. Semenova, O. (2021). Vitchyzniani kinematohraf yak protydiia informatsiinii ahresii Rosiiskoi Federatsii (na pry-kladі istoryko-patriotychnoho kino) [National cinema as a counteraction to the information aggression of the Russian Federation (On the example of historical and patriotic cinema)]. *Ukrainoznavstvo*, 2 (79), 30–43. doi: 10.30840/2413-7065.2(79).2021.234951 [in Ukrainian].
4. Cutting, J. E. (2016). The evolution of pace in popular movies. *Cognitive Research: Principles and Implications*, 1, Article 30. doi: 10.1186/s41235-016-0029-0 [in English].
5. IMDb (zapyt iz parametramy vidboru) [IMDb (query with selection parameters)]. *IMDb*. Retrieved from https://www.imdb.com/search/title/?release_date=2014-01-01,2024-12-31&genres=documentary&countries=UA&sort=release_date,asc [in Ukrainian].

6. Marchenko, S. (2023). Non-fiction cinema of independent Ukraine. Images. *The International Journal of European Film, Performing Arts and Audiovisual Communication*, 34(43), 57–75. doi: 10.14746/i.2023.34.43.4 [in English].
7. Nichols, B., & Baron, J. (2024). *Introduction to documentary* (4th ed.). Bloomington; Indianapolis: Indiana University Press. Retrieved from https://books.google.com.ua/books/about/Introduction_to_Documentary_Fourth_Edit.html?id=Jm4NEQAAQBAJ&redir_esc=y [in English].
8. Olzacka, E. (2023). Ukrainian cinema and cultural mobilization during the Russian invasion (2022). *Cinema: Journal of Philosophy and the Moving Image*, 15 (1), 14–30. doi: 10.34619/wfkq-pbln [in English].
9. Sani, F., & Todman, J. (2006). *Experimental design and statistics for psychology: A first course*. Malden; Oxford; Carlton: Blackwell Publishing [in English].
10. Simonton, D. K. (2004). Film awards as indicators of cinematic creativity and achievement: A quantitative comparison of the Oscars and six alternatives. *Creativity Research Journal*, 16 (2–3), 163–172 [in English].

Стаття надійшла до редакції 10.11.2025.
Received 10.11.2025.

Falkovskyi D. Dynamics of Runtime in Ukrainian Documentary Cinema (2014–2024)

The purpose of the research is to analyze the dynamics of runtime in Ukrainian documentary cinema (2014–2024) and to determine structural changes in the ratio of short and feature-length formats affecting the median duration.

The research methodology. The study is based on the quantitative analysis of 970 Ukrainian documentary films retrieved from IMDb. Methods of descriptive statistics were applied, including median calculation and interval distribution analysis. Data cleaning and aggregation were conducted in accordance with the defined unit of analysis – an individual documentary film.

Results. The article analyzes the dynamics of runtime in Ukrainian documentary cinema during 2014–2024 based on a quantitative examination of IMDb data. The study identifies structural shifts in the proportion of short and feature-length documentaries and their influence on median runtime. The findings demonstrate that the median does not show a monotonic trend; instead, its fluctuations are determined by changes in format distribution. A shift toward short films in 2022–2023 led to a decrease in median runtime, while the dominance of feature-length productions in 2024 resulted in its increase. The research also reveals stable interval clusters of duration: short documentaries are under 40 minutes, whereas feature-length films are mainly concentrated within the 70–99 minute range.

Novelty. For the first time, a quantitative analysis of runtime dynamics in Ukrainian documentary cinema (2014–2024) has been carried out on the basis of a large-scale aggregated dataset. The study demonstrates that changes in median duration are driven by structural shifts in format distribution rather than by transformations of internal runtime within each format group.

Practical significance. The results may be applied in analyzing the format structure of Ukrainian documentary production, forecasting its development, and in teaching courses related to documentary cinema and audiovisual production.

Key words: screen documentary, Ukrainian documentary, documentary cinema, evidentiary cinema, visual means, video content, russian-Ukrainian war.