МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ

УКРАЇНСЬКА ЖУРНАЛІСТСЬКА ОСВІТА: ІСТОРІЯ, СУЧАСНІСТЬ, ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Збірник матеріалів
Всеукраїнської науково-практичної конференції
з міжнародною участю

Київ – 2026

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ

УКРАЇНСЬКА ЖУРНАЛІСТСЬКА ОСВІТА: ІСТОРІЯ, СУЧАСНІСТЬ, ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Збірник матеріалів

Всеукраїнської науково-практичної конференції

з міжнародною участю

Київ – 2026

УДК 007:304:070

Рецензенти:

Володимир САДІВНИЧИЙ, д-р. наук із соц. комунік., проф., завідувач кафедри журналістики та філології Сумського державного університету

Юрій БІДЗІЛЯ, д-р. наук із соц. комунік., проф., декан філологічного факультету Державного вищого навчального закладу «Ужгородський національний університет».

Рекомендовано до друку
Вченою радою Навчально-наукового інституту журналістики
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
(протокол № 7 від 20 січня 2026 р.).

Редакційна колегія:

Юрій БОНДАР, канд. політ. наук, проф., директор ННІЖ;

Анастасія ВОЛОБУЄВА, канд. наук із соц. комунік., доц., заст. директора з науково-педагогічної роботи ННІЖ;

Наталія СИДОРЕНКО, док. філол. наук, проф., проф. кафедри друкованих медіа та історії журналістики;

Наталія ЖЕЛІХОВСЬКА, канд. наук із соц. комунік, доц., зав. кафедри друкованих медіа та історії журналістики;

Алла КОБИНЕЦЬ, канд. філол. наук, доц., доц. кафедри друкованих медіа та історії журналістики;

Юлія НЕСТЕРЯК, канд. наук із соц. комунік, доц., доц. кафедри друкованих медіа та історії журналістики;

Ірина ЄВДОКИМЕНКО, канд. наук із соц. комунік, доц. кафедри друкованих медіа та історії журналістики;

Володимир ЛИТВИНЕНКО, канд. наук із соц. комунік, доц. кафедри друкованих медіа та історії журналістики;

Андрій ЮРИЧКО, канд. наук із соц. комунік., асист. кафедри друкованих медіа та історії журналістики, технічний редактор.

Українська журналістська освіта: історія, сучасність, перспективи розвитку: зб. матер. Всеукр. наук.-практ. конф. з міжнародною участю / упоряд. Ю. Бондар, А. Волобуєва, І. Євдокименко, Н. Желіховська, Н. Сидоренко. Київ, 2026. 285 с.

Збірник матеріалів «Українська журналістська освіта: історія, сучасність, перспективи розвитку» об’єднує наукові та практичні напрацювання учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю. У публікаціях висвітлено становлення та еволюцію журналістської освіти в Україні, окреслено сучасні тенденції її розвитку, виклики цифрової доби та глобалізації. Автори пропонують аналітичні огляди, досвід упровадження освітніх інновацій, а також бачення шляхів модернізації підготовки медіафахівців. Видання буде корисним для науковців, викладачів, студентів і практиків медіасфери, які цікавляться проблемами та перспективами фахової освіти.

Матеріали друкуються в авторській редакції. Відповідальність за достовірність і оригінальність інформації, коректність цитування та посилання на джерела несуть автори. Викладені погляди можуть не збігатися з позицією редакційної колегії, рецензентів чи Навчально-наукового інституту журналістики. До збірника не включено матеріали, написані з порушенням принципів академічної доброчесності.

© Колектив авторів, 2026
© ННІЖ КНУ імені Тараса Шевченка, 2026

ЗМІСТ

Секція 1. ЖУРНАЛІСТСЬКА ОСВІТА В УКРАЇНІ: ВІД ІСТОРІЇ ДО СЬОГОДЕННЯ

БОНДАР Юрій
Освіта в контексті пропагандистських впливів і технологій **10**

ВОРОНОВА Мальвіна
Антропологічний портрет студента-медійника на тлі часу **14**

ГАНДЗЮК Віталій
Гейміфікаційні технології як інструмент підвищення професійної компетентності майбутніх журналістів **18**

ГРИСЮК Володимир, ЄФІМОВА Марія
Постать викладача: трансформація від партійного проповідника до людини-оркестру **21**

ІЩУК Наталія
Інтерактивність у журналістській освіті: поєднання когнітивної структури Блума та «перевернутого» навчання **24**

КРАВЧЕНКО Світлана
Історія журналістики в системі сучасної журналістської освіти (досвід України і Польщі) **28**

ЛИТВИНЕНКО Володимир
Журналістська освіта в Україні 2016–2025: як дослідження останнього десятиліття, війна та цифровізація переписали стандарти професії **31**

МЕЛЕЩЕНКО Олександр, ТРОШИНА Неля
Дмитро Прилюк – видатний організатор журналістської освіти в Україні **37**

НЕСЕНЕНКО Оксана
Аудіовізуальні медіа для молодших школярів як технологія соціалізації **41**

ОДОБЕЦЬКА Ірина
Едьютейнмент у системі підготовки медійників: баланс між ігровим форматом та академічними стандартами **44**

ПАВЛЮК Ігор
Журналістська освіта в Україні у XX столітті: за матеріалами західноукраїнської тогочасної преси **47**

РАДЧИК Раїса
Класифікація жанрів друкованих медіа: український та європейський досвід **50**

СЕМЕНКО Світлана
Використання інноваційних методів навчання при вивченні освітнього компонента «Управління медіапроєктами» **53**

СЕНКЕВИЧ Геннадій
Володимир Буряк про інформаційно-художню свідомість у творчому мисленні **56**

СИДОРЕНКО Наталія
Біля витоків журналістської освіти: від курсів до інституту **59**

СУПРУН Володимир
Націєцентричний маркер курсу «Історія української журналістики» в аспекті підготовки фахівців **65**

ФІЛОНЕНКО Данило
Особливості викладання журналістики для студентів Військового інституту **67**

ХОЛОД Ганна
Специфіка підготовки українських робітничих та сільських кореспондентів у 20-х роках XX століття **71**

ЧЕРЕМНИХ Інна
Адаптивність медіаосвіти у використанні генеративного штучного інтелекту **75**

NOSOVA Bogdana
Public Intellectuals in Media Communications: The Humanitarian Dimension of Journalism Education **78**

СЕКЦІЯ 2. АКТУАЛІЗАЦІЯ ЗАКОРДОННОГО ДОСВІДУ В НАВЧАННІ ЖУРНАЛІСТІВ: СПІЛЬНІ «ТОЧКИ ДОТИКУ»

БОРЕЦЬ Андрій
Цифрові культурні практики в журналістській освіті: між текстом і мемом **81**

ГРЕСЬКО Ольга
Найкращі практики журналістської освіти в США в університетській системі Меріленду **84**

ІВАНОВА Вікторія
ШІ-технології у виробництві аудіо контенту **88**

ІСАЄВ Богдан
Європейські підходи до підготовки спортивних журналістів: уроки для української освіти **91**

КОДАЦЬКА Наталя
Практика реалізації освітніх програм з журналістики у Вільнюському університеті **93**

ЛОЗА Галина
Штучний інтелект як інструмент доступності: виклики та можливості **96**

НЕСТЕРЯК Юлія, РЯБІЧЕВ Вячеслав, ВАСИЛЕНКО Ксенія
Трансформація бізнес-моделей локальних і гіперлокальних медіа в контексті реформи місцевих медіа в Україні **99**

НЕСТЕРЯК Юрій **102**
Суспільне мовлення України: віддзеркалення зарубіжної моделі

ПОЛІЩУК Тетяна
Практико-орієнтоване навчання на прикладі співпраці Університету Грінченка з Брюссельською школою журналістики та комунікацій (IHECS) **105**

NOSOVA Bogdana, RYABICHEV Vyacheslav,
NESTERIAK Yuliia, RENSKA Hanna,
BEN YAHIA Sadok, QUERCI Isabella,
LONATI Lisa, CHIARAVALLE Silvia,
VILLMAN Kaija, LUOJUS Maria,
DEMARK Nikolina, MOVVA Raghu
From Knowledge to Action: Training Early-Stage Researchers in EvidenceInformed Policymaking Across Europe **108**

СЕКЦІЯ 3. УКРАЇНСЬКІ ОСВІТНІ РЕАЛІЇ У СФЕРІ МЕДІА: «ПЛЮСИ» Й «МІНУСИ» ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ

БОРЩЕВСЬКИЙ Сергій
Формування іншомовної комунікативної компетентності студентів іноземців освітнього ступеня «магістр» **113**

ГОЯН Віта, ГОЯН Олександр
«Магістратура – це любов», наука і творчість: з досвіду підготовки магістрів спеціальності Аудіовізуальне мистецтво та медіавиробництво **116**

ДЖОЛОС Олег
Впровадження інструментів штучного інтелекту в аудіовізуальних та онлайн-медіа України **120**

ДРЕШПАК Валерій
Шляхи формування професійних компетентностей суб'єкта редакційної відповідальності: досвід vs освіта **123**

ЖЕЛІХОВСЬКА Наталія
Як писати на чутливі теми або Журналістика травми **127**

ЗОРІНА Олександра
Зміни у жанровій підготовці студентів-журналістів **130**

КОБИНЕЦЬ Алла
Від пошуку теми до готового видання (з практики викладання дисципліни «Медіавиробництво: продукт») **131**

КОНЮХОВА Любов
Лексичні засоби компресії в мові журналістського тексту **136**

МЕДИНСЬКА Олеся, БАРНА Сергій
Висвітлення екологічної тематики в онлайн-просторі (за матеріалами інтернет-видання «Ґвара медіа») **140**

МИКОЛАЄНКО Алла
Підготовка журналістів в Україні в епоху штучного інтелекту: виклики, ризики та можливості **143**

МИХАЙЛЮТА Валентина
Освітній потенціал «Детектор медіа» у підготовці майбутніх журналістів **145**

ПАРТИКО Зіновій
Кризові явища в системі української вищої освіти **149**

ПЕТРЕНКО Світлана
Ціннісна основа особистості журналіста: місце та роль журналістської освіти в її формуванні **153**

СЕЛЮХ Євген
Інноваційні формати навчання майбутніх журналістів у вітчизняному просторі **158**

ТРАЧУК Тетяна
Інтеграція штучного інтелекту в журналістську освіту **161**

ТХОРЖЕВСЬКА Тетяна
Журналістська освіта для локальних медіа: на чому робити акцент? **165**

ХУДА Віталій
Трансформація журналістської освіти під впливом штучного інтелекту: як університети можуть готувати журналістів до роботи у швидкозмінних кризових умовах **168**

ШАФАРЕНКО Юлія
Гендерна компетентність як складник професійної підготовки журналістів **171**

ШАШЕНКО Сергій
Інтеграція технологій штучного інтелекту в журналістську освіту в Україні: виклики, орієнтири, перспективи **174**

СЕКЦІЯ 4. ЖУРНАЛІСТСЬКА ОСВІТА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

БАБЕНКО Віталій
Використання концепції наративного дерева для вивчення актуальної проблематики ЗМК періоду російсько-української війни **177**

БОЯРСЬКА Любов
Культурна дипломатія в контексті вивчення мистецької журналістики: міжнародна підтримка культурного опору **181**

ВАСИЛИК Любов
Трансформація журналістської освіти в Україні в умовах воєнного стану: виклики професійної ідентичності, адаптаційні практики та перспективи розвитку **188**

ГРИГОР'ЄВ Данило
Контекст як інструмент протидії маніпуляціям: значення дисципліни «Мова медіа» у підготовці журналістів в умовах гібридних загроз **192**

ГРИДАСОВА Марія, БІКУЛОВ Дамір
Тайм-менеджмент у підготовці студентів-журналістів прифронтових міст: проблеми самоорганізації та шляхи їх подолання **196**

ГРИДЧИНА Вікторія
Від військової журналістики до військових комунікацій: освітня відповідь на виклики воєнного часу **198**

ЗИКУН Наталія
Зміна функціональної моделі журналістики в умовах воєнного часу **202**

ЗІНЧЕНКО Андрій
Журналістська освіта в умовах війни **206**

ЗЛЕНКО Олег
Інформаційний фронт: етичні ризики маніпулятивної реклами **209**

КОЛБАСЮК Аліна
Особливості роботи пресофіцерів в умовах сучасної російсько-української війни **213**

КУЧЕР Аліна
Специфіка інтерв'ювання військовослужбовців: що має знати майбутній журналіст **216**

ЛИСЕНКО Леся
Виклики візуальної репрезентації травматичного досвіду в журналістській освіті під час війни **219**

МАДЕЙ Анна
Інтеграція дисципліни «Дрон-журналістика» у фахову підготовку медіафахівців в умовах воєнного стану **223**

МАКСИМЕНКО Олександр
Трансформація фахових компетентностей журналіста для роботи в гібридній медіасистемі під час воєнного стану **226**

МАТВІЙЧУК Андрій
Формування ціннісного інтелекту як пріоритет професійної підготовки для кризової журналістики **230**

МІТЧУК Ольга
Переосмислення функцій журналістської освіти для забезпечення стійкості суспільства в умовах гібридної війни **233**

НЕЧАЄВА Наталя
Публічний простір як об'єкт культурного переосмислення: медіаграмотність під час війни **236**

НІКИТЕНКО Вікторія
Framing Strategic State Communication During Wartime: Implications for the Training of Media Professionals **239**

ПЕТРІВ Тарас
Виклики для українських медіа в час війни **243**

ПРИСТУПЕНКО Тетяна, ЄВДОКИМЕНКО Ірина
Правове регулювання статусу журналіста в умовах дії воєнного стану в Україні **247**

П'ЯТАЧЕНКО Сергій
Сучасна література в умовах війни: як навчати журналістів критично аналізувати літературні наративи **251**

РАВЛЮК Юлія
Між безпекою та професіоналізмом: проблеми та перспективи журналістської освіти в умовах російсько-української війни **254**

РОМАНЮК Альона
Криза стандартів перевірки інформації: як навчати студентів фактчекінгу в умовах обмеженого доступу до першоджерел **257**

УЛИБІН Віталій
Свобода слова та етичні виклики журналістики під час війни **261**

ХОЛОД Олександр
Формування професійної ідентичності майбутніх журналістів в умовах війни: аналіз автобіографічних наративів про війну здобувачів вищої освіти (2022–2024 рр.) **265**

ШПІРКО Дмитро
Еволюція професійних компетенцій здобувача освіти: вплив технологій дистанційного навчання на формування нового типу медіафахівця **270**

ЮКСЕЛЬ Гаяна
Кримськотатарська мова в журналістській освіті України: проблеми, виклики та перспективи **273**

ЮРИЧКО Андрій
Трансформація прифронтових медіа в умовах війни: етичні норми, стратегія роботи з аудиторією та цифровізація **277**

ЯНЕНКО Ярослав
Війна і штучний інтелект як чинники трансформації сучасної медіаосвіти **283**

СЕКЦІЯ 1. ЖУРНАЛІСТСЬКА ОСВІТА В УКРАЇНІ: ВІД ІСТОРІЇ ДО СЬОГОДЕННЯ

Юрій БОНДАР,
кандидат політичних наук, доцент.
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

ОСВІТА В КОНТЕКСТІ ПРОПАГАНДИСТСЬКИХ ВПЛИВІВ І ТЕХНОЛОГІЙ

Освітній простір завжди був полем не тільки поширення знань, а й боротьби світоглядних позицій, ідей і смислів. Освіта є привабливою мішенню для пропаганди, метою якої вплив на свідомість для досягнення поставлених і цілком конкретних цілей. Саме контроль над змістом підручників, навчальних програм, інтерпретація історичних подій і дає змогу, вказують дослідники, впливати на колективну пам'ять і формування ідентичності [2].

Питання освіти в контексті пропагандистських впливів і технологій увиразнилося під час російсько-української війни [3, с. 364–398].

Російський наступ на Україну розпочався до збройного вторгнення. Освітнє середовище стало ціллю і водночас місцем протиборства. Зусиллями прихованих агентів у владі та освіті з навчальних програм і підручників були вилучені теми Голодоморів в Україні, російсько-українських воєн попередніх часів, визвольні змагання українців, зокрема битва під Крутами, про діячів українського політичного і культурного відродження. Ухвалили і Концепцію літературної освіти, яка стверджувала глобальне лідерство російської літератури, відповідно до якої під лекала «русского міра» мали бути переписані всі українські шкільні програми і підручники [6].

З'явилися й «нові» підручники, виданню яких активно сприяли посольство Росії в Україні та численні проросійські «культурні» організації. Одним з таких видань було, до прикладу, «Країнознавство. Росія». Побачила світ книга у видавництві «Київська Русь», яке очолював якийсь час очільник ГО «Офіцерський корпус» Володимир Рубан, якого згодом СБУ викрила як агента Росії, що готував збройне повалення української влади [9].

Обґрунтування російських претензій увійшло до освітніх програм і російських шкіл. За спрямування Міносвіти в навчальних закладах запровадили урок, на якому учні мали вивчати промови російського президента з його аргументами причин вторгнення в Україну та проведення так званої спеціальної операції. Відповідно стверджували і ніби ворожість України та агресивність країн НАТО. Можливо й не бажаючи, автори рекомендацій самі свідчили проти себе. Так, говорячи про, зокрема, «війни за історію», вони не приховують, що в

сучасному світі ті ведуться не заради ствердження історичної істини, правди про ту чи іншу подію, а «є частиною загальної інформаційної війни і ведуться за ті життєво важливі смисли, які забезпечують духовну самоорганізацію суспільства, служать інструментом соціалізації» [8].

Іще брутальніше «освітяни» «Великої Росії» діяли і діють на окупованих українських територіях. Одразу після окупації Криму ФСБ разом із працівниками місцевих управлінь освіти та прокуратури перевірили усі школи півострова на наявність «екстремістських» та заборонених видань. Список «шкідливих» публікацій становив 2442 позиції, серед яких книжки, статті, листівки та інші друки [11]. До заборонених потрапила також книга про громадську, правозахисну та політичну діяльність лідера кримськотатарського народу Мустафи Джемільова. У ній було вміщено, зокрема, матеріали про судові процеси над правозахисниками, уривки зі спогадів, а також виступ Джемільова на Омському процесі 1976 року, де він звинуватив радянський режим у репресіях проти цілих народів [12].

Зі студійних програм навчальних закладів почали вилучати предмети чи корегувати курси, щоб позбутися «українського духу». Усі українські підручники пройшли перевірку на «благонадійність». Небажані книги просто знищували. Зокрема, у Ровеньках Луганської області, за повідомленням Центру національного спротиву та «Української правди», були зафіксовані випадки масового спалення у місцевих котельнях українських видань, вилучених окупантами із загальних фондів та шкільних бібліотек. Спрямовану політику ревізії української освіти засвідчило і розпорядження «міносвіти» «днр» про спалення українських підручників з історії в окупованому Донецьку та переписування навчальних програм з історії України – відповідно до російського бачення.

Натомість впроваджуються нові дисципліни й, відповідно, книги, приміром про історію Новоросії тощо. Зразком такої літератури може бути і видана в Іркутську «Ввічлива азбука», де до кожної літери підібрані пропагандистські відповідники. Приміром, «А» – «Антимайдан», «М» – «Мужність» із зображенням прокурора-зрадниці Поклонської, «О» – «Отец» із зображенням Кирила Гундяєва, «П» – «Путін» та ін. Пізніше з'явилася «Азбука Донбасу», де «р» – це «Родіна, наша Россія…», та інші подібні пропагандистсько-кодувальні видання [6; 7].

Навчання у середніх навчальних закладах на окупованих територіях повністю русифікується, а дітям нав'язують обов'язкове вивчення історії росії, а також російської мови і літератури. Це є прямим порушенням статті 29 Конвенції ООН про права дитини, яка встановлює, що освіта дитини має бути спрямована на виховання поваги до батьків дитини, її культурної самобутності, мови і національних цінностей країни, в якій дитина проживає, країни її походження. Йдеться про це й у зверненні української сторони до Комісії ООН з розслідування прав людини [10].

Вплив на молодь є стратегічним завданням російських пропагандистів. Задля здійснення мети використовують найрізноманітніші форми «виховної»

роботи, серед яких конкурси, фестивалі, телемости тощо, які організовують з і зазвичай в Росії. Промовистими є й назви подібних заходів – «Ними пишається Росія». «Найкращий талант Росії», «Моя Вітчизна – моя Росія» та под. [4].

Відповідно до класики «з'єднувальних» маніпуляцій використовують російські технологи у роботі з молоддю також і різноманітні колективні заходи. Одна з таких «культурних» імпрез була організована міністерством внутрішніх справ «лнр». Святочний бал, як розповів майор поліції Олексій Селіванов, став «зосередженням традицій російської культури», адже «молодь ЛНР у повній мірі є спадкоємницею російської культури», а «молоді люди танцюють так, як могли танцювати на Віденському балу після перемого Росії над Наполеоном» [1, с.75].

Про особливу увагу пропагандистів до «правильного» виховання дітей і молоді свідчить і публікація газети окупантів «XXI век». Анонсуючи масові заходи до Дня Перемоги у Луганську видання інструктує батьків: «Завчасно придбайте чи виготовіть самостійно атрибути і аксесуари, такі як Георгієвська стрічка, пілотка та інше. Як свідчить практика, дорослі можуть обійтися і без них, але діти починають капризувати, бажаючи мати символічну стрічку. Але в жодному разі не відмовляйте дітям в участі в Безсмертному полку, для них це незабутні враження і горді розповіді в дитячому садку і школі» [1].

Пояснюючи необхідність посилення виховних заходів серед молоді російський пропагандист на псевдонім Дмитро Ді у газеті «Новороссия» закликає «вибудувати справжній ідеологічний стрижень протидії необратам», для чого «Саму Україну повністю накрити мовленням російських радіостанцій, супутникових телеканалів, цікавих, повчальних трансляцій, навчальних курсів, популярних знань і так далі. Максимально спростити можливість навчання молоді в Росії, з подальшим працевлаштуванням, паспортом, соціальною підтримкою. …Саме ці хлопці, навчені і підготовлені, з нашою всебічною допомогою стануть фронтом очищення країни від бандерівщини…» [1, с. 75–76].

Варто зазначити, що можливості цілеспрямованого впливу посилюються із розвитком інформаційних технологій, які активно використовуються в освіті, зокрема для формату дистанційного навчання, а так само в цілому для пошуку необхідної інформації у процесі здобуття знань. Що створює нові можливості також і для пропагандистів, які використовують алгоритми функціонування тих самих популярних серед здобувачів освіти соціальних мереж для підвищення ефективності прихованої пропаганди, цілеспрямованого поширення замаскованої під освітній контент інформації, часто маніпулятивного змісту. Особливо небезпечним є, наголошують спостерігачі, використання освіти як інструменту легітимації авторитарних ідей, виправдання насильства або нівелювання демократичних цінностей. Виклики зумовлюють необхідність побудови системи протидії використання освітнього середовища для деструктивних пропагандистських впливів. Важливим складником такої системи є медіаосвіта, завдання якої потребують окремого висвітлення [5].

Список використаних джерел

1. Bondar Yu. War and propaganda : monograph. Sherman Oaks, California : GS Publishing Services, 2023. P. 200.

2. Бондар Ю. «Хто керує минулим, той керує майбутнім…». *Наукові праці МАУП*. 2016. Вип. 51 (4). С. 5–14.
3. Бондар Ю. В. Четверта українська. Розвиток видавничої справи в процесі суспільно-політичних трансформацій України Новітнього часу: моногр. Київ : ДП «Вид. дім «Персонал», 2019. 514 с. (Серія «Видавництво трансформацій»).
4. Бондарь Ю. Информационные технологии и манипуляции российской пропаганды на страницах изданий «ЛДНР». *Кавказ и мир*: междунар. науч. журнал. 2022. № 24. С. 19–30.
5. Медіаграмотність : навч. посіб. / за ред. Прокопенко О., Бондаря Ю. Київ : Державна наук. установа «Енциклопедичне видавництво», 2025. 136 с.
6. Полянський П. Освіта як об'єкт інформаційної війни Росії проти України і як ресурс протидії такій війні. URL: http://maidanua.org/2015/03/osvita-yak-objekt-informatsijnoji-vijny-rosiji-proty-ukrajiny-i-yak-resurs-protydiji-takij-vijni/ (дата звернення: 08.12.2025).
7. Російська академія наук пише історію «Новоросії» для українців. URL: https://vsiknygy.net.ua/news/37003/ (дата звернення: 08.12.2025).
8. Российским учителям поручили провести уроки истории на тему военной операции. Изучаем сценарий занятий: URL: https://74.ru/text/education/2022/03/02/ 70480562/ ?fbclid=IwAR3fA2iVrk_agHiKSp5MAdeaLT0N4V_yy4-QRjkU-y2eDgr-8J_-ETfjblI (дата звернення: 08.12.2025).
9. Рубан за гроші з Росії друкував і розповсюджував в Україні пропаганду: СБУ показала докази. URL: https://24tv.ua/ruban_za_groshi_z_rosiyi_drukuvav_i_rozpovsyudzhuvav_v_ukrayini_propagandu__sbu_n936662 (дата звернення: 08.12.2025).
10. Три предмети та русифікація навчання: що планують окупанти зробити зі школами в Маріуполі. URL: https://tsn.ua/ukrayina/tri-predmeti-ta-rusifikaciya-navchannya-scho-planuyut-okupanti-zrobiti-zi-shkolami-v-mariupoli-2068426.html (дата звернення: 08.12.2025).
11. У Криму анонсували нові обшуки в школах. Будуть шукати та знищувати заборонені книги. URL: http://www.unian.net/society/987099-v-kryimu-anonsirovali-novyie-obyiski-v-shkolah-budut-iskat-i-unichtojat-zapreschennyie-knigi.html (дата звернення: 08.12.2025).
12. Шрамко Е. Чубаров: книгу о Джемилеве изымают из продажи в Крыму. URL: http://kontrakty.ua/article/80945. (дата звернення: 08.12.2025).

Мальвіна ВОРОНОВА,
кандидатка філологічних наук, доцентка.
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

АНТРОПОЛОГІЧНИЙ ПОРТРЕТ СТУДЕНТА-МЕДІЙНИКА НА ТЛІ ЧАСУ

Основна мета цього короткого наукового дослідження – спробувати описати антропологічний портрет студента-медійника в історичній динаміці, виокремивши його типові когнітивні характеристики. Методологічною основою цього короткого зрізу стали тривалі педагогічні спостереження у межах Навчально-наукового інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, авторське анкетування від 2017 р., в якому взяло участь 40 студентів третього курсу, усне аудиторне опитування із фіксацією відповідей у 2024 р., в якому взяли участь 150 студентів-першокурсників.

Методика не претендує на репрезентативність і не охоплює всі можливі когнітивні характеристики, але дозволяє окреслити стійкі тенденції у зміні навчальної поведінки. Задля виконання поставленої мети було здійснено також огляд наукової літератури, що стосується переважно узагальнення сучасних вимог до медіаринку [1; 2], а також опису когнітивних особливостей різних поколінь [3; 4; 5].

На початку 2000-х років студент-медійник належав до покоління «міленіалів», або «покоління Y» (1980–1996 р. н.) – і, відповідно до емпіричних спостережень, був начитаним, чутливим до інтелектуального, а також вимогливим, конкуруючим та волелюбним. То був яскравий гуманітарій, що готовий займатися самоосвітою. Американський журналіст і письменник Ніколас Карр стверджує у своїх роботах, що книги в людях формують глибоке, зв'язне, самодостатнє мислення [4]; і «міленіали», які зростали на книгах, дійсно, мислили зв’язно і здебільшого глибоко, підтверджуючи його думку. Одиницею виміру соціального успіху для цього покоління був інтелект.

Постать педагога у межах першого десятиліття 2000-х сприймалася студентом-медійником у двох іпостасях: 1) педагог як носій унікальних знань, які можна здобути тільки в моделі живої комунікації, оскільки в інший спосіб отримати їх було або неможливо, або із великими затратами часу; 2) педагог як вершина освітньої ієрархії на підставі адміністративної, інтелектуальної чи когнітивної переваги. Сама педагогіка була вертикальною: згори від носія знань інформація спускалася вниз до студента, який її отримував. Пам’ять була ключовим гравцем в полі освіти, науки і професійної діяльності, оскільки доступ до джерел виносної, технічної пам’яті тоді був суттєво обмеженим в Україні. І в цій системі перевірка результативності навчання була фактичною перевіркою пам’яті щодо отриманих знань.

Тож, узагальнюючи, можна сказати, що студенти початку 2000-х характеризувалися більшою академічною дисципліною, довшими періодами концентрації та готовністю працювати з великими текстами. Вони рідше ставили під сумнів авторитет викладача й легше приймали вертикальну модель навчання. Ці характеристики підтверджувалися в опитуваннях того періоду, де більшість студентів відзначали важливість «структурованих лекцій» та «сильного викладача».

Антропологічні зміни в портреті студента на рівні патернів мислення стають помітними на початку 2010-х років. Він починає швидше втомлюватися від вербальної інформації, його увага сконцентрована на гаджетах, через які він входить у Мережу, де йому цікавіше перебувати, ніж в аудиторії. І це підтверджує думку Марка Пренскі про те, що традиційна освіта, яку пропонують «до-цифрові» педагоги, яких він називає «іммігрантами», не така цікава для нових поколінь, яких він називає «цифровими аборигенами». Жива соціальна реальність, тим більше аудиторна, не настільки приваблива, як віртуальна реальність [3].

Лекційний формат освітньої комунікації, який побудований на монолозі лектора, стає для студентів 2010–17-х рр. – а це вже покоління зумерів (Z, 1998–2012 р. н.) – дедалі більш обтяжливим. Примітно, що 86% опитаних у 2017 р. зазначили, що відмовилися б від традиційних академічних лекцій на користь публічних лекцій за вибором та інших форм навчання. Дехто з опитуваних пропонував суттєво скоротити лекції за часом та більш візуалізувати їх. Почала простежуватися нова модель навчальної поведінки студента: швидке перемикання уваги, потреба в постійній стимуляції, тяжіння до візуального контенту та коротких форм. Здатність працювати з великими обсягами інформації почала знижуватися.

Педагог у цей проміжок часу опиняється у ситуації, коли йому мало лише давати знання, паралельно він мусить «конкурувати» за увагу студента із технологіями. Порушується логіка викладання: «я говорю – ти слухаєш», вона поступово, але неминуче трансформується в модель із вимогою студента: «я хочу побачити те, про що ти говориш».

Студент-медійник покоління Z, який навчався у 2010–17 рр., – все ще гуманітарій та інтелектуал, цінує якісний текст, готовий читати книги, має хорошу пам'ять. Утім, педагогічна вертикаль «хилиться» в горизонталь, адже знання можна отримати не лише в межах офіційного навчання, а й від багатьох інших джерел, а, значить, педагог більше не вершина вертикалі. Відповідно до анкетування 2017 р., студенти-медійники вбачали авторитетними для себе фігури з політики, бізнесу і журналістики. Науковці і педагоги не потрапили в цей список.

Відповідно до аудиторних спостережень, у 2020-х рр. освітня модель почала змінюватися докорінним чином, адже в аудиторії зайшли студенти, які не адаптовувалися до цифрової реальності, як їхні попередники, а зростали в ній від народження. Очевидно, що процес цифровізації в Україні дещо уповільнений, порівняно із досвідом країн-техногігантів, зокрема США. І риси, які називає М.

Пренскі ще у 2001 р., відповідають поколінню українського студента-медійника початку 2020-х рр. Він звик швидко отримувати інформацію, здатен одночасно виконувати декілька завдань (мультитаскінг), віддає перевагу графіці, а не тексту, обирає гіпертекст замість лінійного тексту, краще працює у мережах, прагне до миттєвого зворотного зв'язку та частих винагород, віддає перевагу іграм, а не «серйозній роботі» [4].

У процесі аудиторного опитування від 2024 р. студенти називали сильні та слабкі сторони власного покоління, а це останні представники покоління Z, яких скоро замінить у ВНЗ покоління «Альфа» (Alpha). Студенти назвали свої сильні сторони: відкритість до нового, технологічність, толерантність, гнучкість, креативність, увагу до власного психічного здоров'я, мобільність, свободу і сміливість у стилі життя, емоційну відкритість, багатозадачність, уміння визнавати власні помилки. І вказали на слабкості: вони залежні від схвалення, занурені в себе, їм важко зафіксувати свою увагу, сфокусуватися, сконцентруватися, їм бракує витривалості у довгострокових планах і проєктах, швидко вигорають, їм важко комунікувати наживо, в комунікації вони не відчувають соціальної ієрархії та не тримають субординації, залежні від технологій, зациклені на грошах, комфорті й швидкому успіху, перевантажені інформацією.

З одного боку, цей автопортрет відповідає похмурим висновкам Н. Карра, на думку якого, цифрова людина стає схожою на «широкий, тонкий і розпластаний по мережі млинець», мозок якої звик до фрагментарної інформації, яка схильна читати поверхнево, сприймає поверхнево і сама стає дедалі поверхневою [4]. Але можна подивитися на це покоління й під іншим кутом. Адже, якщо узагальнити потреби сучасного медіаринку, якому потрібні продюсери-контентмейкери, які вміють просувати та монетизувати контент, а також техно-журналісти, які вміють отримувати та обробляти ексклюзивні дані за допомогою ШІ [1; 2]; то з'ясується, що останні представники покоління Z у позитивних своїх рисах – сміливі, багатозадачні, технологічні, мобільні та гнучкі – цілком можуть відповідати критеріям реальності.

Студенти 2020-х навчальних років – покоління, чия соціалізація проходила в умовах цифрової насиченості, війни, нестабільності та фрагментованої реальності. Вони прагматичні, швидкі, емоційно стійкі, але значно менш витривалі до інтелектуального зусилля, мають складність із глибокою концентрацією та висувають пріоритет коротких форматів навчання. Однак, за аудиторними спостереженнями, вони «наситилися» гаджетами, і їхню увагу знову можна зафіксувати смислами і живим діалогом; вони віддають перевагу іграм, а не книгам, але смисли через ігри сприймають глибоко, лишаючись відкритими до процесу пізнання.

Відчутно, що необхідність запам'ятовувати для студента у межах навчального процесу поступається потребі критично мислити, орієнтуватися у великих обсягах хаотичної інформації та самостійно визначати її якість, про що спостережливо пише Дана Бойд (boyd, d.) у своїх роботах.

Сучасний студент не визнає ієрархій, адже здебільшого перебуває у горизонтальному цифровому світі. Відтак педагогіка стає також горизонтальною, відтепер викладач не унікальний носій знань, а, скоріше, старший наставник, який пропонує разом пізнавати світ і фах. Оскільки сучасне покоління не довіряє інтелектуальним авторитетам і текстам, тож ігри, лабораторні експерименти, інтерактивні задачі стають природно продуктивнішими, бо дозволяють *продемонструвати* смисли, а не просто *називати* їх.

Описані в цій доповіді зміни не претендують на відтворення нормативних трансформацій, це радше окреслення контурів реальності, в якій перебуває сучасна вища освіта, і яка стосується того, із ким саме і для кого працює академічна спільнота. Відмінності поколінь свідчать радше не про «погіршення» чи «втрату», а про принципово іншу організацію уваги, інший спосіб обробки інформації та інший тип ставлення до авторитетів.

Список використаних джерел

1. Marta-Lazo C., Peñalva S., Rodríguez A. Digital journalism competences: systematic review of the scientific literature on new professional profiles of the journalist // Revista Latina de Comunicación Social. 2020. Vol. 75. P. 53–68.
2. Sonni A., Hafied H., Irwanto A., Latuheru S. Digital newsroom transformation: a systematic review of the impact of artificial intelligence on journalistic practices, news narratives, and ethical challenges // Media. 2024. Vol. 5, No. 4. Article 97. URL: https://www.mdpi.com/2673-5172/5/4/97 (дата звернення: 12.10.2025).
3. Prensky M. Digital natives, digital immigrants // On the Horizon. 2001. Vol. 9, No. 5. P. 1–6.
4. Carr N. The shallows: what the Internet is doing to our brains. New York: W. W. Norton, 2010. 280 p.
5. Boyd D. It’s complicated: the social lives of networked teens. New Haven; London: Yale University Press, 2014. 256 p.

Віталій ГАНДЗЮК,
кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент.
Факультет філології й журналістики
імені Михайла Стельмаха.
Вінницького державного педагогічного університету
імені Михайла Коцюбинського

КОНЦЕПТ «УНІВЕРСАЛЬНОГО ЖУРНАЛІСТА» В СИСТЕМІ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ ЯК ВІДПОВІДЬ НА ЗАПИТИ СУЧАСНОГО МЕДІАРИНКУ

Сучасна трансформація глобального інформаційного простору під впливом процесів медіаконвергенції та диджиталізації зумовлює докорінну зміну парадигми професійної підготовки майбутніх медійників. Актуальність дослідження концепту «універсального журналіста» продиктована об'єктивною необхідністю адаптації системи вищої освіти України до динамічних запитів медіаринку, де традиційний розподіл праці за функціональними обов'язками поступається місцем мультимедійній багатозадачності. У сучасних умовах професійна ідентичність журналіста визначається не лише здатністю до створення якісного текстового контенту, а й володінням повним спектром крос-медійних компетенцій, що охоплюють технічні, аналітичні та управлінські аспекти редакційного циклу.

В основі концепту універсалізації лежить здатність фахівця працювати в конвергентному середовищі, де межі між пресою, радіомовленням та телебаченням нівелюються на базі цифрових платформ. Запити сучасного медіаринку формують запит на фахівця, який одночасно виступає автором, редактором, оператором, монтажером та SMM-менеджером. Це вимагає від закладів вищої освіти впровадження інтегрованих навчальних моделей, спрямованих на розвиток мобільної журналістики, опанування інструментарію візуалізації даних та навичок просування контенту в соціальних мережах [2]. Водночас системний аналіз освітніх реалій свідчить про наявність певного ризику «технологічного детермінізму», коли надмірна концентрація на технічних навичках може призводити до зниження інтелектуального рівня журналістського твору та розмивання етичних стандартів професії.

Ефективна реалізація концепту «універсального журналіста» в освітньому процесі вбачається у впровадженні моделі T-shaped професіонала. Така модель передбачає поєднання широкого набору крос-платформових навичок із поглибленою спеціалізацією в конкретній тематичній ніші, що дозволяє зберегти експертний рівень журналістики в умовах інформаційного перенасичення [4].

Реалізація концепту універсалізації в межах освітньо-професійної програми «Журналістика» (2025 р.) у ВДПУ ім. М. Коцюбинського забезпечується через інтегровану структуру обов'язкових освітніх компонентів, що корелюють із моделлю багатофункціонального медійника. Універсальний характер підготовки ґрунтується на синергії теоретичного базису та

інструментальних компетенцій, що охоплюють усі сегменти сучасного конвергентного медіапростору [3].

Зокрема, крос-платформова мобільність майбутнього фахівця формується завдяки системному вивченню циклу професійних дисциплін, серед яких «Радіожурналістика», «Телевізійна журналістика» та «Основи видавничої справи і редагування». Такий підхід дозволяє студенту опанувати специфіку створення контенту для різних каналів комунікації, забезпечуючи взаємозамінність ролей у межах однієї редакції. Технологічний складник універсалізації посилюється компонентом «Комп'ютерно орієнтовані технології в професійній діяльності фахівця», що виступає інструментальним фундаментом для роботи з мультимедійними форматами та цифровими платформами.

Важливим вектором універсальної підготовки у ВДПУ є посилений філологічний блок («Українська мова в медіа», «Практична стилістика», «Літературний стиль»), який у поєднанні з етико-правовими регуляторами («Журналістська етика», «Медіаправо», «Медіабезпека») гарантує збереження високої якості та нормативності медіапродукту незалежно від форми його подачі. Особливої значущості набуває наскрізна практична підготовка, представлена системою навчальних та виробничих практик у друкованих, мережевих та аудіовізуальних медіа. Це дозволяє майбутньому спеціалісту апробувати набуті універсальні навички у реальному виробничому циклі від кореспондентської діяльності до редакторського супроводу складних медіапроєктів. Отже, структура ОПП 2025 р. демонструє відмову від вузькопрофільної спеціалізації на користь формування адаптивного медіапрофесіонала, здатного до комплексної реалізації інформаційних завдань. Проте ефективність такої теоретичної моделі підготовки безпосередньо залежить від її релевантності конкретному практичному середовищу, що в межах діяльності ВДПУ ім. М. Коцюбинського виражається через чітку регіональну орієнтованість програми [1].

Регіональна спрямованість освітньо-професійної програми «Журналістика» у ВДПУ ім. М. Коцюбинського зумовлена специфікою та потребами медіаринку Вінниччини, який характеризується високою щільністю локальних інформаційних ресурсів та активним розвитком цифрових медіаплатформ. Підготовка фахівців орієнтована на забезпечення кадрового потенціалу для широкого спектру регіональних медіасуб’єктів: від потужних медіахолдингів (наприклад, RIA Media, «20 хвилин») та філій суспільного мовлення («Суспільне Вінниця») до численних онлайн-видань (Vinnitsa.info, «Вежа», «Вінниця.ок») та муніципальних телерадіокомпаній.

Попит регіонального медіаринку Вінниччини сьогодні зосереджений на універсальних спеціалістах, здатних оперативно працювати в умовах невеликих конвергентних редакцій. Обмеженість штатних ресурсів локальних медіа диктує запит на «журналіста-універсала», який володіє навичками крос-медійного сторітелінгу: спроможний самостійно виїхати на місце події в межах територіальних громад області, провести зйомку, здійснити стрім-трансляцію та адаптувати отриманий матеріал для стрічки новин і соціальних мереж.

Особливого значення в контексті Вінницького регіону набуває підготовка медійників для пресслужб органів місцевого самоврядування, об'єднаних територіальних громад (ОТГ) та громадських організацій. Такі структури потребують фахівців із компетенціями ком'юніті-менеджменту та зв'язків із громадськістю, що також передбачено архітектурою ОПП. Відтак, регіональний аспект програми реалізується через залучення стейкхолдерів – провідних вінницьких журналістів та редакторів до освітнього процесу, а також через вибір баз практик, що дозволяють студентам інтегруватися у професійне середовище регіону вже під час навчання. Це забезпечує високу релевантність кваліфікації випускників актуальним запитам локальних роботодавців, перетворюючи університет на ключовий центр формування інформаційного порядку денного Вінниччини.

Модернізація журналістської освіти в Україні має ґрунтуватися на синергії універсалізму та профілізації. Підготовка «універсального журналіста» є стратегічною відповіддю на виклики сучасності, проте вона потребує постійної кореляції освітніх програм із технологічними змінами та професійними стандартами, що забезпечить конкурентоспроможність випускників у транскордонному медіасередовищі. Концепт «універсального журналіста», імплементований в освітньо-професійну програму «Журналістика» у ВДПУ ім. М. Коцюбинського, є адекватною та своєчасною відповіддю на трансформаційні процеси в медіагалузі. Синергія фундаментальної гуманітарної бази та прикладних інструментальних навичок дозволяє формувати фахівця нового типу, адаптивного, технологічно грамотного та соціально відповідального. Досвід Вінницького регіону демонструє, що саме мультимедійна універсальність стає ключовою умовою успішного працевлаштування та професійної мобільності випускника. Уніфікація підготовки в межах ОПП 2025 року забезпечує здатність майбутніх медійників не лише відповідати актуальним запитам регіональних редакцій та пресслужб, а й самостійно генерувати інноваційні медіапроєкти. Отже, гармонійне поєднання універсалізму із глибоким розумінням регіонального контексту виступає фундаментом модернізації журналістської освіти, що дозволяє зберегти високі стандарти професії в епоху тотальної цифровізації.

Список використаних джерел

1. Гандзюк В. Використання можливостей мережі Інтернет у системі професійної підготовки журналістів. Modern Information Technologies and Innovation Methodologies of Education in Professional Training Methodology Theory Experience Problems 30 (2012): 322–325.
2. Гоян, В., Гоян О. Універсальний телерадіожурналіст: від універсалізації до спеціалізації. *Держава та регіони.* Серія: Соціальні комунікації. 2018. Вип.1. С. 43–50.
3. Освітньо-професійна програма «Журналістика» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 061 Журналістика (галузь знань 06 Журналістика) : рік набору 2025. Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського. Вінниця, 2025. 20 с.
4. Хоменко Т. Теорія vs практики чи теорія і практика у журналістській освіті: питання відкриті. *Вісник Львівського університету.* Серія Журналістика. 2017. Вип. 42. С. 87–94.

Володимир ГРИСЮК,
доктор філософії з журналістики.
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка
Марія ЄФІМОВА,
кандидатка мистецтвознавства.
Волинський національний університет
імені Лесі Українки

ПОСТАТЬ ВИКЛАДАЧА: ТРАНСФОРМАЦІЯ ВІД ПАРТІЙНОГО ПРОПОВІДНИКА ДО ЛЮДИНИ-ОРКЕСТРУ

Проблема професійної кваліфікації викладацьких кадрів у системі журналістської освіти в Україні не вирішується роками [3; 4;5]. У період СРСР викладач університету серед іншого виконував ідеологічну функцію, виступаючи рупором комуністичної ідеології, а ВНЗ фактично перетворювалися на кузні партійних кадрів. Гуманітарні науки, зокрема журналістика, були особливо вразливими до ідеологічного впливу та були глибоко інфіковані вірусом пропаганди. Наслідки відчуваємо й дотепер. Парадоксально, але саме представники інтелектуальної еліти – науковці, філософи, журналісти, митці – часто ставали найактивнішими провідниками ідеологічного вірусу.

Навіть після здобуття Україною незалежності та формального переходу до демократичних цінностей, внутрішні механізми функціонування вищої освіти зберегли ядро радянської системи. У 2000-х рр. розпочався етап поступової трансформації системи вищої освіти. На заміну «партійним кадрам» почали приходити молоді фахівці з новою оптикою та системою цінностей, сформованою під впливом європейських освітніх стандартів. Однак ці зміни виявилися переважно косметичними: змінився лише «фасад», тоді як сутнісні підходи, організаційна структура та корпоративна культура залишалися непохитними. Нові викладачі змушені були або адаптуватися до старої системи, або залишати академічне середовище. Результатом цієї «трансформації» стала гібридна система, яка поєднує декларативну прихильність до сучасних освітніх стандартів із збереженням застарілих бюрократичних практик та ієрархічних структур.

Сьогодні українська журналістська освіта зіштовхнулась із фундаментальною проблемою співіснування двох типів викладачів. Перший – умовні «колишні партійники», які проявили резистентність до змін та успішно адаптувалися до роботи в умовах перманентної кризи. Їхня лояльність до системи та готовність виконувати будь-які адміністративні вимоги дозволили зберегти посади та вплив на формування освітньої політики на рівні кафедр та факультетів. Другий тип – «нове покоління» викладачів, представників якого практично немає в системі освіти через комплекс об’єктивних причин: критично низький рівень заробітних плат, невизначені професійні перспективи, надмірно

високі вимоги до кваліфікації та бюрократію. Це створює «порочне коло»: відсутність молодих кадрів консервує застарілі підходи, а консервативне середовище відлякує потенційних молодих викладачів, тим самим посилюючи кадровий дефіцит.

В ідеалі викладач журналістики має поєднувати в собі теоретика та практика [1]. Як теоретик він повинен мати науковий ступінь (вчене звання), опубліковувати наукові статті у фахових виданнях, брати участь у міжнародних стажуваннях та систематично підвищувати кваліфікацію. Як практик – мати досвід роботи в професії (актуальний), опанувати профільні знання та практичні навички [2 ; 6], що відповідають сучасним стандартам журналістики. Разом із тим, система освіти в Україні вимагає ще однієї ролі, яка не є органічною для викладацької діяльності: адміністратора та бюрократа. Викладач змушений витрачати значну частину робочого часу на складання звітів, заповнення численних форм, участь у бюрократичних процедурах, що не мають прямого стосунку до викладацької чи наукової діяльності. Відповідно, молоді викладачі не затримуються в стінах університету, бо не готові ставати «людиною-оркестром» за мінімальну винагороду. Талановиті фахівці, які могли б збагатити освітній процес, обирають роботу в медіаіндустрії або міжнародних проєктах, де їхні компетенції цінуються адекватно.

Для виходу з кадрової кризи необхідний комплекс системних заходів:

- по-перше, впровадження мотиваційних інструментів: суттєве підвищення рівня заробітних плат до конкурентоспроможного рівня, фінансове заохочення за наукові досягнення, відведення додаткового оплачуваного часу для наукової та творчої роботи без надмірного навантаження адміністративними обов’язками;
- по-друге, радикальне зменшення бюрократичної роботи через автоматизацію процесів, спрощення процедур звітування, забезпечення викладачів тривалими контрактами, що гарантують стабільність і можливість довгострокового планування кар’єри;
- по-третє, формування культури поваги до професійних і наукових показників, де оцінювання викладача базується на реальних досягненнях у науці та викладанні, а не на формальному виконанні формальних вимог;
- по-четверте, університети мають взяти на себе фінансову відповідальність за професійний розвиток викладачів: оплату наукових публікацій у рейтингових виданнях, участі в наукових конференціях, зокрема міжнародних, що наразі здійснюється переважно за рахунок самих викладачів;
- по-п’яте, необхідне спрощення, а не ускладнення процедури присвоєння вчених звань, яка має стимулювати наукову активність, а не створювати додаткові бар’єри;
- по-шосте, університети повинні забезпечити фінансову підтримку у вивченні іноземних мов, що є критично важливим для інтеграції в міжнародний науковий простір, адже наразі ці послуги є платними для викладачів.

Наразі система журналістської освіти в Україні балансує на межі колапсу. Вона існує переважно завдяки самовідданим зусиллям фанатиків своєї справи та

альтруїстів, які готові працювати в умовах хронічного недофінансування та організаційного хаосу. Однак ці «людські ресурси» не є безкінечними: вигорання, еміграція, перехід у приватний сектор поступово вимивають залишки якісних кадрів. Без системних структурних реформ, спрямованих на створення привабливих умов для молодих фахівців, українська журналістська освіта ризикує остаточно втратити свою конкурентоспроможність та здатність готувати кваліфікованих спеціалістів.

Список використаних джерел

1. Волуца Л., Грисюк, В. (2023). Становище військової журналістики в умовах повномасштабної війни Росії проти України. Українська журналістика у світовому інформаційно-комунікаційному контексті: здобутки і перспективи : зб. наук. пр. за матеріалами всеукр. наук.-практ. конф., м. Київ, 24-25 листоп. 2023 р. Київ, 2023. С. 287–290. URL: http://journ.univ.kiev.ua/nauka1/wp-content/uploads/2024/02/Conference.pdf
2. Грисюк В. П. (2023). Медіаправо та інформаційна безпека: Медіаправо та захист інтелектуальної власності : [навч.-метод. матеріали]. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/ eprint/ 45356/ (дата звернення: 11.12.2025).
3. Ґабор Н. Журналістська освіта епохи WEB. 3.0: дослідження, новітні навички, спроби перезавантаження. Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика. 2018. Вип. (43). С. 273–279.
4. Квіт С. (2006). Проблеми журналістської освіти в сучасній Україні. URL: https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/05241d88-00a1-48f3-956e-6eb1629fb4d5 /content (дата звернення: 11.12.2025).
5. Носова Б. М. Журналістська освіта в умовах децентралізованого управління в Україні. Актуальні проблеми медіапростору: матеріали конференції (м. Київ, 18 квітня 2019 р.). Київ : Інститут журналістики, 2019. С. 57–60.
6. Погребняк І. В., Грисюк В. П. (2023). Сучасні інформаційні технологія в медіа: журналістика даних : [навч.-метод. матеріали]. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/ 43937/ (дата звернення: 11.12.2025).

Наталія ІЩУК,
кандидатка наук із соціальних комунікацій, доцентка.
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

ІНТЕРАКТИВНІСТЬ У ЖУРНАЛІСТСЬКІЙ ОСВІТІ: ПОЄДНАННЯ КОГНІТИВНОЇ СТРУКТУРИ БЛУМА ТА «ПЕРЕВЕРНУТОГО» НАВЧАННЯ

Зміни у сприйнятті інформації сучасною аудиторією, зокрема проблеми з довготривалою концентрацією через вплив нових медіа та коротких форматів, що підтверджуються численними дослідженнями, не можуть оминути й навчальний процес, який потребує змін насамперед у структурі заняття та інструментах для підтримання ефективної взаємодії. Відтак, виникає гостра необхідність застосовувати нові підходи у викладанні, аби забезпечити високі результати навчання та плідну взаємодію викладача та студентів під час занять.

Одне з досліджень за участю понад 200 студентів, які проходили опитування та глибинні інтерв'ю довели, що існує кореляція між споживанням коротких відео та зниженням академічних результатів. Студенти, які проводили більше часу у соціальних мережах із коротким відео контентом, мали нижчі оцінки на іспитах [1]. Враховуючи високі темпи створення та розповсюдження коротких відео, згенерованих штучним інтелектом, тільки посилюватимуть негативний вплив. До того ж, вищезгаданий відеоконтент залучає увагу за рахунок якості та нестандартності відеоряду. Мільйонні перегляди коротких епізодів мультфільмів, музичних кліпів, спортивної боротьби тощо, які вміщені в 5–10 секунд неможливо порівняти з тривалістю та монотонністю лекційного чи то семінарського заняття.

Тому все більше розвідок присвячують методології та інтерактивним підходам у викладанні. Інструментарій у цьому контексті не є сталим і потребує постійного моніторингу та тестування нових сервісів, що можуть допомогти у покращенні засвоєння нового матеріалу та принести динаміку у власне навчального заняття.

Однак, лише інструменти не дають комплексного підходу, а перевантаженість у використанні різних сервісів також не варто недооцінювати. Доцільніше розпочати зі структури заняття у такий спосіб, аби задіяти розвиток когнітивних навичок різного рівня.

Таксономія Блума – класична модель класифікації освітніх цілей, що поділяє когнітивні навички на шість рівнів: знання**,** розуміння**,** застосування**,** аналіз**,** синтез та оцінювання [2]. Від початкового рівня, коли засвоюються знання до оцінювання як найвищої категорії. Пригадується навчальна онлайн-платформа «Coursera», в якій кожна навчальна програма містить елемент оцінювання одногрупників, як обов'язковий, що має сенс не лише тому, що

викладач, який може оцінити роботи, відсутній, а й у контексті задіяння найвищого рівня когнітивних навичок. Примітно, що класична таксономія Блума 1956 р. розрізняє рівні саме в такий спосіб, проте оновлений варіант, запропонований одним із учнів Блума, дещо реорганізує їх.

У виданні 2001 р. іменники замінено на дієслова з акцентом на те, що робить студент: запам'ятати, розуміти, застосовувати, аналізувати, оцінювати, створювати [3]. Як бачимо, кількість залишилася тотожною, але оцінювання більше не є найвищим рівнем і замість синтезу, з'явилося створення, яке вважається найскладнішим, адже є підсумком засвоєння усіх попередніх. Звісно, не завжди доцільно і є можливим задіювання усіх рівнів на одному занятті. По-перше, воно має бути достатньо тривалим, аби охопити всі таксономічні рівні, по-друге, залежить від навчальної мети та власне формату заняття. Зовсім недоцільним буде використання такої структури для лекції.

Одним із можливих варіантів є застосування моделі «перевернутого» навчання, який передбачає, що студенти опрацьовують теоретичний матеріал вдома, а час в аудиторії присвячують активній роботі: аналізу кейсів, обговоренню завдань та створенню контенту [3 ; 4]. У такий спосіб під час заняття можна сконцентруватися на завданнях високого когнітивного рівня та розвитку аналітичного мислення. Звісно, не лише теоретичний матеріал може бути основою для організації «перевернутого» навчання. Наприклад, у межах дисципліни «Трансмедійний сторітелінг» студентам було запропоновано переглянути фільм «Шоу Трумена» до заняття.

Під час роботи в аудиторії акцент було зроблено на дискусії щодо потенційних трансмедійних елементів, які могли б розширити або доповнити сюжет фільму. Такий формат дав змогу задіяти одразу кілька рівнів когнітивної діяльності за оновленою таксономією Блума:

– аналізувати – студенти виокремлювали ключові сюжетні елементи та взаємозв'язки;

– оцінювати – аргументували, чому певні ідеї можуть працювати в межах трансмедійного розвитку історії;

– створювати –пропонували власні варіанти медіапродовжень та наративних розгалужень.

Завдяки такій структурі заняття теоретичний зміст поєднався з практичним осмисленням, що стимулювало глибше розуміння матеріалу, активну взаємодію та обмін оригінальними ідеями.

Дослідження підтверджують, що синтез Блума і «перевернутого» навчання підвищує залученість та розвиток навичок вищого порядку [4 ; 5]. Це створює потребу у використанні інтерактивних методів, які поєднують теоретичний матеріал із практичними завданнями, стимулюють критичне мислення та командну роботу.

Інтерактивні заняття не лише підвищують залученість студентів, а й формують практичні навички, необхідні у сучасній журналістиці. Для реалізації інтерактивного навчання доцільно використовувати:

• Mentimeter – опитування, рейтинги, хмари слів;

• AhaSlides – альтернатива Mentimeter із гнучкішими інструментами та іграми;

• Wayground – асинхронні тести, гейміфіковані завдання;

• Kahoot! – гейміфіковані тести;

• Edpuzzle – інтерактивні відео з питаннями;

• ClassPoint – перетворює PowerPoint на інтерактивну платформу з вікторинами, малюванням, завданнями;

• Padlet, Miro – спільні карти ідей та аналіз кейсів;

• Notion – для колаборація та проєктної роботи;

• CoSpaces Edu – створення студентами VR-сцен, медіасвітів та симуляцій;

• Voyant Tools – онлайн-платформа для цифрового аналізу текстів.

Ці інструменти стимулюють креативність, командну роботу та розвиток когнітивних навичок різного рівня.

Враховуючи актуальність використання оновленої таксономії Блума з «перевернутим» навчанням із застосуванням новітніх онлайн-інструментів, пропонуємо до розгляду схему орієнтовного інтерактивного заняття. Вона містить три фази, пов'язані з діяльністю студентів, інтерактивними інструментами та рівнями Блума.

Рис. 1. Схема орієнтовного інтерактивного заняття

Отже, доходимо висновків, що сучасна молодіжна аудиторія потребує актуальних підходів і продуманої структури заняття враховуючи проблеми деконцентрації уваги для підвищення залученості студентів, розвитку когнітивних навичок високого рівня, формування практичних компетенцій, покращення педагогічного планування. Поєднання оновленої таксономії Блума та «перевернутого» навчання з інтерактивними інструментами створює практико-орієнтовані, активні та ефективні заняття у журналістській освіті. Авторська схема демонструє, як поєднати теорію, практику та технології для розвитку компетентностей цифрової доби.

Список використаних джерел

1. Asif M., Kazi S. Impact of Short Video Content on Attention Span Among Young Adults // International Journal of Science and Research. 2024.
2. Bloom B. S., Englehart M. D., Furst E. J., Hill W. H., Krathwohl D. R. Taxonomy of Educational Objectives: Handbook I – Cognitive Domain. London: Longmans, Green, 1956. C. 1.
3. Anderson L. W., Krathwohl D. R. A Taxonomy for Learning, Teaching, and Assessing: A Revision of Bloom's Taxonomy of Educational Objectives. New York: Longman, 2001.
4. Kwan P., Wang M., Li Q., Chan T. Bloom’s Taxonomy in Flipped Learning: Enhancing Higher-Order Thinking Skills // Education Sciences. 2025. Vol. 15, No. 4. P. 465. URL: https://www.mdpi.com/2227-7102/15/4/465 (дата звернення 22.11.2025).
5. Arunkumar R. Integrated Flipped Classroom with Bloom’s Modified Taxonomy: A Study of Instructional Design in Higher Education // JETIR. 2022. Vol. 9, No. 5. P. 13–22. URL: https://www.jetir.org/papers/JETIR2205013.pdf (дата звернення 22.11.2025).

Світлана КРАВЧЕНКО,
докторка наук із соціальних комунікацій, професорка.
Волинський національний університет
імені Лесі Українки (Україна),
Лодзький університет (Польща).

ІСТОРІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ В СИСТЕМІ СУЧАСНОЇ ОСВІТИ (ДОСВІД УКРАЇНИ І ПОЛЬЩІ)

В останні десятиліття журналістська освіта зазнала значних трансформацій як під впливом стрімкого впровадження у сфери суспільної комунікації новітніх інформаційних технологій, так і швидкої цифровізації усіх аспектів суспільного життя. Зокрема зміст освітніх програм підготовки журналістів суттєво змістився у бік збільшення годин на здобуття формальних (технічних) навичок майбутнього фахівця, пов'язаних із новими медіа, соціальними мережами тощо, за рахунок скорочення базових теоретичних та історичних дисциплін. Серед освітніх компонентів, які втратили чи не найбільше своїх позицій у системі підготовки фахівців із журналістики, знаходиться історія журналістики.

Донедавна у програмах журналістської освіти для історії журналістики відводилося не менше двох семестрів, а зазвичай три або й чотири навчальні семестри. Години, як правило, розподілялися рівномірно між історією зарубіжної та української журналістики. Однак останнім часом простежується стійка тенденція до редукції цих навчальних дисциплін, формування інтегрованого курсу з двох дисциплін в одну або ж її цілковите зникнення з навчальних планів.

Аналіз змісту освітніх програм провідних українських ЗВО, які готують фахівців із журналістики, показав, що значна частина закладів, у яких ще недавно викладалася історія журналістики, повністю усунули цю дисципліну з навчального плану. Серед них Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка [1], НУ «Острозька Академія» [2], Житомирський державний університет, Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова, МАУП та ін.

Значного скорочення зазнала історія журналістики у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича [3], де у 2025 р. запровадили замість традиційно двох історій журналістики один інтегрований курс в одному навчальному семестрі. Кілька років тому таку ж редукцію двох історій в один інтегрований курс здійснили у Волинському національному університеті імені Лесі Українки.

Серед ЗВО, які не зраджують традиції класичної журналістської освіти і надають велике значення вивченню історії професії, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна [4], Львівський національний університет імені Івана Франка, Київський столичний університет імені Бориса Грінченка,

Ужгородський національний університет, Кременчуцький національний університет ім. Миколи Остроградського та ін.

Якщо проаналізувати освітні програми підготовки журналістів у провідних польських ЗВО, то можна зауважити, що більшість із них надає велике значення вивченню історії професії. Наприклад, у Ягеллонському університеті в навчальному плані передбачено три окремих дисципліни: Historia prasy i mediów, Media w świecie, Media w Polsce [5]. У Варшавському університеті в плані навчання є дві дисципліни: Historia polskiej prasy і Media polskie w XX wieku [6]. Освітні програми Університету Адама Міцкевича в Познані та Ґданського університету передбачають великий інтегрований курс Historia mediów. Освітні програми Жешовського університету й Університету Марії Кюрі-Склодовської в Любліні містять дві окремі дисципліни: Historia prasy і Historia mediów і komunikacji społecznej [7].

Крім цього, варто зазначити, що поряд із історією журналістики та соціальних комунікацій, у польських ЗВО велике значення надають вивченню історії Польщі, політичній історії, історії культури, історії літератури тощо. Ці навчальні дисципліни є у складі всіх освітніх програм із журналістики.

Звуження завдань журналістської освіти до засвоєння сучасних технологій оброблення і поширення інформації без отримання широкого спектру знань, спрямованих на формування світоглядних орієнтирів і духовних цінностей загрожує появою покоління фахівців дилетантів, ремісників, які добре вміють оперувати різними методами та інструментами інформування суспільства, проте не несуть знань, ідей та ідеалів, необхідних для розвитку країни, не формують у людей критичного сприйняття і розуміння реальності та сучасних політичних процесів. Тому журналістська освіта має бути спрямована на формування журналіста як «значної гуманітарної особистості» [8, с. 68], що володіє знаннями з історії, філософії, політики, культури, економіки, мистецтва та інших галузей суспільних знань, постійно розвиває та вдосконалює свої знання та вміння, ділиться ними із суспільством і як соціально відповідальна особистість спрямовує його поступальний розвиток.

Вивчення історії журналістики є необхідним складником журналістської освіти, оскільки саме історія професії є скарбницею, у якій зберігається весь накопичений попередніми поколіннями досвід – культурний, політичний, духовний, практичний. Історія журналістики дозволяє показати національні особливості української журналістики, специфічні умови й етапи її становлення, порівняти світові тенденції та прояви української ментальності і національної психології.

У моделі підготовки соціально відповідального фахівця із журналістики повинні збалансовано поєднуватися теоретичні, історичні, фахові дисципліни із практично орієнтованими освітніми компонентами, які спираються на вміння і навички володіння сучасними цифровими технологіями, тому що поширення досконалого за формою інформаційного продукту, який не несе жодної змістової цінності, є не тільки безрезультатним, але й соціально шкідливим.

Список використаних джерел

1. ОПП «Журналістика» КНУ 2025 р., URL: http://labs.journ.univ.kiev.ua/navch/wp-content/uploads/2025/07/S7_OPP_B_ZHurnalistyka_2025.pdf (дата звернення: 5.12.2025).
2. ОПП «Журналістика» НУ «Острозька Академія» 2025 р. URL: https://www.oa.edu.ua/ a/ osvita/ects/info_prog/bachelor/ishm/c7_zhurnalistyka/ (дата звернення: 5.12.2025).
3. Освітні програми, ЧНУ ім. Юрія Федьковича. URL: https://journalism.chnu.edu.ua/navchannia/osvitni-prohramy/ (дата звернення: 5.12.2025).
4. Абітурієнт Каразінського. Журналістика. URL: https://start.karazin.ua/programs/5/17/ C7/55 (дата звернення: 5.12.2025).
5. Plany studiów UJ. URL: https://media.uj.edu.pl/plan-studiow (дата звернення: 5.12.2025).
6. Programy studiow UW. URL: https://www.wdib.uw.edu.pl/studenci/studia-licencjackie/ dziennikarstwo-i-medioznawstwo/stacjonarne/programy-studiow (дата звернення: 5.12.2025).
7. Programy zajęć UMCS. URL: https://www.umcs.pl/pl/programy-zajec,4725.htm (дата звернення: 5.12.2025).
8. Михайлин І. Журналістська освіта і наука: підруч. Суми: Університетська книга, 2009. 336 с.

Володимир ЛИТВИНЕНКО,
кандидат наук із соціальних комунікацій.
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

ЖУРНАЛІСТСЬКА ОСВІТА В УКРАЇНІ 2016–2025: ЯК ДОСЛІДЖЕННЯ ОСТАННЬОГО ДЕСЯТИЛІТТЯ, ВІЙНА ТА ЦИФРОВІЗАЦІЯ ПЕРЕПИСАЛИ СТАНДАРТИ ПРОФЕСІЇ

За останнє десятиліття журналістська освіта в Україні пережила не просто модернізацію навчальних планів, а зсув підстав власної легітимності. Якщо у середині 2010-х проблема описувалася як відставання університету від професії, то до 2025 року вона набуває іншої форми: університет втрачає монополію на підготовку журналіста й змушений пояснювати, яку унікальну функцію він виконує у середовищі, де навчання дедалі частіше відбувається «поза аудиторією», «поза семестром» і навіть «поза викладачем» – за участі редакцій, громадського сектору, професійних спільнот і алгоритмів.

Мета розвідки – реконструювати логіку цієї трансформації на відтинку 2016–2025 років, спираючись на публічно доступні аналітичні джерела та нормативні документи, і показати, що ключовим ресурсом життєздатності журналістської освіти стає не швидкість інструментального навчання, а здатність інституції формувати професійну відповідальність у ситуації війни та генеративного ШІ.

Дослідження має характер аналітичного огляду (desk research) і поєднує: інтерпретацію двох хвиль діагностики журналістської освіти ГО «Детектор медіа» (2016, 2018) [1, 2]; аналіз рамкових регуляторних документів – стандартів вищої освіти для спеціальності 061 «Журналістика» (бакалаврський рівень, затверджений наказом МОН 2019 року; а також стандарт магістерського рівня 2022 року) [3, 4]; огляд результатів і матеріалів проєкту Erasmus+ DESTIN як спроби системної стандартизації та впровадження культури якості [5, 6]; включення актуальних даних про популярність спеціальності у вступній кампанії та публічних оцінок щодо кількості закладів, що здійснюють підготовку[7, 8]; контекстуалізацію викликів війни й генеративного ШІ через авторитетні міжнародні джерела (зокрема рекомендації ЮНЕСКО щодо GenAI в освіті та аналітику Reuters Institute щодо ризиків синтетичного контенту) [9, 10].

Перші комплексні спроби осмислення стану журналістської освіти в Україні були здійснені ГО «Детектор медіа» у 2016 та 2018 роках. Пілотне дослідження 2016 року зафіксувало низку системних проблем: застарілий зміст навчальних програм, домінування філологічних дисциплін, слабку практичну складову та обмежений доступ студентів до сучасної техніки й реальних редакційних практик [1].

Другий етап дослідження у 2018 році розширив фокус і поставив принципове питання – чи працює система журналістської освіти загалом. Результати виявилися тривожними: лише 22 % опитаних редакторів зазначили, що віддають перевагу випускникам журналістських факультетів під час найму, що свідчило про глибоку кризу довіри до диплому як професійного маркера [2].

У звітах і публікаціях «Детектора медіа» йшлося про системну інерцію: формальна збалансованість програм не відповідала цифровій медіареальності, практична підготовка часто залишалася вторинною, а комунікаційна непрозорість закладів (зокрема небажання повноцінно надавати інформацію дослідникам) працювала як маркер слабкої культури підзвітності [1; 2].

Таким чином, уже на старті аналізованого періоду журналістська освіта постає як система, що працює за інерцією, не встигає за трансформацією професії та не проходить перевірку реальністю медіаринку.

Період 2019–2021 років формально позначений важливою зміною державної рамки: для першого (бакалаврського) рівня було затверджено стандарт вищої освіти зі спеціальності 061 «Журналістика» (наказ МОН від 20.06.2019 № 864) [3], який акцентує компетентнісний підхід і, принаймні на рівні задуму, підштовхує програми до мультимедійності та цифрових навичок.

Однак сам факт стандарту не гарантує зміни освітньої практики. Після 2018 року розширення відбулося швидше «вшир», ніж «углиб»: журналістська освіта ставала масовішою, а модернізація – фрагментованою. За даними Єдиної державної електронної бази з питань освіти станом на 2025 рік підготовку журналістів на бакалаврському рівні здійснюють 75 закладів вищої освіти, на магістерському – понад 53 [7].

Водночас зростання інтересу абітурієнтів не може автоматично трактуватися як показник якості. Дані 2025 року свідчать, що спеціальність «Журналістика» увійшла до 15 найпопулярніших: на бакалаврат подано 19 925 заяв (кількість заяв не тотожна кількості вступників, але вона показова як індикатор попиту)[8].

У цій ситуації виникає ефект «ілюзії модернізації»: поява у навчальних планах назв на кшталт «мультимедійна журналістика» чи «цифрові медіа» не завжди означає реальну зміну методології навчання й доступ студентів до актуальних редакційних практик.

У результаті сформувалася ситуація нерівномірного розвитку програм: осучаснення відбувалося переважно там, де існували міжнародні проєкти, грантова підтримка та відкриті до змін управлінські команди. В інших випадках зберігалася стара логіка навчання з мінімальною адаптацією до нових реалій. Це дозволяє говорити про ілюзію модернізації – зовнішні ознаки змін без глибокого переосмислення ролі освіти.

Найбільш системною спробою подолання фрагментованості стала реалізація проєкту Erasmus+ DESTIN (Developing Standards, Integrity and Networking in Journalism Education) [5]. На відміну від локальних ініціатив, DESTIN працював із самою архітектурою журналістської освіти: аудит програм, розроблення методологічних рекомендацій, впровадження взаємоекспертної

оцінки та узгодження навчальних результатів із європейськими рамками кваліфікацій [6].

Важливим результатом стало напрацювання національних методичних рекомендацій для бакалаврських і магістерських програм з журналістики, що мали на меті перейти від абстрактного переліку знань до чітко сформульованих компетентностей [6].

Водночас досвід DESTIN оголює ключову закономірність: стандарти й процедури змінюються швидше, ніж інституційна культура. Університет може формально впровадити компетентнісні результати навчання, але не обов'язково змінити роль викладача, характер взаємодії зі студентом або готовність відкрито приймати зовнішню експертизу. Peer review у такій оптиці є не лише інструментом оцінювання, а «тестом» на зрілість академічної культури.

Тому DESTIN варто розглядати не як «завершену реформу», а як доказ можливості системних змін і водночас – як карту обмежень, які без державної політики, сталого партнерства з індустрією та суспільного тиску залишають реформу «острівцем», а не новою нормою.

Паралельно з університетськими реформами в 2020-х посилився сегмент позауніверситетської журналістської освіти, орієнтованої на короткі цикли, навчання «в професії» та швидке оновлення змісту. Показовим прикладом є Journalism Training Academy (JTA) – платформа, що пропонує курси з фактчекінгу та інших прикладних компетентностей, актуальних для сучасної журналістики [11].

Важливо підкреслити: поява й популярність таких платформ не є просто «конкуренцією університету». Радше це симптом того, що шлях входу в професію став модульним: люди можуть здобувати предметну базу в інших спеціальностях (економіка, право, ІТ тощо), а журналістські компетентності – добирати через інтенсиви, редакційні школи чи професійні спільноти. У воєнний час ця логіка посилюється, адже короткі, гнучкі формати краще витримують переривання, релокації та асинхронність життя [12].

Тут виникає принциповий парадокс. З одного боку, такі платформи часто забезпечують те, що університету складно гарантувати: швидкість реакції, викладачів-практиків, навчання на кейсах «тут і тепер». З іншого боку, вони не замінюють університетської функції довгої траєкторії: формування професійної ідентичності, етики, контекстуального мислення й уміння рефлексувати наслідки публікації. Саме в цьому розриві – і ризик, і шанс для університету.

Повномасштабна війна з 2022 року стала переломним моментом для всієї системи вищої освіти, зокрема журналістської. За наявними даними, сім університетів із журналістськими спеціальностями були релоковані, причому два луганські університети – двічі. Ще близько двадцяти закладів працюють у регіонах, наближених до зони бойових дій (Суми, Харків, Дніпро, Запоріжжя, Миколаїв, Херсон). Для журналістської освіти критичним наслідком є втрата «єдиного освітнього часу». Навчання стає асинхронним: різні заклади існують у різних режимах безпеки, різних темпах і різних можливостях підтримувати практичну підготовку. У такому контексті традиційні механізми порівняння

якості (за формальними показниками навчального плану) дедалі менше відображають реальність, бо ключовим стає питання стійкості освітнього процесу й здатності працювати з людським виснаженням.

Змістовий злам також є фундаментальним. Війна змінює ієрархію знань: те, що було спеціалізацією, стає базою – верифікація, фактчекінг, робота з відкритими джерелами й інформаційною безпекою, етика висвітлення війни та практики роботи з травмою. Цей зсув означає, що журналістика дедалі менше є «професією тексту» й дедалі більше – професією відповідальності за наслідки.

Нарешті, війна змінює «антропологію студента»: особистий досвід втрат і нестабільності формує короткі часові горизонти, знижує готовність будувати довгі траєкторії та загострює потребу в сенсах і психологічній підтримці. Університет, що мислить семестрами й роками, стикається з аудиторією, яка часто змушена мислити тижнями; редакції ж мислять годинами. Саме невідповідність темпу життя стає не менш руйнівною, ніж невідповідність навчального плану.

Якщо війна зламала «стабільність циклів», то генеративний ШІ зламав уявлення про сам процес набуття компетентностей. Студент приходить в аудиторію вже з «паралельним тьютором»: алгоритм пояснює терміни, пропонує структури, генерує варіанти заголовків, допомагає з перекладом і стилістикою. Це робить навчання ефективнішим, але створює ризик «дефіциту усвідомленості»: інструментальна продуктивність може випереджати етичну й професійну зрілість.

На рівні політики освіти й етики технологій ЮНЕСКО прямо наголошує на потребі людяноцентричних підходів, управління ризиками та готовності освітніх інституцій працювати з викликами GenAI – від приватності й академічної доброчесності до якості знання та відповідальності [9].

У журналістиці ризики посилюються ще й тим, що синтетичний контент став повсякденним інструментом маніпуляції. Аналітика Reuters Institute показує як практичні обмеження інструментів детекції deepfake, так і загальні проблеми довіри та верифікації в інформаційному середовищі, де AI може продукувати правдоподібні підробки й підсилювати дезінформацію [10].

У цьому контексті освітня місія університету може бути переозначена як «простір уповільнення», де студент тренує не швидкість генерації, а здатність ставити питання дозволу й наслідків: чи маю я право публікувати, кого це може травмувати, що станеться після, якими є безпекові обмеження, як відрізняти верифікований факт від переконливої симуляції. Саме тут постає новий зміст компетентностей: не лише «як зробити», а «коли не робити», «як перевірити», «як пояснити аудиторії межі машинної участі».

До 2025 року журналістська освіта в Україні дедалі точніше описується як екосистема, де різні сегменти виконують різні функції. Редакції навчають під задачу й під дедлайн; професійні спільноти легітимують інструменти через результат; платформи на кшталт JTA забезпечують швидку адаптацію й доступ до практиків; алгоритми надають миттєву когнітивну підтримку. Університет у

цій конфігурації перестає бути центром світу, але може стати вузлом – місцем інтеграції, де практики з'єднуються з нормами, а швидкість – із рефлексією.

Щоб ця роль стала не декларацією, університет має відмовитися від програшної стратегії «наздогнати ринок у швидкості». Попри важливість практичних навичок, університет, що перетворює себе на сервіс інструментального навчання, приречений програвати редакціям, платформам і ШІ. Натомість конкурентною перевагою стає глибина: етика, суспільний інтерес, критичне мислення, історичний контекст, розуміння пропагандистських моделей, психологічна грамотність у роботі з травмою, стандарти безпеки в умовах війни, а також культура підзвітності й якості, яку намагався інституціоналізувати DESTIN.

У такій логіці «диплом» перестає бути самодостатнім маркером професійності. Він може знову набувати ваги лише тоді, коли означає проходження крізь фільтр відповідальності й здатність діяти в ситуаціях невизначеності, ризику та високої етичної ціни.

Отже, траєкторія 2016–2025 років демонструє, що журналістська освіта в Україні пережила зміну типу кризи. Початковий «діагноз» 2016–2018 років описував системне відставання від професії та слабку легітимність диплома в очах ринку. Після 2018 року відбулося кількісне зростання та формальне осучаснення рамок (державні стандарти, нові назви курсів), однак якість змін залишалася нерівномірною і значною мірою залежала від локальних ресурсів і міжнародних проєктів. Проєкт DESTIN показав можливість системних перетворень, але також продемонстрував, що інституційна культура підзвітності й відкритості є не менш важливою за формальні стандарти.

Повномасштабна війна перетворила журналістську освіту з інституції стабільності на інституцію виживання, зруйнувавши просторову й часову цілісність освітніх циклів і зробивши центральними компетентності верифікації, інформаційної безпеки та етики війни. Генеративний ШІ додав ще один вимір: знання стало миттєвим, але відповідальність – дефіцитною. У цих умовах університет або зведе себе до сервісу навичок і розчиниться серед альтернатив, або відновить легітимність як простір довгого мислення, професійної етики, відповідальності за наслідки та інтеграції розпорошеної екосистеми навчання.

Тож ключовий висновок полягає в тому, що майбутнє журналістської освіти в Україні визначатиметься не темпом «додавання нових інструментів» до навчальних планів, а здатністю інституції вибудувати культуру якості й відповідальності в умовах війни та алгоритмізованого виробництва контенту.

Список використаних джерел

1. Стан журналістської освіти на факультетах журналістики в Україні (результати пілотного дослідження) : спеціальний звіт. / Дуцик. Д., Шутов Р., Литвиненко В. та ін. *Київ: ГО «Детектор медіа»,* 2016. 48 с. URL: https://ms.detector.media/content/files/dm_osvita_a4_light.compressed.pdf (дата звернення: 18.11.2025).
2. Зубченко Я., Литвиненко В., Луцька В., Піддубна О., Довженко О. (заг. ред). Журналістська освіта в Україні: чи працює система? Друге дослідження якості журналістської освіти: аналітичний звіт. *Київ: ГО «Детектор медіа»,* 2018. 72 с. URL:

https://detector.media/doc/images/news/archive/2016/142347/DM_joureducation_2018-WEB-compressed.pdf (дата звернення: 18.11.2025).

3. Про затвердження стандарту вищої освіти за спеціальністю 061 «Журналістика» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти : наказ від 20.06.2019 № 864. *Міністерство освіти і науки України*. URL: https://mon.gov.ua/npa/pro-zatverdzhennya-standartu-vishoyi-osviti-za-specialnistyu-061-zhurnalistika-dlya-pershogo-bakalavrskogo-rivnya-vishoyi-osviti (дата звернення: 18.11.2025).
4. Про затвердження стандарту вищої освіти за спеціальністю 061 «Журналістика» для другого (магістерського) рівня вищої освіти : наказ від 08.11.2022 № 994. *Міністерство освіти і науки України.* URL: https://mon.gov.ua/npa/pro-zatverdzhennya-standartu-vishoyi-osviti-za-specialnistyu-061-zhurnalistika-dlya-drugogo-magisterskogo-rivnya-vishoyi-osviti (дата звернення: 18.11.2025).
5. Journalism Education for Democracy in Ukraine (DESTIN Project) : офіц. сайт проєкту. *DESTIN.* URL: https://destin.knu.ua/en/about-the-project (дата звернення: 18.11.2025).
6. Collection of National Methodological Guidelines for the Content, Development and Implementation of the Bachelor's and Master's Study Programmes in Journalism Developed within Erasmus+ KA2 DESTIN Project**./** Bezchotnikova S. V., Rizun V. V., Nosova B. M. (eds.). Kyiv : Taras Shevchenko National University of Kyiv, Educational and Scientific Institute of Journalism, 2021. 69 p. URL: https://erasmusplus.org.ua/project-news/opublikovano-materialy-v-mezhah-proyektu-ka2-cbhe-destin/ (дата звернення: 18.11.2025).
7. Єдина державна електронна база з питань освіти (ЄДЕБО) : офіц. вебпортал. URL: https://info.edbo.gov.ua/ (дата звернення: 18.11.2025).
8. Журналістика ввійшла до 15 найпопулярніших спеціальностей. 01.09.2025. *Detector Media.* URL: https://ms.detector.media/withoutsection/post/38367/2025-09-01-zhurnalistyka-vviyshla-do-15-naypopulyarnishykh-spetsialnostey/ (дата звернення: 18.11.2025).
9. Guidance for generative AI in education and research. *UNESCO.* Paris, 2023. URL: https://www.unesco.org/en/articles/guidance-generative-ai-education-and-research (дата звернення: 18.11.2025).
10. Spotting the deepfakes in this year of elections: how AI detection tools work and where they fail**.** 15.04.2024. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. URL: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/spotting-deepfakes-year-elections-how-ai-detection-tools-work-and-where-they-fail (дата звернення: 18.11.2025).
11. Академія викладачів журналістики (Journalism Training Academy, JTA). Про JTA **:** офіц. вебсайт. URL: https://www.jta.com.ua/pro-jta/ (дата звернення: 18.11.2025).
12. Nikolaiev Ye., Riy G., Shemelynets I. War in Ukraine: Reshaping the Higher Education Sector **:** analytical report. Kyiv : Borys Grinchenko Kyiv University, 2023. 74 p. URL: https://osvitanalityka.kubg.edu.ua/wp-content/uploads/2023/04/HigherEd-in-Times-of-War-EN.pdf (дата звернення: 18.11.2025).

Олександр МЕЛЕЩЕНКО,
доктор філологічних наук, професор.
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка,
Неля ТРОШИНА,
колишній провідний спеціаліст деканату денної форми
навчання факультету / Інституту журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка,

ДМИТРО ПРИЛЮК – ВИДАТНИЙ ОРГАНІЗАТОР ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ

Дмитро Михайлович Прилюк, людина з великим кореспондентським і редакторським досвідом, очолював факультет журналістики Шевченкового університету двічі – у 1965–1969 і 1972–1982 роках. За час першої каденції він зламав стереотип сприйняття київського журфаку як «філії філологічного факультету»: «До нього функціонувало лише дві кафедри: теорії та практики партійно-радянської преси та історії партійно-радянської преси. Д. М. Прилюк почав активно працювати над теорією й методикою журналістської творчості, що втілилося в появі нової навчальної дисципліни «Основи журналістської майстерності».

Саме ці наукові напрацювання були покладені в основу його кандидатської дисертації, яка була успішно захищена 1968 року на факультеті журналістики Московського державного університету ім. М. В. Ломоносова. Тоді ж окрилений декан створює на факультеті третю кафедру – журналістської майстерності та літературного редагування. І це був не просто успіх одного окремо взятого науковця: Навчально-методичне об’єднання з журналістики при Мінвузів СРСР взяло до уваги новаторський досвід Києва та провело на базі нашого Жовтого університетського корпусу Всесоюзну нараду деканів факультетів і відділень журналістики вищих навчальних закладів з питань журналістської майстерності. Тим самим у Радянському Союзі була визнана – крім московської та ленінградської – й київська школа журналістики…» [1, с. 224–225].

На жаль, через три роки, уже за відсутності Д. Прилюка на посаді декана, його наступник «пожертвував» новоствореною кафедрою на користь нагальної нової спеціалізації, перепрофілювавши «дітище» попередника на кафедру телебачення і радіомовлення, а дисципліни «Теорія і практика журналістської творчості» та «Літературне редагування» почали викладати на кафедрах, які опікувалися студентами газетної і телерадіоспеціалізацій. Знаючи принциповість фронтовика Д. Прилюка, можна не сумніватися, що Дмитро Михайлович відстояв би у ректораті кафедру, яка принесла визнання Київському університетові у всесоюзному масштабі… Це підтвердив свого часу професор

А. Г. Погрібний, якому Д. М. Прилюк якось зізнався: «…факультет – це як моє дитя…» [2, с. 198].

Тим більше, що вже на самому початку другої каденції декан Д. Прилюк зініціював у ректораті відкриття двох нових кафедр – мови та стилістики (1972) та історії літератури і журналістики (1973), які ставили журналістам стиль письма й прищеплювати образне бачення дійсності. Таким чином, на київському журфаці стало функціонувати п’ять кафедр, кожна з яких виступала куратором одного з п’яти курсів стаціонару.

«… Заслуга Дмитра Михайловича Прилюка та його колег по факультету журналістики полягала насамперед у підтримці аури творчої змагальності, якою була оповита атмосфера Жовтого корпусу університету, де розміщувався рідний журфак. В основу творчого навчання на першому курсі була покладена стінна преса – в першу чергу широко відома в журналістському середовищі стінгазета «Слово – зброя». Щомісяця кожна академгрупа повинна була випустити свіжий номер стіннівки, яка являла собою склеєні ватмани довжиною не один десяток метрів та вивішувалася на привселюдний огляд у довгому коридорі Жовтого корпусу. Читаючи твори однокурсників і мимоволі порівнюючи зі своїми дописами, студенти постійно навчалися та підвищували рівень власної майстерності. З другого по четвертий курси на студентів очікувала вища сходинка – факультетська газета «Молодий журналіст», надрукуватися в якій за підсумками виробничої практики в редакціях було вкрай непросто, почесно та слугувало підтвердженням профпридатності.

Це був лише один напрям підготовки майбутніх журналістів – творчий. Але ж існував іще один, не менш важливий – науковий, журналістикознавчий. З першого ж курсу студентів брали «в єжові рукавички» куратори від кафедр та заступник декана з наукової роботи. Кожний викладач повинен був підготувати до участі в кафедральній науковій студентській конференції кількох студентів, найкращі з яких потім виступали на університетському та міжвузівському рівнях, часто виходили переможцями. «Молодий журналіст» охоче надавав свої сторінки молодим науковцям, а найкращі з найкращих (буквально одиниці) друкувалися в міжвузівському науковому збірникові «Журналістика. Преса. Телебачення. Радіо», публікація в якому відкривала шлях до аспірантури та до викладання» [3, с. 140–141].

Особливу увагу декан факультету приділив жанрам журналістики, вивченням яких був буквально пронизаний процес майже усього навчання та які були тісно ув’язані з виробничими практиками. Після першого курсу, де студентам викладалися загальноуніверситетські дисципліни, а також вступні до спеціальності дисципліни, на другому курсі відбувався розподіл за спеціалізаціями, і студенти цілий рік вивчали новинні жанри з урахуванням специфіки преси, радіо і телебачення), після чого з 1 липня до 31 серпня (2–3 курси), а то й до 15 вересня (4 курс) студенти приходили до редакцій пресових видань, радіостанцій і телестудій, де ціле літо в ролі діючих кореспондентів заміщали штатних журналістів, котрі на цей період йшли у відпустку. Крім редакційних завдань, вони повинні були відпрацювати власний «Щоденник

практики», який чітко визначав обсяги творчого доробку для успішного продовження навчання. Те ж саме стосувалося 3-го та 4-го курсів стаціонару, де відповідно вивчалися аналітичні жанри та художня публіцистика. Захист виробничої практики розтягувався на цілий семестр і являв собою один з найстрашніших для студентів іспитів.

Доробок студента аналізували і за потреби критикували: 1) один з одногрупників; 2) викладач від кафедри-куратора; 3) викладач-пенсіонер на громадських засадах; 4) мовник; 5) стиліст. Студенту мав добре попотіти, щоб захистити власні матеріали і отримати гарну оцінку. Потім, раз на місяць (кожний курс був представлений окремо), у факультетській газеті «Молодий журналіст» передруковувалися найкращі публікації практикантів: загалом зі 100 чоловік відзначалася приблизно чверть, для яких оприлюднення їхнього доробку означало не більше і не менше, як нагорода Верховного Головнокомандувача. Всі інші вивчали їх досвід і рівнялися по них.

Сам декан любив студентів, старався набирати їх не з міст, а із сіл чи райцентрів (там вічно бракувало редакційних кадрів), бігав до ректорату «вибивати» голодним дітям у чужому місті стипендії, захищав тих, хто чимось завинив, переведенням на заочну форму навчання замість відрахування з університету.

Як бачимо, постійний дух експериментаторства, невтомний потяг до новацій, притаманні Д. М. Прилюку, були тим локомотивом, який рухав уперед київську школу журналістики. Її флагман – сам досвідчений журналіст, публіцист і письменник, фронтовик – звик змалку не кривити душею, любив говорити правду, а жахіття війни лише розвинули ці здібності. До нестями закоханий у журналістику, Дмитро Михайлович постійно винаходив нові організаційно-творчі форми вдосконалення навчального процесу, постійно «вибивав» у ректораті нові преференції для журфаку, енергійно захищав рідний факультет від нападок – дуже часто несправедливих, левову частку яких складали анонімки. Їх тоді зобов’язані були розглядати через створення комісій, що накочувалися на факультет бурхливим хвилями й не давали нормально працювати.

Розуміючи необхідність створення відповідної матеріально-технічної бази для трьох журналістських спеціалізацій, Д. М. Прилюк створив або своїми зусиллями, або силами колег (наприклад, М. Канюки): 1) клас машинопису; 2) фотолабораторію; 3) навчальну радіостудію; 4) навчальну телестудію; 5) навчальну друкарню; 6) кабінет журналістики. Всі вони функціонували в Жовтому корпусі університету аж до переїзду факультету на вулицю Мельникова, 36/1 до 8 березня 1993 року.

На партійному рівні недруги декана змусили цілий з’їзд журналістів України критикувати свого вчителя, і ніхто (крім Наталії Яценко, яка виступала від імені студентства) не відмовився від ганебної ролі. Вочевидь, ця історія сильніша за біблійну, переінакшуючи слова товариша Сталіна…

Після усунення з посади Д. Прилюк вернувся на свою кафедру теорії і практики партійно-радянської преси. Як згадує А. Г. Погрібний, «…новий керівник ні кроку не міг ступити без його… [Д. Прилюка. – авт.] багатющого

досвіду. Схилившись над планами, вони довгі години щось обговорювали.., і на факультеті тоді казали: – Тепер у нас два декани» [2, с. 198–199].

Саме Д. М. Прилюк придумав 1968 року «Журналістську весну» – збори випускників київського журфаку всіх років кожної останньої суботи травня.

Список використаних джерел

1. Трошина Н. Невтомний вихователь журналістської зміни // Уроки Дмитра Прилюка : спогади, літературні твори / авт.-упор. М. М. Сорока. Київ : ДП «Експрес-об'ява», 2015. С. 224–230.
2. Погрібний А. Ваза з колосками // Роки неспокійного сонця. Роман. Спогади про Дмитра Прилюка / упоряд. В. Г. Жданенко ; передм. О. К. Глушка. Київ : Рад. письменник, 1991. С. 195–199.
3. Мелещенко Олександр. Нам пощастило навчатися в еру Прилюка // Уроки Дмитра Прилюка : спогади, літературні твори / авт.-упор. М. М. Сорока. Київ : ДП «Експрес-об'ява», 2015. С. 138–142.

Оксана НЕСЕНЕНКО,
здобувачка третього (освітньо-наукового)
рівня вищої освіти,
випусковий редактор НВМ тележурналістики.
Київський столичний університет
імені Бориса Грінченка

АУДІОВІЗУАЛЬНІ МЕДІА ДЛЯ МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ ЯК ТЕХНОЛОГІЯ СОЦІАЛІЗАЦІЇ

Специфіка нових медіа, зокрема аудіовізуальні медіа, привертає значну увагу дослідників, знаходячи відображення в рамках різноманітних наукових дисциплін. Цей багатогранний феномен підлягає ретельному аналізу з різних точок зору, що формує комплексне розуміння його сутності та впливу.

Згідно з Законом України «Про медіа», аудіовізуальне медіа – «це медіа, що здійснює поширення інформації у різних формах за допомогою радіомовлення або телевізійного мовлення. Конкретніше, аудіовізуальний медіа-сервіс – це сервіс, основним призначенням якого є надання загальній аудиторії доступу до програм під редакційним контролем, використовуючи електронні комунікаційні мережі» [1, с. 8].

З позиції соціології, аналіз нових медіа представлено у праці К. Журбенка [4, с. 90–95]. Його дослідження зосереджується на соціальних аспектах функціонування та впливу цих медіа, вивчаючи їхню роль у формуванні суспільних відносин та комунікативних практик.

Важливим елементом наукового осмислення є також диференціація термінології. З. Григорова [3, с. 93–100] у своїй статті проводить чітке розмежування між поняттями нових медіа, соціальних медіа та соціальних мереж. Таке розрізнення критично важливе для забезпечення точності та глибини подальших досліджень у сфері медіа.

Особлива увага приділяється специфіці мистецтва нових медіа у низці мистецтвознавчих робіт. Ці дослідження фокусуються на естетичних, технологічних і комунікативних аспектах творчості, що реалізується за допомогою новітніх технологій.

Зокрема, Л. Сухорукова [7, с. 52–56] та З. Алфьорова [2, с. 7–10] акцентують увагу на проблематиці мультимедійного дизайну. Вони розглядають, як технології нових медіа трансформують принципи візуальної комунікації та створення художніх образів. У свою чергу, О. Оленєв [6, с. 79–84] зосереджується на комунікативному аспекті мистецтва нових медіа, вивчаючи їхню здатність до інтерактивної взаємодії та створення нових форм діалогу між митцем та аудиторією.

Незважаючи на наявні здобутки, наразі відчувається дефіцит уваги до дослідження нових медіа в контексті культурологічного дискурсу. Потребує глибшого вивчення своєрідність аудіовізуальних практик, які є невід’ємною

складовою нових медіа. Окреслення цієї своєрідності та її впливу на сучасну культуру є актуальним завданням для подальших наукових розвідок.

Варто зазначити про аудіовізуальні медіа для дітей. Аудіовізуальні медіа є важливим середовищем у культурному, пізнавальному та соціальному розвитку дітей. Вивчення їхнього впливу у міжнародному контексті – предмет міждисциплінарних досліджень, що включають психологію, педагогіку, медіазнавство та соціологію. Детальніше:

- теорія соціального навчання – діти моделюють поведінку, цінності та соціальні норми тощо;
- когнітивні теорії розвитку – медіа можуть стимулювати когнітивні процеси: увагу, пам'ять, мову, абстрактне мислення;
- емоційно-соціальний розвиток (соціально-когнітивна перспектива) – через сюжети, персонажів, міжособистісні взаємодії діти вчаться виражати емоції, співчувати, вирішувати конфлікти;
- медіаграмотність (media literacy) – здатність критично оцінювати медіа: хто його створює, з якою метою, як воно може впливати на сприйняття та поведінку.

Комунікативні стратегії, реалізовані через медіа, виступають ключовим фактором формування мовленнєвої, соціальної та емоційної компетентності дитини. З урахуванням вікових особливостей, такі стратегії мають бути диференційованими та адаптованими до рівня розвитку когнітивних і комунікативних навичок, що дозволяє максимально ефективно сприяти інтеграції дитини в освітнє та соціальне середовище.

Отже, існує кілька стійких вікових особливостей у поводженні дітей, що характеризують їхні медіасмаки. Головна особливість полягає в тому, що переваги щодо типологічних різновидів контенту та платформ змінюються з дорослішанням. Хоча ці закономірності були вперше виявлені на основі телевізійних уподобань, вони є фундаментальними психологічними принципами й значною мірою переносяться також на сучасні новітні медіаекосистеми. Формати та платформи змінюються, але базові психологічні механізми сприйняття контенту, його складності та тематики залишаються схожими для відповідних вікових груп; вони адаптуються до нових можливостей інтерактивності та персоналізації. Так створюється своєрідна медіакультура, яка складається з дітей різного віку та їхніх батьків. Зазначимо, що «медіакультура в системі нових інформаційних процесів набуває нових рис і впроваджує нові естетичні й ціннісні характеристики в культуру загалом» [5, с. 70–75].

Сьогодні до основних різновидів нових медіа для дітей належать: 1) онлайн-платформ, що користуються значною популярністю серед дітей (ресурси поєднують навчання та гру, враховують вікові особливості дітей та сприяють формуванню базових цифрових навичок); 2) мобільні додатки для вивчення іноземних мов та навчальні ігри для дошкільнят та молодших школярів (розвивають логічне мислення, дрібну моторику та креативність), які є потужним інструментом, здатним збагатити та диверсифікувати освітній ландшафт; їхня ефективність та успішне впровадження значною мірою залежать від глибокого

розуміння педагогічних принципів вікових особливостей учнів, національних освітніх пріоритетів та вирішення наявних викликів; 3) інтерактивні електронні книги для дітей дошкільного та молодшого шкільного віку (дозволяють дитині взаємодіяти з текстом, зображеннями та звуком, підвищуючи залученість до читання); 4) відеоконтент на стримінгових платформах, що сприяє розвитку когнітивних навичок від малюків до підлітків (містить освітні мультфільми, пізнавальні програми, які відповідають віковим потребам); 5) подкасти для дітей молодшого шкільного та підліткового віку (розвивають слухову увагу та уяву, пропонують історії, наукові факти або обговорення цікавих тем без візуального ряду); 6) віртуальна та доповнена реальність (VR/AR) переважно для старших школярів, яка забезпечує ефект занурення, дозволяє дітям «побувати» в історичних подіях або «досліджувати» наукові об'єкти, значно посилює інтерактивність навчання.

На основі аналізу взаємозв'язку між новими медіа та дитячим розвитком доведено, що комунікативні стратегії, реалізовані через цифрові платформи, є ключовим чинником у формуванні мовленнєвої, соціальної та емоційної компетентності дітей.

Медіауподобання дітей характеризуються стійкими віковими особливостями, які відображають фундаментальні психологічні механізми сприйняття. Зміна типологічних різновидів контенту та платформ відбувається відповідно до рівня когнітивного розвитку дитини, проте базові психологічні принципи сприйняття складності та тематики контенту зберігаються. Це вимагає, щоб будь-які комунікативні стратегії, що використовують медіа, були диференційованими та адаптованими до актуального рівня розвитку дитини, що є необхідною умовою для її ефективної інтеграції в освітнє та соціальне середовище.

Варто зазначити, що при надмірному або неконтрольованому використанні таких медіа можливе зниження активної гри, емоційної чутливості, залежності від візуального стимулу, затримання мовленнєвого розвитку. Особливо небезпечною є втрата живого спілкування з дорослими, що є ключовим чинником у формуванні особистості.

Список використаної літератури

1. Закон України «Про медіа» № 281-IX від 13 грудня 2019 року. *Голос України*. 2020. 16 січ. (№ 12). С. 8.
2. Алфьорова З. І. Фільмічні структури в мультимедійному дизайні. *Традиції та новації у вищій архітектурно-художній освіті*. Харків, 2019. Вип. 6. С. 7–10.
3. Григорова З. В. Нові медіа, соціальні медіа, соціальні мережі – ієрархія інформаційного простору. *Технологія і техніка друкарства*. 2017. Вип. 3 (57). С. 93–100.
4. Журбенко К.В. Нові медіа як об'єкт соціологічного вивчення. *Грані*. 2016. 7 (135). С. 90–95.
5. Зражевська Н. Нові медіа і нові форми комунікації в медіакультурі. *Current issues of mass communication*. 2013. Вип. 14. С. 70–75.
6. Оленєв О. Мистецтво нових медіа та масові комунікації: спільне й відмінне. *Сучасне мистецтво.* 2013. Вип. 9. С. 79–84.
7. Сухорукова Л. А. До питання формування понятійнотермінологічного апарату в мультимедійному дизайні. *Традиції та новації у вищій архітектурно-художній освіті.* Харків: ХДАДМ, 2017. Вип. 4. С. 52–56.
8. Тормахова А. М. Аудіовізуальні практики нових медіа та їх комунікативний характер. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2021. С. 42–46.

Ірина ОДОБЕЦЬКА,
асистентка, Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського

ЕДЬЮТЕЙНМЕНТ У СИСТЕМІ ПІДГОТОВКИ МЕДІЙНИКІВ: БАЛАНС МІЖ ІГРОВИМ ФОРМАТОМ ТА АКАДЕМІЧНИМИ СТАНДАРТАМИ

Трансформація сучасної вищої освіти зумовлює пошук нових методологічних підходів, здатних адаптувати навчальний процес до когнітивних особливостей покоління «цифрових аборигенів». У цьому контексті концепція едьютейнменту (edutainment) – поєднання навчання з розважальними елементами стає дієвим інструментом інтенсифікації професійної підготовки майбутніх журналістів. Актуальність дослідження балансу між ігровим форматом та академічними стандартами продиктована необхідністю підвищення рівня залученості студентів без втрати фундаментальності знань, що є особливо критичним для медіасфери, де етична відповідальність та точність є пріоритетними [3].

Науковий дискурс навколо впровадження едьютейнменту в межах спеціальності «Журналістика» базується на використанні ігрових механік (гейміфікації), інтерактивних сторітелінг-платформ та симуляційних технологій. Основна перевага такого підходу полягає у створенні безпечного навчального середовища для апробації професійних ролей: від моделювання роботи редакції в умовах жорсткого дедлайну до симуляції кризових пресконференцій. Це сприяє формуванню не лише «hard skills» (технічних навичок), а й «soft skills» – стресостійкості, критичного мислення та здатності до швидкого прийняття рішень.

Едьютейнмент у журналістській освіті функціонує на перетині декількох дидактичних площин. Перша імерсивна, що передбачає повне занурення у професійне середовище через віртуальні тренажери або рольові ігри. Друга стимулююча, де ігрові елементи (системи балів, рівнів, лідербордів) виступають зовнішньою мотивацією для засвоєння складних теоретичних блоків, як-от «Історія журналістики» чи «Теорія масової комунікації». Третя діагностична, що дозволяє викладачеві в ігровій формі виявити прогалини у знаннях студентів без психологічного тиску, характерного для класичних форм контролю. Проте інтеграція ігрових елементів потребує суворого дотримання академічних стандартів, щоб уникнути перетворення навчального процесу на суто розважальний акт, де форма переважає над змістом. Головним ризиком едьютейнменту є можлива фрагментарність знань, коли студент запам'ятовує ігрову механіку, але не засвоює глибинні причинно-наслідкові зв'язки досліджуваного явища.

Практична реалізація балансу між едьютейнментом та академізмом системно впроваджується в освітній процес підготовки журналістів у Вінницькому державному педагогічному університеті імені Михайла Коцюбинського. Досвід кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю свідчить, що ігрові формати є найбільш ефективними на етапі переходу від теоретичного навчання до виробничих практик. Зокрема, у межах обов'язкових компонентів «Радіожурналістика» та «Телевізійна журналістика» навчальний процес трансформується у формат «редакційного квесту», де студенти в імітованому режимі «Live» працюють над створенням випусків новин, стикаючись із запланованими викладачем «інформаційними вкидами» та технічними перешкодами. Це дозволяє в ігровій формі відпрацювати алгоритми перевірки джерел та оперативного реагування, що передбачено стандартом медіабезпеки [2].

Особливої уваги заслуговує використання методів едьютейнменту у викладанні дисципліни «Журналістський фах». Тут ігрові механіки реалізуються через створення мультимедійних лонгрідів і спецпроєктів, орієнтованих на локальний контекст Вінниччини. Студенти залучаються до ігрового моделювання журналістських розслідувань або краєзнавчих експедицій, результатом яких стає реальний медіапродукт, розміщений на університетських ресурсах або в регіональних інтернет-виданнях. Формат поєднує академічну вимогу до якості тексту із творчим азартом створення візуально привабливого сторітелінгу.

Крім того, едьютейнмент у ВДПУ ім. М. Коцюбинського виходить за межі аудиторних занять, інтегруючись у діяльність студентських медіахабів. Участь у професійних конкурсах, медіахакатонах та воркшопах із запрошеними стейкхолдерами, провідними журналістами Вінниці, будується за принципом «майстерні-гри». Студенти отримують «рольові кейси» від майбутніх роботодавців, що дозволяє їм випробовувати себе у ролі політичних оглядачів, спортивних коментаторів чи кореспондентів. Важливо, що при цьому зберігається жорсткий контроль за дотриманням етичного кодексу журналіста та медіаправа, що і забезпечує необхідний баланс між ігровою формою та академічним змістом [1].

Досвід ВДПУ ім. М. Коцюбинського доводить, що едьютейнмент стає містком між академічною теорією та регіональною медіапрактикою. Студенти, залучені до ігрових форматів створення контенту, швидше адаптуються до роботи у реальних редакціях Вінниччини, оскільки вже мають досвід розв'язання змодельованих конфліктних ситуацій та етичних дилем. Водночас викладач у цій системі трансформується з ретранслятора знань у модератора та ігромайстра, що вимагає від науково-педагогічних працівників постійного підвищення цифрової кваліфікації.

Отже, едьютейнмент у системі підготовки медійників має виступати не альтернативою академічній освіті, а її логічним та технологічним продовженням. Оптимальна модель навчання передбачає використання ігрових форматів як стимулу для глибшого занурення у проблематику дисциплін, що дозволяє

підготувати адаптивного та високомотивованого спеціаліста. Перспективи подальшого розвитку цієї галузі вбачаються у розробці цифрових тренажерів на основі штучного інтелекту, які б дозволяли відпрацьовувати навички фактчекінгу та медіабезпеки у гейміфікованому, проте професійно релевантному форматі.

Список використаних джерел

1. Гандзюк В. Вінницька школа журналістики у процесі підготовки універсальних фахівців для сучасної медіагалузі. Українська журналістика у світовому інформаційно-комунікаційному контексті: здобутки і перспективи: зб. наук. пр. за матеріалами Всеукраїнської науково-практичної конференції / упоряд. Н. Желіховська, А. Волобуєва, І. Євдокименко, Н. Сидоренко. Київ, 2023. С. 19–24.
2. Гандзюк В. Функції, завдання та шляхи розв’язання проблем регіональних медіа. Регіональна журналістика в Україні: історія, реалії, виклики, перспективи : зб. наук. пр. за матеріалами Всеукраїнської науково-практичної онлайн-конференції / за ред. С. В. Семенко. Полтава : ПНПУ іменіВ. Г. Короленка, 2024. № 10. С. 20–26.
3. Комінарець Т. Едьютейнмент як актуальна технологія в сучасній освіті. *Innovations technologies in science and practice*. (Хайфа. Ізраїль). 2022. № 6. С. 318–322.

Ігор ПАВЛЮК,
доктор наук із соціальних комунікацій, професор,
провідний науковий співробітник
Інституту літератури імені Т. Г. Шевченка
НАН України,

ЖУРНАЛІСТСЬКА ОСВІТА В УКРАЇНІ У ХХ СТОЛІТТІ: ЗА МАТЕРІАЛАМИ ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКОЇ ПРЕСИ

Проблема формування журналістської освіти в Україні у ХХ ст. одна з найменш досліджених у сучасній медіазнавчій науці. Говоритиму як дослідник історії західноукраїнської преси, базуючись на своїх працях «Українська легальна преса Волині, Полісся, Холмщини та Підляшшя 1917–1939, 1941–1944 рр.» (Львів, 2001), «Українська преса Волинської області 1939–1941, 1944–2000 рр.» (Луцьк, 2004).

Традиційно розвиток журналістської освіти пов'язують із університетською підготовкою, однак українська історія виявила іншу модель: формування професійної культури журналіста відбувалося у пресі, а не у формальних навчальних закладах. Так сталося через тривалу відсутність державності, політичні заборони, цензуру й асиміляційні практики.

Особливо виразно цей процес можна простежити на матеріалах західноукраїнської преси, зокрема преси Волині, Полісся, Холмщини та Підляшшя у період від початку ХХ ст. до проголошення незалежності України. Ця преса виконувала унікальну роль – вона була простором громадянської освіти, культурного самоствердження, національного самозахисту і власне – професійного становлення журналістів.

Значну роль у формуванні національної журналістики відігравали такі визначні журналісти (подаємо у хронологічному порядку за періодом діяльності): Йосип Вовкотруб, Володимир Оскілко, Степан Баран, Антін Васильчук, Ілько Гаврилюк, Степан Скрипник, Василь Біднов, Олександр Лотоцький, Улас Самчук, Олена Теліга та інші (див. біографічні додатки та іменні покажчики у вищеназваних монографіях), які репрезентували різний фах: від священництва – до інженерії, вчительського стану.

1. Довоєнний етап (1917–1939 рр.) як початок журналістської школи. Преса західноукраїнських земель виникала не в умовах свободи, а в умовах політичного протистояння, цензури, тиску з боку польської влади та асиміляційних практик. Саме це й сформувало її характер. Періодика виконувала роль університету. У більшості регіонів не було українських вишів, тому газети і журнали фактично заміняли собою навчальні заклади. Вони формували громадську думку, історичну пам'ять, національну ідентичність і професійний досвід журналістів. На їхніх сторінках вибудовувався жанровий спектр: репортаж, нарис, фейлетон, публіцистика, огляд, передова стаття. Саме тут з'являються перші ознаки редакторської школи, тематичної класифікації

матеріалів, розуміння жанрових меж. Функція журналістської освіти проявлялася не лише у навчанні ремеслу, а й у формуванні світогляду. Так виникла українська традиція «журналістики дії», де важливі не лише факти, а й сенси та цінності.

2. Радянський та воєнний період: уніфікація як модель антиосвіти. Після 1939 р. розвиток преси набуває протилежного характеру. Радянська періодика збудована за принципом: централізованого управління, пропагандистської функції, ідеологічної одноманітності.

Хоча з'явилися університетські факультети журналістики та різні курси робкорів, сама структура видань цього часопростору втратила функцію вільного професійного самовираження. Виникла «журналістика як інструмент влади». Це не тільки послабило професійну підготовку журналістів, але й сформувало окремий тип журналістської культури – підпорядкованої політичному апарату. Науковці визначають цей тип як модель квазікомунікації тоталітарного типу, де головним є не інтерес суспільства, а інтерес держави.

Попри контроль і цензуру, у пресі зберігалися «м'які» дискусії щодо ролі журналіста, організації редакційної роботи та жанрової системи. Кращі радянські журналісти-пропагандисти переймали професійну традицію від довоєнної національної школи журналістики та зарубіжних журналістів.

3. Преса у 1990-х роках: вибуховий розвиток журналістської підготовки. Розпад СРСР та проголошення незалежності України відкрили новий етап. За даними досліджень, лише у Волинській області у перші роки незалежності виходило понад 120 газет із сумарним накладом у сотні тисяч примірників.

Редакції почали виконувати функції освітніх лабораторій: журналісти навчалися «на практиці», а преса стала важливим чинником становлення незалежної журналістської школи. Тут активно працювали представники нової генерації журналістів, які спиралися знову ж таки на традиції довоєнної журналістики, журналістики УПА, кращі демократичні зарубіжні зразки.

Тож преса як освітня інституція:

- *замінювала університети,*
- *формувала професійний стандарт,*
- *створювала простір журналістської практики,*
- *виконувала культурну, навчальну та світоглядну функції,*

а також забезпечувала:

- *професійну підготовку,*
- *громадянську освіту,*
- *комунікаційні навички,*
- *культурну ідентичність.*

Фактично західноукраїнська преса ХХ ст. – це модель журналістики як соціального інституту, який не лише інформує, а й виховує, формує інтелектуальне середовище, задає норми професійної етики та жанрової культури. Досвід становлення журналістської освіти у ХХ столітті свідчить: українська журналістика формувалася не як ремесло, а як інтелектуальний і громадянський феномен. Вона розвивалася не завдяки державі, а всупереч їй.

Західноукраїнська преса – це не лише історичне джерело, а й лабораторія освітніх процесів.

Отже, підсумовуючи, можемо зазначити, що

1. Журналістська освіта в Україні у ХХ столітті формувалася переважно поза академічними інституціями.
2. Західноукраїнська преса відіграла ключову роль у професіоналізації журналістики, виконуючи функції університету, школи та дослідницької бази.
3. Радянський період пригальмував розвиток незалежної преси, але не знищив традиції професійної культури.
4. Після відновлення державності журналістика стала майданчиком відродження національної ідентичності та професійної свободи.
5. Досвід західноукраїнської преси є цінним ресурсом для сучасної журналістської освіти, оскільки він поєднує практичний та національно-ціннісний компоненти.

Раїса РАДЧИК,
кандидатка філологічних наук, доцентка.
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

КЛАСИФІКАЦІЯ ЖАНРІВ ДРУКОВАНИХ МЕДІА: УКРАЇНСЬКИЙ ТА ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД

В українській школі журналістики на сьогодні немає єдиного усталеного наукового погляду на змістовий компонент жанрів друкованих медіа. Немає усталеної належності того чи іншого жанру до певної групи, що, безперечно, негативно впливає на методику викладання та засвоєння студентами необхідних знань із журналістського фаху.

Газетно-журнальні жанри друкованих медіа – це важливий інструментарій у професійній діяльності журналіста, адже саме жанри є основою професіональної комунікації у журналістиці. Всі жанри, опубліковані у друкованих медіа, повинні мати чіткі родові ознаки. Всі жанри є головними комунікативними формами журналістики, поза ними, журналістика не існує.

Тому це дослідження є насамперед спробою дослідити початки формування жанрології у вітчизняній школі журналістики, її трансформацію впродовж років, а також порівняти її із сучасними напрацюваннями у цій науковій сфері європейських шкіл журналістики, зокрема німецької та французької.

Для теми дослідження є праці українських і зарубіжних вчених: М. Воронової, О. Глушка, О. Гриценко, В. Здоровеги, В. Карпенка, І. Михайлина, Д. Прилюка, В. Шкляра, Ю. Ярмиша, Вальтера фон Ла Роша, Мішеля Вуароля, Штефана Рус-Моля, Фолькера Вольффа та ін.

Мета дослідження: а) проаналізувати навчально-методичні праці українських та зарубіжних журналістикознавців; б) виявити спільне та відмінне у трактуванні класифікації груп жанрів друкованих медіа.

Дослідження ґрунтується на наявних у науковому просторі друкованих підручниках та посібниках українських і зарубіжних учених.

Класифікація жанрів друкованих медіа відбувається відповідно до жанроутворювальних чинників, які сформулювали викладачі Московського університету у 1972 р. у своєму колективному посібнику, за яким повинні були навчатися майбутні журналісти всіх союзних республік, зокрема і в Україні. Цей посібник у перекладі «Жанри радянської газети» побачив світ у Києві 1974 р. Саме в ньому автори стверджують, що жанри розрізняються за: 1) характером об’єкта; 2) конкретним призначенням; 3) певним масштабом охоплення дійсності і, відповідно, масштабом висновків та узагальнень; 4) характером літературно-стилістичних засобів, за способами відображення дійсності [1, с. 10–11].

Однак у згаданому навчальному посібнику автори дуже розмито групують жанри у групи, які визначають, як: 1) інформаційні жанри; 2) аналітичні; 3) художньо-публіцистичні [1, с. 14].

Вперше в журналістській науці України згрупував жанри у групи Д. Прилюк, декан факультету журналістики Київського університету імені Т. Г. Шевченка. Він виділяє такі основні групи газетних жанрів: 1) інформаційні (замітка, звіт, огляд, репортаж, інтерв'ю, замальовка); 2) аналітико-ділові (кореспонденція, стаття, коментар, рецензія, огляд, огляд преси, репліка, лист до редакції, лист із редакції, діалог чи бесіда); 3) публіцистично-художні (нарис, есе, фейлетон, памфлет) [2, с.152–153].

Однак ця класифікація не зовсім відповідає родовим ознакам того чи іншого жанру. Скажімо, до інформаційної групи чомусь потрапили огляд та замальовка. Безперечно, огляд тяжіє до групи аналітичних жанрів, у ньому виразно простежується панорамне відтворення дійсності, неможливе без аналізу та синтезу, а замальовка покликана розкрити образ когось чи чогось. Вона тяжіє, як мала форма нарису, до художньо-публіцистичних жанрів.

О. Гриценко та В. Шкляр виділяють такі групи жанрів: 1) інформаційно-публіцистичні (замітка, репортаж, інтерв'ю, звіт); 2) аналітично-публіцистичні (кореспонденція, стаття, рецензія, огляд, огляд преси, коментар, лист; 3) художньо-публіцистичні (нарис, фейлетон, памфлет, етюд, есе) [3, с. 244].

Учений львівської школи журналістики В. Здоровега своєрідно поділяє твори журналістики на групи та жанри. Він виділяє такі групи: 1) інформативні методи пізнання (замітка, звіт, інтерв'ю, репортаж, кореспонденція); 2) аналітичні методи пізнання (коментар, стаття, рецензія, огляд, лист, звернення); 3) художньо-публіцистичні методи пізнання (нарис, зарисовка, фейлетон, есе, памфлет, гумореска, байка, пародія) [4, с. 149].

Професор харківської школи журналістики І. Михайлин групи жанрів називає «журналістськими родами». Вчений наводить таку свою класифікацію жанрів: «Інформаційний рід та його жанри: замітка, звіт, репортаж, інтерв'ю. Аналітичний рід і його жанри: кореспонденція, стаття, рецензія, огляд. Художньо-публіцистичний рід і його жанри: замальовка, нарис, памфлет, фейлетон, есей» [5, с. 367].

На наш погляд, з-поміж усіх наведених вище теорій українських журналістикознавців поділу жанрів на групи, найбільш оптимальним та наближеним до практичної журналістики, є класифікація В. Карпенка. Він виділяє п'ять груп: 1) інформаційні жанри; 2) аналітичні жанри; 3) художньо-публіцистичні жанри; 4) сатирично-гумористичні жанри; 5) інфографічні жанри [6, с. 225]. Що важливо, вчений В. Карпенко вперше в українській теорії журналістики жанр журналістського розслідування відносить до аналітичної групи жанрів [6, 212]. Однак жанр портрет не знайшов свого місця у групі художньо-публіцистичних жанрів. Про портрет, як окремий жанр, а не різновид портретного нарису, у науковому обігу є розвідки вчених київської школи журналістики М. Воронової та О. Глушка.

У європейських школах журналістики типологія жанрів відмінна від української. Наприклад, французькі теоретики журналістики поділяють жанри лише на дві групи – інформаційні та аналітичні. До інформаційної групи відносять журналістське розслідування і портрет. Французи вважають аналітичними жанрами хроніку та репліку, які в нас є класичними інформаційними жанрами. Також у нас памфлет не належить до аналітичних жанрів, а до сатирично-гумористичних.

Німецькі теоретики журналістики теж специфічно класифікують жанри. Вчений Штефан Рус-Моль визначає «типи текстів», а не жанрів, і виділяє такі: новина; репортаж і нарис; жанри, які містять оцінку; змішані жанри [7, с. 72–98].

Вальтер фон Ла Рош поділяє журналістські жанри на дві групи: новинні та жанри, що передбачають висловлення думки [8, с. 61–147].

У своєму посібнику Фолькер Вольфф не наводить жодної класифікації жанрів, а лише характеризує їх. Виділяє такі: новини, розслідування, замітка, кореспонденція, інтерв'ю, коментар, фейлетон, критика, репортаж, нарис, портрет [9, с.14–254].

Отже, вивчивши праці українських та зарубіжних учених-журналістикознавців, ми дійшли насамперед того висновку, що київська, львівська, харківська школи журналістики упродовж багатьох років мають ґрунтовні й незаперечні дослідження своїх науковців у галузі жанрології. Не варто копіювати чужий досвід і переносити його в українську журналістську освіту, а потрібно уніфікувати й унормувати вітчизняний практичний досвід. Доречно було б запровадити в навчальний процес класифікацію жанрів на групи, яку пропонує В. Карпенко, але з додаванням деяких жанрів. Тому пропонуємо таку типологію: 1. Інформаційні жанри (замітка, інтерв'ю, репортаж, звіт. 2. Аналітичні жанри (кореспонденція, стаття, коментар, огляд, лист, огляд листів, огляд медіа, рецензія, журналістське розслідування). 3. Художньо-публіцистичні жанри (замальовка, портрет, нарис, есе). 4. Сатирично-гумористичні жанри (фейлетон, памфлет, пародія, епіграма, дружній шарж, байка, гумореска, анекдот). 5. Жанри зображальної журналістики.

Список використаних джерел

1. Жанри радянської газети: навч. посіб. / М. Черепахов та ін.; за заг. ред. М. Черепахова ; пер. з рос. видання Я. Клименка. Київ : Вища школа, 1974. 294 с.
2. Прилюк Д. Теорія і практика журналістської творчості: проблеми майстерності. Київ : Вища школа, 1983. 280 с.
3. Гриценко О., Шкляр В. Основи теорії міжнародної журналістики: навч. посіб. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2002. 304 с.
4. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості: підручник. Львів : ПАІС, 2004. 268 с.
5. Михайлин І. Основи журналістики: підруч. 5-те вид. перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 496 с.
6. Карпенко В. Основи професіональної комунікації: навч. посіб. Київ : Нора-прінт, 2002. 348 с.
7. Рус-Моль Ш. Журналістика: навч. посіб. / пер. з нім. В. Климченко, В. Олійник; наук. ред. В. Іванов. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2013. 343 с.
8. Вальтер фон Ла Рош. В. Вступ до практичної журналістики: навч. посіб. / за заг. ред. В. Іванова та А. Коль. Київ : Академія Української Преси, 2005. 229 с.
9. Фолькер В. Журналістика газет і журналів: навч. посіб. 2-ге вид. перероб. / пер. з нім. В. Климченко. Київ : Центр вільної преси, 2017. 377 с.

Світлана СЕМЕНКО,
кандидатка філологічних наук, професорка.
Полтавський національний педагогічний університет
імені В. Г. Короленка

ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ МЕТОДІВ НАВЧАННЯ ПРИ ВИВЧЕННІ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА «УПРАВЛІННЯ МЕДІАПРОЄКТАМИ»

Натепер медіасфера України потребує фахівців, які ефективно працюватимуть у мультимедійному, кризовому й цифровому середовищі. В умовах воєнного часу університети України, де готують фахівців для медіагалузі, разом із журналістами-практиками, оновлюють освітні програми, які б відповідали запитам сучасного медіаринку й корелювали зі «Стандартом вищої освіти другого (магістерського) рівня галузі знань 06 Журналістика спеціальності 061 Журналістика», затверджено та введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 08 листопада 2022 р. № 994 та «Професійним стандартом «Журналіст» за групою професій: журналіст, кореспондент, фотокореспондент, оглядач, редактор випусковий, редактор», затвердженого наказом акціонерного товариства «Національна суспільна телерадіокомпанія України» від 22.01.2025 року № 84. Відповідно до ключових цілей означених програмових документів магістри журналістики повинні мати сформовані здатності вирішувати завдання інноваційного характеру у сфері журналістики. Цим цілям відповідає й освітній компонент «Управління медійними проєктами», який формує практично всі загальні та спеціальні (фахові) компетентності.

Сьогодні медіапроєкти мають велике значення для розвитку інформаційної сфери, а продуктивне управління ними є запорукою їхньої успішної реалізації. Освітній компонент «Управління медіапроєктами» покликаний підготувати фахівців, які зможуть продукувати, організовувати й реалізовувати успішні медіапроєкти. Цьому сприяє використання інноваційних методів навчання, наближення атмосфери практичних занять до реалій роботи команди журналістів над певним проєктом.

При опануванні освітнього компонента «Управління медіапроєктами» враховуємо практичну орієнтованість, міждисциплінарність, позаяк медіапроєкти вимагають від магістрантів знань із різних галузей (маркетингу, фінансів, технологій, психології), креативність та інноваційність, адже ефективні медіапроєкти вимагають нетрадиційних підходів і вміння мислити нестандартно.

Так, на практичних заняттях освітнього компонента «Управління медіапроєктами» позитивний результат дає використання групової чи мікрогрупової роботи над певним етапом реалізації медіапроєкту. Наприклад, колективна робота: ідея та концепція спільного медіапроєкту; запропонуйте навчання членів команди; удосконалення індивідуальних навичок членів

команди. У процесі виконання завдання магістранти навчаються комунікувати на професійні теми, працювати в команді, реалізовуючи медіаідею, вивчати й аналізувати досвід зарубіжних й українських медіапроєктів тощо.

Водночас не менш важливою є підготовка й презентація на «Ярмарку медіапроєктів» власного проєкту, який захищається чи на останньому практичному занятті, чи може бути нестандартною формою складання заліку або екзамену. Вітається й підготовка власного медіапроєкту, який органічно переростає в магістерську кваліфікаційну роботу (проєкт). Так, за останні два навчальні роки магістранти розробили дуже цікаві медіапроєкти: «Мультимедійний проєкт "Люди.UA"» (представлення особистих історій військових і ветеранів через соціальні медіа), «Гайд із медіграмотності для громад Полтавщини», «Прості супергерої. Погляд крізь війну»: серія відеоматеріалів про військових на каналі YouTube»; «Розважальний проєкт "Мем на щодень" у соціальній мережі Instagram», медіапроєкт про українське кіно «Довженка на вас немає», радіопроєкти для українців, які вимушено виїхали за кордон унаслідок російського вторгнення (з 2022 р.) «Борщ» (Швейцарія).

Використання інноваційних методів навчання допомагає створити невимушену творчу й комфортну атмосферу, організовуючи практико-орієнтоване та захопливе освітнє середовище.

Безсумнівно, що ключовим є використання проєктної технології навчання, адже магістранти системно працюють над спільним та індивідуальними медійними проєктами, що уможливлює застосовувати теоретичні знання на практиці. Так, робота магістрів над спільним медіапроєктом «Нові топоніми Полтави» сприяла розвитку навичок командної роботи, критичного мислення, вирішення проблем, таймінгу, розробки стратегії та креативності. Здобувачі освіти вчилися планувати, виконувати, контролювати й оцінювати власні проєкти та проєкти своїх одногрупників.

Ефективним під час опанування навчального компонента було застосування кейс-методу. Так, на практичних заняттях студенти вирішували конкретні завдання, які стосувалися формування команди, вдалого й невдалого планування медіапроєкту, вирішення можливих конфліктних ситуацій у команді, вирішення питань із можливими ризиками. Застосування кейс-методу дозволяє розвивати аналітичні та критичні навички, вміння приймати обґрунтовані рішення у кризових ситуаціях. Разом із тим застосування кейс-методу поглиблює у магістрантів розуміння складних ситуацій, вчить виявляти проблеми, формулювати альтернативні рішення та оцінювати їх наслідки.

Результативним є використання ділових і рольових ігор, що відтворюють реальні сценарії управління медіапроєктами. Використання ігрової методики забезпечує безпечне середовище для експериментів, розвиває навички прийняття рішень під тиском, вміння працювати в команді, ефективно комунікувати. Наприклад, під час рольової гри «Уникни ризику», магістранти вчаться швидко, ефективно й толерантно в умовній команді вирішувати складні завдання, які можуть виникнути під час реалізації медіапроєкту.

Не можемо не зауважити й ефективність використання цифрових інструментів і платформ, зокрема різних онлайн-дошок типу Twiddla, Miro, які допомагають магістрантам при візуалізації ідеї, структуруванні, плануванні медіапроєкту, розвивають цифрову грамотність.

У процесі вивчення освітнього компонента «Управління медіапроєктами» були організовані майстер-класи від фахівців-практиків, які мали успішний досвід реалізації медіапроєктів (Ірина Курочка з «ГО «Полтавський ПРЕСА КЛУб», Анастасія Добряк із інтернет-видання «ЗМІСТ»), що значно збагатило освітній процес реальним досвідом, дало магістрантам можливість отримати цінні поради від професіоналів, розширило їхні професійні зв'язки.

Отже, системне й доцільне впровадження інноваційних методів навчання в освітній компонент «Управління медіапроєктами» є ключовим для підготовки конкурентоспроможних фахівців. Поєднання проєктного навчання, кейс-методу, ігрових симуляцій, цифрових інструментів формує у магістрантів не лише ґрунтовні знання, а й практичні навички, необхідні для успішної реалізації складних та динамічних медіапроєктів в умовах постійних змін в інформаційній сфері.

Список використаних джерел

1. Стандарт вищої освіти другого (магістерського) рівня галузі знань 06 Журналістика спеціальності 061 Журналістика, затверджений та введений в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 08 листопада 2022 р. № 994. URL: https://mon.gov.ua/static-objects/ mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2022/11/11/061-Zhurnalistyka.mahistr-994-08.11.2022.pdf (дата звернення: 10.11.2025).
2. Професійний стандарт «Журналіст» за групою професій: журналіст, кореспондент, фотокореспондент, оглядач, редактор випусковий, редактор», затверджений наказом акціонерного товариства «Національна суспільна телерадіокомпанія України» від 22.01.2025 року № 84. URLL: https://register.nqa.gov.ua/uploads/0/719-zatverdzenij_ profesijnij_standart.pdf (дата звернення: 10.11.2025).

Геннадій СЕНКЕВИЧ,
кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент.
Університет митної справи та фінансів

ВОЛОДИМИР БУРЯК ПРО ІНФОРМАЦІЙНО-ХУДОЖНЮ СВІДОМОСТЬ У ТВОРЧОМУ МИСЛЕННІ

У будь-якому творчому мисленні текст називають генератором змісту, тому його слід розглядати як відображення авторської свідомості. Володимир Буряк вважав, що у системному творчому процесі головною інформаційною системою є саме твір.

Поняття «інформаційно-художня свідомість» він розумів як тип свідомості, що вбирає весь комплекс творчого сприйняття і переробки (відображення) інформації (факту) на рівні аналізу і синтезу. До цього поняття входить мислення умовно-реального факту (міфологічне), мислення реального факту (публіцистичне) та мислення відображеного факту (художнє). Поняття «інформаційно-художня свідомість» дає змогу окреслити цілий спектр функціонування свідомості (сприйняття, обробка, відбиття факту) як системи відображення світу (факту, інформації) у всьому генезисі творчого мислення.

Інформаційно-художня свідомість, вбираючи у себе весь спектр умовно реальної (міфологічної), реальної (документальної) і відображеної (художньої) інформації, представляє весь рівень інформаційного пізнання людини [2, с. 50].

У систематизованому вигляді наукова теорія щодо специфіки сучасної парадигми «свідомісного» мислення позиціонується В. Буряком у монографії «Поетика інформаційно-художньої свідомості» і обумовлюється тим, що «ми живемо в час всесвітньо-історичної зміни епох – модерну постмодерном, на кордоні нового і постнового часу» [3, с. 5]. Свідомість людства як комунікативна система, за визначенням В. Буряка, чітко визначає специфіку кожної епохи на соціальному, психологічному, естетичному, науковому рівнях пізнання.

На естетичному горизонті відображення інформації він виокремлює «інформаційно-художній тип свідомості як зведену систему координат, яку характеризують два рівні свідомісно-творчого освоєння дійсності – документальний і художній, які, уніфікуючись (інтелектуалізуючись), формують характер мислення певного часу». Інформаційно-художню свідомість як парадигму мислення про світ формує література, мистецтво, журналістика (в контексті науки, філософії, релігії) [3, с. 5]. Зв'язуючи «інформацію» із «свідомістю», В. Буряк наголошує, що «інформація» завжди виходить із контексту поняття «свідомість», тому є одним із головних чинників свідомості, ядром всіх її систем від мікро- до макрорівня» [3, с. 41].

Дослідниця О. Біліченко, продовжуючи цю думку, стверджує, що художній текст незалежно від часу його створення, авторської, світоглядної, жанрової належності є потенційно інформативним, оскільки в історичному часі його

інформаційний потенціал нарощується в контексті іншої техніки прочитання через новий досвід, мислення, прагматичні, емоційні ситуації [1, с. 90].

Дослідники В. М. Корнєєв і Н. С. Желіховська зазначають, що «і факти, і образи існують в межах інформаційної реальності у всьому багатстві форм, породжених соціальною дійсністю, і які самі змінюють, оновлюють та породжують нову соціальну дійсність» [5, с. 62].

Сучасне інформаційне мислення, як стверджує В. Д. Буряк, поповнюється поняттєвими модулями, що глибше розкривають специфіку комунікативних процесів нинішнього часу, виражають поглиблення інтелектуальної домінанти. Апелюючи до досить серйозної методологічної бази осмислення публіцистичного методу як унікальної системи відображення інформації, вчений серед інтелектуальних домінант виділяє системно-жанрові горизонти, внутрішньо-особистісні інформаційні горизонти (інформаційні горизонти суб'єкта), концептуальність відображення факту, системність, поліфонічний інформатизм, публіцистичне мислення, інформаційний інтелектуалізм.

Формулюючи творчий процес, як «систему організації інформації», дослідник наголошує на виявленні процесів управління авторською свідомістю, на домінуючої ролі твору, який складається з декількох систем (підсистем): «автор – герой – суспільство (проблема) – концепція (система реалізації). Співвідношення систем (підсистем) визначає форму твору (жанр) [3, с. 43].

«У публіцистичному мисленні системно-жанрові горизонти оформились у три групи – хронікальну, аналітичну і художньо-публіцистичну, які відповідно розкладаються на основні жанри: інформація, бесіда, коментар, репортаж, інтерв'ю, звіт, кореспонденція, стаття, нарис, есе, фейлетон, памфлет» пізніший етап внутрішньо-жанрового розмежування (інформація – хронікальна, аналітична; інтерв'ю – інтерв'ю-портрет, хронікальне та проблемне інтерв'ю; репортаж – хронікальний, аналітичний; бесіда – бесіда «за круглим столом», бесіда за листами; коментар – коментар-довідка, коментар-репліка, інформаційний коментар; звіт – звіт розгорнутий, звіт тематичний; нарис – проблемний, портретний; есе – проблемне, портретне; фейлетон – проблемний, портретний)», – констатував В. Буряк [4, с. 7].

Внутрішньо-жанрова диференціація свідчить про те, що авторська модульна свідомість стає пластичнішою в інтерпретації інформації, а, отже, вона дедалі більше представляє документальний рівень творчості. У мисленні образно відображеного факту документалізм використовується як прийом поглибленої передачі деталі, специфіки епохи, характеру доби.

Список використаних джерел

1. Біличенко О. Основні художні тенденції в літературній свідомості кінця XX ст. – початку XXI ст. *Теоретичні й прикладні проблеми сучасної філології*. 2019. Вип. 9 (2). С. 87–93.
2. Буряк В. Еволюція термінологічного інструментарію сучасної теорії публіцистики: інтелектуальна модель інформаційного відображення. *Наукові записки Інституту журналістики.* 2001. № 3. С. 50–57.
3. Буряк В. Поетика інформаційно-художньої свідомості. Еволюція форм і методів вираження інформації (факту) у контексті інтелектуалізації творчої свідомості : моногр. Дніпропетровськ: ДГУ, 2001. 392 с.

4. Буряк В. Сучасний термінологічний дискурс теорії публіцистики як інтелектуальний фактор. *Вісник Луганського національного педагогічного університету.* Філологічні науки. 2008. № 3 (142).Ч. 1. С. 5–12.
5. Корнєєв В., Желіховська Н. Сучасна художня публіцистика. *Наукові записки Інституту журналістики.* 2023. Т. 1 (82). С. 57–65.

Наталія СИДОРЕНКО,
докторка філологічних наук, професорка.
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

БІЛЯ ВИТОКІВ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ОСВІТИ: ВІД КУРСІВ ДО ІНСТИТУТУ

Неухильний прогрес преси, зростання кількості періодичних видань, тиражі яких сягнули кількох тисяч, проникнення реклами в атмосферу новинної журналістики, розвиток фотографії, можливості бездротового зв'язку, розширення поліграфічних можливостей, поява радіо й кіно наприкінці XIX ст. сприяли настійній потребі редакцій у кваліфікованих співробітниках. Випадкові працівники, які не володіли навичками пошуку, відбору та опрацювання фактів, не могли врятувати періодику, що потребувала як освічених літераторів, так і знавців правових засад функціонування журналістики, методів здобуття суспільно вагомої інформації, принципів впливу на громадську думку.

На межі XIX–XX ст. у багатьох країнах світу (Німеччині, Англії, Швейцарії, Італії, США, Японії, Китаї) виникали журналістські курси та школи: найчастіше репортерів готували при редакціях великих газет. Курси з журналістики відкривалися в університетах – Пенсільванському (1893, США) та Цюріхському (1903, Швейцарія), окремі журналістські програми вводили на юридичних факультетах у Вашингтоні, Філадельфії, Чикаго [1, с. 254–255].

Початок університетської освіти для журналістів поклав Дж. Пулітцер (1847–1911), американський медіамагнат і досвідчений журналіст, який цінував всебічність знань, ерудицію і наполегливість у здобутті вичерпних фактів. Він став наприкінці XIX – на початку XX ст. родоначальником «нового журналізму» і «батьком жовтої преси». За його заповітом, значні кошти призначалися Колумбійському університету (Нью-Йорк) на створення Вищої школи журналістики. 30 вересня 1912 р. 79 студентів розпочали навчання, серед них було з десяток жінок. Також була заснована нагорода (Пулітцерівська премія вручається щорічно, починаючи з 1917 р.) у галузі журналістики, літератури, музики й театру в США.

Ці освітні процеси не обійшли й українські території. Ідея журналістського вишколу в російській імперії бере витоки на Наддніпрянщині. Найвідомішими вважаються журналістські курси Леоніда Владимирова у Москві та Адольфа Рабиновича в Одесі, що виникли в 1905 р.

Леонід Євстахійович Владимиров (Володимиров) народився на Полтавщині (1844 [1845]–1917), навчався в Харківському університеті. Працював приват-доцентом, викладав юриспруденцію, захистив кандидатську й докторську дисертації, здобув науковий ступінь доктора кримінального права. Обраний екстраординарним професором на кафедрі кримінального права та

судочинства, 1893 р. отримав звання заслуженого професора. Свою кар'єру Л. Владимиров продовжив у Москві як адвокат, не полишаючи наукових досліджень у галузі кримінального права. В основу журналістської освіти професор закладав «систематичні етико-юридичні знання», необхідні для ґрунтовного вивчення й обговорення питань суспільного життя.

Програма журналістських курсів Л. Владимирова включала такі дисципліни, як пропедевтика законознавства, філософія, право, етика, політична економія, загальна історія літератури, російське державне право з коротким оглядом державних установ деяких закордонних держав, фінансове право, статистика, цивільне, торгове, поліцейське й судове право. Серед практичних дисциплін – історія преси, історія мистецтва, репортаж, стилістика, стенографія, фотографування, рахівництво, коректура.

Оголошення про діяльність курсів у Москві публікувалися у столичній і провінційній пресі. На сторінках «Вестника Екатеринославского земства» (1905. № 23. С. 573) надруковано повідомлення про «наукові і практичні курси для підготовки журналістів», засновані Л. Є. Владимировим, Заслуженим професором. Зазначалося, що навчання відбувалося в будинку Титова, в Мерзляковському провулку, де розміщувалися Вищі жіночі курси. Письмові та усні заяви від вступників приймалися на квартирі засновника (Москва, Тверська, Козицький пров., будинок кн. Горчакова, кв. 13). Особисте спілкування було можливим двічі на тиждень (щовівторка й щосуботи, з 11 ранку до 1 години дня). Ймовірно, курси проіснували до 1911 р.

Інша ініціатива належить Одесі, де професійні курси цілком можна визнати «успішним журналістським проєктом початку XX ст.». Тут було задумано дві форми навчання: очну й заочну. Оголошення про набір на одеські курси були надруковані не тільки в місцевій, а й у столичній пресі, поширювалися навіть спеціальні буклети. Курси розраховувалися на чотири місяці й включали такі основні дисципліни: психологія, філософія, законознавство, політекономія, логіка, а також спеціальні дисципліни: історія журналістики, історія російської та зарубіжної літератури, історія мистецтва, статистика, техніка репортажу, фейлетону і белетристики, закони про пресу й авторське право, стилістика. Знання в сфері комерції, стенографії, коректури, редакторської та секретарської справи теж були незайвими. При поданні заяви кожен бажаючий міг вибрати спеціалізацію. По закінченні навчання видавалися свідоцтва, а також рекомендаційний лист для роботи в редакціях.

Засновником став Адольф Харитонович Рабинович (справжнє ім'я Аврум Хаскел (1872 – ?), літературний псевдонім – Чивонибар). Серед його редакційно-видавничих ініціатив – гумористичний альбом із карикатурами «Одесситка» (1893), щоденна газета «Одесская правда» (1911), тижневик революційної сатири «Стрелы» (1917).

Він також редактор-видавець газет «Репортер» (1906. № 1, 12 березня – № 6, 17 квітня) та «Одесская жизнь» (1906. № 7, 18 квітня – № 12, 29 травня). Саме ці видання були створені безпосередньо для вироблення практичних і відповідальних навичок курсистів і курсисток, де вони під справжнім іменем,

псевдонімом чи криптонімом публікували фейлетони, статті, кореспонденції, огляди, кримінальну хроніку, рецензії тощо. Мету визначено так: «Друкувати роботи слухачів курсів газетної техніки з метою ознайомлення редакцій періодичних видань із ступенем підготовки курсистів… У нас – навички, учні, курсисти. Одне з завдань – підготовка газетних працівників… Дітище курсів – мініатюрна газета "Репортер"» (1906. № 1).

У кількох номерах уміщено оголошення «Курси газетної техніки, засновані А. Х. Рабиновичем (Чивонибаром)», де роз'яснено місію такого навчання – підготовка хроніки, кореспонденцій, рефератів – судових, думських, земських та інших зібрань; написання рецензій – театральних, художніх, бібліографічних; підбір передруків; скорочення, розробка і розподіл матеріалу. На навчання запрошувалися особи обох статей, не молодші 17 років, зі знанням російської мови, які здобули освіту не нижче 6 класу міського училища. Оплата за три місяці складала 30 крб. Тим, хто успішно засвоїв техніку, видавалися сертифікати. Курси могли рекомендувати редакціям своїх випускників як співробітників. Важливу деталь цього оголошення надруковано наприкінці: для практичних занять курсистів засновано газету «Репортер» (1906. № 3). У різні роки про діяльність одеських курсів Чивонибара можна було довідатись із реклами, вміщеній на сторінках ілюстрованого журналу літератури, політики й сучасного життя «Нива» (наприклад: 1908. № 29, 34, 44).

Початкуючі автори могли виявити свої вміння в різних рубриках, зокрема «Хроніка Одеси», «Закордонне життя», «Огляд газет», «Судовий відділ», «Театр», «Кореспоненції», «Суміш». Вже з першого номера газети з'явились публікації слухачів курсів – вони підписувалися як курсисти зі своїми прізвищами: Ангаров, Г. Шапіро, Павлова, П. Скрильов, Ф. Френкель та ін. [2]. За лекціями Чивонибара в Києві вийшла книга «Газетный корреспондент» (1908) із підзаголовком: перше в Росії практичне керівництво, як і де здобувати газетний матеріал, і техніка кореспонденції. У революційну епоху 1917 р. А. Рабинович призупинив свою діяльність, сподіваючись на майбутнє. Його подальша доля залишається невідомою, не з'явилося його ім'я і в періодиці.

Інша влада, нові ідеологічні орієнтири, утвердження більшовицьких гасел диктували партійно-політичні форми професійного гарту бійців ідеологічного фронту. З'являються школи журналістів при РОСТА, спеціалізовані технікуми («школи газетного учнівства»), курси-«лікбези» для підвищення кваліфікації. У радянській країні виникла мережа дописувачів, так звана «школа комунізму»: сількорів, робкорів, робсількорів, юнкорів, диткорів, пікорів.

Професору В. Сергійчуку вдалося знайти серед протоколів засідань Оргбюро і Секретаріату ЦК КП(б)У в Центральному державному архіві громадських об'єднань та україніки (ЦДАГОУ) резолюцію про «організацію курсів української журналістики» від 13 листопада 2024 р. (доручено відділу преси, зокрема Мойсею Равич-Черкаському; за дивним збігом обставин його псевдонім – Рабинович, як і справжнє прізвище організатора журналістських курсів в Одесі). Зазначено, що це мали бути 4-місячні курси для 40 слухачів [3].

Вже в першому номері журналу «Бібліологічні вісті» за 1925 р. надруковано повідомлення про організацію *перших Всеукраїнських курсів журналістики*, розподіл годин на «спеціяльні газетні предмети», розподіл тем і лекційних занять (кілька з них присвячено стінгазеті й сількорам). Наголошено, що при курсах партробітників ЦК КП(б)У організовано «спеціяльний курс» для 30 осіб із метою «підготовки та перепідготовки газетних робітників-комуністів для округової преси» (редактори, секретарі редакцій, завідувачі відділами газет). Ці однорічні курси, за міркуваннями відділу друку ЦК, повинні були «через деякий час перетворитися в Український Інститут Журналістики» [4, с. 138]. Ця історія мала своє продовження.

Основну місію з початку 1920-х рр. відігравали комуністичні інститути. Комуністичний університет імені Артема було створено 1922 р. у столиці УСРР – Харкові. До двох факультетів у 1925 р. додали журналістику. Саме на його базі у 1926 р. для формування працівників преси було створено перший в Україні спеціальний навчальний Український (Всеукраїнський) комуністичний інститут журналістики (УКІЖ / ВУКІЖ). Навчання тривало три роки, передусім увага зверталася на партійну підготовку редакторів газет (районних, великих заводських, багатотиражних) і керівників відділів обласних газет. Основними вважалися такі дисципліни, як марксистсько-ленінське вчення про пресу і теорія та практика радянської журналістики; до практичної частини оволодіння професією належали журналістська майстерність, літературне редагування, техніка оформлення газетної шпальти.

До навчального процесу в УКІЖі був залучений публіцист і вчений, громадсько-політичний діяч І. Майстренко, активний учасник Української революції 1917–1921 рр., член кількох українських комуністичних партій. Він мав досвід роботи в редакціях газет «Селянська правда», «Комуніст» (очолював економічний відділ), «Одесские известия» (заступник редактора). І. Майстренко брав активну участь у «проведенні політики українізації», завдяки його зусиллям у серпні 1929 р. вийшла рідною мовою газета «Чорноморська комуна» [5].

Свій ґрунтовний досвід газетного працівника журналіст намагався передати своїм студентам. У 1931–1935 рр. І. Майстренко був заступником директора УКІЖу, але 1936 р. виключений із партії і репресований радянським режимом. Звільнений напередодні війни, публіцист згодом виїхав до Австрії, потім до Німеччини, де редагував газету Української революційно-демократичної партії «Вперед» (Мюнхен, 1949–1960), у повоєнний період був професором і ректором Українського технічно-господарського інституту (Реґенсбург, Німеччина).

Спогади учасника революційних подій в Україні викладено в книзі «Історія мого покоління», де в розділі XIII автор згадував УКІЖ. Викладання журналістики І. Майстренко уявляв як «набування практично-технічного досвіду людей з доброю загальною освітою і з природними літературними здібностями», але виявилося, що саме цей компонент ігнорувався («ні стенографії, ні писання на машині, ні фотографування не викладалося»). На педагогічну роботу не запрошено жодного колишнього редактора (як виняток – «добрий безпартійний

фейлетоніст»); до УКІЖу приймали здебільшого членів партії, робітників із виробництва; більшість «завербованих студентів», особливо з Донбасу, не знали української мови, хоча виш був із українською мовою викладання. І. Майстренко мав вищу економічну освіту і досвід викладання політичної економії у педтехнікумі імені Сковороди, але цей предмет «контролювався» партійними органами, тому довелося обрати західноєвропейську літературу [6, с. 252–253].

Лекції студентам УКІЖу в 1938–1941 рр. читав і молодий викладач, літературознавець і мовознавець Ю. Шевельов, який друкував свої рецензії та огляди на шпальтах харківської преси, а наукові статті подавав до журналів Харківського університету та УКІЖу («Записки інституту журналістики»).

Викладачів І. Майстренка та Ю. Шевельова могли слухати майбутні редактори й письменники: М. Зарудний, Ф. Мицик, М. Нагнибіда, А. Хорунжий, М. Шаповал та ін. Художню творчість у журналістському виші поважали, літературний гурток вів спочатку І. Майстренко, потім поет С. Крижанівський. Тож у 1938/39 навчальному році керівництво УКІЖ оголосило конкурс на кращий твір, в якому взяв участь кожний десятий студент. Вирішено було видати збірник «Літературний УКІЖ», що вийшов із передмовою «Літературна самодіяльність студентів УКІЖ» викладача й письменника О. Полторацького, який розгледів неабиякий «потяг до літературної діяльності», «справжню творчу літературну атмосферу», що панувала у виші [7]. Серед тих, чиї твори потрапили до збірника, хто опановував у ті часи «висоти мистецтва», на жаль, не знайдемо жодного вартісного імені, яке б увійшло в історію українського письменства. Авторами поезій і поем, нарисів, новел, етюдів, «бойових епізодів», «пейзажів», уривків із повісті були Й. Вишневецький, А. Задорожний, А. Захарченко, Ол. Кокошко, М. Попель, М. Донченко, Н. Лернер, Софія Бергнанер та ще 20 осіб.

На початку 1930-х рр. при УКІЖі створено Харківський комуністичний газетний технікум, що розміщувався на вул. 1 Травня, 18/20. Серед студентів – Олесь Гончар, який тут навчався у 1934–1937 рр. У листуванні того часу майбутній письменник залишив свої нотатки: «Я, значиться, вчуся, опановую всесвітню історію, історію народів, різні математики, … і тому подібні «граніти» науки. Посідаю «посаду» редактора групової стінгазети “Молодий журналіст”» (14 вересня 1934 р.), «В Харкові холодно. Ну, сплю хоч не на столі біля холодної груби (як у редакції), а таки на койці. В газетнім технікумі я опинився через те, що в роббфак не прийняли через брак достатньої кільк[ості] років. І не жалкую. Бо знаю, оце б здихав там на 60 крб стипендії» (25 жовтня 1934 р.), «Кінчаю технікум. Лекції пусті, нудні – то нервують, то присипляють. Але ось через півмісяця з гаком я здам останню дисципліну. А тоді?» (4 червня 1937 р.) [8].

До навчання в цьому інституті (1937–1940) долучився і майбутній декан факультету журналістики Київського державного університету імені Т. Г. Шевченка Д. Прилюк, який у практичній журналістиці пройшов авторитетний і серйозний шлях, а згодом застосував ці прикладні знання в науково-педагогічній діяльності. У творчому доробку письменника й публіциста – книжки балад і сказань, оповідання для дітей, романи й повісті, гуморески й фейлетони,

документалістика. Досі не втратили значення тексти лекцій, навчальні посібники та монографії, що можуть допомогти опановувати журналістську майстерність.

Із розгортанням подій Другої світової війни на території України УКІЖ у 1941 р. було евакуйовано до Алма-Ати, де він приєднався як факультет журналістики до Казахського державного університету.

У 1947 р. відкрилося відділення журналістики на філологічному факультеті Київського державного університету імені Т. Г. Шевченка. Важлива роль у становленні фахової освіти того часу належала заступнику декана В. Рубану і викладачу В. Прожогіну, які читали основні журналістські дисципліни. Зокрема В. Рубану в січні 1948 р. було доручено редагувати загальноуніверситетську газету «За радянські кадри» (згодом – «Київський університет»), до якої дописували студенти. Практичною формою випробування пера була й факультетська стіннівка «Філолог» (потім «Радянський філолог»).

У 1953 р. відділення реорганізовано в самостійний факультет, який очолив кандидат історичних наук І. Слободянюк (1953–1959). Навчання відбувалося на бульварі Шевченка, 14, у другу зміну. З 1958 р. виходила газета «Журналіст», пізніше перейменована в «Молодий журналіст».

16 червня 1993 р. за наказом в.о ректора Київського університету імені Тараса Шевченка О. В. Третяка на базі факультету журналістики було створено Інститут журналістики, директором призначено професора А. Москаленка (1993–1999). Структурний підрозділ отримав нове приміщення, спільно з Інститутом міжнародних відносин, за адресою вул. Мельникова (нині – вул. Юрія Іллєнка), 36/1. Наступним директором у 2000 р. було обрано професора В. Різуна. Новим очільником Навчально-наукового інституту журналістики у 2024 р. став доцент Ю. Бондар.

Історія української журналістської освіти продовжується, зберігаючи свій безперервний зв’язок із національними традиціями, академічністю та суспільною місією медійної справи.

Список використаних джерел

1. Сидоренко Н., Латиш Ю. Вступ до університетських студій: навч. посіб. Київ: ВПЦ «Київ. ун-т», 2020. С. 254–274.
2. Сидоренко Н. Становлення журналістської освіти на початку XX ст. *Молодий вчений.* 2020. № 9.1 (855.1). С. 106–112.
3. ЦДАГОУ, ф. 1, оп. 1, спр. 40. Арк. 187.
4. Бібліологічні вісті. 1925. № 1 / 2. С. 138–139.
5. Юренко П. Іван Майстренко: життя, наукова і публіцистична спадщина. *Укр. історичний журнал.* 1999. № 6. С. 112–120. URL: http://history.org.ua/ JournALL/journal/1999/6/12.pdf (дата звернення: 5.12.2025).
6. Майстренко І. Знову в Харкові. Часи голодової катастрофи і єжовщина. *Майстренко І. Історія мого покоління; спогади учасника революційних подій в Україні.* Едмонтон, 1985. С. 251–262.
7. Полторацький О. Літературна самодіяльність студентів УКІЖ. *Літературний УКІЖ* : зб. літературних творів студентів Українського комуністичного інституту журналістики. Харків : Типолабораторія Укр. комуніст. ін-ту журналістики, 1939. С. 3–8. URL: https://escriptorium.karazin.ua/bitstreams/b34f1334-e1a2-457a-8070-b3aa4d77a1a8/download (дата звернення: 5.12.2025).
8. Харків у житті та творчості Олеся Гончара. URL: https:// kharkivhonchara.blogspot.com/p/blog-page_10.html (дата звернення: 3.12.2025).

Володимир СУПРУН,
доктор філологічних наук, професор.
Національний університет
водного господарства та природокористування

НАЦІЄЦЕНТРИЧНИЙ МАРКЕР КУРСУ «ІСТОРІЯ УКРАЇНСЬКОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ» В АСПЕКТІ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ

Система підготовки фахівців у галузі журналістики – це складний процес надання освітніх послуг для засвоєння здобувачами системи професійно, світоглядно й практикоорієнтованих дисциплін. Лише комплекс із цих трьох складників забезпечить повноцінне та якісне формування валідних компетентностей майбутнього фахівця, затребуваного на ринку праці, але чи не головніше – цивілізаційно-культурний розвиток нації. У цьому контексті на препозиційний план виходять освітні компоненти світоглядно-орієнтованого циклу, які у зв'язку з подіями російсько-української війни набувають посиленої україноцентричної оптики.

Серед основних дисциплін, змістове наповнення яких базується на аксіологічних моделях національних інтересів України, є «Історія української журналістики», що абсолютно співвідноситься з компетенцією випускника-журналіста: ЗК10. «Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя», задекларованою Стандартом вищої освіти за спеціальністю «Журналістика» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (наказ МОН України № 864 від 20.06.2019 р.). Як зазначає Г. І. Марчук, «історія української (як і будь-якої національної) журналістики – це наука, об'єктом дослідження якої є вітчизняний журналістський процес у цілому й ті визначні явища, події, постаті, видання й власне журналістські тексти, які формують цей процес, визначають його сутність і зміст» [1].

Освітній компонент формує ціннісне ядро української ідентичності, маркує простір національної самобутності. Пояснення цьому просте: не можливо до кінця зрозуміти тенденції сучасної журналістики без усвідомлення проблем її історичного розвитку, адже питання тяглості й тенденційної спадкоємності дає ключ до розуміння багатьох процесів, які відбуваються в медіапросторі XXI ст.

Творчість ключових постатей історії вітчизняної журналістики й публіцистики (Іван Франко, Сергій Єфремов, Михайло Грушевський, Пантелеймон Куліш, Дмитро Донцов, Антін Павенцький, Володимир Винниченко, Василь Симоненко, Іван Багряний, Олесь Гончар, Юрій Винничук та ін.) у донесенні української правди до масової аудиторії, всупереч насаджуваним імперсько-тоталітарним ідеологічним догмам, що тяжіли над

українською культурою більше, ніж 300 років, дає підстави для національного самоусвідомлення, а сила слова формує відчуття волелюбності, національної гідності, стає об'єднавчим модусом у часи лихоліть, надихає на боротьбу з ворогом за право бути на своїй землі.

Не слід забувати, що подвижницька діяльність передових майстрів журналістського слова минулого заклала підвалини сучасної незалежної України, виформувала сильну духом, незламну націю патріотів. Багатогранність та глибокі національні смисли творів письменників формують аксіологічні координати українського суспільства, визначають ціннісні пріоритети розвитку українського народу. Звідси вивчення їхньої творчості не просто бажане, а вкрай необхідне студентам-журналістам як модераторам громадської думки, формувачам ціннісних пріоритетів суспільства [2, с. 164–165].

Варто зрозуміти, що важливі історичні віхи буття українства з величним, здебільшого драматичним, а то й трагічним минулим, викладеним у курсі історії вітчизняної журналістики – це можливість саморефлексії в усвідомленні уроків уже пройденого шляху, спосіб ретроспективно поглянути на себе «збоку» з проспективним винесенням концептуальних висновків для майбутнього розвитку української журналістики та гуманітаристики загалом. Крім того, студіювання здобувачами величних сторінок історії вітчизняної журналістики та її чільних репрезентантів – це ще й шанс переосмислення власного досвіду творення високоякісної, неперевершено унікальної журналістики, який залишив вагомий слід в історичному розвої світового медіадискурсу.

Освітній компонент дає усвідомлення, що українцям є чим пишатися, є за що боротися й що продемонструвати світовій громадськості. Розкриття кращих зразків медіапродуктів в еволюційному поступі вітчизняної журналістики, виведення з тіні історії її яскравих у подвижницькій діяльності представників виформовуватиме у студентської молоді україноцентричну гордість за свою країну та її славну, хай і трагічну у своїй величі історію.

Таким чином, курс «Історія української журналістики» генерує у здобувачів вищої освіти розуміння сутності національного журналістського процесу, увиразнює вітчизняне медіаобличчя, формує ціннісні маркери ментального самоусвідомлення й громадянської позиції.

Список використаних джерел

1. Марчук Г. Історія української журналістики: хрестоматія. Івано-Франківськ, 2019. URL: https://kjourn.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/54/2024/12/khrestomatiia-z-istorii-ukrainskoi-zhurnalistyky.pdf (дата звернення: 19.10.2025).
2. Супрун В. Журналістська освіта в умовах війни: методичні підходи, ціннісна парадигма. *Викладання журналістики, реклами та піар в контексті компетентнісного підходу: монографія* / колектив авторів: Безчотнікова Світлана, Бутиріна Марія, Герасимович Вадим, Єфремова Оксана, Іванова Тетяна, Лісневська Аліна, Мадей Анна, Почепцов Георгій, Супрун Володимир, Супрун Людмила; за заг. ред. С. Безчотнікової. Київ : Маріупольський державний університет, 2023. С. 152–167.

Данило ФІЛОНЕНКО,
кандидат наук із соціальних комунікацій.
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

ОСОБЛИВОСТІ ВИКЛАДАННЯ ЖУРНАЛІСТИКИ ДЛЯ КУРСАНТІВ ВІЙСЬКОВОГО ІНСТИТУТУ

Відмінності підготовки цивільних і військових журналістів

Інтеграція військової та медійної компетентності. На відміну від цивільних інститутів та факультетів, військові навчальні заклади змушені інтегрувати журналістську освіту з військовими навичками. Курсанти-журналісти повинні опановувати не лише медіаграмотність і навички збору та аналізу інформації, але й основи військової справи. Як зазначає військовий кореспондент Тарас Грень, робота журналіста на війні – це *«поєднання військового і журналістського фаху»*, адже медійник у зоні бойових дій має вміти і першу допомогу надати, і окоп вирити за потреби [2]. Такий підхід продиктований практикою: військовий журналіст носить ту саму форму, що й солдати, і повинен бути готовим за необхідності діяти як військовослужбовець [3].

Проблеми та ресурси підготовки. Історично в Україні фахова підготовка військових журналістів була слабо інтегрована в освітню систему. Довгий час поняття *«військовий журналіст»* фактично підмінялося *«пресофіцером»* – офіційним речником, діяльність якого більше тяжіє до пропаганди чи піару [4]. Нині ж, у процесі реформування освіти, науковці відзначають необхідність подолати *недостатню інтеграцію військової та журналістської освіти*, оновити освітні програми і методики, а також покращити матеріально-технічне забезпечення навчання [4]. Такі зміни покликані забезпечити підготовку невеликої кількості висококваліфікованих кадрів, які зможуть працювати на інформаційному фронті.

Журналістська етика в умовах війни

Коригування стандартів і пріоритет безпеки. Війна вносить корективи у класичні журналістські стандарти. За висновками самих медійників, *«під час війни стандарти змінюються і можуть поступатися етичним принципам – серед яких пріоритетом є безпека»* [3]. Це означає, що деякі звичні для мирного часу норми (наприклад, негайна публікація всієї зібраної інформації чи повна відкритість доступних даних) поступають місцем етичним міркуванням: не нашкодити своїм, убезпечити життя людей, зберегти військові таємниці. Дотримання принципу «не зашкодь» стає важливішим за гонитву за сенсацією. Показником професіоналізму журналіста під час війни є *«вміння знаходити баланс між швидкістю й достовірністю, правом світу знати правду і правом на приватність»* [1]. Відповідно, у курсантів формують розуміння, що інколи *неповнота або затримка інформації* виправдані вищими цілями – порятунком життів, успіхом операції тощо.

Обмеження тематики й самоконтроль. Ще одна особливість викладання – свідоме оминання або переосмислення окремих аспектів журналістської етики, які в бойових умовах викликають суперечки. Наприклад, принцип повної *об'єктивності* та нейтральності висвітлення сторін конфлікту на практиці важко застосувати, коли країна зазнає агресії. Курсанти повинні розуміти, що у воєнний час медіа стають частиною національного спротиву, тож *журналістика набуває ваги зброї оборони* [1]. Це не означає вседозволеності: навпаки, етичні норми *гуманності* (не розголошувати дані, які можуть зашкодити людям, не порушувати приватність жертв і військових) набувають першорядного значення [1]. У процесі навчання розглядаються складні питання: *чи має право журналіст критикувати військове командування під час бойових дій?*; *як подати правду, що деморалізує, і чи варто її подавати взагалі?*; *де межа між цензурою в інтересах безпеки і замовчуванням правди?* Відповіді на них не завжди однозначні, але сам факт постановки цих питань привчає майбутніх військових журналістів до етичної рефлексії.

Прикладна етика у вправах. Через обмежений час навчання (спеціалізований курс може налічувати лише ~44 години аудиторних занять) [5] викладачі намагаються зосередитися на найпрактичніших аспектах етики. Менше часу відводиться теоретичним дискусіям про абстрактні дилеми, більше – розбору реальних кейсів. Наприклад, курсанти аналізують ситуації, коли публікація правдивої інформації могла зашкодити військовій операції, або обговорюють, як діяти журналісту, якщо він отримав від солдата емоційний коментар, що порушує правила цензури. Таким чином, етичні принципи викладаються не як догми, а як гнучкі орієнтири, що залежать від контексту бойових дій.

Журналістика і пропаганда: розмежування та «дестигматизація»

Визначення і розмежування понять. Одним із ключових моментів у підготовці курсантів є чітке роз'яснення відмінностей між журналістикою і пропагандою. Курсанти мають усвідомити, що *журналіст* покликаний передусім доносити правду та дотримуватися стандартів точності й збалансованості, тоді як *пропагандист* (або пресофіцер) переслідує цілком інші цілі – формувати суспільну думку, підвищувати бойовий дух, впливати на емоції аудиторії. Тарас Грень підкреслює: *«… Вміти бути журналістом, не пропагандистом, не пресслужбовцем – це абсолютно різні види інформаційної діяльності»* [5]. Цю думку майбутні військові журналісти повинні засвоїти, аби навіть працюючи у військових структурах, прагнути зберігати професійні стандарти.

Дестигматизація пропаганди. Водночас важливо зняти надмірну *демонізацію пропаганди* як явища. У традиційній журналістській освіті слово «пропаганда» має негативне забарвлення (асоціюється з брехнею, маніпуляціями). Однак у курсі для військових наголошується, що пропаганда – це інструмент, який сам по собі може бути як згубним, так і корисним, залежно від змісту і мети. Існує поняття *«позитивної (конструктивної) пропаганди»*, що спрямована на згуртування суспільства, підтримку національного розвитку [5].

Українські медіаексперти зазначають: *«пропаганда потрібна – вона є компонентом війни,… вона виправдана, потрібна й необхідна для суспільства»* [4]. В умовах боротьби за існування держави *інформаційна робота* (яку критики можуть називати пропагандою) розглядається як частина оборонних зусиль, і держава має право нею займатися [5]. Таким чином, курсантам пояснюють, що не всяка пропаганда є «злом» – вона може бути і правдивою, і патріотично необхідною.

Принцип правдивості. Найкращий спосіб *«дедемонізувати»* пропаганду – показати, що вона не обов'язково суперечить правді. *«Найкраща пропаганда – це правда»*, – це гасло, озвучене медіаекспертами, стає лейтмотивом навчання [5]. Курсанти вчаться тому, що навіть працюючи над підняттям морального духу чи формуванням іміджу армії, можна і слід оперувати фактами, говорити правду (хоч і подаючи її під потрібним кутом). Наприклад, замість вигадувати фейки про ворога, ефективніше висвітлювати реальні перемоги своєї армії, історії героїзму або викривати правдиві злочини противника – такий контент і морально виправданий, і впливовий. Таким чином, *пропаганда на основі фактів* подається як прийнятна складова роботи військового журналіста. Це допомагає зняти внутрішній конфлікт у курсантів: виконуючи пропагандистські завдання, вони все ж можуть залишатися журналістами у кращому сенсі цього слова.

Приклади завдань і методів навчання

Щоб закріпити зазначені концепти на практиці, в освітньому процесі використовуються спеціальні завдання. Ось декілька прикладів підходів і вправ, що застосовуються при навчанні курсантів-журналістів:

- Аналіз інформаційних повідомлень. Курсантам пропонуються парні приклади висвітлення однієї події: з одного боку – стаття незалежного журналіста, з іншого – офіційне повідомлення пресцентру Міноборони. Завдання – порівняти ці тексти, визначити, які факти або деталі опущені чи додані, де відчувається нейтральний тон, а де – наратив для підняття бойового духу. Такий розбір дозволяє чітко побачити відмінність між *інформацією та інформаційно-психологічним впливом.*
- Розв'язання етичних дилем. Викладач моделює ситуацію: військовий журналіст дізнається конфіденційну інформацію (наприклад, про втрати свого підрозділу або помилку командування). Курсантам ставлять питання: чи повинні вони як журналісти це оприлюднити, чи як офіцери – підкоритися наказу про нерозголошення? Обговорення в групах генерує різні підходи, після чого робляться висновки про пріоритети в умовах війни. Такі вправи привчають майбутніх офіцерів *шукати баланс* між правдою та військовою доцільністю в реальному часі.
- Створення медіапродукту з подвійною оцінкою. Курсантам дається завдання підготувати матеріал (замітку, короткий відеосюжет) на військову тематику. Потім цей самий матеріал оцінюється за двома критеріями: 1) як журналістський матеріал (чи точний, чи відповідає стандартам правдивості, чи збалансований); 2) як елемент інформаційної кампанії (чи підсилює бойовий дух, чи не розкриває таємниць, чи відповідає державній позиції). Такий подвійний

зворотний зв'язок допомагає курсантам усвідомити, як їхня робота виглядає з обох боків – і очима редактора незалежного ЗМІ, й очима начальника військового відділу зв'язків з громадськістю.

Отже, підготовка військових журналістів суттєво відрізняється від цивільної журналістської освіти, оскільки поєднує медійні навички з військовою професійністю. Війна диктує необхідність коригувати стандарти – певні аспекти журналістської етики відходять на другий план заради безпеки та перемоги [4], натомість акцентуються інші, як-от: відповідальність перед суспільством і військом. Важливе завдання викладача – провести межу між правдивою журналістикою і маніпулятивною пропагандою, водночас пояснюючи, що інформаційна робота на благо своєї країни у воєнний час морально виправдана [2]. Таким чином, випускник військового інституту має вийти одночасно і офіцером, і журналістом – фахівцем, здатним дотримуватися професійних стандартів правди, усвідомлювати свою роль в інформаційній безпеці держави.

Список використаних джерел

1. Не оперативність, а своєчасність: як змінюються журналістські стандарти під час війни і чому на перший план виходить етика. *Національна спілка журналістів України.* 2022. URL: https://nsju.org/novini/ne-operatyvnist-a-svoyechasnist-yak-zminyuyutsya-zhurna-listski-standarty-pid-chas-vijny-i-chomu-na-pershyj-plan-vyhodyt-etyka/ (дата звернення: 08.12.2025).
2. Військова журналістика: український аспект: становлення української військової журналістики, місце військової журналістики у медіапросторі в період воєнного стану, правові підстави діяльності військових журналістів під час воєнних дій: навч. посіб. Київ : ЮрКнига, 2023. 301 с. URL: https://jurkniga.ua/contents/viyskova-zhurnalistika-ukrainskiy-aspekt-stanovlennya-ukrainskoi-viyskovoi-zhurnalistiki-mistse-viyskovoi-zhurnalistiki-u-mediaprostori-v-period-voiennogo-stanu-pravovi-pidstavi-diyalnosti-viyskovikh-zhurnalistiv-pid-chas-voiennikh-diy.pdf (дата звернення: 08.12.2025).
3. Шевченко І. Особливості фахової підготовки майбутніх військових журналістів в системі вищих військових навчальних закладів. *Вісник післядипломної освіти.* Серія «Педагогічні науки». 2022. № 6. URL: https://ojs.uem.edu.ua/index.php/vpop/article/view/794 (дата звернення: 08.12.2025).
4. Горбань Ю. Формування професійних компетентностей військових журналістів у системі вищої освіти України. *Наукові записки НаУКМА.* Педагогічні науки. 2023. Вип. 9. С. 45–56. URL: https://ekmair.ukma.edu.ua/bitstreams/522ce98c-0d0c-491d-ad96-23041f498a97/download (дата звернення: 08.12.2025).
5. Сьогодні українська пропаганда ефективніша за російську: медіаексперти про (не)виправданий оптимізм і пропаганду під час війни. Ч. 2. *Детектор медіа.* 04.05.2022. URL: https://detector.media/community/article/198922/2022-05-04-sogodni-ukrainska-propaganda-efektyvnisha-za-rosiysku-mediaeksperty-pro-nevypravdanyy-optymizm-i-propagandu-pid-chas-viyny-chastyna-druga/ (дата звернення: 08.12.2025).

Ганна ХОЛОД,
кандидатка філологічних наук, професорка.
Міжрегіональна Академія управління персоналом,
докторантка,
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

СПЕЦИФІКА ПІДГОТОВКИ УКРАЇНСЬКИХ РОБІТНИЧИХ І СІЛЬСЬКИХ КОРЕСПОНДЕНТІВ У 20-х РОКАХ ХХ ст.

У 20-х роках ХХ ст. важливою складовою соціальних комунікацій була мережа українських робітничих і сільських кореспондентів, кількість яких систематично збільшувалася завдяки активним діям із боку влади, зацікавленої в ідеологізації тогочасного інформаційного простору завдяки діяльності робкорів і сількорів. Для підвищення ефективності вищезазначеного процесу владі необхідно було забезпечити їхню підготовку.

Мета наших тез, створених на основі опрацьованих архівних матеріалів, – з'ясувати особливості підготовки українських робітничих і сільських кореспондентів у 20-х рр. ХХ ст.

Наприкінці травня 1921 р. в Одесі «відбувся випуск червоних журналістів першої на Україні школи газетних робітників» [12, с. 1], що функціонувала три місяці й навчала тільки тих робітників, які були прийняті згідно з рекомендаціями «профсоюзів і завкомів партії» [12, с. 1]. Випускників після закінчення цієї школи було розподілено по повітах для виконання поставлених перед ними завдань.

Запроваджена 1923 р. владою політика коренізації оприявнила значні масштаби кадрової журналістської кризи, оскільки невелика кількість робітників, які працювали в газетах і журналах, знала українську мову й використовувала її під час виконання своїх професійних обов'язків.

Брак досвідчених українських журналістів, низький рівень газет, що друкувалися в невеликих містах, вербалізація в інформаційному просторі, зокрема на сторінках газет, надрукованих 1924 р. [6], нагальна необхідність розв'язувати вищезазначені проблеми спонукали «відділ друку ЦК КП(б)У та Головполітосвіти» [11, с. 1] прийняти рішення щодо організації в січні 1925 р. у Харкові курсів «української журналістики, розрахованих на 40 чоловік» [8, с. 2]. Це були чотиримісячні курси журналістики із щоденним 8-годинним навчанням, а також практичною роботою в друкарнях [2]. У зв'язку з тим, що на курси, метою яких була перепідготовка робітників газет, приїхали слухачі з різним рівнем підготовки: робітники, які працювали в газетах, військові, сільські кореспонденти та інші – було прийнято рішення змінити раніше запланований формат навчання для ознайомлення «непідготовлених ще кореспондентів з основами газетної справи» [11, с. 1].

Програмою курсів було передбачено вивчення загальноосвітніх і політичних навчальних дисциплін («понад 180 годин» [11, с. 1.]), серед яких були українська література, економічна географія України, історія КП(б)У, економічна політика тощо, а також спеціальних навчальних дисциплін («понад 190 годин» [11, с. 1]). Зокрема, опрацьовано «теми: газета й редакція (34 год.), внутрішня інформація (33 год.), друкарня (22 год.), зовнішня інформація (13 год.)»), «верстка, контора і редакція, критика і бібліографія, ілюстрація газети» тощо. Варто зазначити, що 44 години на курсах було приділено ознайомленню слухачів «з історією російської, західно-європейської журналістики і західньо-європейською й американською пресою». Крім цього, були лекції про сільських кореспондентів, стінні газети, «капіталістичні держави й боротьбу партії у них» [11, с. 1], практична робота «слухачів по редакціях харківських газет, зокрема при випусках газет у друкарнях, та й у себе на курсах» [11, с. 1].

У результаті функціонування вищезазначених курсів було підготовлено й 25 травня 1925 р. випущено «три десятка нових робітників» [4, с. 1.]: «15 газетних робітників, ще 8 селькорів, 5 військорів та инші» [11, с. 1]. За даними газети «Радянський статистик», серед слухачів курсів були 15 газетних робітників, 8 сількорів, 2 робкори, 4 військори [7], хоча в цій статті є інформація про 35 випускників. Частину випускників було заплановано залишити в редакціях центральних газет Харкова, частину – направити в редакції провінційних газет [7].

1925 року невідомий автор статті «Нові кадри газетярів», аналізуючи діяльність вищезазначених курсів журналістики, підкреслив нагальну потребу «утворення постійного українського інституту журналістики» [4, с. 1].

Крім організованих «відділом друку ЦК КП(б)У та Головполітосвіту» [11, с. 1] курсів журналістики, підготовкою робітничих кореспондентів опікувалися редакції газет, при яких було створено бюро робкорів, яке координувало їхні дії й розміщало оголошення про збори робкорів, порядок денний їхньої роботи, час проведення гуртків українознавства, української мови, журналістики, політичних гуртків тощо.

Для культурного розвитку робочих кореспондентів та їхньої самореалізації бюро робітничих кореспондентів влаштовувало літературні вечори. Наприклад, бюро робітничих кореспондентів при редакції газети «Голос Праці» 16 березня 1925 р. планувало провести літературний вечір, де в робітничих кореспондентів буде можливість послухати твори письменників, прочитати свою поезію, подивитися інсценізацію про життя робочого та сільського кореспондентів тощо [3]. Редакція газети «Більшовик» для читачів газети, робітничих і стінних кореспондентів організувала доповідь на тему «Українська закордонна преса», після якої було анонсовано роботу гуртка українознавства [1].

Робсількорам-початківцям редакції газет пропонували користуватися підготовленими районними бюро робітничих кореспондентів класифікаторами, зокрема переліком тем, які треба висвітлювати, порядком їхнього розкриття. Наприклад, у газеті «Більшовик» надруковано перелік тем для висвітлення виробничого («1. Праця Підприємства. 2. Продуктивність Підприємства в

порівненню з довійськовим терміном. 3. Продукційність праці Робітників. 4. Перспективи виробництва. 5. Герої Праці» [5, с. 3.]), професійного («Праця Завкому. 2. Охорона праці. 3. Матеріяльне становище робітників. 4. Боротьба з безгосподарством. 5. Допомога безробітним. 6. Виробничі наради та їх наслідки. 7. Коопоретив, його значіння та праця» [5, с. 3.]), культурного («1. Праця в клюбі та КК, праця гуртків. 2. Відношення селянства до заводу та змичку з селом. 3. Культшевство та культурний вплив підприємства на село. 4. Економичний вплив підприємства на смичке з селом. 5. Переведення в життя постанов Радвлади. 6. Відбиття на цукроварні політичних подій. 7. Життя школи і стан освіти» [5, с. 3.]), побутового («1. Проявлення нового побуту (боротьба з лайкою, червоні хрестини). 2. Боротьба з релігійним дурманом. 3. Сімейне життя робітників. 4. Роскріпачення жіноцтва» [5, с. 3.]) життя.

Крім класифікаторів, у газеті розміщено «анкету Робкора Цукроварні Уманського райкому Спілки Цукровиків» [5, с. 3]. Її заповнення, на нашу думку, давало змогу владі створити загальну базу даних про робітничих кореспондентів та завдяки їй активно залучати українських робітників у радянський медіапростір. З огляду на перелік запитань основними цілями вищезгаданої анкети були виявлення та облік активних робочих кореспондентів (запитання про досвід роботи в пресі, кількість дописів, членство в робкорівській організації), з'ясування політичної благонадійності (запитання про національність, соціальне становище, партійність, наявність власності), моніторинг конфліктних ситуацій (запитання про напади за дописи).

Редакції газет для розширення мережі робкорів організовували відрядження інструкторів, які ознайомлювали робкорів із газетною технікою, надавали консультації щодо створення дописів у газети. Редакції в рубриках своїх газет розміщали інструктивні матеріали, поради, пропозиції й рекомендації, спрямовані на професійне становлення робкорів і сількорів.

У газеті «Більшовик» було вміщено допис робкора Рутківського [9], який, звертаючись до робітничих кореспондентів, закликав їх записатися на курси стенографії, організованих 1924 р. при культвідділі Губпрофради, для набуття навичок швидкого письма й уникнення перекручень інформації, зафіксованої під час засідань і зборів. На цих курсах було передбачено 13 безкоштовних місць і 22 платні місця (2 карбованці), 3 години навчання на тиждень [9].

Важливу роль у підготовці українських сільських кореспондентів відігравали робітничі кореспонденти, беручи над сількорами шефство, яке полягало в забезпеченні сільських кореспондентів книжкою «Що треба знати сількору», передачі досвіду кореспондентської діяльності у формі листування та безпосереднього спілкування (лекції, забезпечення інтерактиву завдяки запитанням та відповідям) і яке координувало й контролювало бюро робсількорів.

Вищезазначена комунікація була важливою для підготовки сільських кореспондентів через проблеми з їхньою самоосвітою з декількох причин: розпорошеність у багатьох газетах важливої для сількорів інформації, фрагментарність знань через відсутність українського робсількорівського

журналу, дискусії щодо створення якого тривали на сторінках газет [10], систематичні проблеми з розповсюдженням газет через недосконале функціонування пошти.

Отже, підготовкою українських робітничих і сільських кореспондентів переважно займалися редакції газет, які, виконуючи вказівки влади, були зацікавлені в нарощуванні мережі робітничих і сільських кореспондентів, збільшення кількості яких було одним із засобів просування видавничої продукції редакцій. За умови виникнення нагальної потреби розв'язання кадрової кризи, поява якої починала обговорюватися на сторінках газет, державні органи ініціювали організацію всеукраїнських курсів журналістики відповідно до складеної навчальної програми із залученням необхідних фахівців.

Список використаних джерел

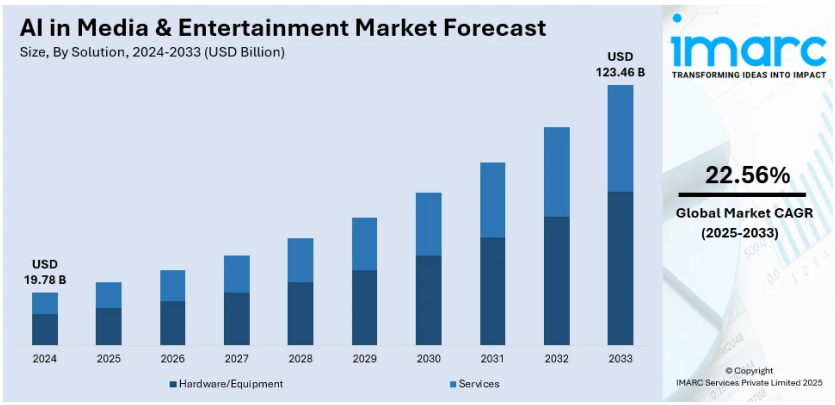
1. До робкорів, стінкорів та читачів «Більшовика». *Більшовик.* 1924. №267 (1165). 23 листоп. С. 4.
2. Курсант. За чотири місяці (Літературно-газетярська робота Всеукр. курсів журналістики). *Вісти ВУЦВК. Культура і Побут.* 1925. № 20. 31 трав. С. 7.
3. Літературний вечір у робкорів. *Голос праці.* 1925. № 59 (921). 14 берез. С. 4.
4. Нові кадри газетярів. *Вісти ВУЦВК. Культура і Побут.* 1925. № 19. 21 трав. С. 1.
5. Обіжно. Обіжний лист. До всіх завкомів К.К. та робкорів уманського райкому цукровиків. Товариші! *Більшовик.* 1924. № 206 (1104). 11 верес. С. 3.
6. П. О-ко. Нагальна справа. (В порядку обговорення). *Література, наука, мистецтво.* 1924. № 37. 21 верес. С. 1.
7. Перший випуск українських курсів журналістики. *Радянський статистик*. 1925. Ч. 18. 29 трав. С. 4.
8. РАТАУ. Всеукраїнські курси журналістики. *Більшовик*. 1924. № 265 (1163). 21 листоп. С. 2.
9. Робкор Рутківський. Робкорія, вивчай стенографічне письмо! (В порядку обговорення). *Більшовик*. 1924. № 240 (1138). 21 жовт. С. 3.
10. Селькор К. Турган. Ще про робсількорівський журнал. (В порядку обговорення). *Більшовик.* 1924. № 286 (1184). 16 груд. С. 3.
11. Тім. Кузьмич. Підсумки перших всеукр. курсів журналістів. *Вісти ВУЦВК. Культура і Побут*. 1925. № 19. 21 трав. С. 1.
12. Школа червоних журналістів. *Український вістник*. 1921. Ч. 112. 12 черв. С. 1.

Інна ЧЕРЕМНИХ,
докторка наук із соціальних комунікацій, доцентка.
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

АДАПТИВНІСТЬ МЕДІАОСВІТИ У ВИКОРИСТАННІ ГЕНЕРАТИВНОГО ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

Значення медіаосвіти в сучасному інформаційному суспільстві важко переоцінити. «Якщо раніше ми виготовляли товари, то тепер виробляємо інтелект», – наголосив Саймон Сі, глобальний керівник Nvidia AI Technology Centre на AI DAY від Forbes Ukraine 2025. Він акцентував на тому, що епоха Engineering AI та Physical AI відкриває можливості для автоматизації складних процесів, створення цифрових двійників людей та навіть відтворення історичних подій. Виробництво інтелекту – нова економіка [1].

Розмір глобального ринку штучного інтелекту в медіа та розвагах у 2024 році оцінювався в 19,78 мільярда доларів США. За оцінками IMARC Group, до 2033 року ринок досягне 123,46 мільярда доларів США, демонструючи сукупний середньорічний темп зростання (CAGR – Compound annual growth rate) 22,56% протягом 2025-2033 років.



Як штучний інтелект змінює Україну? «Наша мета – до 2030 року стати найпрактичнішою країною у світі з точки зору застосування штучного інтелекту», – зазначив Михайло Федоров, міністр цифрової трансформації на AI DAY від Forbes Ukraine 2025 [1].

І, нарешті, лозунг освіти на форумі звучав так: «Виживають ті, хто змінюється». «Система освіти не витримає, якщо не адаптується до нової реальності», – заявив Тимофій Милованов, президент Київської школи економіки. Він підкреслив, що університети мають переосмислити свою роль, а студенти – навчитися вирішувати нестандартні задачі та критично мислити [1].

Як зазначає Майк Шарплз, доктор філософії з генеративного штучного інтелекту та освіти на факультеті штучного інтелекту Единбурзького університету, 1984 р., дослідник інновацій, ШІ в освітніх технологіях, «ми прийшли до нової ери споживчого ШІ», а рухалися:

- від «символічного» ШІ на основі правил до генеративного ШІ «нейронної мережі»;
- від 10 років на розробку системи навчання ШІ до 10 хвилин;
- від вузькоспеціалізованого навчання до індивідуального репетиторства з будь-якої теми;
- від інституційних «інтелектуальних систем навчання» до безкоштовних творчих помічників;
- від дорогих «експертних систем» для бізнесу до побутових продуктів ШІ [2].

На думку професорки Роуз Лаккін «Генеративний ШІ — це підмножина штучного інтелекту». Його можливості й переваги полягають у тому, що він:

- використовує алгоритми машинного навчання для створення нового, оригінального контенту;
- тренується на великих обсягах даних, щоб вивчати закономірності та особливості;
- може генерувати контент, схожий на дані для навчання, або поєднувати елементи для створення нового контенту;
- генеративні моделі вивчають приховані розподіли в навчальних даних;
- новий контент імітує структуру та стиль існуючих даних [3].

Chat GPT вважає, що «генеративний штучний інтелект (Generative AI) – це технологія, яка створює новий контент (тексти, зображення, відео, музику) на основі аналізу великих обсягів даних. Базується на нейронних мережах і великих мовних моделях (LLM), які навчаються на мільярдах прикладів».

На мою думку, генеративний штучний інтелект – це технологія, що постійно оновлюється і самовдосконалюється та є своєрідною бібліотекою даних, якою безкоштовно користується людство.

Сьогодні генеративний ШІ дозволяє створювати мультимедійні освітні матеріали швидко та з мінімальними затратами. До прикладу, для виготовлення аудіовізуального медіапродукту, студентам творчих професій, зокрема журналістам, необхідно мати здібності у багатьох процесах. Це стосується грамотного написання тексту, вміння знімати стендапи, коментарі експертів, очевидців, створювати відеозображення, точно розставляти звукові акценти, підбирати музичні треки, додавати інфографіку, монтувати, упаковувати продукти тощо. Інструменти штучного інтелекту здатні підсилити ці навички. Тому їх не слід боятися чи ігнорувати, бажано навчитися з ними взаємодіяти.

Вже на першому курсі, ми активно інтегруємо новітні технології у творчий процес. Так під час засвоєння різних методик написання новин, разом зі студентами практикуємо порівняння їхніх текстів із створеними ШІ. Часто-густо ці квізи виграє технологія, бо краще вміє структурувати інформацію, розуміється на логіці, вдало застосовує синонімічний ряд. У такий спосіб інструменти ШІ стають трекерами для підвищення продуктивності навчання здобувачів.

ШІ допомагає в перекладі та адаптації контенту, що робить навчальні матеріали доступними більшому діапазону авдиторії. Приклади такого використання можна переглянути на студентському YouTube-каналі LEVEL, створеному під час практичних занять [4]. У відеопродакшену, для швидкої транскрибації аудіо- чи відеофайлів, зокрема з YouTube, застосовуємо файл автоматичних субтитрів від ШІ. Для цього слід додати subtitle.to/ перед URL-адресою (subtitle.to/https://www.youtube.com/watch?v=i9t8gdaBsTg), натиснути ентер і скачати текстову версію відео.

Серйозним викликом під час війни є поширення дезінформації, діпфейків. Фґактчекінг текстових повідомлень завдяки ШІ-програмам можна перевіряти завдяки таким сервісам, як gltr.io, GPT-2 Output Detector, GPT Radar, Hive Moderation, AI Text Classifier, Originality.ai, Kazan.SEO, GPTZero [5].

Тож, світ стрімко змінюється, новітні технології вносять корективи у роботу медійників. Текстові моделі, у т.ч. GPT-4, Claude, Gemini – генерують статті, есе, сценарії. Графічні моделі, зокрема DALL·E, Midjourney, Stable Diffusion допомагають журналістам створювати зображення за текстовими запитами. А компанія Microsoft оголошує про співпрацю з медіа-стартапом Semafor щодо використання свого чат-бота зі штучним інтелектом (ШІ) для створення новинних сюжетів, стрічки новин під назвою Signals. Співзасновник Semafor Бен Сміт наголошує, що Signals будуть повністю наповнювати журналісти, а штучний інтелект стане інструментом для публікацій [6], тобто в основі співпраці лежить підхід, орієнтований на людину. І це потужна і головна новина сьогодення.

Список використаних джерел

1. AI DAY 2025: Як штучний інтелект змінює Україну. *Forbes*. 28.03.2025. URL: https://forbes.ua/news/ai-day-2025-yak-shtuchniy-intelekt-zminyue-ukrainu-03042025-28565 (дата звернення: 29.11.2025).
2. Лекція Майка Шарплза «Генеративний штучний інтелект і освіта: можливості та виклики». Всеукраїнське науково-педагогічне підвищення кваліфікації «Інтеграція штучного інтелекту в освіту – виклики та можливості». 10.12.2024-20.01.2025.
3. Лекція Роуз Лаккін про розвиток ШІ. Всеукраїнське науково-педагогічне підвищення кваліфікації «Інтеграція штучного інтелекту в освіту – виклики та можливості». 10.12.2024-20.01.2025.
4. Студентський YouTube канал LEVEL. URL: https://www.youtube.com/@LEVELPRO-1 дата звернення: 29.11.2025).
5. Кирик Н. Спіймати робота: сервіси для перевірки текстів на штучний інтелект. URL: https://wordfactory.ua/ua/gpt-chat-detector/ дата звернення: 29.11.2025).
6. Прасад А. Microsoft домовилася з медіа Semafor про створення новин за допомогою ШІ-бота. Forbes. 5 лютого 2024 р. URL: https://forbes.ua/news/microsoft-domovilas-z-media-semafor-pro-stvorennya-novin-za-dopomogoyu-shi-bota-05022024-18994 дата звернення: 29.11.2025).

Bogdana NOSOVA,
PhD, Associate Professor.
Educational and Scientific Institute of Journalism,
Taras Shevchenko National University of Kyiv

PUBLIC INTELLECTUALS IN MEDIA COMMUNICATIONS: THE HUMANITARIAN DIMENSION OF JOURNALISM EDUCATION

Understanding and expanding journalism education reflects an attentive and responsible attitude on the part of those who develop and teach it. Strengthening its intellectual component in Ukraine requires new approaches and tools. Societal changes resulting from russian full-scale war against Ukraine have a significant impact on the formation of critical thinking among consumers of journalistic content. Accordingly, they demand a deeper renewal of journalists' critical and creative competencies. It is still difficult to determine whether we can already begin discussing the creation of a new, multifunctional textbook that would integrate condensed knowledge of Ukrainian history, culture, social processes, the legal foundations of the state, and the ethical norms of the profession. Its practical section should help students acquire skills in defining the focus of journalistic inquiry, constructing arguments, and producing high-quality content for convergent media. Two modern components are also essential: media literacy and fact-checking.

In 2025, many Ukrainian journalists are communicating the tragedy of Ukrainian history to media outlets around the world. Several new names in photojournalism have come to the forefront, while fewer reporters and analysts have emerged. Looking ahead, it is crucial to be able to present and disseminate knowledge about Ukraine's achievements in various fields, to engage the world's interest in Ukraine, and to defend its economic, political, and state interests.

In theory, our university programmes, trainings, lectures, and seminars could be sufficient. However, political processes tied to populism, dictatorships, and what Anne Applebaum calls the emerging «autocracy, inc.» – a phrase motivated by her book «Autocracy, Inc: The Dictators Who Want to Run the World» – have come to the forefront of international journalism [1]. This is just one example of the daily need for educators to deepen the interdisciplinary nature of their teaching.

The theoretical basis for my study of new aspects of teaching international journalism – grounded in the creative work of contemporary public intellectuals such as Anne Applebaum – draws on Jürgen Habermas's "The Structural Transformation of the Public Sphere" [2] and his interpretation of public opinion, as well as his concepts of «discursive understanding» and «communicative action» [3].

This presentation also includes part of a study on changes in intercultural communication traditions, based on the role of scholars-public intellectuals who have chosen to communicate the identity and history of other nations. Anne Applebaum's works encourage a deeper critical understanding of complex historical processes and emphasize underlying meanings in asynchronous communication in the digital age.

A key to understanding her worldview can be found in her long and candid conversation with Paweł Potoroczyn, published in the book «Matka Polka». It covers her life from youth to her research projects at the London School of Economics with Peter Pomerantsev. She offers many frank characterizations of people who influenced her thematic choices in journalism and research. She regards the beginning of her personal integration into Polish reality as a correspondent for «The Economist» as her own «big story» [4].

Her deepening interest in international relations and work as a journalist led her to the subjects of Eastern Europe. Ukrainian scholars of humanitarian processes argue that Anne Applebaum, in the books and articles that focus on Ukrainian history, actively draws the attention of the English-speaking world to contemporary Ukraine as well. This is particularly evident in her publications in «The Atlantic» and her interviews with various media outlets between 2022 and 2025. After speaking with the Ukrainian Minister of Defence at the end of 2023, she wrote in «The Atlantic» about how Ukraine is fighting for democracy, and how russian initiator and commander of the invasion has no intention of seeking peace but is instead intensifying a destructive war of aggression.

In 2023, ahead of the Ukrainian publication of «Twilight of Democracy: The Seductive Lure of Authoritarianism», Anne Applebaum shared with the online media outlet «Livyi Bereh» her impressions of the positive changes that have taken place in Ukrainian society since her first visit in the late 1990s. She has repeatedly emphasized in communication with other journalists that Ukrainian society is part of European civilization. Anne Applebaum is a Pulitzer Prize laureate for «Gulag: A History». She reports on her work and plans on Facebook and in numerous interviews, emphasizing that as a historian and a journalist, she seeks to explain and understand this world, undertaking tasks that, as she notes, may often be less inspiring and less satisfying [5].

It is important to note that the communicative aspects of «Twilight of Democracy: The Seductive Lure of Authoritarianism» reveal Anne Applebaum's extensive experience as a journalist and researcher of political processes in Europe. The book's intellectual weight derives from her observations and conclusions regarding the transformation of democratic processes and her interpretations of the works of progressive scholars and writers from different countries. The erosion of democratic values, the diminishing sense of political mission in certain EU countries, transformations in the United Kingdom after Brexit, and shifts in democratic standards in the United States during Donald Trump's presidency are among the main trends she analyses, with particular attention to the formation of political charisma among national leaders. The book is a warning about the dangerous manifestations of authoritarianism among leaders around the world [6].

Ukrainian scholars studying contemporary political processes highlight her consistent, in-depth analysis of the rise of right-wing populists and authoritarians across various countries, as well as her willingness to bring the previously unfamiliar European dimension of Ukrainian history to the English-speaking world. To further explore the transitional transformation of 21st century politics through media, it is worth examining the communicative essence of Anne Applebaum's works. Presentations of

her books consistently provoke lively discussions and debate among experts. Her English-language articles, for example, are often translated into Ukrainian immediately after publication. Her ability to immerse herself in an issue, carefully select protagonists and facts, and clearly highlight the mistakes of contemporary politicians makes her communication with readers active and compelling.

References

1. Applebaum, A. (2024). Autocracy, Inc. The Dictators Who Want to Run the World. Allen Lane.
2. Habermas, J. (1989). The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society. Cambridge: MIT Press. This is translation of Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft (Neuwied: Luchterhand, 1962).
3. Habermas, J., Luhmann, N. (1971). Theorie der Gesellschaft oder 550–557. Sozialtechnologie: Was leistet die Systemforschung? Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag. S. 114–121.
4. Applebaum, A., Potoroczyn, P. (2020). Matka Polka: Anne Applebaum w rozmowie z Pawłem Potoroczynem. Warszawa: OsnoVa.
5. Applebaum, A. (2024). How Ukraine must change if it wants to win: A
6. beleaguered country needs more than volunteerism and chutzpah to protect its version of democracy. The Atlantic.
7. Applebaum, A. (2020). Twilight of Democracy: The Seductive Lure of Authoritarianism. Doubleday.

СЕКЦІЯ 2. АКТУАЛІЗАЦІЯ ЗАКОРДОННОГО ДОСВІДУ В НАВЧАННІ ЖУРНАЛІСТІВ: СПІЛЬНІ «ТОЧКИ ДОТИКУ»

Андрій БОРЕЦЬ,
кандидат наук із соціальних комунікацій.
Київський столичний університет
імені Бориса Грінченка

ЦИФРОВІ КУЛЬТУРНІ ПРАКТИКИ В ЖУРНАЛІСТСЬКІЙ ОСВІТІ: МІЖ ТЕКСТОМ І МЕМОМ

Сучасна журналістська освіта, як і власне журналістика, увійшла в період стрімких структурних змін, спричинених цифровою трансформацією та зміною поколінь. Гучна публікація *The Economist* (2025) привернула глобальну увагу до різкого падіння навичок читання серед молоді: студенти престижних університетів не впізнають навіть базову лексику XIX століття, плутають метафори з буквальними описами, а довгі речення викликають у них подив. Видання узагальнює десятки досліджень: дорослі читають менше, ніж 10–20 років тому; діти – менше, ніж попередні покоління дітей; підлітки – значно менше, ніж їхні ровесники на початку 2000-х. «Текстова витривалість» падає в усіх соціальних групах. Знижується не лише частота читання, а й «глибина» текстів: за останні 100 років середня довжина речень у популярній літературі скоротилася майже на третину [1].

Ці спостереження непрямо підтверджуються й результатами міжнародних освітніх досліджень: покоління вступників загалом, і українських зокрема, демонструє слабшу підготовку до роботи з великими текстами та складними смисловими конструкціями [2].

У цьому контексті показовою є реакція на статтю ректора НаУКМА Сергія Квіта, який на своїй сторінці у Facebook наголосив: університет не повинен іти за трендами «кліпового мислення», а має формувати здатність читати, мислити та слухати: «… у вирішенні багатьох питань заклад вищої освіти повинен рухатися проти течії: наполягати на власному порядку денному, приділяти більшу увагу кожному своєму студентові, формувати здатність читати, мислити, слухати і чути один одного» [3].

Ця дилема – між класичною академічною моделлю та новими культурними практиками покоління Z (народжені з 1997 по 2012 рік) – сьогодні стоїть перед багатьма світовими університетами.

Технологічні зміни справді радикальніше вплинули на підготовку журналістів, ніж попередні епохи. Сучасні студенти значною мірою засвоюють інформацію через мультимодальні формати: коротке відео, меми, емодзі, візуальні сигнали, іронію та гумор як спосіб структурування смислів [4]. Тим

часом університети значною мірою залишаються текстоцентричними. Виникає колізія: як навчати професії, що вже не зводиться до великих текстів, у рамках інституції, яка значною мірою досі вибудувана саме довкола тексту?

Світові університети вже кілька років намагаються відповісти на це запитання, адаптуючи журналістську та медійну освіту до цифрових культурних практик. Огляд відкритих силабусів програм із медіа, комунікацій, культурології у США та ЄС показує, що нова логіка поєднує класичні теоретичні підходи з мультимодальними формами роботи. Дисципліни на кшталт «Internet Memes», «Memetic Communication», «Digital Culture», «Linguistics of the Internet» передбачають не лише опрацювання наукової літератури, а й аналіз відеоконтенту, інтернет-мемів, створення власних коротких візуальних повідомлень, роботу з соціальними мережами, візуальні есеї та групові цифрові проєкти. У цих курсах теорія поєднується з аналізом інтернет-комунікації як соціального явища. Такий підхід намагається не витісняти академічну глибину, а ставати інструментом її переосмислення в нових умовах [напр., 5; 6; 7].

У 2024–2025 навчальному році в Київському столичному університеті імені Бориса Грінченка на факультеті журналістики було запропоновано вибіркову дисципліну «Символічні комунікації: меми, емодзі та GIF-культура». Зацікавленість серед студентів виявилася несподівано високою: понад 150 охочих обрали новий курс. Цей факт є показовим маркером: майбутні журналісти, рекламісти та видавці прагнуть розуміти цифрову культуру не як «розвагу», а як частину професійної комунікації.

Це підтверджується й даними онлайн-опитування, в якому взяли участь 86 із понад 150 студентів, які записалися на курс. Мотиви вибору дисципліни показові: 37 % зазначили, що це «щось нове й відмінне від традиційно “серйозних” предметів»; 20 % цікавляться інтернет-культурою і прагнуть зрозуміти її глибше; 17 % вважають меми важливою частиною сучасної журналістики та медіапрактик. У структурі інших відповідей простежуються сталі комунікативні звички студентів: 43 % визначають мем як «мову покоління», 74 % користуються мемами, емодзі та стікерами щодня, а 61 % визнають їхній науковий або аналітичний потенціал.

Загалом результати демонструють певний розрив між традиційною журналістською освітою та реальністю щоденної комунікації студентів: цифрова знаковість для них – не розвага, а звичний спосіб емоційного вираження, побудови наративів і осмислення складних тем.

Дисципліна перебуває у стадії розробки, і важливим завданням є уникнення поверхневого «розважального» трактування цифрових культурних практик. Теоретичні дослідження мемів (Л. Шифман, Р. М. Мілнер, С. Блекмор) у курсі поєднуються з класичними гуманітарними підходами. Поняття знака й багатошаровості значення у Р. Барта, концепція «відкритого тексту» в інтерпретації У. Еко, а також ідеї Ж. Бодрійяра про симулякри та моделі реальності створюють підґрунтя для аналізу цифрових артефактів як складних комунікативних конструкцій.

Окремий вимір українського досвіду – меми війни. Вони виконують функції мобілізації, зняття страху, конструювання колективної ідентичності та сатиричної деконструкції ворога. Цей феномен став предметом інтересу як українських, так і міжнародних дослідників [напр., 8; 9]. Документальний фільм «Битва мемів» (2024) засвідчив, що меми стають способом осмислення травматичного досвіду та реакції суспільства на війну [10].

Глобальне падіння «текстової витривалості», мультимодальне мислення студентів і стрімка цифрова революція ставлять перед журналістською освітою складне запитання: як зберегти академічну глибину, не втрачаючи зв'язку з реальністю професійної комунікації?

Оптимальна відповідь, імовірно, полягає у комбінованій моделі: збереженні фундаментальних компетентностей і водночас інтеграції цифрових культурних практик як природного медіасередовища студентів.

Список використаних джерел

1. Book-spurning. Is the decline of reading making politics dumber? *The Economist.* 2025. URL: https://www.economist.com/culture/2025/09/04/is-the-decline-of-reading-making-politics-dumber (дата звернення: 26.11.2025).
2. PISA 2022 Results. Volume I: What Students Know and Can Do. *OECD.* Paris: OECD Publishing, 2023. URL: https://www.oecd.org/en/publications/pisa-2022-results-volume-i_53f23881-en/full-report.html (дата звернення: 26.11.2025).
3. Квіт С. Публікація у Facebook. 2025. URL: https://www.facebook.com/serhiy.kvit.3/posts/pfbid02NcrrgLABBgh96i1ozCuHiFRBDLtdLSkviGeWyJMsmJMRLmQxiAqgABS8HPvLzvhml (дата звернення: 26.11.2025).
4. Jewitt C. (ed.). The Routledge handbook of multimodal analysis. London: Routledge, 2014. 352 с.
5. Bandy J. Internet Memes (syllabus). URL: https://www.jackbandy.com/internet-memes-syllabus/ (дата звернення: 26.11.2025).
6. Deane J. HSS-404-058, 060: ENG SEM: Memes – Media, Genres, and Applications: Syllabus. *New Jersey Institute of Technology, Department of Humanities and Social Sciences*, Spring 2025. URL: https://digitalcommons.njit.edu/hum-syllabi/1104/ (дата звернення: 26.11.2025).
7. Tilton S. Memetic Communication (syllabus). URL: https://shanetilton.com/memetic-communication-syllabus/ (дата звернення: 26.11.2025).
8. Кузнєцова Т. Мем як комунікативний прийом подолання страху під час війни: український контекст. *Інтегровані комунікації.* 2024. № 1 (17). С. 15–29. DOI: 10.28925/2524-2644.2024.172.
9. Kreps S., Lushenko P., & Carter K. Lessons from the meme war in Ukraine. *Brookings Institution,* 2023. URL: https://www.brookings.edu/articles/lessons-from-the-meme-war-in-ukraine/ (дата звернення: 26.11.2025).
10. MEME WARS. Folk humor strikes back [Video]. *YouTube, 2024*. URL: https://www.youtube.com/watch?v=Cm57Kyxf7L0 (дата звернення: 26.11.2025).

Ольга ГРЕСЬКО
кандидатка філологічних наук, доцентка.
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

НАЙКРАЩІ ПРАКТИКИ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ОСВІТИ В США В УНІВЕРСИТЕТСЬКІЙ СИСТЕМІ МЕРІЛЕНДУ

Актуальність теми дослідження зумовлена процесом удосконалення журналістської освіти в Україні та світі, що тісно пов'язано з трансформаціями глобального медіаринку XXI ст. Тепер застосування новітніх технологічних винаходів притаманне усім етапам сучасного медіавиробництва та іншим напрямам людської діяльності. Освітяни мають завчасно передбачати ці виклики й реагувати настільки оперативно, наскільки дозволяє система університетської освіти.

Мета розвідки – вивчення міжнародного досвіду підготовки медійників на прикладі успішних практик Коледжу Філіпа Меррілла Мерілендського університету (США) й аналіз його адаптації до українських реалій з огляду на розвиток потенціалу перспективної співпраці з навчально-науковим інститутом журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка (Україна). У зв'язку з цим постають такі завдання:

• окреслити найкращі практики журналістської освіти в США, з якими ознайомилася завдяки участі в програмі Fulbright Research and Development Program (2023–2024 pp.);

• розробити стратегії й тактики впровадження експериментально-новаторських методів навчання в сучасну журналістську освіту в Україні;

• визначити ключові напрями спільного медіавиробництва й викладання на базі медіаплатформ студентських медіа обох закладів.

Серед ключових напрямів американо-українського співробітництва найбільш привабливими для академічних спільнот обох країн є такі:

• спільне медіавиробництво за умов адаптації контенту для різних аудиторій;

• спільне онлайн-викладання й створення навчально-методичної літератури двома мовами;

• розвиток медіаплатформ студентських медіа обох ЗВО;

• проведення спільних наукових досліджень і публікація результатів;

• проведення спільних онлайн-заходів, лекцій і практичних занять тощо.

Американська освіта утримує лідерські позиції у світі у XXI ст. Розвиток взаємовигідної перспективної співпраці з провідними університетами США підвищуватиме конкурентоздатність української системи підготовки журналістів як невід'ємної частини європейського освітнього й медіаландшафту.

Історія університетської системи Меріленду сягає 1807 року, коли в Балтиморі було засновано Медичний коледж Меріленду, який згодом розширився і в 1812 р. став Мерілендським університетом. «У 1974 році Меріленд разом із сімома іншими штатами, переважно на півдні, подав плани щодо десегрегації своїх державних університетів; плани Меріленду були схвалені Міністерством охорони здоров'я, освіти та соціального забезпечення США» [1]. «Університетську систему Меріленду було створено в 1988 році в результаті злиття Університету Меріленду (UM) та Ради опікунів державних університетів і коледжів (BTSUC)» [2].

Сучасна університетська система Меріленду (USM) – дванадцята за величиною в США, де навчаються понад 170 тисяч студентів. Це державна університетська система, що складається з одинадцяти кампусів у Коледж-Парку, окрузі Балтимор, Балтиморі, Принцесс-Анн, Тоусоні, Солсбері, Боуї, Фростбурзі, Хагерстауні, Роквіллі, Кембриджі та Адельфі, а також чотирьох регіональних центрів вищої освіти, розташованих по всьому штату. Основна місія полягає у сприянні навчанню впродовж усього життя, заохоченні економічних інновацій і проведенні наукових досліджень, спрямованих на вирішення глобальних викликів.

У Мерілендському університеті почесно бути частиною академічної спільноти, яка за американською традицією визнає талісман у вигляді діамантової черепахи (Terps). Статус як студента, так і викладача передбачає певні права й обов'язки. Навчання є основною діяльністю студента в США, у якого інвестують духовні та матеріальні ресурси. Додаткова часткова зайнятість можлива, як правило, всередині кампусу й поза аудиторними заняттями. Посвідчення студента надає низку переваг:

• відвідування на пільгових умовах спортивних центрів кампусу;

• доступ до ресурсів бібліотек, науково-дослідних, інформаційно-розважальних центрів як окремих підрозділів, так і університету загалом;

• можливість безоплатного користування розгалуженою транспортною системою університету;

• участь у студентських організаціях, які провадять активну волонтерську, доброчинну, релігійну та іншу діяльність;

• користування центрами ментального здоров'я за потреби тощо.

Свобода вибору дисциплін передбачає насамперед відповідальність за відвідування й опанування обраних курсів. Значну кількість годин у навчальному плані відведено для самостійного опрацювання теоретичного матеріалу, який обговорюють на заняттях. Практичні заняття, яких майже 90 % від усього навчального плану, максимально наближені до реалій відповідної галузі.

У Коледжі журналістики Філіпа Меррілла студенти розвивають професійні навички випускових редакторів новин, журналістів, репортерів, операторів і продюсерів як справжні медійники в редакції Capital News Service (CNS) під час прямоефірного медіавиробництва. «В основі будь-якого інформаційного телерадіомовлення закладено вихід систематичних програм новин із метою інформування аудиторії про перебіг поточних подій у країні та світі» [3, с. 9].

Трансляції студентських передач CNS у мережі кабельного телебачення користуються великою довірою й популярністю серед місцевого населення штату Меріленд.

Під керівництвом директора, викладача й тележурналіста Мела Коффі студенти Коледжу обговорюють і затверджують редакційні завдання, виїжджають на зйомки, роблять прямі включення з місця події, працюють у команді та індивідуально над повним циклом телевізійного виробництва новин упродовж усього дня принаймні кілька разів на тиждень. Високий рівень забезпечення якісним технічним обладнанням, можливість опановувати нові навички в реальних умовах і постійно їх удосконалювати приваблюють усе більше абітурієнтів обирати журналістський фах. У Коледжі існують різні медіаплатформи для реалізації власних проєктів. Загальноуніверситетські медіа доступні для студентів усіх підрозділів.

Корпоративна культура в університеті базується на повазі до людських свобод і демократичних принципів. Представлення під час знайомства відбувається з обов'язковим озвученням ґендерної ідентичності людини у вигляді імен і займенників. Взаємодія з науковим керівником передбачає переважно письмову професійну комунікацію з увічливими формами звернення та чітко окресленими пріоритетами дослідження і співпраці. Попри чіткий тайм-менеджмент і систему планування роботи кожен підрозділ вирізняється гнучкістю.

Традиційною є система оцінювання, яка відбувається з обох сторін. Наприкінці кожного семестру викладач оцінює студента і навпаки. У другому випадку це відбувається анонімно, щоб уникнути упередженості, з метою вдосконалення викладання дисципліни в майбутньому.

Національне розмаїття американського суспільства формується ще за студентських років, оскільки ЗВО мають високий рівень інтернаціоналізації. «Університети США відіграють важливу роль у розвитку досліджень міжкультурної комунікації, надаючи іноземним студентам можливість презентувати власну культуру» [4, с. 6]. «При Мерілендському університеті активісти створили Асоціацію українських студентів, яка згуртувала навколо спільних людських цінностей також представників країн Балтії, Білорусі, Польщі та навіть Росії, які навчаються в США» [5, с. 194–195].

Незважаючи на мирне співіснування різних культур в американському суспільстві, проблема іноземної дезінформації та пропаганди все ще існує. Як стверджують Сара Оутс та Гордон Ніл Рамзі [6], це частково пов'язано з експлуатацією американської традиції свободи слова та відкритого характеру медіасистеми США. У їхній книзі «Seeing Red: Russian Propaganda and American News» проаналізовано роль російської та внутрішньої пропаганди в новинах США під час вторгнення Росії в Україну у 2022 році, а також те, як штучний інтелект може допомогти виявляти пропагандистські наративи в американських медіа [6].

«Унаслідок нав'язування міфів і стереотипів у межах російської дезінформації та пропаганди у свідомості американців і досі наявні численні

наративи, що базуються на підміні понять, маніпуляціях, неправдивих даних тощо. Багатьом американцям, які так патріотично пишаються своєю демократією і свободою слова, досі важко повірити й визнати, що тривалий час вони перебували в полоні неправди» [5, с. 195].

Підсумовуючи вищезазначене, можна зробити такі висновки:

1. Розвиток американо-української співпраці у вигляді спільних розробок і реалізації журналістських проєктів на рівні бакалаврських і магістерських програм дасть змогу налагодити інформаційно-комунікаційний зв'язок молодих поколінь із метою перспективної взаємодії на основі правди й перевірених фактів.

2. Спільне викладання, дослідження та висвітлення ключових наративів на медіаплатформах студентських медіа обох закладів зможуть подолати міфи й стереотипи, нав'язані дезінформацією. Отже, освітньо-дослідницька стратегія виступає ефективним інструментом налагодження міжнародної співпраці навчально-наукового інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка та Коледжу журналістики Філіпа Меррілла Мерілендського університету.

3. Для обміну професійним досвідом викладачі й дослідники впроваджуватимуть експериментально-новаторські методи навчання в сучасну журналістську освіту України й США.

Список використаних джерел

1. JBHE Chronology of Major Landmarks in the Progress of African Americans in Higher Education. *JBHE*. URL: https://www.jbhe.com/chronology/ (дата звернення: 14.11.2025).
2. University System of Maryland. Origin & Functions. *Maryland State Archives*. URL: https://msa.maryland.gov/msa/mdmanual/25univ/html/system.html (дата звернення: 14.11.2025).
3. Гресько О. Телерадіомовлення України в міжнародній комунікації. *Монографія*. Київ. Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет». 2016. 304 с.
4. Gresko O. Ukrainian contribution into the US intercultural communication. *Obraz. Scientific journal.* Sumy State University. 2025. № 2 (48). С. 6–12. DOI: https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.2(48)-6-12.
5. Гресько О. Україна в американському суспільстві: погляд зі Сполучених Штатів. *США: політика, суспільство, культура – 2025*: матеріали міжнародної наукової конференції. Київ, 6–7 березня 2025 р. Київ. / Київський національний університет імені Тараса Шевченка. 2025. С. 194–196.
6. Oates S., Ramsay G. Seeing Red. Russian Propaganda and American News. Oxford. Oxford University Press. 2024. 216 p.

Вікторія ІВАНОВА,
здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти.
Наукова керівниця:
Тетяна РОГОВА,
кандидатка наук із соціальних комунікацій, доцентка.
Факультет журналістики
Запорізького національного університету

ШІ-ТЕХНОЛОГІЇ У ВИРОБНИЦТВІ АУДІОКОНТЕНТУ

Штучний інтелект за останні роки перетворився на один із ключових інструментів не лише в промислових галузях, а й у медіасфері. Дослідження в галузі ШІ розпочалися у 1954 р., а вже за два роки відомий фахівець у галузі інформатики Дж. Маккарті запропонував визначення штучного інтелекту, відповідно до якого вивчення будь-якого питання має ґрунтуватися на припущенні, що кожен аспект навчання або особливість інтелекту може бути описана настільки точно, що з'являється можливість створення машини для такого моделювання [1, 16]. Таким чином у мережі з'явилася значна кількість ШІ-платформ, спрямованих на спрощення роботи медійників; виробництво аудіоконтенту не є винятком.

У створенні аудіоматеріалів ШІ-технології можуть допомагати у написанні сценаріїв, розробленні плану подкасту, формуванні вступу, ключових тез, переліку запитань для гостей, аналізі прослуховувань і наданні рекомендацій щодо тем, тривалості та стилю проєкту, а також у генерації заголовків і описів для постів у соціальних мережах. Для цього використовують такі платформи: Smodin Script Generator – для генерації сценаріїв за жанром, стилем і темою; Trebly – для створення аудіосценаріїв та інтеграції з голосовими моделями; за допомогою Squibler можна швидко створювати сценарії та сюжетні структури за наявними шаблонами.

Проєкт Listener.com – це платформа аналітики аудиторії на базі штучного інтелекту, створена для сучасних подкастів, мереж і видавництв. Розробник програми та автор подкасту *The Casey Adams Show* Кейсі Адамс під час презентації зазначив: «Те, що ми сьогодні називаємо "подкастом", виходить далеко за межі аудіо. Шоу тепер транслюються на YouTube, TikTok, Spotify, Apple та соціальних платформах, але дані, що стоять за ними, залишаються фрагментованими… Ми об'єднуємо дані про подкасти та соціальні мережі в одну зручну панель інструментів, надаючи подкастерам, агентствам і мережам повне уявлення про їхню аудиторію, ефективність та кросплатформне зростання» [2].

Серед вітчизняних проєктів із вивчення аудиторії варто виокремити платформу Content KIT, яка використовує алгоритми ШІ для аналізу специфіки обраної галузі, стилю комунікації та ціннісної пропозиції. На основі вивчення потреб і поведінки цільової аудиторії формується контент-стратегія, що відповідає її очікуванням, допомагаючи кріейторам залучати нову аудиторію та зацікавлювати спонсорів проєктів.

Що стосується платформ для редагування власне аудіозаписів, то серед них вирізняються Cleanvoice AI – для очищення аудіо (видалення шумів, слів-паразитів, довгих пауз і зайвих звуків); ElevenLabs – комплексний редактор, який дозволяє структурувати довгоформатні проєкти, призначати спікерів, синхронізувати аудіо й відео на часовій шкалі, додавати музику та звукові ефекти; інструменти платформи Podcastle.ai забезпечують багатодоріжковий запис, транскрипцію, редагування, перетворення тексту в мовлення, очищення звуку та створення подкастів; Kits AI поєднує голосову нейромережу й музичний генератор, що дозволяє створювати вокал, клонувати голоси та виробляти композиції студійної якості без професійного обладнання та звукорежисера.

Аудіоподкаст *The Joe Rogan AI Experience* повністю створений за допомогою штучного інтелекту; його автором є креативний директор студії візуальних ефектів і рекламного агентства в Сіднеї, відомий під псевдонімом Г'юго. Головною ідеєю проєкту було створення гіпотетичних розмов між ведучим і його гостями. Сценарій подкасту було написано за допомогою ChatGPT і згодом відредаговано автором для досягнення більшої природності діалогу. На роль ведучого кріейтор обрав стендап-коміка та подкастера Джо Рогана, використавши ШІ-платформу, здатну перетворювати текст у мовлення та клонувати голос на основі аудіофрагментів. Хоча перший голосовий клон було створено досить легко, автор тривалий час удосконалював його в наступних епізодах. Навіть після цього в окремих моментах інтонації звучали роботизовано або надто штучно [3].

Порівняння з оригінальним подкастом *The Joe Rogan Experience* демонструє, що голос, створений за допомогою ШІ-технологій, хоч і є дуже схожим, проте не передає повною мірою характеру та невимушеності ведучого. Діалоги виглядають надмірно ідеалізованими: бракує ефекту живого спілкування, емоційних відтінків, пауз і несподіваних реакцій. У реальному подкасті важливу роль відіграють невербальні сигнали (сміх, інтонаційні акценти, мовні збої), які у згенерованому варіанті відтворюються частково та виглядають штучно. Водночас перевагою такого формату є можливість у короткий проміжок часу створювати діалоги, які в реальності не могли б відбутися, наприклад інтерв'ю зі Стівом Джобсом. Це дає аудиторії уявлення про потенціал ШІ-технологій і відкриває простір для експериментів із форматами та сценаріями. Водночас існують ризики створення фейкового контенту, який складно відрізнити від оригіналу, тому в описі подкасту зазначено, що висловлені думки не відображають позицію Джо Рогана або його гостей [4].

У подкасті «Втрачені мелодії – знайдені історії» авторка Анжеліка Заставенко використала штучний інтелект для створення музичного оформлення. Текст пісні, що звучить у заставці та відбивці, було написано за допомогою ChatGPT і доопрацьовано відповідно до концепції проєкту, який фокусується на історіях внутрішньо переміщених осіб, що діляться власними переживаннями, пов'язаними з війною та вимушеним переселенням, а також пригадують музику, яка супроводжувала важливі моменти їхнього життя [5, 26]. Мелодію та вокальну партію створено за допомогою програми Suno. У фінальному варіанті музична

заставка вирізняється динамічністю, чистотою вокалу та гармонійним поєднанням з інструментальним супроводом, що робить її майже невідмінною від виконання людиною. Це є показовим прикладом того, як ШІ-технології можуть сприяти створенню якісного аудіоконтенту без наявності професійного обладнання.

Ще одним прикладом використання ШІ в аудіоконтенті є літературний подкаст «Голоси Розстріляного Слова» авторства Вікторії Іванової, виконаний у форматі сторітелінгу про життя письменників Червоного Ренесансу. Технології штучного інтелекту було застосовано як для створення логотипу подкасту за допомогою платформи Copilot від Microsoft, так і для оформлення цитат і фрагментів творів із використанням платформи Kits AI. Для записаних аудіофайлів добиралися жіночі та чоловічі голоси з відповідною тональністю й тембром. Недоліком цього процесу є те, що окремі голоси мали надмірно металеве звучання, через що потребували додаткового редагування під час монтажу [6, 33]. Водночас під час прослуховування готового продукту ці нюанси не перешкоджають сприйняттю загальної атмосфери й навіть сприяють створенню уявлення про автентичність голосів літераторів.

Застосування ШІ-технологій у створенні аудіоконтенту демонструє суттєвий прогрес у медіапрактиці XXI століття – від традиційного студійного підходу до гнучкого, доступного й частково автоматизованого процесу виробництва. Аналіз сучасних платформ засвідчує, що штучний інтелект здатний не лише вдосконалювати технічні аспекти (монтаж, озвучення, транскрипцію), а й активно долучатися до творчого процесу. Проаналізовані подкасти підтверджують, що ШІ може стати ефективним інструментом для кріейторів, які прагнуть експериментувати з форматами та наративами без використання професійного обладнання. Водночас важливо враховувати етичні й технічні виклики, пов’язані з використанням штучного інтелекту, зокрема ризики створення фейкового контенту, втрати емоційної автентичності та порушення авторських прав.

Список використаних джерел

1. Буглай Н., Візнюк І., Куцак Л., Поліщук А., Киливник В. Використання штучного інтелекту в освіті. *Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання в підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми*. Вінниця: ТОВ «Друк плюс», 2021. Вип. 59. **С. 14–22.**
2. Adams K. Introducing Listener.com: AI-Powered Listener Analytics for Modern Podcasts and Networks. *Listener.com.* 04.06.2025. URL: https://surl.li/ibilhm (дата звернення: 02.10.2025).
3. Khalid A. The Joe Rogan AI Experience shows how hard it is to replace a real podcaster. *The Verge.* 03.05.2023. URL: https://surl.li/rysrgt (дата звернення: 05.10.2025).
4. Joe Rogan AI. The Joe Rogan AI Experience. *Spotify.* URL: https://surl.lu/lcwcvw (дата звернення: 05.10.2025).
5. Заставенко А. Етика проведення інтерв’ю з внутрішньо переміщеними особами: кваліфікаційна робота бакалавра спеціальності 061 «Журналістика». Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2025. 70 с.
6. Іванова В. Літературні подкасти як простір для діалогу про українську ідентичність: кваліфікаційна робота бакалавра спеціальності 061 «Журналістика». Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2025. 66 с.

Богдан ІСАЄВ,
здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти.
Факультет психології, комунікацій та перекладу
Державного університету
«Київський авіаційний інститут»

ЄВРОПЕЙСЬКІ ПІДХОДИ ДО ПІДГОТОВКИ СПОРТИВНИХ ЖУРНАЛІСТІВ: УРОКИ ДЛЯ УКРАЇНСЬКОЇ ОСВІТИ

Підготовка спортивних журналістів у країнах Європейського Союзу характеризується системністю, орієнтацією на практичні компетентності та інтеграцією сучасних цифрових технологій у медіаосвіту. Європейські університети формують навчальні програми, що поєднують ґрунтовну теоретичну підготовку з постійною практикою у спортивних медіа, спортивних організаціях та міжнародних спортивних структурах. Такий підхід відповідає логіці компетентнісної парадигми освіти ЄС, визначеної в документах Bologna Process та European Qualifications Framework [1, с. 22].

В освітніх закладах Європи (Veikkausliiga School of Sports Journalism, University of Brighton, Deutsche Sporthochschule Köln, Universitat Pompeu Fabra та ін.) підготовка спортивних журналістів базується на модульному принципі. Особливе місце в освітніх програмах посідають дисципліни з медіаправа, етики спорту, спортивної аналітики, роботи з даними, репортажної майстерності та коментаторської техніки [2, с. 41]. Університети пропонують вибіркові навчальні блоки, що дозволяють студентам формувати власні освітні траєкторії – від спортивної статистики до спортивного паблік-рилейшнз і менеджменту спортивних медіа.

Суттєвою складовою підготовки є інтеграція міжнародних стандартів журналістської етики. Значну роль відіграють рекомендації European Journalism Training Association (EJTA), які визначають перелік базових професійних компетентностей: сумлінність, верифікація інформації, мультимедійність, фактчекінг та робота з великими масивами даних [3, с. 18].

Європейський досвід свідчить, що ефективний розвиток професійних компетентностей спортивних журналістів забезпечують тривалі стажування у редакціях спортивних телеканалів (ESPN Europe, Sky Sports, Eurosport), у спортивних федераціях (UEFA, FIBA, European Athletics), а також у професійних футбольних клубах, баскетбольних лігах та олімпійських комітетах. Практика зазвичай є обов’язковою складовою навчального плану й становить від 20 % до 40 % його загального обсягу [4, с. 63]. У межах стажувань студенти працюють над реальними сюжетами, аналітичними матеріалами та мультимедійними репортажами, що забезпечує високий рівень їхньої конкурентоспроможності на ринку праці.

Цифрові інструменти є ключовим елементом сучасної європейської журналістської освіти. Майбутні спортивні журналісти опановують подкастинг,

технології мобільної журналістики (MOJO), інтерактивну візуалізацію спортивної статистики, відеопродакшен, технології стримінгу, а також алгоритми роботи з базами спортивних даних Opta, WyScout та іншими.

У багатьох європейських університетах функціонують сучасні медіалабораторії, які відтворюють реальні умови роботи редакції. Вони оснащені студіями звукозапису, відеостудіями, програмним забезпеченням для нелінійного монтажу, що забезпечує студентам доступ до технологій, актуальних для сучасного ринку спортивних медіа [5, с. 57].

В Україні до основних проблем, які гальмують розвиток спеціалізації спортивної журналістики, належать недостатній рівень практичної підготовки, обмежене технічне забезпечення університетських медіацентрів, недостатня інтеграція цифрових компетентностей, зокрема роботи з даними та спортивною аналітикою, а також обмежені можливості міжнародної мобільності студентів через фінансові й організаційні чинники.

Основними напрямами модернізації української системи підготовки спортивних журналістів є посилення практичної складової навчальних планів через формування системних партнерств зі спортивними клубами, федераціями, лігами та редакціями спортивних медіа; розвиток цифрових компетентностей шляхом упровадження курсів із мультимедійного сторітелінгу, спортивної аналітики, VR/AR у спортивних трансляціях, подкастингу та лайв-стримінгу; модернізація технічної бази університетів; інтернаціоналізація освіти через участь у програмах Erasmus+, спільних дослідницьких проєктах і студентських обмінах; упровадження стандартів етичної спортивної журналістики, зокрема у висвітленні тем допінгу, ставок на спорт, корупційних ризиків, прав спортсменів і гендерної рівності.

Європейські підходи до підготовки спортивних журналістів вирізняються високою технологічністю, практичністю та гнучкістю. Для України інтеграція цих підходів означає не лише модернізацію освітнього процесу, а й підвищення якості національного медіапростору. Розбудова сучасної системи освіти у сфері спортивної журналістики сприятиме формуванню професійних кадрів, здатних ефективно працювати в умовах цифрової трансформації, глобальної конкуренції та стрімкого розвитку спортивної індустрії.

Список використаних джерел

1. Changing Sports Journalism Practice in the Age of Digital Media. *Edited by R. Boyle.* London: Routledge, 2021. 200 p.
2. Rowe D. Sport, Media and Society. London: Sage, 2019. 288 p.
3. European Journalism Training Association. Principles and Competencies for Journalism Education. Brussels, 2020. 45 p.
4. Hutchins B., Boyle R. Digital Media and Sport: Technology, Power and Culture in the Network Society. New York: Routledge, 2017. 230 p.
5. Hutchins B. Sport Beyond Television: The Internet, Digital Media and the Rise of Networked Media Sport. New York: Routledge, 2020. 198 p.

Наталя КОДАЦЬКА
кандидатка соціологічних наук, доцентка.
Факультет управління
Університету митної справи та фінансів

ПРАКТИКА РЕАЛІЗАЦІЇ ОСВІТНІХ ПРОГРАМ З ЖУРНАЛІСТИКИ У ВІЛЬНЮСЬКОМУ УНІВЕРСИТЕТІ

Сучасні трансформації медіапростору, зростання інформаційних загроз та швидкі зміни медіаринку зумовлюють необхідність оновлення підходів до професійної підготовки журналістів у закладах вищої освіти. У цих умовах дедалі більшої актуальності набуває вивчення та інтеграція міжнародного досвіду, який демонструє успішні моделі поєднання академічності, практичної спрямованості та цифрової компетентності майбутніх фахівців. Осмислення зарубіжних освітніх підходів допомагає визначити сфери перетину та спільні орієнтири, що можуть бути впроваджені в українську систему журналістської освіти з метою забезпечення її конкурентоспроможності, зміцнення професійних стандартів, розширення можливостей практичної підготовки та міжнародної співпраці.

У цьому контексті важливим є аналіз досвіду провідних закладів вищої освіти Європи, зокрема Вільнюського університету, який успішно реалізує сучасні програми з журналістики та комунікацій, орієнтовані на мультимедійність, галузеву інтеграцію та розвиток дослідницької складової. Факультет комунікацій Вільнюського університету позиціонується як один із провідних освітніх і дослідницьких центрів у Північно-Східній Європі, що поєднує академічну традицію з інноваційними підходами до підготовки журналістів.

Факультет комунікацій впроваджує освітні програми, які відповідають національним і європейським стандартам вищої освіти, поєднуючи бакалаврські та магістерські курси в галузі журналістики, медіа та інформації. Стратегічний план факультету відображає такі пріоритети, як розвиток практичної підготовки, міждисциплінарність, цифровізація навчання та міжнародна мобільність. Документ містить конкретні заходи й індикатори виконання, що свідчить про системний підхід до модернізації освітнього процесу.

Актуальні освітні програми поточного навчального року охоплюють бакалаврський, магістерський та докторський рівні вищої освіти. Бакалаврські програми, представлені на офіційному сайті факультету комунікацій, включають: Innovative Communication and Entrepreneurship (інноваційна комунікація та підприємництво) – міжнародну англомовну програму; Journalism (журналістика), спрямовану на підготовку фахівців для роботи в традиційних і сучасних медіа, редакціях та інформаційних агентствах; Creative Communication (креативна комунікація), що охоплює напрями креативних медіа, культурної комунікації, організації подій і творчого продакшну; Publishing and Advertising (видавнича

справа та реклама), орієнтовану на видавничу й рекламну діяльність; Business Information Management (управління інформаційними послугами), що передбачає роботу з інформаційними системами, сервісами, базами даних та інформаційними технологіями в комунікаційному середовищі.

На факультеті також реалізується низка магістерських програм, зокрема: International Communication (міжнародна комунікація), що викладається литовською та англійською мовами і спрямована на формування компетентностей у сфері міжнародної, міжкультурної, корпоративної та кризової комунікації; Analytical Journalism (аналітична журналістика), орієнтована на підготовку журналістів-розслідувачів і фахівців з data-журналістики; Management of Information Systems (управління інформаційними системами); Communication Sciences (комунікаційні науки) – теоретико-дослідницька програма; Media and Digital Publishing (медіа та цифрове видавництво); Public Relations (зв'язки з громадськістю); Knowledge Management and Leadership (управління знаннями та лідерство).

Крім того, факультет комунікацій Вільнюського університету пропонує докторські програми з комунікаційних та інформаційних наук, тематика яких охоплює стратегічну комунікацію, інформаційну поведінку, пропаганду та суміжні напрями.

Навчальні плани факультету передбачають поєднання теоретичних курсів (медіатеорія, медіаправо, етика) з інтенсивною практичною складовою: практикоорієнтованими заняттями, newsroom-проєктами, виробництвом мультимедійного контенту. Опис курсів і очікувані результати навчання підтверджують спрямованість на формування практичних навичок і критичного мислення студентів, що забезпечує підготовку випускників до роботи в різних форматах сучасних медіа.

Однією з характерних особливостей Вільнюського університету є наявність університетських медіаініціатив і лабораторій, у межах яких студенти виконують функції практиків newsroom: виробляють новинні матеріали, готують аналітичний контент, опановують процеси редагування та публікації. Така вбудована практика дозволяє інтегрувати професійні стандарти в навчальний процес і створює безпечне середовище для розвитку професійних навичок під наставництвом викладачів і практиків.

Значна увага в освітніх програмах приділяється цифровій журналістиці, зокрема мобільній журналістиці, роботі з даними, фактчекінгу, SMM та кросплатформеному продакшну. Практичний характер підготовки посилюється завдяки активній співпраці з редакціями, журналістами та продюсерами через гостьові лекції, майстер-класи, спільні проєкти й стажування.

Факультет комунікацій підтримує дослідницьку активність студентів і викладачів: функціонують наукові центри та лабораторії, регулярно проводяться конференції, результати досліджень публікуються у фахових виданнях. Поєднання наукової роботи й освітнього процесу сприяє оновленню навчального контенту та залученню студентів до досліджень.

Вільнюський університет активно підтримує програми академічної мобільності, міжнародні літні школи та спільні проєкти з європейськими партнерами. Міжнародна мобільність сприяє розширенню світогляду студентів, підвищенню мовної компетентності та ознайомленню з різними професійними стандартами. Також впроваджено систему оцінювання ефективності освітніх програм і процедуру їх щорічного перегляду відповідно до змін ринку праці та технологічних трендів.

На основі проведеного аналізу освітніх програм факультету комунікацій Вільнюського університету можна виокремити практики, релевантні для української системи журналістської освіти: співпраця з представниками медіаіндустрії, розвиток міжнародної мобільності, залучення студентів до дослідницьких проєктів і конференцій. Доцільним є впровадження newsroom-моделі, розвиток курсів цифрової журналістики та активніше використання програм обміну для підвищення якості освіти.

Практика реалізації освітніх програм з журналістики у Вільнюському університеті демонструє ефективну модель поєднання академічної підготовки з інтенсивною практичною діяльністю, науковими ініціативами та міжнародною відкритістю. Адаптація цього досвіду в українських закладах вищої освіти сприятиме підвищенню якості підготовки фахівців у сфері масової комунікації та зміцненню стійкості медіапрофесії в умовах сучасних трансформацій.

Список використаних джерел

1. Vilnius University Faculty of Communication. URL: https://www.kf.vu.lt/en (дата звернення: 23.11.2025).
2. Plan for Implementing Vilnius University's Strategy for 2021–2025. *Vilnius University Faculty of Communication.* URL: https://www.kf.vu.lt/dokumentai/documents/ENG/KFs_Plan_for_implementing_VU_strategy_20212025.pdf (дата звернення: 23.11.2025).
3. Course Unit Description. Media and Information Literacy. *Vilnius University*. URL: https://www.vu.lt/ind/files/am$lpd_adm_app.public_view_lpd_sandasp_sarasas_id%3D37FB2FDB57B7E38B0A4C762ECA45992559B4489B96FB73FF.pdf (дата звернення: 23.11.2025).
4. Populism in National and Global Media. *Centre for Journalism and Media Research*. URL: https://populism.kf.vu.lt (дата звернення: 23.11.2025).
5. Studies in Lithuanian. *Vilnius University Faculty of Communication*. URL: https://www.kf.vu.lt/en/studies/studies-in-lithuanian (дата звернення: 23.11.2025).

Галина ЛОЗА,
кандидатка наук із соціальних комунікацій, доцентка.
Відкритий міжнародний університет
розвитку людини «Україна»

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ДОСТУПНОСТІ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ

Сьогодні штучний інтелект (ШІ) може виконувати безліч функцій і активно інтегрується в наукову сферу, зокрема у процес підготовки дисертацій, статей та кваліфікаційних робіт. Він аналізує великі обсяги даних, допомагає знаходити релевантні джерела та систематизувати їх, а за заданою тематикою може створювати тексти й короткі анотації. Сервіси ШІ редагують і перекладають тексти різними мовами, допомагають виправляти помилки та покращують стиль. Деякі мовні моделі здатні генерувати текст, формулювати ідеї, пропонувати логічну структуру статті та навіть спрощувати складні наукові концепції. Провідні видавництва, зокрема Elsevier, Springer, Wiley, Taylor & Francis, Nature та Science, оновили свої редакційні політики. Водночас бездумне використання ШІ порушує етичні норми, знижує наукову цінність роботи, стирає межу між допоміжним інструментом і проявами академічної недоброчесності, а також створює проблеми під час перевіряння оригінальності. Матеріали, повністю згенеровані ШІ, можуть бути відхилені редакціями та розцінені як плагіат. Тому автори мають чітко вказувати, на якому етапі підготовки використовували ШІ: він не є співавтором, не несе наукової відповідальності та не гарантує оригінальності тексту [1].

У сучасному світі ШІ стає популярнішим і впливовішим, оскільки здатен підвищувати продуктивність, безпеку та підтримувати інновації в різних сферах. Серед переваг і можливостей доступності інструментів ШІ варто відзначити простоту використання, можливість застосування без спеціальних знань і потужних обчислювальних ресурсів, відносно низькі витрати, здатність розпізнавати звуки, образи й мову, допомагати в навчанні, генерувати ідеї та проєкти, підтримувати бізнес і розвиток талантів тощо.

Серед інструментів – інтелектуальний помічник Copilot, який використовує GPT-4 і Bing Search, надає інформацію, генерує творчий та інноваційний контент, допомагає оптимізувати тексти й комунікацію різними мовами.

Для швидких і точних перекладів на основі нейронних мереж і машинного навчання широко застосовують Google Translate – безкоштовний сервіс, що перекладає тексти, зображення та вебсторінки більш ніж 100 мовами і має функції режиму розмови, камери, рукописного введення та офлайн-доступу, що полегшує використання в різних умовах.

Онлайн-платформа Canva пропонує інтуїтивний інтерфейс, який дозволяє створювати професійні та креативні дизайни без спеціальних навичок і складного програмного забезпечення: користувачі можуть обирати шаблони,

шрифти, елементи, кольори й ефекти, використовувати персоналізовані рекомендації, покращувати якість зображень, генерувати текст, створювати логотипи, постери, презентації, візитівки, інфографіку, відео та анімацію [2].

Водночас важливо розуміти принципи роботи сучасних мовних моделей. ШІ не є «розумом» у звичному сенсі, не є живою істотою, а функціонує як система математичних алгоритмів, що оперує «токенами» (літерами, частинами слова, словами, словосполученнями або наборами символів). Алгоритми працюють з векторами в багатовимірному просторі, що дає змогу встановлювати зв'язки між значеннями слів і фраз. Типовий процес виглядає так: формується запит, система перебирає можливі комбінації токенів і генерує відповідь, максимально наближену за змістом до запиту. Якість результатів значною мірою залежить від того, наскільки чітко сформульовано промпт: що саме потрібно отримати, які обмеження застосувати, яку інформацію надати. Кожна взаємодія з моделлю формує нові дані для її подальшого удосконалення. Можливим є й створення власної бази знань для ChatGPT шляхом завантаження статей, стандартів, довідкових матеріалів, словників і глосаріїв. У такому разі система насамперед спиратиметься на зібрану користувачем базу, а далі уточнюватиме відповідь через зіставлення контекстів [3].

Часто користувачі ототожнюють ШІ та ChatGPT, однак ChatGPT – лише одна з моделей. Сьогодні існують сотні мовних моделей (LLM), які розпізнають і генерують текст. Серед них – ChatGPT (OpenAI), Claude (Anthropic), Perplexity та інші. Окремо розвиваються вузькоспеціалізовані моделі для математичних, технічних, філологічних та інших завдань [3].

Особливістю розвитку ШІ є те, що сучасні моделі не мають емпатії та ціннісних орієнтирів, які дозволяли б відрізняти «погану» інформацію від «хорошої». Тому важливо навчати системи працювати з перевіреною інформацією та вибудовувати запобіжники, аби мінімізувати ризики. Це стосується, зокрема, обмеження дитячого контенту, відстеження небезпечних порад (наприклад, щодо самогубства) та інших деструктивних відповідей. Якщо система не має достатніх даних для відповіді, коректною практикою є налаштування інструкції, за якої ШІ прямо повідомляє про обмеженість інформації або про те, що припускає, а не стверджує [3].

У публічному дискурсі 2025 року ШІ позиціонується як тренд, пов'язаний із поширенням відкритих рішень та інтеграцією моделей у мобільні пристрої й комп'ютери. Провідні технологічні компанії, зокрема OpenAI, Google, Meta та Microsoft, розвивають великі мовні моделі. Паралельно триває вдосконалення відкритих моделей, зокрема лінійки Llama, алгоритми й методи навчання яких постійно оновлюються [4].

Сучасні дослідники також фіксують обмеження ШІ. Зокрема, звертають увагу на проблеми з визначенням часу за зображенням годинника або з визначенням дня тижня для заданої дати. Під час тестування мультимодальних моделей рівень помилок у завданнях, пов'язаних із календарем і часом, залишався значним, що підкреслює ризики надмірної довіри до результатів, отриманих за допомогою ШІ, і необхідність людського контролю [5].

Водночас ШІ дедалі частіше використовується як персональний радник у повсякденних практиках: молодь сприймає його як своєрідну «операційну систему» для роботи з файлами, джерелами інформації та складними запитами, тоді як старші користувачі нерідко розглядають такі моделі як удосконалену пошукову систему [6].

Отже, ШІ здатен оперувати великими обсягами контексту, що потенційно розширює можливості збереження та оброблення інформації. У перспективі такі системи можуть глибше інтегруватися в науковий і навчальний процес, що впливатиме на сценарії розвитку наукової комунікації.

Список використаних джерел

1. Академія статей. 2025. URL: https://a-articles.com/ (дата звернення: 23.11.2025).
2. Доступність інструментів штучного інтелекту для кожного. *Brand story*. 2025. URL: https://brandstory.com.ua/kejsy/dostupnist-instrumentiv-stucnogo-intelektu-dla-koznogo (дата звернення: 23.11.2025).
3. Онищенко О. Як працює штучний інтелект і чому він лише вдає, що нас розуміє. *Дзеркало тижня*. 2025. URL: https://zn.ua/ukr/TECHNOLOGIES/jak-pratsjuje-shtuchnij-intelekt-i-chomu-vin-lishe-vdaje-shcho-nas-rozumije.html (дата звернення: 23.11.2025).
4. Die KI-Trends für das Jahr 2025. *DSGVO: Digitaler Datenschutz & KI.* URL: https://dr-dsgvo.de/die-ki-trends-fuer-das-jahr-2025 (дата звернення: 23.11.2025).
5. Неволін А. ШІ не може впоратися з одним завданням, яке здається елементарним людині. *T4.com.ua.* 2025. URL: https://t4.com.ua/tech/shi-ne-mozhe-vporatysya-z-odnym-zavdannyam-yake-zdayetsya-elementarnym-lyudyni/ (дата звернення: 23.11.2025).
6. Неволін А. Ідеальна пам’ять з ціною приватності: OpenAI озвучила бачення майбутнього ChatGPT. *T4.com.ua*. 2025. URL: https://t4.com.ua/tech/idealna-pamyat-z-czinoyu-pryvatnosti-openai-ozvuchyla-bachennya-majbutnogo-chatgpt/ (дата звернення: 23.11.2025).

Юлія НЕСТЕРЯК,
кандидатка наук із соціальних комунікацій, доцентка.
Вячеслав РЯБІЧЕВ,
кандидат фізико-математичних наук, доцент.
Ксенія ВАСИЛЕНКО,
кандидатка наук із соціальних комунікацій.
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка,

ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ ЛОКАЛЬНИХ І ГІПЕРЛОКАЛЬНИХ МЕДІА В КОНТЕКСТІ РЕФОРМИ МІСЦЕВИХ МЕДІА В УКРАЇНІ

Увага до розвитку локальних медіа зумовлена кількома факторами. По-перше, важливістю їхньої участі у налагодження комунікації місцевої громади із владою та задоволення інформаційних потреб місцевих мешканців. Місцеві ЗМІ є надзвичайно ефективним інструментом інформування та спілкування з місцевою громадою. Вони мають сильний вплив і мають особливу силу соціального впливу. Тому вони сприймаються як фактор інтеграції, формування соціальної довіри, необхідний для створення та підтримки культурної ідентичності (Wróblewski, 2021). По-друге, тенденцією зростання довіри до місцевих, а не загальнонаціональних видань. По-третє, місцеві медіа в Україні пройшли процес роздержавлення, започаткований у 2016 році прийняттям Закону України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації». Зрештою адміністративно-територіальна реформа , що дозволила сформувати відповідно до положень Європейської хартії місцевого самоврядування значний дієвий і спроможний інститут місцевого самоврядування на базовому рівні – об’єднані територіальні громади (ОТГ), стала новим викликом для реформованих (денаціоналізованих) локальних медіа. Нові ОТГ в умовах децентралізації виявилися здебільшого не готові долучатися до підтримки місцевих медіа. А з ліквідацією районних рад та адміністрацій редакції втратили хай невеликі, але стабільні джерела фінансування у вигляді оплати за висвітлення діяльності цих органів.

Створення і розвиток гіперлокальних медіа є однією з основних тенденцій сучасного світового, зокрема європейського, медіа-ринку. Серед перших, хто зробив спробу визначити поняття гіперлокальних засобів масової інформації, був некомерційний фонд Nesta, який у дослідженні британського ринку гіперлокальних медіа зазначив, що «гіперлокальні медіа – це онлайн-засоби масової інформації, контент яких стосується того, що відбувається в межах кількох невеликих географічних ареалів та розповсюджується в межах цих територій для їх мешканців» (Redcliffe, 2013).

Початковими причинами виникнення і розвитку гіперлокальних медіа стали зміни в інформаційному просторі, викликані геополітичними та

економічними змінами, а також поширенням і впровадженням інформаційно-комунікаційних технологій. Серед таких змін слід відзначити збільшення інформаційних потоків та джерел інформації, комерціалізацію медіа, трансформацію структури інформаційного та рекламного споживання, фрагментацію аудиторії, падіння тиражів друкованих ЗМІ та зменшення надходжень від реклами, а отже, виникнення економічних труднощів у медіа, особливо в місцевих, та їх закриття. До перелічених причин додаються труднощі, спричинені карантинними обмеженнями, що викликані COVID-19. Медіаконсультант Джим Чішолм (Jim Chisholm) наголошує, що нові можливості локальних і гіперлокальних медіа мають розглядатися в контексті того, що традиційні друковані ЗМІ втрачають свою привабливість як для споживачів, так і для рекламодавців. Тому виходом із кризи, в яку потрапили місцеві видання, може бути їх подальший розвиток на цифрових платформах з перспективою перетворення на гіперлокальні ЗМІ.

На думку дослідників Кардіфського університету (Велика Британія), гіперлокальна журналістика, або журналістика спільнот (community journalism or hyperlocal journalism), – це журналістика, яка продукує новини локального характеру (з маленького географічного простору: міста, передмістя, селища, вулиці тощо) й призначена для аудиторії, об'єднаної спільним інтересом (місцем проживання, захопленням, професією, сферою інтересів тощо). Науковці відзначають, що найчастіше гіперлокальні медіа мають як мережний, так і друкований варіанти, залежно від потреб та інтересів аудиторії, на яку вони розраховані. Окрім того, такі засоби масової інформації активно залучають до свого створення представників спільноти, що є потенційними споживачами інформаційного продукту (Radcliffe,2018).

Фінансова стійкість місцевих видань гарантує їм редакційну незалежність і сприяє належному виконанню наглядової функції, забезпечуючи демократичний розвиток місцевих спільнот.

В умовах медіа- та адміністративно-територіальної реформ Україні локальні та гіперлокальні медіа забезпечують комунікацію між владою та громадою, разом з тим задовольняючи інформаційні потреби громадян та підвищуючи їхню залученість у процес управління громадою. Паралельно з цим розвиток локальних ЗМІ трансформує місцеві рекламні ринки, видозмінює формати реклами (збільшення частки нативної реклами), залучаючи кошти до розвитку незалежних медіа.

Забезпечення фінансової стабільності локальних, в тому числі й гіперлокальних медійних проєктів – запорука розширення доступу громадян до високоякісних новин та інформації. Вибір бізнес-моделі для ЗМІ – ключове питання, від якого залежить не тільки його фінансова стабільність і успішність, а й філософія ЗМІ, його зміст і навіть способи подачі контенту.

Враховуючи характерні риси локальних, та гіперлокальних медіа й досвід їхньої діяльності в Україні можна припустити, що найбільш придатною моделлю для них є краудфандинг, підвидами якого є клубна модель (модель членства), gift-краудфандинг, оскільки вони засновані на залученні аудиторії (спільноти) до

фінансування медіа. Вивчення діяльності локальних медіа підтвердило особливий тип краудфандингу, характерний для України – краудфандинг для розвитку громад (community-enhancing crowdfunding), що максимально залучає доброчинця до позитивних зрушень у громаді та суспільстві. Залучення коштів у взаємодії з аудиторією відбувається також за рахунок підписки та пожертв. Вивчення досвіду українських локальних медіа продемонструвало тенденцію заміни моделі підписки моделлю членства, що сприяє налагодженню двосторонніх стосунків між медійною організацією та її аудиторією.

Спілкування із аудиторією має ще не використаний потенціал для розвитку. Скажімо, локальним та гіперлокальним медійним проєктам варто більшою мірою залучати споживачів до створення контенту, до вирішення місцевих проблем та генерування нових ідей щодо поліпшення життя спільноти. Створення спільноти довкола місцевих медіа може відбуватися також за рахунок організації заходів та іншої івент-діяльності редакцій. Причетність споживачів до створення медійного контенту та іншої діяльності редакції підвищує довіру до медіа й мотивує підтримувати його.

Поглибленню довіри до локальних медіа сприяє також модель якісної журналістики. Локальна аудиторія вкрай зацікавлена у якісному контенті, що відображає реалії місцевого життя й забезпечує достатню інформаційну підтримку прийняття рішень.

Актуальними у структурі фінансування локальних ЗМІ в Україні залишається грантова та мікрогрантова підтримка, а також використання платформ фінансової підтримки громадян, таких, як Patreon.

Існування в українському медійному просторі мереж гіперлокальних медіа, об’єднаних під одним брендом, підкреслює актуальність моделі «економіки спільного споживання» (Cook, Bakker, 2013, pp. 41–42), що полягає у розвитку формального та неформального партнерства.

Згідно з дослідженням (Nesteriak, Yu., Ryabichev, V., 2022) мета ефективної бізнес-моделі для українських медіа – поєднати бізнес-цінності з цінностями споживачів та їхніми потребами із врахуванням ключових сервісів (продуктів та послуг), ресурсів, ключових процесів, інформаційних потоків, структури витрат та джерел доходів, здатних забезпечити стабільний розвиток і незалежність редакційної політики медіа.

Список використаних джерел

1. Cook C., Bakker P., *Viable, Sustainable or Resilient? Understanding the hyperlocal business ecosystem*, Nordicom Review, Vol. 40, nr 2, 2013, pp. 31–49
2. Redcliffe D., (2013) *Here and now: UK Hyperlocal Media today*, 30.10.2013, Nesta, https://www.nesta.org.uk/report/here-and-now-uk-hyperlocal-media-today/, 23.11.2021.
3. Radcliffe D., (2018), *Hiperlical Success,* 15.06.2018, FutureLearn, https:// ugc.futurelearn.com/uploads/files/ec/43/ec 4307d8- 6a57-463b-8683-8cb6b4186a6f/5.2_Hyperlocal_success. pdf, 23.01. 2020.
4. Wróblewski P., *XXX Forum Ekonomiczne 2021. Przyszłość należy do mediów lokalnych*, 10.02. 2021, “Strefa Biznesu”, https://bit.ly/3oKYrbw, 01.09.2025.
5. Nesteriak, Yu., & Ryabichev, V. (2022). *Business Models of Local and Hyperlocal Media During Local Mass Media Reforms in Ukraine*. Central European Political Studies, (3), 125-144. https://doi.org/10.14746/ssp.2022.3.6

Юрій НЕСТЕРЯК
доктор наук з державного управління, доцент
Київський національний університет
будівництва і архітектури

СУСПІЛЬНЕ МОВЛЕННЯ УКРАЇНИ: ВІДДЗЕРКАЛЕННЯ ЗАРУБІЖНОЇ МОДЕЛІ

Існування Публічного мовника – один із показників демократичності суспільства. Та йдеться про Публічного мовника, який існує не лише на папері, але й є в публічному просторі. Бо російський канал ОРТ, який, як і державне телебачення РФ, обслуговує виключно путіна та служить його інтересам.

Розмови про необхідність створення суспільного мовлення почалися в Україні ще в 90-х роках XX століття. У листопаді 1997 р. набув чинності прийнятий Верховною Радою України Закон «Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України», у якому Суспільне мовлення задекларованe як «телерадіоорганізація зі статусом єдиної загальнонаціональної неподільної і неприбуткової системи масової комунікації, яка є об'єктом права власності Українського народу».

Після обговорення понад двадцять років, 17 квітня 2014 р. Верховна Рада України ухвалила Закон «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України». 7 квітня 2015 р. під час урочистої презентації Суспільного мовлення в Мистецькому Арсеналі в Києві Президент України Петро Порошенко в прямому ефірі підписав Закон «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України». 19 січня 2017 р. зареєстровано Публічне акціонерне товариство «Національна суспільна телерадіокомпанія України». Його засновник – держава в особі Кабінету Міністрів України. Статутний капітал становив 2,54 млрд гривень. ПАТ «НСТУ» – правонаступник Національної телерадіокомпанії України, створеної 1995 р.

Створення Суспільного було зобов'язанням України перед Радою Європи та ЄС у рамках Угоди про асоціацію. Суспільне мовлення – наймолодший публічний мовник у Європі. Від початку реорганізації минуло лише 8 років. Суспільне мовлення пройшло важкий і складний шлях від державної організації радянського зразка до достатньо сучасної компанії.

Модель фінансування Суспільного ґрунтується на двох основних джерелах: бюджетному фінансуванні та власних надходженнях. Держава гарантує виділення коштів у Державному бюджеті в розмірі не менше ніж 0,2 % видатків загального фонду за попередній рік. Додаткові надходження складаються з продажу власної продукції, плати за використання авторських прав та інших джерел.

За перший рік існування Суспільного мовлення близько 60 % українців довіряли новинам на телеканалах, радіостанціях і сайтах Суспільного – це була найбільша довіра до новин серед інформаційних медіа України. UA: ПЕРШИЙ –

загальнонаціональний інформаційний телеканал – був оцінений фокус-групами як найбільш незаангажований та неолігархічний.

Від початку повномасштабного вторгнення Суспільне стало співзасновником національного телемарафону «Єдині новини», який об'єднав провідні українські телеканали. З 21 травня 2024 року Суспільне мовлення вийшло з телемарафону «Єдині новини» і відновило власне новинне мовлення на Першому каналі. Проте телекомпанія продовжила обмінюватися контентом з іншими учасниками телемарафону.

Під час війни Суспільне мовлення України відіграє ключову роль у збереженні інформаційної безпеки, єдності та довіри суспільства. У період, коли інформаційний простір сповнений дезінформацією та пропагандою, Суспільне залишається надійним джерелом перевірених фактів, працюючи за принципами неупередженості, достовірності та балансу думок.

За словами очільника Держкомтелерадіо Олега Наливайка, понад 35 % українців щотижня споживають новини Суспільного, 80 % довіряють цим новинам. Щомісяця фіксується 4,6 мільйона унікальних користувачів сайту «Суспільне медіа», 110 мільйонів щомісячних переглядів на YouTube. За перше півріччя 2025 року 1221 відеоматеріал поширено в рамках співпраці з Європейською мовною спілкою [1].

Окрім внутрішньої ролі, Суспільне стало голосом України на міжнародній арені. Через англомовні платформи та співпрацю з Європейською спілкою мовників (EBU) воно доносить світові правду про війну, сприяє формуванню позитивного образу України як демократичної держави, що бореться за свободу й людську гідність.

«З початку повномасштабного вторгнення Суспільне активно допомагає суспільним мовникам у Європі достовірно висвітлювати війну в Україні – надаючи новини, аналітику та розслідування. Завдяки їхній підтримці та підтримці членів з усього континенту ми змогли поділитися з суспільними редакціями понад 13 тис. новин після вторгнення», – наголошує генеральний директор Європейської мовної спілки Ноель Карран [2].

18 листопада 2025 року під час удару по Дніпру російські безпілотники зруйнували будівлю регіональної редакції «Суспільне Дніпро» та інформаційну кімнату Українського радіо. Після атаки РФ на редакцію Суспільного у Дніпрі Європейський Союз оголосив про підтримку незалежних українських медіа на суму 3 млн євро – повідомила посолка Європейського Союзу в Україні Катаріна Матернова [3].

Суспільне не лише підвищує довіру української аудиторії, а й здобуває визнання на міжнародному рівні. У жовтні 2025 року у Варшаві журі оголосило переможців 5-го Міжнародного телефестивалю «Серце Європи». Два проєкти Суспільного отримали срібні нагороди – документальний фільм «Вакансія: людина» та подкаст «UNZIP». «Серце Європи» – міжнародний телефестиваль і форум, який проводиться з ініціативи польського мовника Telewizja Polska та об'єднує суспільні мовники із Центральної та Східної Європи, пропонуючи широку вітрину найновішого телевізійного контенту.

Тож перспективи розвитку Суспільного в Україні пов'язані з посиленням його ролі як надійного джерела перевіреної інформації, розширенням мультиплатформенного контенту та укріпленням фінансової незалежності. З фінансової точки зору пріоритетом є диверсифікація доходів через власну продукцію, авторські права, абонентську плату та інші джерела, що дозволить зменшити залежність від державного бюджету та забезпечити стабільність у кризових умовах [4]. Залучення аудиторії, побудова спільноти – це шлях до ефективної бізнес-моделі, здатної забезпечити фінансову незалежність Суспільного мовника.

Мета Суспільного мовлення – висвітлювати новини в кожному куточку України та мати своїх кореспондентів у громадах. Задля цього у 2021 році розпочався проєкт пошуку кореспондентів серед активних мешканців громад, які проходять безплатне навчання з журналістики, а найкращі стають кореспондентами Суспільного.

Гіперлокальна мережа кореспондентів до кінця 2025 року має охопити всі регіони України (крім тимчасово окупованих територій). Розпочато створення навчального курсу з мультимедійної журналістики спільно з платформою Prometheus. Записано 72 лекції від тренерів та отримано 6 лекцій від шведських колег з Офісу медіарозвитку Шведського радіо.

Список використаних джерел

1. Під час повномасштабного вторгнення саме реформовані медіа надійно захищають інформаційний простір країни, Олег Наливайко. *Урядовий портал.* 2025. URL: https://www.kmu.gov.ua/news/pid-chas-povnomasshtabnoho-vtorhnennia-same-reformovani-media-nadiino-zakhyshchaiut-informatsiinyi-prostir-krainy-oleh-nalyvaiko (дата звернення: 23.11.2025).
2. Зберегти Суспільне та забезпечити його фінансування, міжнародні партнери. *Суспільне Мовлення.* 2023. URL: https://corp.suspilne.media/newsdetails/8691/ (дата звернення: 23.11.2025).
3. Кацімон О. В ЄС запустили підтримку українських медіа на 3 млн євро після атаки РФ на редакцію Суспільного у Дніпрі. *Суспільне Новини*. 2025. URL: https://suspilne.media/1167986-v-es-zapustili-pidtrimku-ukrainskih-media-na-3-mln-evro-pisla-ataki-rf-na-redakciu-suspilnogo-u-dnipri/ (дата звернення: 23.11.2025).
4. Програма розвитку АТ «НСТУ» на 2025–2029 роки. *Суспільне Мовлення*. 2025. URL: https://corp.suspilne.media/wp-content/uploads/2025/04/chernotyczkyj-mykola-programa-rozvytku-at-nstu-2025-2029.pdf (дата звернення: 23.11.2025).

Тетяна ПОЛІЩУК,
старший викладач кафедри реклами
та зв'язків з громадськістю,
Факультет журналістики
Київського столичного університету
імені Бориса Грінченкам

ПРАКТИКО-ОРІЄНТОВАНЕ НАВЧАННЯ НА ПРИКЛАДІ СПІВПРАЦІ УНІВЕРСИТЕТУ ГРІНЧЕНКА З БРЮССЕЛЬСЬКОЮ ШКОЛОЮ ЖУРНАЛІСТИКИ ТА КОМУНІКАЦІЙ (IHECS)

Впровадження в систему навчання журналістів медіапрактик стало можливим завдяки автономії університетів і розробленню нових освітніх програм. У Київському столичному університеті імені Бориса Грінченка з 2017 року було втілено програму практико-орієнтованого навчання, а на Факультеті журналістики створено відповідні центри компетенцій, де студенти з першого курсу можуть працювати над власними медіапроєктами. Зокрема, було реорганізовано навчально-виробничу майстерню тележурналістики «АстудіЯ» [1] та навчально-виробничу майстерню «Грінченко-інформ», на базі якої функціонує суспільно-політичне студентське інтернет-видання [2], а також створено навчальну лабораторію радіомовлення зі студентським інтернет-радіо «Radio BG» [3].

В основу такого підходу закладено підготовку фахівців-практиків, які після завершення навчання в університеті зможуть успішно працювати у сфері медіа. Важливим чинником розвитку практико-орієнтованого навчання є співпраця з європейськими закладами вищої освіти з метою обміну як студентами, так і викладачами.

З жовтня 2022 року Факультет журналістики Університету Грінченка реалізує програму академічної мобільності для здобувачів освіти та викладачів за програмою Erasmus+ у співпраці з Брюссельською школою журналістики та комунікацій IHECS (Institut des Hautes Études des Communications Sociales) [4]. Результатом такої співпраці у 2022–2025 роках стала піврічна мобільність 25 здобувачів освіти 2, 3 та 4 курсів, а також участь двох викладачів у тритижневій викладацькій мобільності, що дає змогу детальніше проаналізувати практико-орієнтоване навчання в обох закладах вищої освіти.

Метою цієї розвідки є аналіз моделі практико-орієнтованого та проєктного навчання журналістів у межах програми академічної мобільності Erasmus+ на прикладі IHECS.

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка здійснює підготовку журналістів за п'ятьма освітніми програмами бакалаврського та магістерського рівнів. На рівні бакалаврату це програми «Журналістика», «Міжнародна журналістика», «Реклама і зв'язки з громадськістю», «Видавнича справа та редагування», «Медіапродюсування»; на рівні магістратури –

«Журналістика», «Медіакомунікації», «Реклама і зв'язки з громадськістю», «Міжнародні медіа та цифрові комунікації», «Контент-продюсування цифрових медіапроєктів». Натомість Брюссельська школа журналістики та комунікацій здійснює підготовку фахівців за однією бакалаврською програмою «Бакалавр з прикладної комунікації» та шістьма магістерськими програмами, зокрема «Магістр журналістики та інформації», «Магістр зв'язків з громадськістю», «Магістр з реклами», «Магістр з культурної та соціальної комунікації (ASCEP)», «Магістр з медіаосвіти» та «Магістр з управління подіями» [5].

Навчання за програмою Erasmus+ відбувалося щосеместрово для студентів бакалаврату Факультету журналістики Університету Грінченка. Після завершення семестру всі 30 кредитів ECTS, обраних здобувачами освіти, зараховувалися у повному обсязі, а відповідні дисципліни вносилися до додатка до диплому [6].

Наявність лише однієї бакалаврської програми в IHECS вплинула на вибір дисциплін студентами Університету Грінченка. Зокрема, 20 з них обрали такі курси, як «Практичний курс: відеозйомка» (Practical course: Video), «Воркшоп з фотографії» (Workshop photography), «Практичний курс з аудіонараталогії» (Practical course: Audio narratology). Навчальний процес із дисципліни «Практичний курс: відеозйомка» координують професори Анн Еріон та Гійом Абгралл. Запропоновані ними завдання ґрунтуються на проєктній роботі та охоплюють важливі соціальні теми – від розширення доступу до культури у пенітенціарних установах до проблем онлайн-цькування та права на житло.

Під час занять студенти активно генерують ідеї, дискутують, експериментують, що формує атмосферу колективної творчості, адже завдання виконуються в командах від трьох до п'яти осіб. Фінальним етапом є презентація концепцій тизерів – коротких відеоформатів тривалістю 30–60 секунд, спрямованих на привернення уваги до суспільно значущих проблем.

Важливим практичним курсом у IHECS є також «Воркшоп з фотографії», який проводить відомий у Бельгії фотожурналіст-фрілансер Валентін Б'янкі. Під час занять викладач-практик ділиться професійним досвідом, акцентуючи увагу не лише на технічних аспектах зйомки, а й на етичних принципах фотожурналістики. Студенти знайомляться з особливостями роботи в різних жанрах, аналізують вплив культурного контексту на сприйняття візуального матеріалу та усвідомлюють важливість збереження об'єктивності в міжнародному медіасередовищі.

Під час опанування курсу з аудіонараталогії студенти навчаються працювати зі сторителінгом, використовуючи виключно звуковий ряд. Фінальним завданням є створення аудіоісторії про певне місце, автор якої має занурити слухача в події та образи за допомогою звуку. Ця дисципліна логічно поєднується з відеокурсом, оскільки в обох випадках важливу роль відіграє робота зі звуковим супроводом.

Викладацьку мобільність за програмою Erasmus+ Staff Mobility for Teaching у період з 31 березня до 20 квітня 2025 року здійснили доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Маргарита Нетреба та заступник декана

Факультету журналістики Тетяна Поліщук. Під час перебування в IHECS вони зустрілися з керівництвом закладу, відвідали заняття колег, а також провели майстер-класи та воркшопи з обговоренням креативних проєктів українських студентів-журналістів. Зокрема, було презентовано проєкт «Креатив у війні» та фотовиставку «ВІЙНА ОБ'ЄКТИВно: погляд грінченківців», що об'єднала роботи студентів, випускників і викладачів, створені в умовах повномасштабного вторгнення.

У межах такої співпраці Університет Грінченка та Брюссельська школа журналістики та комунікацій підписали рамкову угоду, спрямовану на розвиток якісної журналістської освіти та реалізацію спільних проєктів у майбутньому [7]. Співпраця триває й надалі: улітку 2025 року було отримано новий грант на академічну мобільність, а відгуки викладачів IHECS щодо підготовки та креативності студентів Факультету журналістики Університету Грінченка є надзвичайно позитивними [8].

У висновку варто зазначити, що під час розроблення освітніх програм для журналістів важливим є вивчення європейського досвіду та впровадження практико-орієнтованого навчання, а в перспективі – й дуальної освіти. Такий підхід сприяє глибшому розумінню професійних процесів і формуванню вмінь створювати якісні медіапродукти вже з першого курсу навчання. Окремо слід наголосити й на науковій складовій співпраці, адже взаємний обмін досвідом сприяє розвитку якісних наукових досліджень і підвищенню конкурентоспроможності фахівців у галузі журналістики.

Список використаних джерел

1. АстудіЯ. Навчально-виробнича майстерня тележурналістики. *Київський столичний університет імені Бориса Грінченка.* URL: https://astudia.kubg.edu.ua/ (дата звернення: 23.11.2025).
2. Грінченко-інформ. Суспільно-політичне студентське інтернет-видання. *Київський столичний університет імені Бориса Грінченка.* URL: https://grinchenko-inform.kubg.edu.ua/ (дата звернення: 23.11.2025).
3. Radio BG. Навчальна лабораторія радіомовлення. *Київський столичний університет імені Бориса Грінченка.* URL: https://radio-bg.kubg.edu.ua/ (дата звернення: 23.11.2025).
4. Конкурс на здобуття стипендій у межах програми Erasmus+ у Брюссельській школі журналістики та комунікацій. *Київський столичний університет імені Бориса Грінченка.* 03.10.2022. URL: https://kubg.edu.ua/informatsiya/studentam/novini/7736-konkurs-na-zdobuttia-stypendii-v-ramkakh-prohramy-erazmus-v-briuselskii-shkoli-zhurnalistyky-ta-komunikatsii-belhiia.html (дата звернення: 23.11.2025).
5. Masters (2ème cycle). *Brussels School of Journalism and Communication (IHECS).* URL: https://www.ihecs.be/fr/etudes-et-formations/masters-2eme-cycle (дата звернення: 23.11.2025).
6. Programmes de cours. *Brussels School of Journalism and Communication (IHECS).* URL: https://www.ihecs.be/fr/structure-et-specificites-etudes/programme (дата звернення: 23.11.2025).
7. Київський столичний університет імені Бориса Грінченка підписав рамкову угоду з Брюссельською школою журналістики та комунікацій. *Факультет журналістики Київського столичного університету імені Бориса Грінченка.* 08.04.2025. URL: https://fj.kubg.edu.ua/pro-fakultet/news/podiji/3503-kyivskyi-stolychnyi-universytet-imeni-borysa-hrinchenka-pidpysav-ramkovu-uhodu-z-briusselskoiu-shkoloiu-zhurnalistyky-ta-komunikatsii.html (дата звернення: 23.11.2025).
8. L'IHECS au-delà des frontières européennes. *Brussels School of Journalism and Communication (IHECS).* 18.09.2025. URL: https://www.ihecs.be/fr/actualite/l-ihecs-au-dela-frontieres-europeennes (дата звернення: 23.11.2025).

Bogdana NOSOVA,
PhD, Associate Professor,
Department of Social Communications,
Educational and Scientific Institute of Journalism,
Taras Shevchenko National University of Kyiv.
Vyacheslav RYABICHEV,
PhD, Deputy Director for Digitalization of the
Educational and Scientific Institute of Journalism,
Associate Professor,
Department of Social Communications,
Taras Shevchenko National University of Kyiv.
Yuliia NESTERIAK,
PhD, Associate Professor,
Department of Print Media and Journalism History,
Educational and Scientific Institute of Journalism,
Taras Shevchenko National University of Kyiv.
Hanna RENSKA,
M.Sc., Assistant Professor,
Department of Audiovisual Media,
Educational and Scientific Institute of Journalism,
Taras Shevchenko National University of Kyiv.
Sadok Ben YAHIA,
Professor, The Maersk Mc-Kinney Moller Institute,
University of Southern Denmark,
Sønderborg, Denmark.
Isabella QUERCI,
Head of the EU Research and Training Programs Area,
Centro Ricerche e Studi dei Laghi Srl,
Milan, Italy.
Lisa LONATI,
EU Project Manager, Centro Ricerche e Studi dei Laghi Srl,
Milan, Italy.
Silvia CHIARAVALLE,
Carolina Albasio University Institute,
Castellanza, Italy,
Kaija VILLMAN,
Master of Music (MMu),
Research and Development Manager,
Sustainable Societies Research Field,
Savonia University of Applied Sciences,
Kuopio, Finland.
Maria LUOJUS,
PhD in Epidemiology, Principal Lecturer,

Health Sciences, Savonia University of Applied Sciences,
Kuopio, Finland.
Nikolina DEMARK,
Head of the International Office, PAR University of Applied Sciences,
Rijeka, Croatia.
Raghu MOVVA,
Director, Miticoro Foundation,
Milan, Italy.
Alessandro MAGNY,
Innovation Consultant, Miticoro Foundation,
Milan, Italy.

FROM KNOWLEDGE TO ACTION: TRAINING EARLY-STAGE RESEARCHERS IN EVIDENCE-INFORMED POLICYMAKING ACROSS EUROPE

The Erasmus+ KA220-HED project TESAR: Training for Early-Stage Researchers on Evidence-Informed Policymaking is an initiative funded by the European Union under the Cooperation Partnerships in Higher Education programme. TESAR responds to a pressing challenge faced by contemporary leaders and decision-makers–the growing complexity and opacity of information in modern societies. Global information noise, rapid technological progress, and societal transformations, coupled with increasing uncertainty about the reliability of information sources, create substantial obstacles to effective policymaking. TESAR envisions a world in which early-stage researchers (ESRs) are equipped to navigate this complexity and to bridge the gap between academic research and evidence-informed policymaking (EIPM).

The project addresses several systemic needs across society, including:

- Modernising education to help young people understand complex socio-political realities.
- Transforming media and civic engagement models to promote reliability and transparency.
- Mitigating deliberate complexity and opacity in information flows created by monopolistic entities, including AI-driven platforms.
- Enhancing accessibility, availability, and verifiability of key societal data to foster institutional and cross-border collaboration.

TESAR brings together researchers, policymakers, and experts to build awareness, practical skills, and collaborative networks that promote responsible and effective decision-making in complex environments.

The overall aim of TESAR is to empower ESRs with practical competencies for translating research into actionable, evidence-based policies. The project's specific objectives are to:

1. Bridge the research–policy gap by equipping ESRs with Science4Policy competences, as outlined in the JRC Competence Framework.

2. Provide practical, hands-on training through simulations and role-playing exercises to enhance critical thinking, collaboration, and policy communication skills.

3. Integrate AI-driven tools and digital platforms to facilitate research translation and knowledge dissemination.

4. Strengthen links between academia, policymakers, and civil society to promote transparent and inclusive decision-making.

5. Institutionalise EIPM training and micro-credentials within partner higher education institutions (HEIs) to ensure sustainability.

By achieving these objectives, TESAR supports two key Erasmus+ priorities: stimulating innovative learning and teaching practices, and fostering digital transformation in higher education.

The project is structured around five interconnected work packages (WPs):

*WP1 – Project Management***:** Ensures coordinated implementation, progress monitoring, and achievement of milestones.

WP2 – EIPM Training and Micro-Credentials: Develops six tailored modules covering policymaking advice, evidence use, innovation, future literacy, citizen engagement, and communication. Training is delivered both online and in person, culminating in micro-credential certification aligned with EU standards.

WP3 – Simulation Environment: Establishes a digital platform for ESRs to co-create policy briefs, engage in role-playing exercises, and apply research to real-world policy challenges.

WP4 – AI Integration: Implements AI-based tools, including a prompt engineering repository, to enable efficient translation of research data into actionable policy recommendations.

WP5 – Sustainability and Dissemination: Ensures long-term impact through national events, media outreach, publications, and formal agreements (MoUs) embedding EIPM training in partner curricula.

Each partner institution contributes distinct expertise:

● University of Southern Denmark (SDU, Denmark) – project coordination, AI and digital innovation integration.

● Centro Ricerche e Studi dei Laghi Srl (CRSL, Italy) – development of the simulation platform and micro-credential frameworks.

● PAR University of Applied Sciences (Croatia) – application of research to regional policy and dual-education models.

● Taras Shevchenko National University of Kyiv (Ukraine) – governance, public administration, media studies, and communication focus, supporting Ukraine’s EU integration.

● Savonia University of Applied Sciences (Finland) – integration of sustainability and climate resilience.

● Fondazione Miticoro ETS (Italy) – development of leadership pathways and participatory learning models.

TESAR introduces several innovative elements:

1. Integration of Science4Policy competences–ESRs acquire analytical, strategic, and communication skills rarely included in traditional university curricula.

2. Experiential learning–simulations and co-creation of policy briefs immerse participants in realistic policymaking scenarios.

3. AI-driven tools–digital repositories streamline the translation of research into policy, enabling adaptable solutions across diverse contexts.

4. Micro-credentials–formal recognition of ESR competences enhances transparency, portability, and career development opportunities.

Through these innovations, TESAR provides a transformative learning experience that equips participants with the skills needed to address complex societal, political, and environmental challenges.

A comprehensive needs analysis identified a clear gap in EIPM training among ESRs:

● Over 90% of respondents were unfamiliar with Science4Policy competences.

● Higher education institutions lacked structured curricula for translating research into policy.

● There were notable gaps in digital and communication skills essential for knowledge translation.

TESAR's primary target groups include early-stage researchers (Master's, PhD, and postdoctoral fellows), higher education institutions seeking to embed EIPM training, policymakers and public-sector stakeholders, and civil society organisations engaging with research outputs. These groups are involved through interactive training, hands-on simulations, and co-creation activities that directly connect academic research with policy development.

The project anticipates several key outcomes:

● Innovative EIPM training modules with micro-credential certification.

● A digital simulation environment for practical policymaking experience.

● AI prompt repositories and methodological guidelines for research-to-policy translation.

● Policy briefs, awareness campaigns, and scientific publications disseminating project findings.

● Institutional adoption of EIPM curricula and strengthened academia–policy networks.

In the long term, TESAR will enhance ESR capacity for evidence-based decision-making, improve policy quality and transparency, and foster stronger civic engagement.

By uniting partners from Denmark, Croatia, Finland, Italy, and Ukraine, TESAR achieves outcomes unattainable within a single-country context. Transnational collaboration enables:

● Exchange of best practices in AI, innovation, governance, and sustainability.

● Adaptable and culturally sensitive approaches to EIPM.

● Expanded networks connecting academia, policymakers, and civil society.

● Integration of advanced technologies and experiential learning for scalable impact.

TESAR contributes to EU-wide efforts toward transparent, evidence-informed governance while cultivating a new generation of researchers skilled in Science4Policy

competences. By linking higher education, research, and policymaking, TESAR strengthens democratic processes and promotes sustainable societal development across Europe.

СЕКЦІЯ 3. УКРАЇНСЬКІ ОСВІТНІ РЕАЛІЇ У СФЕРІ МЕДІА: «ПЛЮСИ» Й «МІНУСИ» ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ

Сергій БОРЩЕВСЬКИЙ,
кандидат філологічних наук, доцент.
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ СТУДЕНТІВ-ІНОЗЕМЦІВ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «МАГІСТР»

Головною метою системи вищої освіти є підготовка кваліфікованих фахівців для різних сфер суспільного життя, що здійснюється на основі компетентнісного підходу, який нині вважається найактуальнішим, розвивається найдинамічніше й активно впроваджується в освітньо-професійні програми на тлі євроінтеграційних процесів в Україні.

Згідно з Національною рамкою кваліфікацій, компетентність – це «динамічна комбінація знань, умінь, навичок, способів мислення, поглядів, цінностей, інших особистих якостей, що визначає здатність особи успішно соціалізуватися, провадити професійну та/або подальшу навчальну діяльність» [1, с. 43].

Компетентності, сформовані під час навчання у закладах вищої освіти (далі – ЗВО), забезпечують набуття студентами різних, в тому числі медійних, спеціальностей необхідних знань, умінь, цінностей та практичного досвіду, що важливі для їхньої майбутньої професійної діяльності. Таким чином, компетентності є основним складником фахової підготовки спеціалістів ЗВО [2, с. 37].

Без сумніву, однією з ключових компетентностей, що підсилює конкурентоспроможність майбутніх магістрів-журналістів, є знання іноземної мови, причому не лише англійської, але й української, якщо йдеться про студентів-іноземців, які у вітчизняних ЗВО, зокрема й у Навчально-науковому інституті журналістики (далі – ННІЖ) КНУ імені Тараса Шевченка, вивчають обов'язкові дисципліни «Culture of Speech (Культура мовлення)» та «Ukrainian as Foreign Language (Українська мова як іноземна)», що є освітніми компонентами англомовної магістерської програми «Журналістика та соціальна комунікація / Journalism and Social Communication».

Провідні дослідники-методисти наголошують на тому, що комунікативна компетентність – це не лише знання лінгвістичних кодів, це також розуміння

культурного контексту цільової мови [3, p. 3], а процес вивчення іноземної мови повинен охоплювати культурний і соціальний складники [4, p. 162].

Приймаючи такий комплексний методичний підхід, формування іншомовної комунікативної компетентності розглядаємо як процес розвитку здатності вільно й адекватно спілкуватися з носіями іншої мови та культури, вирішувати завдання міжособистісної та міжкультурної взаємодії, використовуючи мовні знання, уміння та навички в реальних ситуаціях.

Цей процес включає формування мовних, соціокультурних та комунікативних навичок, а також розвиток таких аспектів, як мовна (лексична, граматична), мовленнєва (вміння слухати, говорити, читати, писати) та соціокультурна компетенція (знання норм і правил мови, етикету, культурних особливостей спілкування).

До ключових принципів формування іншомовної комунікативної компетентності належать:

1**)** *мотивація:* створення інтересу до вивчення мови та культури;

2) *практична спрямованість:* застосування мови у реальних життєвих ситуаціях;

3) *цілісність:* холістичний підхід, що передбачає поєднання всіх аспектів вивчення мови, включаючи мовний, мовленнєвий та соціокультурний компоненти;

4) *системність:* формування компетентності через послідовне виконання завдань і вправ.

Упродовж 2017–2022 рр. за англомовною магістерською програмою в ННІЖ навчались громадяни й громадянки Грузії, Туреччини, Лівану, Китаю, Сполученого Королівства та інших країн.

З погляду ретельності, старанності й наявності бажання оволодіти українською мовою як іноземною найбільш мотивованими виявились студенти з історично й культурно близьких до України, а також географічно суміжних із Південною Європою регіонів Кавказу та Близького Сходу. Серед студентів-іноземців, котрі навчалися за англомовною магістерською програмою, особливо запам’ятався випускник 2019 р. арабський студент Хаді Хазаал з Лівану, який на іспиті з дисципліни «Культура мовлення» вразив екзаменаторів майстерним використанням складних для опанування фемінітивів української мови на позначення національності. Любов Хаді до української мови у поєднанні з регулярними заняттями стали запорукою вільного оперування іменниками на кшталт «німкеня», «грекиня», «туркеня», що істотно відрізняються від російських відповідників.

На тлі очевидних труднощів із засвоєнням українськомовного матеріалу студенти з Китаю позитивно вирізнялися максимально ввічливим та уважним ставленням до вимог викладача. Найбільші складнощі у формуванні українськомовної комунікативної компетентності китайських студентів пов’язані з фонетичним і граматичним аспектами з огляду на значні розбіжності в артикуляційних базах, інтонаційних моделях, а також інших типологічних характеристиках української та китайської мов.

Досвід викладання у студентів-іноземців доправляє нас до висновку про необхідність застосування індивідуального підходу до кожного здобувача освіти з урахуванням рівня попередньої мовної підготовки й регіональних етноментальних особливостей, що за умови збільшення аудиторних годин із відповідних мовних дисциплін дозволить підвищити ефективність практичних занять у формуванні українськомовної комунікативної компетентності здобувачів, а відтак і в досягненні програмних результатів навчання.

Список використаних джерел

1. Національний освітній глосарій: вища освіта (4-е вид., перероб. і доп.) / авт.-уклад.: В. Бахрушин, М. Винницький, В. Захарченко, І. Золотарьова, С. Калашнікова, В. Луговий, М. Мруга, Ю. Рашкевич, І. Сікорська, А. Ставицький, Ж. Таланова, С. Шитікова; за ред. В. Кременя, В. Бахрушина, Ю. Рашкевича. 2024. 114 с. URL: https://erasmusplus.org.ua/wp-content/uploads/2024/10/glosarijvo_2024_here_neo_ivo_napn_mon_ 30.09.2024.pdf (дата звернення: 10.11.2025).
2. Подоляк М. Аналіз поняття іншомовна професійна комунікативна компетентність у вітчизняному та зарубіжному науковому просторі // Академічні студії. Серія «Педагогіка». 2022. Вип. 4. С. 36–44. DOI https://doi.org/10.52726/as.pedagogy/2022.4.6.
3. Savignon S. (1976) Communicative competence: Theory and classroom practice. Conference on the teaching of foreign languages. Detroit. April 23. 23 p.
4. Larsari V. N. (2011) Learners' communicative competence in English as a foreign language (EFL) // Journal of English and literature. Vol. 2 (7). P. 161–165.

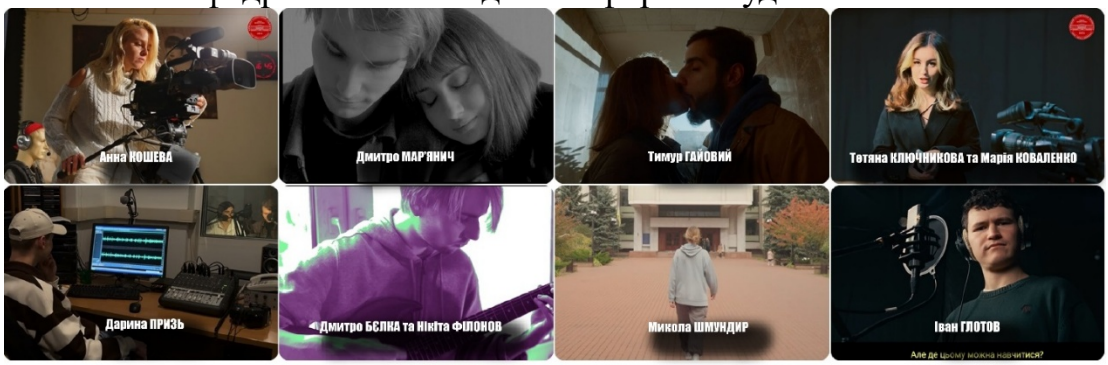
Віта ГОЯН,
докторка наук із соціальних комунікацій, професорка.
Олеесандр ГОЯН,
доктор філологічних наук, професор.
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

«МОЯ МАГІСТРАТУРА – ЦЕ ЛЮБОВ», НАУКА І ТВОРЧІСТЬ: З ДОСВІДУ ПІДГОТОВКИ МАГІСТРІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «АУДІОВІЗУАЛЬНЕ МИСТЕЦТВО ТА ВИРОБНИЦТВО»

Проєкт «Моя магістратура – це любов» згуртував студентів мистецької магістратури університету Шевченка й викладачів, які започаткували нову магістерську програму в Навчально-науковому інституті журналістики, став своєрідним простором спільної творчості, де кожному до снаги спробувати нове і вдосконалити набуте. А ще: ділитися знаннями, досвідом і пристрастю… до медіа та кіно, творити екранні історії й чутися разом «як одна родина».

Водночас це поєднання мистецтва й науки: майбутні магістри не тільки «знімають кіно», а й опановують теорію, здобувають науковий рівень, що закладе підвалини для успішної професійної творчості.

Назву «Моя магістратура – це любов» перший набір магістрів-митців обрав одразу на занятті з фаху. На думку авторів проєкту, поєднання раціональних та чуттєвих символів у назві, стрункість і простота концепції дасть можливість кожному проявити себе крізь певний тип, вид чи жанр відеотвору, стилістичні рішення й екранну мову: працювати у кадрі й за кадром, застосовувати під час зйомок і монтажу найрізноманітніші спецефекти, експериментувати зі світлом і тінню, кольорами, титрами, аудіо й відеозаставками тощо. Це серія особистих відеоісторій про «моє»: магістратуру, мрії, мотивацію. Так планове практичне екзаменаційне завдання з обов'язкової дисципліни «Відеопродакшн», яка читається на освітньо-професійній програмі кафедри кіно- і телемистецтва НН Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка «Аудіовізуальні мистецтва, медіа та виробництво», стало реальним медіапродуктом, презентованим на YouTube-каналі кафедри КТМ та медіаплатформі Студент TV.



Магістри-автори проєкту «Моя магістратура - це любов» (випуск 2025 року)

Власне, ідея створити проєкт, у якому би магістри першого року навчання висловили своє бачення майбутньої професії, з'явилася ще у 2018 р., коли кафедра аудіовізуальних медіа (на той час – телебачення і радіомовлення) «візуалізовувала» радіо та заохочувала студентів використовувати ілюстративні компоненти для радіоматеріалів: додавати нерухомі зображення (фото, малюнки, графіку тощо) до звукового ряду для того, щоб можна було розміщувати подібний аудіовізуальний контент на платформах YouTube, Vimeo чи в соцмережах Facebook та Instagram. Творчий проєкт «Моя хеппістратура» став своєрідним продовженням подібного за стилістикою бакалаврського подкасту «Голос у кадрі», спробою студентів-магістрів візуалізувати аудіо, що на той час було надзвичайно актуально, зважаючи на появу цифрових технологій, які об'єднували радіомовлення і телебачення у прагненні виготовляти конкурентний аудіовізуальний продукт.

Студенти мистецької магістратури Навчально-наукового інституту журналістики опановують специфіку екранної творчості, досліджують аудіовізуальний мистецький та медійний контент, вивчають сценаристику, драматургію, режисуру кіно й телебачення, практикують техніки кіно-, відеозйомки, монтажу, звукорежисури, розвивають навички співпраці: сценарист – режисер – оператор – звукорежисер – актор – продюсер. Саме тому проєктний метод навчання, адаптований до специфіки фахових дисциплін як обов'язкових: «Відеопродакшн», «Сторітелінг», «Сучасна кінотеледокументалістика», «Виробництво вебсеріалів та створення цифрового контенту», так і вибіркових: «Технології візуальних ефектів та ШІ у галузі режисури», «Відеомонтаж: мистецтво формування візуальних наративів», «Саунд-дизайн та аудіопродакшн», «Подкастинг та аудіосторітелінг», «Виробництво кіно-, телереклами», дозволяє імплементувати практику командної роботи до навчального процесу, а, отже, дати більше простору для реалізації творчих ініціатив і, що важливо, розуміння повного виробничого циклу.

Уміння розповісти історію про свою спільноту, візуалізувати на екрані власні емоції та переживання, передати атмосферу навчання – це і освіта, конкретна, фаховоспрямована, і творчість, сповнена сенсів і автентичності. Проєкт «Моя магістратура – це любов» – це простір для розвитку творчої ідентичності: кожен студенти має можливість попрацювати в цікавому для нього форматі, виробити власний екранний стиль, відчути силу свого голосу та іміджу, нарешті, знайти в мистецьких лабіринтах своє «я», як відповідь на питання: чому саме ця магістратура.

Магістри-автори проєкту «Моя магістратура - це любов» (випуск 2026 року)

Проєкт «Моя магістратура – це любов» зорієнтований на уміння викласти в сценарії свою власну історію й реалізувати його, створюючи місточок між теорією та практикою: теоретичні дисципліни + практична майстерня + медійний дискурс. І звичайно ж любов до мистецтва, медіа, обраної професії, творчості, яка об'єднує.

Особливістю проєкту є також те, що магістри вибирають вид твору, формат, технології, професійну модель для самореалізації. Майбутнім кінорежисерам цікаво й корисно спробувати себе як оператора, звукорежисера, актора (слід зауважити, багато кому далося чуття акторського ремесла). Важливо, що студенти магістерського курсу пройшли «у навчанні й грі» всі етапи кіно-, теле-, відеовиробництва: препродакшн, продакшн і постпродакшн, а це – реальні графіки, конкретні реченці та командні дії. Взаємна підтримка, певне, одна з головних рис цього навчального проєкту, відчутна в кожному матеріалі. Подеколи автори проєкту виступають героями чи персонажами власних відеоісторій, як і сюжетів одногрупників. Бо коли декларується «як одна родина» – йдеться про довіру, дружбу та професійну етику, про ефект «любові». Викладачі переконані, проєкт є містком до професії, особливо для тих студентів, які вступили до нашої магістратури після «немистецького» бакалаврату. Комплексна освітня модель, закладена в концепцію магістерської програми «Аудіовізуальні мистецтва, медіа та виробництво», передбачає залучення випускників освітніх програм різних факультетів та інститутів, які мріють знімати кіно, теле-, відеофільми, серіали, шоу та авторські проєкти, або ж писати до них музику. Отже, практика у навчальних кіно-, теле-, радіо- та продакшнстудіях Навчально-наукового інституту журналістики, робота з технікою, вивчення методів, технологій, стандартів індустрії, фаховий досвід викладачів курсу допомагають осягнути базовий цикл аудіовізуального виробництва й готують до самостійної творчої роботи у сфері кіно-, телемистецтва та аудіовізуальних медіа.

Короткі ігрові, документальні й есеїстичні студентські відеороботи виглядають як саморефлексія, адже ці історії, здебільшого, особистісні, є ще й відбитком власних думок, бажанням придивитися до себе як героя стрічки, персонажа сюжету (екран справді «висвічує як рентген»), зрозуміти свою мотивацію. Ці відеоісторії можна тлумачити як щоденник, до якого вписуєш особисті спостереження, творчу терапію, яка виводить на новий рівень сприйняття життя: камера ловить емоції, передає настрій, фіксує і відтворює реальність.

Під час повітряних тривог, обстрілів, нестачі світла, напруги, втоми ми іноді несвідомо зосереджуємося на власних думках про реальне: загрозу, страх, надію. Творчість допомагає говорити про це крізь художню форму, що ілюструє й студентський проєкт «Магістратура – це любов»: неординарне візуальне мислення, сценарні ходи, творчі інновації. Знімати такого типу завдання краще у навчальному корпусі (а це виклик: не повторитися, не запозичити, знайти «свої» локації), використовувати мобільну техніку, обирати мінімалізм у постановці, витискати максимум із наявного в студіях обладнання… Опанувати сучасний, гнучкий стиль, характерний для покоління митців і медійників воєнної доби, спробувати виробити свій, власний.

Ці відеоісторії вже сьогодні можна назвати документом епохи, вони зберігають у собі реальність нашого часу, де є людські трагедії, безпекові протоколи і радість життя, де є дорослішання й пошук сенсу творчості. Тому проєкт «Моя магістратура – це любов» можна також розглядати і як аудіовізуальний архів особистого й колективного досвіду покоління «студентів війни», а їхня творчість є доказом того, що освіта, мистецтво, людяність сильніші за страх і руйнацію.

Олег ДЖОЛОС,
кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент.
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

ВПРОВАДЖЕННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В АУДІОВІЗУАЛЬНИХ ТА ОНЛАЙН-МЕДІА УКРАЇНИ

Стрімкий розвиток технологій штучного інтелекту відкриває широкі перспективи для медіаіндустрії, журналістики, реклами та маркетингових комунікацій. Проте активне використання ШІ супроводжується низкою суттєвих ризиків, що стосуються як професійних прав журналістів, так і захисту аудиторії від маніпуляцій та дезінформації. Значний виклик становлять також морально-етичні аспекти функціонування сфери масових комунікацій в умовах алгоритмізації. Інтеграція штучного інтелекту у журналістику актуалізує низку принципових питань, пов'язаних із якістю, достовірністю та точністю інформації, а також з етикою і соціальною відповідальністю виробників медіаконтенту. Одночасно під сумнів ставляться традиційні уявлення про роль і професійний статус журналіста, що потребує нових підходів до регулювання та захисту прав як самих фахівців, так і їхньої аудиторії. Здатність алгоритмів створювати тексти, зображення чи аудіовізуальні матеріали, майже не відмінні від продуктів людської творчості, породжує серйозні ризики маніпуляцій, обману, порушення авторських прав і зниження довіри до медіа. Водночас використання ШІ може забезпечити журналістам і творчим працівникам додатковий ресурс: зекономлений час, розширені можливості для аналітики та концентрації на складніших, креативних завданнях. Штучний інтелект все активніше продукує контент, який людина споживає на цифрових онлайн платформах. Ці технології мають потенціал суттєво змінити традиційну журналістику. Водночас використання інструментів штучного інтелекту викликає справедливе занепокоєння у фахівців.

Конференція NAM Summit (New Age Media Summit) що відбулася у Києві 25–26 вересня 2025 р., була концептуально зорієнтований на дослідження та аналіз інновацій у медіасфері [1]. Центральною темою дискусій став саме феномен Artificial Intelligence (AI) – «штучного інтелекту», що все активніше формує нову конфігурацію сучасного медіапростору. За оцінками учасників конференції, інтеграція ШІ у практики медіавиробництва вже не є теоретичною перспективою, а стала щоденною реальністю редакційних процесів. Головна редакторка онлайн-медіа «Бабель» Катерина Коберник під час виступу презентувала приклад застосування ШІ у створенні й підтримці ютуб-проєкту «Отака історія» (автор – Сергій Пивоваров) [2]. У межах цього кейсу технології відтворюють голос журналіста, забезпечуючи безперервність виробничого циклу

навіть за його відсутності. Це свідчить про суттєву зміну професійних практик журналістики, де алгоритми поступово беруть на себе функції, що донедавна вважалися винятково людськими.

Подібні тенденції спостерігаються і в діяльності медіахолдингу ТРК «Люкс». Його СЕО та співвласник Роман Андрейко акцентував увагу на тому, що штучний інтелект використовується для підготовки, монтажу та озвучення новинного контенту. При цьому редакційна політика передбачає обов'язковий контроль людини на фінальному етапі виробництва. Р. Андрейко підкреслив, що сучасний етап розвитку ШІ є лише початковою фазою, а масштаб його можливостей у майбутньому наразі складно навіть уявити. «Ми знаходимось лише на початку розвитку ШІ і вчимось його використовувати. І ми зараз навіть не уявляємо, які можливості будуть за кілька років. Треба не уникати, а думати, як використовувати його на всіх рівнях», – зазначив у своєму виступі на конференції Р. Андрейко. Важливим також є застосування алгоритмів для написання сценаріїв, що дозволяє знизити ризики професійного вигорання серед журналістів і креаторів, підвищуючи продуктивність медійних команд. Таким чином, ШІ постає не стільки як загроза професії, скільки як додатковий ресурс підтримки та розширення творчого потенціалу редакцій [3].

Особливе значення у дискусіях мало питання інтеграції штучного інтелекту у творчі сегменти діяльності ЗМІ. Якщо раніше інновації асоціювалися переважно з технічною оптимізацією інформаційних потоків (збір, аналіз та редагування даних), то нині йдеться про безпосереднє залучення ШІ до креативних процесів – озвучення, створення сценаріїв, моделювання візуальних образів. Це суттєво змінює уявлення про межі людської і машинної творчості, порушуючи фундаментальні питання щодо ролі журналіста в новій цифровій екосистемі. Свідченням цього став виступ Владислава Фарапонова, керівника редакції вебпорталів UATV English та The Gaze українського державного іномовлення. Він представив статистичні дані, що засвідчують значне зростання закордонної аудиторії українського контенту. Ці результати демонструють роль ШІ у масштабності та багатомовності виробництва такого контенту [4].

Найбільш суперечливим елементом презентації стала демонстрація цифрових аватарів ведучих, створених за допомогою технологій штучного інтелекту. Приклади використання віртуальних копій реальних журналістів наприклад ведучого студійних аудіовізуальних проектів «News Pulse» та «Weekly Wrap-up» Генрі Кіна, викликали неоднозначну реакцію аудиторії [5].

З одного боку, технічна якість таких аватарів була вражаючою: вони мали реалістичну міміку, природні жести та володіли кількома мовами, що робило їх практично невідрізними від справжніх ведучих. З іншого боку, виникає низка морально-етичних питань. Перш за все, аудиторія має бути чітко поінформована про використання цифрових аватарів через постійне маркування, а не лише через опис у підписах до відео. По-друге, важливо враховувати етичний вимір взаємин із самими ведучими, чиї цифрові образи відтворюються алгоритмами, навіть якщо вони надали згоду на таке використання. В цьому аспекті слушними виглядають «Рекомендації з відповідального використання штучного інтелекту у

сфері медіа» розроблені Міністерством цифрової трансформації України [6]. Зокрема серед головних принципів відповідального використання інструментів Штучного інтелекту у сфері медіа зазначено наступне: «Використання та розвиток систем ШІ у сфері медіа доцільно здійснювати з урахуванням основних цінностей журналістської етики, включно з правдивістю й точністю, неупередженістю та незалежністю, ненанесенням шкоди, недискримінацією, підзвітністю, інклюзивністю, повагою до приватного життя, конфіденційністю джерел та іншими принципами, передбаченими Кодексом етики українського журналіста».

Отже, штучний інтелект у сфері медіа виступає водночас як потужний інструмент оптимізації та як чинник, що висуває нові виклики до етики, професійних стандартів і суспільної відповідальності журналістики.

Список використаних джерел

1. Про конференцію NAM Summit 2025. URL: https://summit.nam.org.ua/ (дата звернення: 30.09.2025).
2. Проєкт «Отака історія» // Babel.ua. URL: https://www.youtube.com/playlist?list=PL9qsTXAtkgXeiDdZti8J7U9IOPVC66cJN (дата звернення: 30.09.2025).
3. На радіо «Люкс» новини готує ШІ // Детектор Медіа. URL: https://detector.media/infospace/article/244402/2025-09-25-na-radio-lyuks-novyny-gotuie-shi/ (дата звернення: 30.09.2025).
4. UATV і The Gaze у червні: зростання у Facebook та YouTube // Детектор Медіа. URL: https://detector.media/infospace/article/243061/2025-07-30-uatv-i-the-gaze-u-chervni-spetsoperatsii-sbu-v-top-pereglyadiv-zrostannya-u-facebook-ta-youtube-80-pereglyadiv-uatvportugus-z-brazylii/ (дата звернення: 30.09.2025).
5. Проєкт «News Pulse» UATV English // Youtube. URL: https://www.youtube.com/playlist?list=PLjbexoFhnuNq_krWgYHkeCEZ3w9Bs0xhk (дата звернення: 30.09.2025).
6. Рекомендації з відповідального використання штучного інтелекту у сфері медіа. Міністерство цифрової трансформації України, 2024. URL: https://thedigital.gov.ua/news/yak-vidpovidalno-vikoristovuvati-shtuchniy-intelekt-rozrobili-rekomendatsii-dlya-media (дата звернення: 30.09.2025).

Валерій ДРЕШПАК,
доктор наук з державного управління, професор.
Університет митної справи та фінансів

ШЛЯХИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ СУБ'ЄКТА РЕДАКЦІЙНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ: ДОСВІД VS ОСВІТА

Закон України «Про медіа» однією з визначальних ознак, що дозволяють розрізнити медіа і «не медіа», називає наявність редакційного контролю (редакційної відповідальності), що являє собою «вирішальний вплив суб'єкта у сфері аудіовізуальних медіа, суб'єкта у сфері друкованих медіа та / або суб'єкта у сфері онлайн-медіа на створення або добір, організацію та поширення програм або іншої масової інформації відповідним суб'єктом» [3]. З огляду на це у контексті реалій підготовки фахівців для медіасфери України актуальним є питання про шляхи формування професійних компетентностей суб'єктів редакційної відповідальності (редакційного контролю), зокрема тих, хто працює на посадах редакторів медіа.

Документом, що мав би визначати зміст професійних компетентностей та шляхи їх набуття, підтвердження чи визнання для кожної професії, є професійний стандарт. На цей час в Україні ухвалено у встановлений законодавством спосіб лише один професійний стандарт для медіагалузі – «Журналіст» (за групою професій, серед яких є і професія редактора), розроблений акціонерним товариством «Національна суспільна телерадіокомпанія України» за участю знаних фахівців медіасфери та журналістської освіти [4]. За ним визначено два шляхи здобуття професійної кваліфікації і відповідні суб'єкти присвоєння чи підтвердження та визнання професійних кваліфікацій, уповноважені на це законодавством. Такими суб'єктами для професії редактора є: 1) кваліфікаційні центри (можуть оцінювати, підтверджувати та присвоювати професійні кваліфікації на основі підготовки на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти будь-якої галузі знань, без вимог до стажу роботи) та 2) суб'єкти освітньої діяльності (відповідна кваліфікація може здобуватися шляхом підготовки на другому (магістерському) рівні вищої освіти за спеціальністю 061 «Журналістика»). Варто зазначити, що для групи професій «Журналіст» на цей час в Україні є лише один кваліфікаційний центр – Управління «Кваліфікаційний центр Суспільного мовлення» департаменту управління людськими ресурсами центральної дирекції акціонерного товариства «Національна суспільна телерадіокомпанія України» [1]. Подальший професійний розвиток, вдосконалення професійної кваліфікації, зокрема шляхом набуття додаткових компетентностей, для всіх професій групи «Журналіст» відповідно до цього стандарту передбачено здійснювати шляхом

підвищення кваліфікації у спосіб неформальної (тренінги, семінари, практикуми, майстер-класи тощо) та інформальної освіти [4, с. 4].

Таким чином, згаданий професійний стандарт хоча й стосується професії «Журналіст» у цілому та «Редактор» (частково), утім переважно враховує специфіку діяльності лише суспільного мовника. Зокрема, стандарт не охоплює професійні особливості посад за групою економічної діяльності 58.1 «Видання книг, періодичних видань та інша видавнича діяльність» (а саме класи: 58.13 «Видання газет» і 58.14 «Видання журналів і періодичних видань»). Тому запропоновані професійним стандартом підходи в частині присвоєння чи підтвердження та визнання професійної кваліфікації редактора друкованих медіа потрібно принаймні уточнювати.

Відображенням дискусії практиків про те, у який спосіб краще формувати редакторські компетентності – через досвід чи шляхом набуття відповідної освіти – є публікація у виданні «Медіамейкер» [2]. До розмови про те, чим займається редактор, запросили: редакторку лонгрідів «Рубрики» М. Смик, випускову редакторку видання «Гречка» Т. Делюрман та випускову редакторку «Лірум» О. Закревську. Показовим є підзаголовок одного з тематичних блоків матеріалу: «Редакторська освіта: треба чи ні?». Героїні публікації мають різну освіту: М. Смик – журналістка (освітня програма «Видавнича справа та редагування»), Т. Делюрман – вчителька української мови та літератури, О. Закревська – філолог. М. Смик і Т. Делюрман стали редакторками, маючи журналістський досвід у своїх медіа. Так, Т. Делюрман пояснила: «Фактично всього, що я сьогодні вмію в журналістиці, мене вчила головна редакторка «Гречки» Анастасія Дзюбак. Вона – моя наставниця як у журналістській роботі, так і в редакторській». О. Закревська до роботи редактором також мала солідну творчу практику: з 16 років писала репортажі з концертів для одного з інтернет-форумів, згодом ще й виконувала коректорсько-редакторські завдання, керувала сайтом і соцмережами на музичному телеканалі, пропрацювала 10 років в ІТ-виданнях. Усі впевнені, що знання й навички можна здобути під час роботи. Якщо ж якихось навичок не вистачає, завжди можна пройти додаткові курси й покращити їх. Разом з тим, на думку М. Смик, «той, хто закінчив університет за журналістським фахом, може краще знатися на технічній роботі з текстом, як-от правильному оформленні структури матеріалу» [2].

Поширену серед практиків тезу про те, що досвід журналістської та редакторської роботи важливіший для суб’єкта редакційної відповідальності за отриману освіту підтвердило й соціологічне дослідження «Редакційна відповідальність і практика», проведене кафедрою журналістики Університету митної справи та фінансів. Дослідження проводилося як експертне опитування представників регіональних і місцевих медіа переважно прифронтових регіонів України у травні – червні 2025 р. з використанням анкети, сформованої у застосунку Google Forms. Відповіді на поставлені запитання надала 51 особа, серед них представники редакцій: регіональних медіа (34 особи), міських (районних) медіа (16 осіб), гіперлокального медіа (1 особа). 88% опитаних є суб’єктами редакційної відповідальності зі стажем: 1–3 роки – 8 осіб, 4–6 років

– 7 осіб, 7–9 років – 6 осіб, 10–12 років – 5 осіб, 13–15 років – 3 особи, понад 15 років – 16 осіб. На запитання «Чи потрібна суб'єкту редакційної відповідальності спеціалізована (редакторська, продюсерська) освіта?» відповіді розподілилися так:

- ні, важливими є професійні вміння та досвід, а не диплом про освіту – 45,1%;
- ні, достатньо стандартної журналістської освіти – 17,6%;
- так, потрібно пройти відповідний спеціалізований курс підвищення кваліфікації –15,7%;
- так, ця особа повинна мати вищу освіту рівня «магістр» за спеціалізованими освітніми програмами – 11,8%;
- так, ця особа повинна мати вищу освіту рівня «бакалавр» за спеціалізованими освітніми програмами – 9,8%.

Таким чином, практики визнають необхідність навчання, але надають перевагу короткостроковим курсам, тренінгам та самоосвіті для закриття конкретних прогалин у навичках, а не тривалим освітнім програмам. З огляду на це, в університетських програмах у процесі формування компетентностей майбутніх суб'єктів редакційної відповідальності слід враховувати такі запити професійного середовища. На наш погляд, робити це можна такими шляхами.

1. Інтегрувати до бакалаврських програм освітні компоненти, зосереджені на сутності редакційного контролю та управлінні контентом. Оскільки ринок не вимагає закінчення магістратури для старту журналістської кар'єри, базові редакторські навички мають формуватися ще на рівні бакалаврату, незалежно від спрямування освітньої програми. У такий спосіб випускники бакалаврату не лише матимуть уявлення про сутність редакторської роботи, але й матимуть базові навички управління контентом медіа, що дозволить їм із часом повноцінно виконувати обов'язки суб'єкта редакційної відповідальності.

2. Оскільки практики наголошують на важливості навчання шляхом набуття професійного досвіду, істотним є залучення редакторів медіа не просто до викладання, а й до створення своєрідних менторських курсів для здобувачів освіти, наприклад, у форматі «лабораторій редакторської майстерності» на базі медіа. Це дозволить студентам упродовж навчання здобувати досвід, який роботодавці цінують більше за диплом.

3. Університетам, з огляду на потреби медіасфери, доцільно ширше впроваджувати спеціалізовані курси підвищення кваліфікації, сертифікатні програми для працюючих журналістів. Це можуть бути інтенсиви з медіаменеджменту, редакційної етики чи управління локальним медіа, які стануть альтернативою повноцінній магістратурі. Утім, ми свідомі того, що такий підхід є складним для впровадження. По-перше, на сьогодні цей сегмент ринку освітніх послуг в Україні достатньо охоплений громадськими організаціями, які займаються неформальною освітою працівників медіа, а по-друге, такі послуги пропонуються для медіа цими організаціями безоплатно (українські редакції зараз не мають можливості оплачувати навчання свого

персоналу) або як додаток до грантового фінансування. І в цьому аспекті на освітні пропозиції університетів чекає жорстка конкуренція.

Список використаних джерел

1. Відомості про кваліфікаційні центри. Національне агентство кваліфікацій. URL : https://data.nqa.gov.ua/qualification-centers/ (дата звернення 15.10.2025).
2. Коваль А. Ловець помилок та інфоприводів. Чим займається редактор у медіа та як ним стати. *Медіамейкер.* URL: https://mediamaker.me/chym-zajmayetsya-redaktor-u-media-ta-yak-nym-staty-14034/ (дата звернення: 24.11.2024).
3. Про медіа: Закон України від № 2849-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text (дата звернення: 24.11.2024).
4. Професійний стандарт «Журналіст»: затверджено розробником – акціонерним товариством «Національна суспільна телерадіокомпанія України», наказ від 22.01.2025 р., № 84. URL: https://register.nqa.gov.ua/uploads/0/719-zatverdzenij_profesijnij_standart.pdf (дата звернення 15.10.2025).

Наталія ЖЕЛІХОВСЬКА,
кандидатка наук із соціальних комунікацій, доцентка.
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету імені
Тараса Шевченка

ЯК ПИСАТИ ПРО ЧУТЛИВІ ТЕМИ АБО ЖУРНАЛІСТИКА ТРАВМИ

До чутливих тем належать матеріали, що висвітлюють усі види дискримінації та насильства, а також теми, що стосуються особистої чи колективної травми, яка може спричинити посттравматичну реакцію. З початком російсько-української війни й повномасштабного вторгнення російських військ на територію України, увесь контент так чи інакше став для нас чутливим, тобто таким, що може викликати негативні емоції або травмувати. До чутливого контенту належать усі публікації, що висвітлюють травматичний досвід, пов'язаний з агресією російських військ на території України: події на фронті, потрапляння у полоні, одужання після поранення, перебування під обстрілами, проживання досвіду прощання з близькими, евакуація, життя в окупованих регіонах.

Російсько-українська війна, що розпочалась у 2014 р., вплинула на оновлення стандартів висвітлення важливої суспільно-політичної інформації. Після низки професійних дискусій серед журналістів, IMI оприлюднив перелік стандартів, які діють в умовах війни: точність, оперативність, неупередженість, етика, повнота, відокремлення фактів від коментарів [1].

Дотримання професійних стандартів завжди перебувало у полі зору вітчизняних науковців: «Основними критеріями оцінки діяльності журналіста є об'єктивне й правдиве відображення ним дійсності. Критерії цілком слушні, і прагнення до об'єктивності й правдивості мають лежати в основі діяльності тих, від кого залежить доля суспільства й людини» [2, с. 45].

Втім, крім стандартів, є поради від журналістів-практиків, яким доводилось упродовж усього періоду російсько-української війни комунікувати з людьми, які постраждали внаслідок російської агресії. Зокрема, для підготовки й проведення інтерв'ю, існують певні правила, яких важливо дотримуватися. Журналіст має бути готовим перетворитися на психолога, адже часто трапляється, що він або вона є першою людиною, якій постраждалі люди довіряють свою історію. «Історія травмованої людини – це чесні і відверті свідчення злочину, це сильний ілюстративний матеріал того, що відбувається, але це дуже чутливий матеріал, для роботи з котрим потрібно дотримуватися певних правил» [3], – зазначено у рекомендаціях Незалежної медійної ради.

Існує безліч питань, на які потрібно відповісти собі перед тим, як розпочинати розмову з людиною, що пережила травматичний досвід. «Перш за

все подумайте, чи готові ви прожити травму іншої людини, і проживати її історію ще декілька днів, поки редагуєте матеріал» [4], – наголошує Маргарита Тулуп.

Чи обов'язково під час інтерв'ю бачити людину перед собою? Чи можна зробити це по телефону? Сьогодні розмова по телефону може бути такою ж відвертою і щирою, як і під час безпосереднього спілкування. Інколи не потрібно додаткових запитань та уточнень, адже трапляється, що для людини це сповідь. І якщо ви не професійний психолог, то чи варто заглиблюватись у тему і ятрити рани, запитуючи про деталі травматичного досвіду? Чи потрібно підбадьорювати людину або втішати, висловлювати розуміння? Скільки часу потрібно для такого інтерв'ю – одна година чи увесь день?

Жодних порад, тільки повага і прийняття. Жодних слів про розуміння ситуації, замість слова «жертва» – потерпілі. Дотримуватися етичних правил чи ні – залежить від відповідальності й сумління журналіста. Навіть якщо людина готова розповідати про все, журналіст має подумати про наслідки для цієї людини. І навіть відмовитися від матеріалу, якщо є розуміння, що людині стане гірше. Головне правило – це людяність, а не гонитва за сенсаційними подробицями, бо ми всі переживаємо спільний досвід особистої й колективної травми. Основні компоненти формули успішності журналіста під час війни – професіоналізм і людяність.

Вибірковий курс для магістрів 2-го року навчання, який має назву «Журналістика травми», покликаний забезпечити студентів знаннями та навичками професійної комунікації під час виготовлення медіапродукту з чутливим маркуванням. Дисципліна передбачає вивчення особливостей підготовки і створення медіатекстів про чутливі теми, а також визначення комунікаційної стратегії у спілкуванні з людьми, які пережили травматичний досвід.

Під час вивчення курсу, аналізуючи журналістські інтерв'ю з постраждалими на предмет дотримання рекомендацій, студенти знайомляться з вимогами і готуються до проведення власного інтерв'ю з героєм, якого обрали. На основі інтерв'ю, збираючи інші свідчення і документи, студенти пишуть історію про людину, яка пережила травматичний досвід у формі нарису. Не менш важливим завданням курсу є звіт про відновлення свого ментального здоров'я після підготовки матеріалів з людьми, що проживали травматичний досвід, адже журналіст повинен уміти потурбуватися про себе аби працювати далі.

Для підготовки якісного матеріалу для публікації в медіа, однієї емпатії недостатньо. Проживаючи травму іншої людини, необхідно володіти усім арсеналом професійних інструментів, щоб не залишитися у цій травматичній ситуації надовго.

Список використаних джерел

1. Стандарти журналістики під час війни. Як писати про трагічні події – інфографіка (2014. 11 серп.) // Інститут масової інформації. URL: https://imi.org.ua/articles/standarti-jurnalistiki-pid-chas-viyni-yak-pisati-pro-tragichni-podiji-infografika-i988 (дата звернення: 17.10.2025). (дата звернення: 17.10.2025).
2. Різун В. Основи журналістики у відповідях та зауваг. Київ, 2004. 80 с.

3. Як коректно інтерв'ювати постраждалих від війни. Рекомендація Незалежної медійної ради // Детектор медіа. 2022. 17 верес. URL: https://detector.media/community/article/202882/2022-09-17-yak-korektno-intervyuvaty-postrazhdalykh-vid-viyny-rekomendatsiya-nezalezhnoi-mediynoi-rady/ (дата звернення: 17.10.2025).
4. Завадецька А. Правила інтерв'ю на чутливі теми. Поради Маргарити Тулуп (2023. 7 черв.) // Детектор медіа. URL: https://detector.media/production/article/212182/2023-06-07-pravyla-intervyu-na-chutlyvi-temy-porady-margaryty-tulup/ (дата звернення: 17.10.2025).

Олександра ЗОРІНА,
кандидатка філософських наук, доцентка.
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

ЗМІНИ У ЖАНРОВІЙ ПІДГОТОВЦІ СТУДЕНТІВ ЖУРНАЛІСТІВ

Зміни в суспільній свідомості, реакція на ці зміни у вітчизняних ЗМК неминуче призводить до перетворень і методичного, творчого осмислення в навчальному процесі. Українці не тільки виживають в екстремальних умовах. Виразно змінюється їх світогляд, виникає потреба на негайну, оперативну інформацію. Відповідно до вітчизняних ЗМК одразу висувається низка вимог, що задовольнити їх здатна лише обґрунтована і оновлена система підготовки журналістських кадрів у вітчизняних вищих навчальних закладах. Чи не найголовнішу роль у видозмінах журналістської освіти відіграють новації у жанровій підготовці бакалаврів, відповідній спеціалізації магістрів. Проте, мусимо констатувати, що в процесі підготовки майбутніх журналістів, зміни відбуваються ще недостатньо швидко, викладачі і студенти не завжди адекватно реагують на зміни в соціально-психологічній атмосфері, не враховують мінливі настрої масової свідомості. Зокрема, ще не досить уваги на нашу думку, в процесі навчання майбутніх журналістських кадрів, приділяється проблемі блогерства. Яка стала серйозною перепоною розвитку традиційної журналістики.

Проблема, про яку попереджала авторка в одній із наукових публікацій [1, с. 76-79] залишається. Блогери продовжують видавати інформацію, причому не завжди підтвердженою із трьох джерел, формуючи часом хибне уявлення у своїх співгромадян про перебіг подій в реальному житті. Військові блоги, що здебільшого мають форму викладу військового щоденника, все ж більше наближені до реальної дійсності; політичні блогери відповідальністю і об’єктивністю традиційно не відзначаються. Про все це слід більш наполегливо і ефективніше розповідати студентам, особливо під час практичних занять.

Також слід повернутися до вивчення досвіду нової журналістики, що її передбачив ще Д. Прилюк, коли записав: «З творчої уяви і фантазії народжуються вимисли і домисли як їх конкретні вираження. Навколо їх правомірності в журналістській творчості точиться безперервна дискусія, і вона, очевидно, продовжуватиметься, бо, з одного боку, журналістика залишається вірною принципу правдивості, і будь-які вигадки дискредитуватимуть його, а з другого боку, журналістська творчість неможлива без творчої уяви і фантазії, які, як відомо, припускають відліт від точного копіювання дійсності» [2, с. 58].

Вивчення основ нової журналістики Тома Вулфа необхідно із врахуванням критичних зауважень вітчизняних науковців і відповідної корекції, що її привносить до теорії практика. При подальшій розробці навчально-методичних,

наукових планів, слід враховувати жанрові видозміни, що відбуваються в структурі національних ЗМК. Зокрема, зустрічаємо стрімкий злет репортажу, домінує інтерв'ю у різноманітних його формах. Значно розширився ареал художньо-публіцистичної групи жанрів. Відродився портретний нарис, про нього писала М. Воронова [3, с. 58].

На часі збільшення суть практичних занять і написання творів різножанрових у вигляді домашніх завдань. Вже існуюча практика мала значення і була ефективною у довоєнний час. Нині вимоги до практики журналістів різко змінилися. В нагоді стануть класичні поради міжнародних фахівців [4]. Також пропонується ввести спеціальний курс військової літератури, військової журналістики. Вже маємо непоодинокі випадки друку напівбелетретичних-напівжурналістських творів. Тобто, явно здібний, проте не досить освічений автор сам не розуміє жанру, в якому він працює: репортажного відтворення дійсності, нової журналістики чи просто белетристики, до певного часу школярської. Подібні твори, збірки слід ретельно аналізувати під час практичних занять аби майбутні журналісти згодом надавали своїм ровесникам необхідні професійні консультації.

Новий час диктує нові умови викладання, слід якомога швидше їх враховувати.

Список використаних джерел

1. Зоріна О. Блоги і блогерство як малодосліджене явище української інтернет-журналістики // Журналістика. 2013. Вип. 12 (37) С. 76-89.
2. Прилюк Д. Теорія і практика журналістської творчості. К.: Вища школа, 1973. 271 с.
3. Воронова М. Сучасна портретистика. Проблема жанру // Наукові записки Інституту журналістики. 2002. Т. 8. С.145-148.
4. Рене Дж. Каппон. Настанови журналістам Ассошіейтед Пресс / Рене Дж. Каппон ; пер з англ. А. Іщенко. К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2005. 158 с.

Алла КОБИНЕЦЬ,
кандидатка філологічних наук, доцентка.
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

ВІД ПОШУКУ ТЕМИ ДО ГОТОВОГО ВИДАННЯ (ІЗ ПРАКТИКИ ВИКЛАДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ «МЕДІАВИРОБНИЦТВО: ПРОДУКТ»)

Нині журналістська освіта переживає період значних змін, викликаних інноваційними технологіями. Цілком очевидно, що традиційні методи викладання теж мають змінюватися з огляду на роботу сучасних медіа, їх специфіку. Як це зробити, що потрібно залишити, а з чим, можливо, попрощатися? На ці та низку інших запитань намагаються відповісти викладачі вишів, де навчаються майбутні журналісти. Адже нині журналістика вимагає не лише вправно писати, а й уміти працювати із величезними обсягами інформації (в тому числі й «продуктами» штучного інтелекту), вчитися відбирати лише корисне і важливе, аналізувати, створюючи тексти, аудіо-, відеоматеріали та цифровий контент у різних форматах. Ось чому у вишах має відбуватися навчання, орієнтоване на високу відповідальність майбутніх журналістів за їхні твори.

Мета цієї доповіді – спробувати пояснити, як у сучасних умовах це зробити, органічно поєднуючи теоретичну базу і практичний аспект підготовки, оскільки студенти-журналісти ще до роботи в медіа мають свідомо формувати свої світоглядні цінності і набути широкого спектру навичок у створенні власного контенту.

Тому наше завдання – поділитися практичним досвідом викладання фахових журналістських дисциплін, який існує в Навчально-науковому інституті журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. Йдеться про дисципліну для першого курсу бакалаврату освітньої програми 061 «Журналістика» («Журналістика та соціальна комунікація», «Реклама та зв'язки з громадськістю», «Видавнича діяльність і медіаредагування», «Медіапродюсування») – «Медіавиробництво : Продукт», яка була розроблена на кафедрі періодичної преси (з 2024 р. – кафедра друкованих медіа та історії журналістики) та впроваджена у навчальний процес у 2020 р.

Її особливістю насамперед було те, що дисципліна мала дві складових – теоретичну та практичну (в рамках навчального року), а також те, що до викладання було залучено шість кафедр інституту.

Теоретична складова містила лекційний цикл, зміст якого був спрямований на знайомство студентів із моделлю сучасного друкованого медіа. Студенти розглядали його як соціальну інституцію, а також знайомилися із типологію та функціями, специфікою вітчизняного інформаційного ринку і, відповідно,

особливістю праці журналіста в сучасному друкованому медіа, вчилися розумінню понять «авторський актив», «читацький актив», «організація роботи редакції», «жанри», «редакція газети», «редакція журналу» тощо. Істотну частину лекційного матеріалу містила інформація про специфіку та особливості редакційного маркетингу і менеджменту, а також про аспекти діяльності друкованого медіа як підприємства (джерела фінансування, доходи та витрати, бізнес-планування, цінова стратегія та шляхи розповсюдження). У якості допоміжних матеріалів для студентів стали навчальний посібник «Газета – соціотворча структура й підприємство» (А. Кобинець, 2020 р.) [1] та «Навчально-методичний комплекс (НМК) для дисципліни «Медіавиробництво: продукт» (1-й курс денної та заочної форми навчання), спеціальність 061 «Журналістика» (А. Кобинець, 2023 р.) [2]. У навчальному посібнику, до речі, кожен розділ містить додаток, що відповідає назві розділу, в якому даються практичні рекомендації для його засвоєння.

Оскільки дисципліна охоплювала весь навчальний рік, то на її опанування було виділено 390 год. (13 кредитів ECTS). Вона складалася із низки модулів. У першому семестрі – це 90 год. (3 кредити ECTS), із них: два кредити ECTS викладалися фахівцями кафедри друкованих медіа та історії журналістики, ще один – кафедри мови медіа, форма контролю – іспит. Другий семестр мав 300 годин (10 кредитів ECTS), із них відповідно три кредити ECTS виділялися кафедрі аудіовізуальних медіа (10 лекційних занять, 34 практ., 46 сам. роб., форма контролю – іспит); два кредити ECTS – кафедрі мови медіа (24 год. практ., 36 сам. роб.); два кредити ECTS кафедрі цифрових медіа (36 год. практичних, 24 год. сам. роб., форма контролю – іспит); один кредит ECTS –кафедрі друкованих медіа та історії журналістики (14 год. практ. роб., 16 год – сам. роб.); один кредит ECTS – кафедрі видавничих технологій та медіапродюсування (2 год. лекц., 14 год. практ. роб, 14 год – сам. роб.); один кредит ECTS – кафедрі реклами та зв'язків з громадськістю (2 год. лекц., 14 год. практ. роб, 14 год – сам. роб.).

Перший навчальний семестр вважався, якщо можна так висловитися, «фундаментом» дисципліни, оскільки поруч із теоретичним матеріалом студенти отримали широкі можливості опанувати практичні навички базових жанрів журналістики, а саме – інформаційної групи: замітки, репортажу, інтерв'ю, звіту [3]. Вивчаючи під час практичних занять теоретичні засади зазначених жанрів, вони мали змогу навчитися працювати з ними, створюючи власні тексти.

Для цього вони у вільний від навчання час брали участь у різних подіях, вели інтерв'ю із обраними ними ж особами. Важлива деталь: вивчаючи жанрову палітру журналіста-інформаційника, студенти з особливою ретельністю ставилися до вивчення методів пошуку та збирання інформації в журналістиці, що давало відчутні результати.

Фактично за навчальний семестр кожен студент самостійно, на власному матеріалі, підготував по три замітки, три репортажі та три інтерв'ю і написав один звіт, також самостійно вибираючи тему публікації. Цей момент – один із ключових: обравши тему, журналіст (а майбутній журналіст також!) розпочинає пошук матеріалу до неї, а набравши його достатню кількість, починає писати

текст. Робота ускладнювалася спочатку тим, що заняття велися в режимі «онлайн», оскільки існували обмеження із введенням карантинних заходів у зв'язку з пандемією COVID-19, потім – через початок повномасштабного вторгнення держави-терориста росії на територію України в лютому 2022-го року. Але вже в 2023-му році практичні заняття в інституті велися авдиторно, і це давало змогу студентам більш плідно працювати над підготовкою власних текстів.

Другий семестр був не менш важливим та активним, адже до роботи над опануванням дисципліни долучалися, як вже зазначалося вище, інші кафедри інституту. Але головні випробування були попереду: тепер перед студентами-першокурсниками стояло більш ускладнене завдання: на основі вивчених жанрів потрібно було створити повноцінний колективний «продукт». Зацікавленість у випуску справжнього медійного продукту у вигляді газети / журналу, де кожен студент міг би продемонструвати свої навички у написанні тексту та розміщенні його на шпальтах окремого друкованого видання, як і активність кожного студента, невпинно зростала.

За допомогою фахівців кафедри онлайн-медіа майбутні журналісти повною мірою використовували інструментарій для верстки видання, зокрема програми Adobe InDesign та Adobe Photoshop, Illustrator (для корекції та редагування фотоілюстрацій) [3]. Принагідно варто зазначити, що студенти такими медійними продуктами, як газета / журнал не обмежувалися, а виконували відповідний обсяг робіт для створення аудіо- та відеоконтенту (із фахівцями кафедри аудіовізуальних медіа) з використанням програм Adobe Audition (для роботи з аудіо), а також DaVinci Resolve та Adobe Premiere Pro (для відеомонтажу). Результативність використання цих ресурсів дуже висока, оскільки студенти продемонстрували своє вміння наочно, створивши власні медійні продукти, які заслуговують на увагу.

Так, упродовж опанування зазначеної дисципліни лише оригінал-макетів друкованих видань (журналів) було підготовлено більше 15. Більшість із них розміщені на сайті ННІЖ. Низка журналів і газет виходили і на паперових носіях. Варто відзначити роботи студентів 2020 – 2021-го років, і особливо – 2022-го, воєнного року, де більшість із них перебували за кордоном, але, незважаючи на це та завдяки новітнім способам комунікації, активно спілкувалися, розробляли теми, а одна з груп, зважаючи на деякі складні обставини, самотужки придбала й опанувала програму Adobe InDesign, повністю реалізувавши свої амбітні плани (PDF-версії видань виставлені на сайті ННІЖ).

Отже, студенти першого курсу упродовж 2020 – 2024-го навчальних років набули низку компетентностей, тобто зуміли скоординувати знання, вміння та практичні навички з динамікою власного творчого розвитку і продемонстрували відповідні результати навчання фактично на старті опанування майбутнього журналістського фаху. Принагідно слід зазначити, що робота над створенням медійних продуктів продовжувалася і на третьому курсі навчання, але вона була вже більш складною, бо дисципліна передбачала опанування і використання

групи аналітичних жанрів журналістики. Це свідчить про системність нових підходів у викладанні фахових дисциплін.

Такий підхід до навчання, починаючи з першого курсу, який ґрунтується на практичних вправах, сприяє не лише активності студентів, а й розвиває їх самостійність, креативність та позитивно впливає на самооцінку. Важливо зазначити, що подібна практика зі створення медійних продуктів в інституті журналістики існувала і до впровадження в навчальний процес дисципліни «Медіавиробництво: продукт», зокрема, до 2020-го року. Але робота над виготовленням самостійних друкованих видань відбувалася на другому курсі першого семестру в рамках фахової дисципліни «Газетно-журнальне виробництво», яка засвідчила свою високу ефективність та результативність.

Отже, підсумовуючи, зазначимо, що студенти не мають бути лише слухачами, а й долучатися до практичної роботи вже на першому курсі навчання. Навички – через власний досвід та сучасні технології – саме такий наратив має просуватися у подальшому навчальному процесі, який, безперечно, потребує вдосконалення, нових підходів. Зокрема, для кращої підготовки майбутніх журналістів варто більш активно впроваджувати спецкурси з фактчекінгу, аналізу даних, а також – із застосування мультимедійних мобільних платформ, соцмереж та алгоритмів поширення новин. Така практика спонукатиме до опанування студентами навичок, в тому числі, й цифрової журналістики, яка нині потужно розвивається.

Список використаних джерел

1. Кобинець А. Газета – соціотворча структура й підприємство: навч. посібн. / вид. друге, доп. й перероб. К. 2020. 236 с. URL: http://journlib.univ.kiev.ua/navch/hazeta_KobynetsA.pdf (дата звернення: 08.12.2025).
2. Кобинець А. Медіавиробництво: продукт: навч.-метод. комплекс. К. : Навчально-науковий інститут журналістики, 2023. 59 с. URL: http://journlib.univ.kiev.ua/contracts/mvproduct2023.pdf (дата звернення: 08.12.2025).
3. Радчик Р. Журналістський фах: інформаційні жанри: навч. посіб. К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2015. 272 с.
4. Іщук Н. Газетно-журнальне виробництво: практикум із верстання: електронна книга. К.: Інститут журналістики. 2019. 90 с. URL: https://www.academia.edu/44463595/%D0%86%D1%89%D1%83%D0%BA_%D0%9D (дата звернення: 08.12.2025).
5. Закернична Д. Журналістська освіта: світові тренди та український досвід // Медіакритика: веб-сайт. URL: http://mediakrytyka.lnu.edu.ua/ohlyady-analityka/zhurnalistska-osvita-svitovi-trendy-ta-ukrayinskyy-dosvid.html (дата звернення: 08.03.2025).

Любов КОНЮХОВА,
кандидатка філологічних наук, доцентка.
Львівський національний
університет імені Івана Франка

ЛЕКСИЧНІ ЗАСОБИ КОМПРЕСІЇ В МОВІ ЖУРНАЛІСТСЬКОГО ТЕКСТУ

Нині простежується тенденція щодо безупинного зростання потоку інформації. Реципієнт хоче за короткий час отримати максимум інформації й не бажає сприймати довгі синтаксичні конструкції чи складні для розуміння слова, які нерідко можуть спонукати до неоднозначних тлумачень. Журналіст-професіонал, як і будь-який публічний мовець, повинен лаконічно подати повідомлення. Для цього потрібно зуміти відшукати для вираження думок відповідну літературну форму. І ця форма повинна бути адекватною змістові. З огляду на це питання про уміння стисло й водночас змістовно подавати інформацію є актуальним та потребує розгляду. Компресія мови полягає в ущільненні тексту. На лексичному рівні компресії можна досягти, дібравши влучні місткі за змістом слова чи використавши синоніми, які можуть замінити громіздку фразу чи словосполучення.

Компресію як мовне явище вивчали мовознавці О. Єсперсен, А. Мартіне, П. Пассі, Г. Пауль та інші. Сучасні науковці Ж. Колоїз, Г. Вокальчук, А. Мойсієнко, О. Стишов розглянули мовну компресію з погляду оказіонального словотвору. Мовознавець Т. Береза, опрацювавши твори української літератури та переклади світової літератури, дійшов висновку, що в українській мові є достатньо вишуканих слів, якими можна замінити розлогі конструкції. Ці слова виразно передають значення, вони дозволяють говорити природно, уникати кальок та запозичень з інших мов та, зрештою, вивищитися над мовним безкультур'ям. [1, с. 3]. Т. Береза зібрав такі слова у словник «Гарна мова – одним словом: словник вишуканої української мови» [1]. Способи надання слову місткості були в полі зору С. Караванського [3]. А І. Фаріон запропонувала «похідники як спружинені відповідники до зужитих чи калькованих словосполук [5, с. 98]. Сучасний дослідник І. Цимбалістий зазначає, що мовна компресія як один із головних складників розвитку мови є кількісною категорією, що «зазнає реалізації в плані вираження за використання меншої кількості сегментних засобів, лінійного скорочення обсягу повідомлення за умови максимального збереження його змісту: імпліцитність вираження не зменшує експліцитності інформації [6, с. 242].

Ми ставимо за мету з'ясувати, як сьогодні журналісти реалізують процес компресії на лексичному рівні. Для цього проаналізуємо мову медійних текстів.

Нещодавно у Львові завершили демонтаж ринку «Світлиця» (Твоє місто, 26 лист. 2025 р.).

Прислівник *нещодавно* тут замінив сполучення слів *не так давно*.

Україна невдовзі зіткнеться із серйозною демографічною проблемою (ТСН, 29 жовт. 2025 р.).

Прислівник *невдовзі* замінив сполучення слів *через деякий час***.**

На Прикарпатті жителі сіл скаржаться на бездоріжжя (Суспільне, 20 верес.).

Слово *бездоріжжя*, утворене префіксально-суфіксальним способом, стало замінником підрядної частини складнопідрядного речення *…скаржаться на те, що немає доріг.*

У наведених прикладах місткі слова утворені префіксально-суфіксальним способом. Префікси *не-, без-* мають змістове значення, тому можуть бути замінниками довгих слів. Наші спостереження свідчать, що з метою економії мови медійники часто використовують й інші префікси, як-от: *за-* (*за*добрити – схилити когось на свій бік подарунками, підкупом, підлабузництвом; *за*людnений – заповнений людьми), *ви-* (*ви*сочіти – підноситися над чим-небудь), *від- (від*давна – з давніх часів; *від*далік – з далекої відстані; *від*нині – з цього часу), *при-* (*при*мандрувати – прийти здалека), *пре-* (*пре*гарний – дуже гарний).

Ось приклад того, як префікс, утворивши доконаний вид дієслова, сприяв і змістовій компактності:

Науковці зазнимкували дикого вовка, який викрав рибу із пастки для вилову крабів (Українська правда, 24 лист. 2025 р.).

Префікс *за-,* який тут має значення завершення дії, що досягла певного результату, допоміг скомпресувати словосполучення *зробили знимки*.

А ось цей приклад демонструє, як із трьох слів (прийменника, займенника, іменника *на те місце*) утворився компактний прислівник, який замінив словосполучення *замість цього*:

На опрацьованих ділянках людських останків не знайшли. Натомість виявили фундаменти двох історичних будівель, монети та гільзи (ZAXID.NET, 27 лист 2025 р.).

Наведені приклади засвідчують, що префікси є продуктивним засобом творення містких слів.

Журналісти досягають компактності слова й за допомогою суфіксів. Особливо часто використовують іменники із суфіксами на позначення осіб за родом діяльності, за їхньою належністю до певного регіону, населеного пункт тощо. Ось наприклад:

Проєктанти реконструкції стверджують, що повертають камяниці її первісні обриси (ZAXID. NET, 27 лист. 2025 р.).

Суфіксальним способом утворено назву осіб за родом діяльності, що уможливило конденсацію розлогої структури *люди, які роблять проєкти*.

Демографиня розкрила нові дані (ТСН, 27 лист. 2025 р.).

Тут замість *провідна наукова співробітниця Інституту Демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи НАН України* вжито назву за родом діяльності – *демографиня.*

Нещодавня суперечка у Прилбичах Новояворівської громади знову загострила релігійний конфлікт між вірянами (Твоє місто, 24 лист. 2025р.).

Замість кількох слів *люди, які вірять у Бога та дотримуються певних релігійних обрядів* журналіст ужив компактне, утворене суфіксальним способом слово *віряни*. Ще одне містке слово *нещодавня* (*та, що відбулася недавно*) дозволило досягти максимальної компресії в розглядуваному реченні.

У Львові судитимуть закладницю наркотиків (ZAXID. NET, 27 лист. 2025 р.). Тут за допомогою суфікса теж утворено назву за родом діяльності, що сприяло місткості слова.

Як бачимо, сучасні журналісти досягають економії мови за допомогою слів, до складу яких входять префікси чи суфікси, які семантично замінюють громіздкі мовні одиниці.

У процесі дослідження ми виявили, що продуктивними засобом досягнення економії мовних ресурсів у медіа також є абревіація та стягування словосполучень, тобто їх скорочення – компресія в одне коротке слово.

Уряд затвердив новий держстандарт дошкільної освіти (ZAXID.NET, 27 лист 2025 р.); В Україні запроваджують спеціальні паркомісця для батьків з малюками (Obozrevatel, 26 лист. 2025 р.); Посадовця Верховинського ТЦК затримали за жорстоке побиття новобранця під час медогляду (ZAXID.NET, 27 лист 2025 р.); Раніше НАБУ вже оголошувало підозру нардепові через брехню в декларації (ZAXID.NET, 27 лист 2025 р.).

Держстандарт, паркомісця, новобранець, медогляд, нардеп – у ці відносно короткі слова журналісти помістили значення словосполучень. Абревіатури ж *ТЦК, НАБУ* є замінниками словосполучень, що складаються з кількох слів.

Мовознавець І. Цимбалістий стверджує, що «найоптимальніший прояв економії у словотворенні реалізується через абревіацію, яка віддзеркалює природне прагнення комунікантів до раціональності та ефективності і полягає у створенні одиниць повторної номінації зі статусом слова шляхом скорочення елементів джерела мотивації і появі нової лексичної одиниці, структурно меншої за твірну основу, але яка об'єднує в собі сегменти її компонентів» [6, с. 245]. Такої ж думки й інші мовознавці. І. Калиновська та М. Процик зазначають, що «суть процесу абревіації у забезпеченні передачі максимальної кількості інформації при мінімальному використанні мовних засобів для підвищення ефективності комунікативної функції мови» [2, с. 124].

Вимоги сучасного суспільства та природне прагнення позбутися інформаційної надлишковості сприяють активному вживанню скорочених форм, які здатні компресувати розлогі структури.

Отже, в мові медіа сьогодні активно функціонують лексичні засоби компресії мови. Помітна тенденція до економії мови шляхом словотвору та активного вживання семантично містких слів. Уміле використання афіксів, які є ніби згустками лексичних значень, наповнення слова змістом є виявом лексичної компресії. Яскравими прикладами економії мовних засобів є значно коротші

порівняно з вихідними структурами (словосполученнями, реченнями) номінації-синоніми, утворені шляхом абревіації та шляхом стягування словосполучень.

Список використаних джерел

1. Береза Т. Гарна мова – одним словом: словник вишуканої української. Львів: Апріорі, 2015. 420 с.
2. Калиновська І., Процик М. Абревіація як прояв мовної економії // Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: Серія «Філологія». 2012. Вип. 26. С. 124-125.
3. Караванський С. Секрети української мови. Вид. 2-е, розширене. Львів: БаК, 2009. 344 с.
4. Коваленко Є. Мова – ідентифікатор нації. Культурне розмаїття: матеріальна та нематеріальна культура різних країн світу: зб. матеріалів XIII Міжнародної науково-практичної конференції, 12 червня 2020 р. Харків: ХНУРЕ, 2020. С. 58–59.
5. Фаріон І. Мовна норма: знищення, пошук, віднова. Івано-Франківськ: Місто НВ, 2013. 331 с.
6. Цимбалістий І. Сутність явища «мовна економія» та його реалізація в іспанській мові // Збірник наукових праць «Нова філологія». 2023. № 89. С. 240-247.

Олеся МЕДИНСЬКА,
кандидатка філологічних наук, доцентка.
Сергій БАРНА,
здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка

ВИСВІТЛЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ ТЕМАТИКИ В ОНЛАЙН-ПРОСТОРІ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯ «ҐВАРА МЕДІА»)

Екологічна тематика набуває значної актуальності в сучасному медіапросторі, що зумовлено зростанням глобальних та локальних викликів, пов’язаних із нераціональним використанням природного потенціалу, змінами клімату, забрудненням довкілля, погіршенням екологічної безпеки внаслідок російсько-української війни. Збройна агресія РФ проти України стала не лише гуманітарним викликом, а й спричинила масштабні екологічні наслідки, що впливають на довкілля. З огляду на це, виникла потреба створювати якісний контент задля об’єктивного моделювання екологічної реальності, формування екосвідомості соціуму. У цьому контексті саме медіа як найпотужніше джерело комунікації має продукувати достовірну інформацію про екологічну ситуацію в державі, актуалізувати важливі питання щодо потенційних екологічних загроз і викликів, орієнтувати суспільство на пошук шляхів вирішення екологічних проблем та прийняття конструктивних рішень задля екобезпеки України.

Екологічну журналістику як один із інструментів формування екологічно відповідального громадянського суспільства досліджували Т. Гузенко, О. Коновець, О. Мелещенко, М. Орлова, І. Рогожнікова. Екологічний дискурс у медіа був предметом наукових студій М. Стецяк. І. Рогожнікової, І. Розмаріци, Н. Руденко, А. Кочиневої, О. Берлової, В. Колеснікової. Особливості становлення та розвитку екологічної преси в Україні висвітлював О. Бєляков. Однак екологічний контент локальних онлайн-медіа є недостатньо вивченим у теорії та практиці журналістикознавства, що зумовлює актуальність наукової розвідки.

Мета дослідження – проаналізувати особливості висвітлення екологічної тематики в онлайн-виданні «Ґвара медіа».

Хронологічні межі дослідження – січень-листопад 2025 року.

Для аналізу екологічного контенту ми обрали суспільно-політичне онлайн-видання «Ґвара медіа». Інтернет-ресурс позиціонує себе як регіональне медіа про Харківщину [1]. Згідно з результатами дослідження, проведеного фахівцями контент-маркетингової платформи PRNEWS.IO, «Ґвара медіа» очолює рейтинг найбільш популярних місцевих медіа Харкова та області за показником річної відвідуваності сайту [2].

Упродовж аналізованого періоду в онлайн-виданні «Ґвара медіа» було опубліковано 16 матеріалів екологічного спрямування, при цьому їхня кількість у межах одного місяця варіювалася від нуля до чотирьох публікацій. Результати

контент-аналізу засвідчили, що екологічна тематика найбільше висвітлювалася у липні, вересні та листопаді (по три-чотири публікації відповідно). У січні, лютому та червні матеріали екологічного спрямування в зазначеному медіа відсутні (Рис. 1).

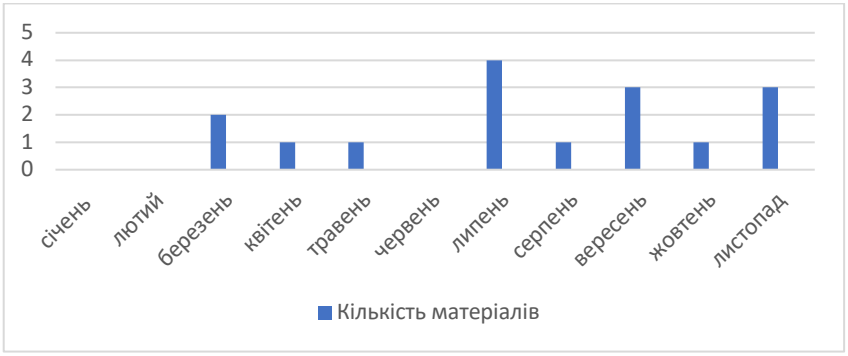


Рис. 1. Динаміка матеріалів на екологічну тематику в онлайн-виданні «Ґвара медіа» за січень-листопад 2025 р.

У геопросторовому вимірі матеріали екологічної тематики в аналізованому інтернет-медіа репрезентують проблеми обласного центру (2/13%), районів Харківської області (1/6%), окремих територіальних громад (4/25%) та регіону загалом (9/56%). В онлайн-виданні «Ґвара медіа» артикулювалися екологічні проблеми, пов'язані зі станом навколишнього середовища Харкова та області, зумовлені екологічними наслідками воєнних дій.

За моніторинговий період виокремлюємо такі тематичні домінанти екологічного контенту онлайн-видання «Ґвара медіа»: забруднення атмосферного повітря та водних ресурсів області; проблеми природно-заповідного фонду; збереження біорізноманіття, охорона та відтворення видів рослинного і тваринного світу, внесених до Червоної книги України; шкідливий вплив хімічних речовин на довкілля та здоров'я населення; екоцидна політика РФ. Кількісне та відсоткове співвідношення матеріалів екологічного спрямування відповідно до тематичних напрямів продемонстровано в таблиці 1.

Табл. 1. Тематичні домінанти екологічного контенту онлайн-видання «Ґвара медіа»

Тематичні напрями	**Назва матеріалу**	**Кількість матеріалів**	**Еквівалент у %**
Забруднення атмосферного повітря	«Через обстріли Куп'янщини у повітря потрапило понад 90 тон забруднювачів» (15.07.2025); «Через удар по складу у Васищеве у повітря потрапили небезпечні речовини: збитки оцінюють у 15,8 млн грн» (09.09.2025); «Обстріли РФ на Харківщині призвели до забруднення довкілля: щонайменше 24 тисяч гривень збитків» (24.10.2025); «Російський удар по Борівській громаді завдав шкоди екосистемі на 1,5 млн грн» (05.11.2025)	4	25
Забруднення водних ресурсів	«У передмісті Харкова можуть розпочати газовидобування, яке, ймовірно, впливатиме на якість води» (31.03.2025)	1	6,3
Природно-заповідний фонд	«Від падіння «Шахедів» до повної окупації: як повномасштабна війна вплинула на національні парки Харківщини» (09.05.2025)	1	6,3

Збереження біорізноманіття, охорона та відтворення видів рослинного і тваринного світу, внесених до Червоної книги України	«Відсутність біорізноманіття вбиває: як відновлюється Журавлівський бір після масштабної пожежі» (03.04.2025)	1	6,3
Шкідливий вплив хімічних речовин на довкілля та здоров'я людини	«За три роки війни РФ майже 7 тисяч разів застосувала боєприпаси з небезпечними хімречовинами» (05.03.2025); «Апатія, безсилля і «туман» у голові: нейровідмінні люди розповіли про свій досвід сприйняття акустичного терору» (19.07.2025)	2	12,5
Екоцидна політика РФ	«Суд оголосив перерву на два місяці у справі російських військових про екоцид» (03.07.2025); «Екоцид у Харківській області. Яку шкоду довкіллю завдала Росія й чому цей злочин складно довести» (27.07.2025); «Понад 99 тисяч боєприпасів знешкодили на Харківщині з початку повномасштабної війни» (28.08.2025); «Збитки довкіллю Харківщини від війни перевищили 500 мільярдів гривень» (24.09.2025); «Збитки від удару РФ по фермі на Харківщині перевищують 5 мільйонів гривень» (27.11.2025) тощо	7	43,6

Отже, результати дослідження свідчать про невисокий відсоток матеріалів екологічного спрямування в онлайн-виданні «Ґвара медіа». Варто зазначити, що найбільше актуалізується тема російської політики екоциду, зокрема наслідків воєнних дій на стан атмосферного повітря, ґрунтів, лісових ресурсів, на екосистему регіону загалом. Пріоритетними є також теми, зосереджені на оцінці екологічної шкоди, завданої насамперед через воєнні дії. Поза увагою журналістів упродовж досліджуваного періоду залишилися питання кліматичних змін, міжнародної співпраці в галузі охорони навколишнього середовища, а також реалізації екопросвітницьких проєктів, що засвідчує фрагментарний характер екологічного дискурсу в аналізованому медіа.

Список використаних джерел

1. Ґвара медіа. URL : https://gwaramedia.com/ (дата звернення: 10.11.2025).
2. Десятка найпопулярніших ресурсів про Харківщину: що читали в 2023 році. *PRNEWS.IO*. URL: https://prnews.io/uk/blog/desiatka-naypopuliarnishykh-resursiv-pro-kharkivshchynu-shcho-chytaly-v-2023-rotsi.html (дата звернення: 10.11.2025).
3. Малькова Т., Царик В. Екологічна політика та охорона навколишнього природного середовища в українських ЗМІ: дослідження. Київ : Зелене досьє, 2018. 30 с.

Алла МИКОЛАЄНКО,
кандидатка наук із соціальних комунікацій, доцентка.
Таврійський національний університет
імені В. І. Вернадського

ПІДГОТОВКА ЖУРНАЛІСТІВ В УКРАЇНІ В ЕПОХУ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ: ВИКЛИКИ, РИЗИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ

Потужний розвиток штучного інтелекту та його використання докорінно змінює і впливає на журналістську діяльність, а відповідно – і на підготовку журналістів. Автоматизація збору інформації, транскрибування, модерації та базового контенту зміщує основний фокус професії в бік аналітики, синтезу даних, фактчекінгу, роботи з джерелами та дотримання етичних стандартів. ВНЗ мають готувати не лише виробників, творців текстів, а й фахівців, здатних критично мислити і взаємодіяти з алгоритмами.

Слушно зазначає В. Владимиров, описуючи масштаби поширення ШІ нині: «Стрімке поширення штучного інтелекту привело до змін у світі масмедіа таких масштабів і глибини, які перевершували зміни часів Йоганнеса Гуттенберга або Маршалла Маклюена» [1, с. 116].

Станом на сьогодні серед викликів української журналістської освіти фігурують такі:

– відставання навчальних програм від реальних запитів сучасного медіаринку;

– нестача викладачів, які на достатньому рівні володіють сучасними інструментами ШІ;

– слабка технологічна база редакційних лабораторій;

– недостатня інтеграція курсів із дата-журналістики, алгоритмічної етики, OSINT та цифрової безпеки.

Аналізуючи використання штучного інтелекту в журналістській освіті, І. Хлистун зауважує, що українські ЗМІ «дедалі частіше вдаються до використання технологій штучного інтелекту – для рерайту, копірайтингу, редагування тексту та навіть збору інформації. Це, з одного боку, відкриває широкі можливості для медіа, а з іншого боку, створює нові ризики щодо дотримання журналістських стандартів» [2, с. 1588].

Серед ризиків використання ШІ у підготовці журналістів варто виокремити посилення загроз дезінформації через deepfake, синтетичні тексти та зображення; розмивання інституту авторства за використання ШІ; етичні дилеми, зокрема баланс між швидкістю генерації та достовірністю.

А. Мельник серед ризиків ШІ в журналістській освіті називає також зниження якості навчання та розвитку критичного мислення: «Застосування штучного інтелекту може призвести до зниження якості навчання та розвитку критичного мислення, якщо учні та студенти полишаються пасивними

приймачами інформації, що надходить від систем штучного інтелекту. Отже, важливо забезпечувати баланс між застосуванням технологій штучного інтелекту та збереженням важливих навичок та цінностей, які стимулюють розвиток критичного мислення [3, с. 252].

Комісія з журналістської етики привертає увагу до появи нових етичних проблем, що виникають на тлі зростання популярності штучного інтелекту, тому Комісія створила рекомендації для журналістів і редакцій щодо використання штучного інтелекту для створення журналістських матеріалів [4].

Водночас важливими на тлі ризиків та загроз є можливості для модернізації журналістської освіти в умовах розвитку ШІ. Зокрема мова йде про потребу переосмислення навчальних стандартів із акцентом на критичне мислення, аналітичність та відповідальне використання ШІ. Крім того, має значення формування компетенцій, пов'язаних із міждисциплінарністю журналістики, її зв'язків із правом, етикою, технологіями, психологією.

За умови відповідального використання ШІ може стати інструментом підвищення професійної культури: допомогти працювати зі складними і великими за обсягом масивами даних, розширити можливості розслідувальної діяльності, посилити верифікацію та пришвидшити редакційні процеси. Водночас інтелектуальна складова журналістики, включаючи інтерпретацію, аналіз, пояснення, залишається людською.

Варто відзначити, що «одне з головних завдань викладача – вибудувати у студентів правильні підходи до штучного інтелекту як явища медіасфери, до його місця у медіадіяльності і до свого місця у ній як вирішального й остаточного у рішеннях та діях» [1, с. 121]. Таким чином, має залишатися розуміння ШІ як інструменту, а не заміни журналіста та його фаху.

Українські ВНЗ нині мають рухатися до гнучких, інноваційних моделей навчання та формувати культуру відповідального використання сучасних технологій, де ШІ — не стане заміною, але буде цінним інструментом для підсилення професійних компетенцій журналіста.

Список використаних джерел

1. Владимиров В. Новації у викладанні медіазнавчих дисциплін з використанням штучного інтелекту // Наукові записки інституту журналістики. 2025. № 86 (1). С.115–124. URL: https://doi.org/10.17721/2522-1272.2025.86.10 (дата звернення: 27.11.2025).
2. Хлистун І. Використання штучного інтелекту в журналістській освіті // Вісник науки та освіти. Серія «Педагогіка». 2024. № 4 (22). С. 1583–1598. URL: https://dspace.udpu.edu.ua/handle/123456789/17386 (дата звернення: 27.11.2025).
3. Мельник А. Застосування штучного інтелекту в освітньому середовищі: потенціал та виклики // Розвиток педагогічної майстерності майбутнього педагога в умовах освітніх трансформацій : матеріали III Всеукр. наук.-практ. конф.. 7 квітня 2023 р. Глухів, 2023. С. 250–253. URL: https://eprints.zu.edu.ua/id/eprint/37171 (дата звернення: 27.11.2025).
4. Рекомендації Комісії з журналістської етики щодо використання штучного інтелекту для створення журналістських матеріалів. URL: https://cje.org.ua/statements/rekomendatsii-komisii-z-zhurnalistskoi-etyky-shchodo-vykorystannia-shtuchnoho-intelektu-dlia-stvorennia-zhurnalistskykh-materialiv/ (дата звернення: 27.11.2025).

Валентина МИХАЙЛЮТА,
кандидатка філологічних наук, доцентка.
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

ОСВІТНІЙ ПОТЕНЦІАЛ «ДЕТЕКТОР МЕДІА» У ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ ЖУРНАЛІСТІВ

Практика навчання шляхом аналізу публікацій застосовується для засвоєння журналістикознавчих дисциплін, коли використовуються різноманітні медійні ресурси: друковані, електронні видання, соціальні мережі, тощо. Їх моніторинг допомагає ознайомлюватися із сучасними комунікаційними процесами в медіа, проблемно-тематичним наповненням інформаційного простору, жанровими трансформаціями. Під час вивчення функцій, завдань, жанрів медіакритики активно залучаються до навчального процесу тексти спеціалізованого медіакритичного видання «Детектор медіа», його публікації допомагають ілюструвати й унаочнювати теоретичний матеріал, який опрацьовують студенти. Кейс платформи «Детектор медіа» містить значний освітній потенціал для журналістської освіти, тому видання доцільно застосовувати в навчанні як багату джерельну базу для дослідження явищ медіапростору. Зі студентами-журналістами проводилося опитування: як часто вони заходять на сторінку «Детектор медіа». Результати опитування показують, що із початком повномасштабного вторгнення рф в Україну значно збільшилася кількість відвідувань видання, це пояснюється його авторитетом і професійністю, довірою до цього ресурсу.

Важливо, що контент «Детектор медіа» сприяє розвитку критичного мислення у студентів, розвиває їх професійні навички, вчить правильно оцінювати як свої власні матеріали, так і здобутки колег по цеху, адже, щоб інформація, яку отримує споживач, була правдивою та повною, «Детектор медіа» аналізує якість медіапродукту і спонукає медіагравців дотримуватися професійних та етичних стандартів. Завдяки цьому в аудиторії формується уявлення про нормативність різних аспектів функціонування друкованої та електронної преси, радіо та телебачення, оскільки є необхідність визначення суспільної оцінки тих чи інших медійних феноменів, вироблення у громадян критеріїв самостійного раціонального аналізу і оцінювання медіатекстів, творчої діяльності їхніх творців, різних проявів взаємодії засобів масової інформації із соціальним середовищем.

«Детектор медіа» позиціонує себе як «watchdog», тобто сторожовий пес, українських ЗМІ, цей меседж відображає концепцію медіа, що включає три головні складові місії — покращення якості українських медіа, підвищення медіаграмотності українського суспільства та протидія дезінформації та пропаганді. «Детектор медіа», який із 2001 по 2015 р. мав назву «Телекритика», більш як двадцять років бореться за свободу слова, одночасно з цим активно

посилює відстоювання засад якісної журналістики, уважно відстежує дотримання журналістами професійних стандартів. Із 2003 р. «Телекритика» розпочала моніторинг телевізійних новин, він без перерви триває досі та є центральним напрямком боротьби за професійні стандарти журналістики в українському інформаційному просторі. Зазначені стандарти подані в практичному посібнику для журналістів «Ефективне виробництво теленовин: стандарти інформаційного мовлення. Професійна етика журналіста-інформаційника» й дотримання саме цих норм і цінностей системно й наполегливо відстоюють автори посібника – медіа-тренери та журналісти з досвідом роботи на телебаченні (Ігор Куляс) та радіо і телебаченні (Олександр Макаренко). Постійні моніторинги спочатку в «Телекритиці», нині в «Детектор медіа», виконують важливу просвітницьку функцію, покликані роз'яснювати і журналістам, і суспільству важливість дотримання стандартів інформаційної журналістики. Попри відмінності у специфіці, вони є чинними і придатними як для телебачення і радіо, так і для газети чи інтернет-видання. Ці стандарти формувалися десятиліттями реальним практичним досвідом передових західних мас-медіа. А новий український досвід лише підтверджує їх цінність для професіоналів. Ігор Куляс впродовж кількох десятиліть здійснює моніторинги інформаційних новин, він є автором основної «Методології моніторингових досліджень «Детектор медіа». 24 лютого, коли Росія пішла в наступ на Україну, «Детектор медіа» мусив припинити свої постійні моніторингові проєкти, адже наповнення ефіру телеканалів повністю змінилось. Центральні канали об'єднались у спільний марафон «Єдині новини #UAРазом». Однак, у час війни моніторинг і контроль якості телепродукту залишається обов'язковим, тож було запущено нове дослідження — докладний аналіз ефіру спільного марафону (новин, прямих включень, гостьових студій) на дотримання стандартів та вагомі професійні помилки ведучих і журналістів [1, с. 2].

Важливо було усвідомити, які професійні стандарти у умовах широкомасштабної війни беззастережно необхідні, а дотримання яких виявилося не тільки неможливим, а часто й небезпечним. «Детектор медіа» багато уваги приділяє роз'ясненню журналістській спільноті особливостей нових умов збирання та подачі матеріалу, специфіці роботи журналіста в умовах війни. Дуже часто публікації видання слугували практичним посібником журналістам, оскільки безпосередньо відповідали на нагальні питання: «Чому в медіа немає і не може бути всієї правди про війну?» [3], «Що конкретно і чому не можна показувати в медіа під час війни» [4].

У статті «Медіа в черговий раз звинуватили в наведенні ракетного вогню» [5] конкретно розглядається випадок обстрілу київського танкового заводу після оприлюднення матеріалу досвідченого військового журналіста про цей завод, і пояснюється різниця між наведенням вогню на об'єкти і збігом публікації матеріалу й наступним обстрілом.

Окрім моніторингових звітів, важливий навчальний потенціал має «Media Sapiens», проєкт, який із 2010 р. активно розробляється «Детектор медіа» (« Телекритика»). Він створює, цікавий і важливий контент для поширення

медійної грамотності та медіапросвітництва в Україні для студентів - майбутніх журналістів, їх викладачів, а також для широкого кола зацікавленої у медіаграмотності аудиторії. На цьому сайті забезпечується важлива функція медіакритики — медіаосвіта та медіаграмотність. Скажімо, курс «Новинна грамотність», розроблений колективом редакції, демонструє можливості медіаосвіти, він має просвітницьку мету і спрямований на поширення медіаграмотності серед населення в умовах воєнного конфлікту. Складається із десяти модулів, в яких експерти розповідають про те, як створюються новини, які існують професійні стандарти, етичні дилеми, в який спосіб медіа можуть маніпулювати суспільною думкою через новини, хто є основними медіавласниками в Україні, як соцмережі міняють сприйняття новин [6]. Виклад матеріалу в «Новинній грамотності» має привабливий дизайн, містить багато яскравих таблиць, інфографіки, що полегшує сприйняття й запам'ятовування теоретичного матеріалу, який подається доступно, лаконічно й структуровано.

Матеріали «Media Sapiens» максимально спрямовані на поширення медіаграмотності, вони інформують, пояснюють, навчають. Скажімо, у матеріалі «Із кожної праски. Усе, що варто знати про національний телемарафон» [7] автор розповідає історію появи «Єдиного марафону», хронологічно послідовно з'ясовуючи всі деталі цього феномену. Його виклад доступний як для людей професійно зорієнтованих, так і для широкої читацької аудиторії, вибудуваний у формі найактуальніших питань та відвертих відповідей на них: «Звідки взявся спільний марафон? Хто його придумав? Чи марафон справді об’єднує всі українські телеканали? Чи дивиться марафон більшість українців? Хто керує «Єдиними новинами»? Яка історія трапилася з «5 каналом», «Прямим», «Еспрессо» ? Чи є у марафоні цензура? Чи присутній у ньому політичний піар? Чи якісний марафон? Чи можна йому довіряти? Скільки буде тривати марафон? Що буде після марафону? Чи зміниться українське телебачення?» Безперечно, що подібні матеріали мають велику пізнавально-освітню цінність, тож їх важливо використовувати у навчанні.

У рамках медіаосвіти останнім часом багато матеріалів «Media Sapiens» розглядають проблеми, пов'язані з ШІ, його впливом на масовокомунікаційний простір, на свідомість людини, особливо молоді. Надія Баловсяк у статті «Мій бот, моя підтримка: чому люди прив’язуються до ШІ та до чого це може призвести» розповідає про випадки олюднення або гуманізації штучного інтелекту, вказує про загрозу ШІ як нового виду залежності [8]. Євген Бриж, редактор видання ДМ, запрошує на унікальний майстер-клас «Медіаграмотність в епоху штучного інтелекту» [9].

У цілому переважна більшість матеріалів «Детектор медіа» мають навчально-пізнавальний характер, і для студентів є професійно потрібними, скажімо, дописи про те, як написати замітку, чи редагувати власний текст. Видання «Детектор медіа» в середовищі сучасного українського медіапростору зайняло нішу медіаексперта, це авторитетне медіа про медіа, котре є надійним помічником викладачів у процесі навчання студентів-журналістів.

Список використаних джерел

1. Куляс І. Методологія моніторингу марафону «Єдині новини». URL: https://detector.media/monitoring/article/198035/2022-04-01-metodologiya-monitoryngu-marafonu-iedyni-novy (дата звернення: 20.11.2025).
2. Куляс І. Моніторинг спільного телемарафону «Єдині новини». URL: https://detector.media/shchodenni-telenovini/article/208375/2023-02-26-monitoryng-spilnogo-telemarafonu-iedyni-novyny-za-19-lyutogo-2023-roku/ (дата звернення: 20.11.2024).
3. Довженко О. Чому в медіа немає і не може бути всієї правди про війну.URL: https://detector.media/blogs/article/197451/2022-03-13-chomu-v-media-nemaie-i-ne-maie-buty-vsiiei-pravdy-pro-viynu/ (дата звернення: 02.11.2025).
4. Довженко О. Медіа в черговий раз звинуватили в наведенні ракетного вогню.URL: https://detector.media/blogs/article/198471/2022-04-17-media-v-chergovyy-raz-zvynuvatyly-v-navedenni-raketnogo-vognyu-tsogo-razu-11/ (дата звернення: 02.11.2025).
5. Золотухін Д. Що конкретно і чому не можна показувати в медіа під час війни.URL:https://zmina.info/instructions/shho-mozhna-i-chogo-ne-mozhna-pokazuvaty-v-media-pid-chas-vijny-vidpovidaye-ekszastupnyk-ministra-informpolityky/ (дата звернення: 02.11.2025)
6. Довженко О. «Із кожної праски. Усе, що варто знати про національний телемарафон». URL: https://ms.detector.media/telebachennya/post/29547/2022-05-24-iz-kozhnoi-prasky-use-shcho-varto-znaty-pro-natsionalnyy-telemarafon/ (дата звернення: 10.11.2025).
7. Новинна грамотність. Онлайн курс. URL: https://video.detector.media/special-projects/novynna-gramotnist-i22 (дата звернення: 10.11.2025).
8. Баловсяк Н. Мій бот, моя підтримка: чому люди прив'язуються до ШІ та до чого це може призвести. URL: https: //ms.detector.media/trendi/post/38084/2025-06-18-miy-bot-moya-pidtrymka-chomu-lyudy-pryvyazuyutsya-do-shi-ta-do-chogo-tse-mozhe-pryzvesty/ (дата звернення: 03.11.2025).
9. Бриж Є. Майстер-клас: Медіаграмотність в епоху штучного інтелекту. URL: https://www.facebook.com/CGC.Dnipro/videos/ (дата звернення: 03.11.2025).
10. Бриж Є. Як редагувати власний текст. URL: https://detector.media/infospace/article/ 830/2025-11-24-yak-redaguvaty-vlasnyy-tekst-10-porad/ (дата звернення: 03.11.2025).

Зіновій ПАРТИКО,
доктор філологічних наук, професор.
Житомирський державний університет
імені І. Франка

КРИЗОВІ ЯВИЩА В СИСТЕМІ УКРАЇНСЬКОЇ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Наявність кризових явищ в системі вищої освіти розглянемо в двох площинах: по-перше, в площині якості підготовки студентів, тобто якості їх знань і вмінь, а, по-друге, в площині функціонування викладацького складу. В якості критеріїв у першій площині, які, на нашу думку, свідчать про кризові явища, оберемо такі: 1) відвідування студентами занять; 2) спосіб акредитування спеціальностей; 3) зміна студентами спеціальностей; 4) можливість виставлення студентам оцінок на заліках чи іспитах на основі поточних оцінок; 5) часткова відсутність фінансових важелів для стимулювання якісного навчання; 6) відсутність критеріїв щодо можливості використання студентами під час занять систем штучного інтелекту (СШІ). В якості критеріїв у другій площині оберемо такі: 1) зміщення акценту роботи викладачів з підготовки навчальних видань на видання наукові; 2) запровадження рейтингів щодо оцінювання роботи викладачів.

Розглянемо стан у системі вищої освіти спершу в площині якості підготовки студентів.

1. Відвідування студентами занять. В українських університетах студентам видають дозволи на працевлаштування на повний робочий день, що веде до масових пропусків занять. У наш час кількість таких пропусків з цих та інших причин, як правило, не обліковується. При цьому в бюджетах ВНЗ не передбачено статей на індивідуальне відпрацювання цих занять з викладачами. Як наслідок, частину знань і вмінь студенти недоотримують, що, зрозуміло, веде до суттєвого зниження рівня їх фахової підготовки.

Причиною цього явища, на нашу думку, є різні системи оплати праці в країнах Заходу (там – погодинна оплата праці, що дає змогу працювати частину робочого дня) та Україні (в нас – поденна система, що передбачає працю впродовж цілого робочого дня).

2. Спосіб акредитування спеціальностей. Під час акредитування спеціальостей акредитаційні комісії Національного агентства з забезпечення якості вищої освіти (НАЗЯВО) в основному зосереджують свою увагу на перевірці критеріїв щодо викладачів та університетів, хоча основна увага мала б бути зосереджена на перевірці рівня знань і вмінь студентів, наприклад, у формі розгорнутих, розлогих тестів, контрольних робіт чи інших форм перевірки. У такий спосіб увага під час акредитування зосереджується не на якості

підготованого кінцевого продукту, а на оцінці використаних при підготовці цього продукту інструментів.

3. Зміна студентами спеціальностей. У наш час зміна студентами спеціальності з однієї на іншу, наприклад, при переході з бакалаврату в магістратуру, має недостатньо обмежень щодо контролю рівня знань і вмінь (на це впливають, зокрема, і фінансові фактори, внаслідок великої кількості студентів-платників). У такий спосіб стають можливими переходи, наприклад, з філологічних спеціальностей бакалаврату на спеціальності фізкультури й спорту магістратури. За такої ситуації виникає закономірне запитання про саму потребу навчання на бакалавраті.

На нашу думку, така можливість зміни спеціальності, зрозуміло, повинна бути, але в межах одного напряму чи за інших обмежувальних умов.

4. Можливість виставлення студентам оцінок на заліках чи іспитах на основі поточних оцінок. У положеннях про оцінювання знань і вмінь частини університетів України прийнято норми про те, що викладачі за згодою студентів мають право виставляти їм оцінки на основі середніх балів, отриманих студентами під час проведення практичних, семінарських чи лабораторних занять, які відбувалися впродовж семестру. При цьому не враховується, що така норма суперечить відомому ще з античних часів правилу про те, що *повторення є матір'ю навчання.*

Наявність такої норми при оцінюванні знань і вмінь сприяє, зокрема, формуванню в студентів так званих «клаптикових» знань (на противагу потрібних студентам системних знань і вмінь).

5. Часткова відсутність фінансових важелів для стимулювання якісного навчання. Свого часу в університетах України було запроваджена практика, згідно з якою студент, який пропускав заняття, повинен був сплачувати університету вартість індивідуального відпрацювання пропущених занять. Пізніше МОН України наказом заборонило таку практику університетів.

У зв'язку з цим зазначимо, що в бюджетах університетів статті на відпрацювання студентами пропущених занять відсутні. У результаті для викладачів втрачається мотивація приймання від студентів пропущених занять, що веде до зниження фахового рівня підготовки тих, хто навчається. Як наслідок, це призводить до масового невідпрацювання студентами пропущених занять, оскільки обсяги таких відпрацювань іноді можуть ставати для викладачів більшими за обсяги їх річних навантажень.

6. Відсутність критеріїв щодо можливості використання студентами під час занять СШІ. За останні один-два роки, після появи СШІ, студенти отримали змогу готуватися до занять за допомогою цих систем. На практиці це веде, наприклад, до зачитування студентами на семінарських заняттях відповідей, підготованих СШІ. Нагромадженню студентами власних знань і вмінь такі технології сприяють, зрозуміло, мало, недостатньо, а то й узагалі нівелюють мотивацію до навчання.

Очевидно, що межі використання студентами США в навчальному процесі повинні бути певним чином регламентовані. Ми розуміємо, що така регламентація повинна бути вироблена попередньо на міжнародному рівні.

Перейдімо тепер до стану в системі вищої освіти в площині функціонування викладацького складу.

1. Зміщення акценту роботи викладачів з підготовки навчальних видань на видання наукові. Свого часу МОН України обрало в якості моделі функціонування українських університетів ту модель, яка передбачає, що вони (університети) стають у державі основними центрами проведення наукових досліджень (на зразок того, як це є в деяких країнах Заходу). Проте Україна в наш час фінансово не готова до такого переходу. Наказ МОН про поділ викладачів на дві категорії («науковців» і «педагогів») при сучасному рівні зарплат і браку викладацьких кадрів цю проблему не вирішує. Одним із наслідків такого перекосу стає те, що підготовка викладачами навчальних видань стає неактуальною ні престижно, ні фінансово (тут доводиться враховувати й той факт, що якісні навчальні видання перекопійовують і несанкціоновано експонують в інтернеті, а судові позови щодо дотримання авторських прав ефекту, як правило, не приносять). Натомість стимулювання написання наукових статей для видань, що належать до груп Scopus чи Web of Science, часто стає для авторів фінансово збитковим і / або псевдонауковим, оскільки публікується, наприклад, з метою обрання чи переобрання на посаду. І це при тому, що в мережі інтернету функціонує ціла низка сайтів, на яких за 500 –1000$ пропонують підготувати й опублікувати в потрібному виданні, що входить у групи Scopus чи Web of Science, замовлену статтю.

Така ситуація появі якісних навчальних видань (видавництва гонорари за такі видання, як правило, не виплачують) явно не сприяє, хоча навчальні видання є однією з фундаментальних основ якісного навчального процесу.

При цьому ми розуміємо, що питання про видання, які входять до групи Scopus чи Web of Science, є складним і неоднозначним, особливо, якщо взяти до уваги ті умови, за яких МОН прийняло рішення про пріоритетність видань групи Scopus.

2. Запровадження рейтингів щодо оцінювання роботи викладачів. Самі по собі рейтинги є ні хорошими, ні поганими. Питання, як на нашу думку, полягає в іншому, а саме – у меті, для якої їх використовують. Так, їх можна використовувати для того, щоб позбутися якихось викладачів (не розглядаємо тут яких – добрих чи поганих), а можна застосовувати й для того, щоб стимулювати різними заохоченнями найкращих.

На жаль, в українських університетах надмірні вимоги в рейтингах іноді використовують і для третьої мети: для тримання викладачів у стані, за якого їх завжди можна приструнити, вказавши на недовиконані завдання, зокрема і в ділянці згаданих вже наукових публікацій.

Перейдімо до висновків, які випливають з викладеного. По-перше, потрібно офіційно визнати, що якість фахової підготовки в українських ВНЗ за останні роки суттєво знизилась. Наслідком цього є, зокрема, і виїзд частини

абітурієнтів на навчання за кордон. По-друге, вимагає зміни частина нормативних актів МОН України, пов’язаних з питаннями щодо функціонування викладацького складу, викладеними вище.

Доходячи таких висновків, потрібно також враховувати, що деякі з висловлених тут оцінок мають під собою об’єктивні, непереборні причини, наприклад, ті, що стосуються: функціонування університетів у період ковіду, коли заняття велися дистанційно; в період воєнний, коли заняття ведуться в змішаному форматі; появи й використання студентами СШІ. Проте поряд із цими об’єктивними причинами наявні й суб’єктивні, викликані нормативними документами МОН, НАЗЯВО та інших уповноважених організацій України й розроблених на їх основі або й прийнятих ВНЗ самостійно.

Зробимо застереження й щодо того, що використані тут критерії та описані їх значення, зрозуміло, є суб’єктивними, тобто випливають з оцінок лише одного експерта, тобто автора цих тез. Тому сподіваємось, що учасники конференції зможуть в якості експертів долучитися до висловлених у цих тезах оцінок і, в такий спосіб, об’єктивізувати їх.

Об’єктивізації цих оцінок могло б послужити проведення незалежними організаціями тестування рівнів знань і вмінь випускників українських ВНЗ, до чого й закликаємо.

Світлана ПЕТРЕНКО,
докторка філософії з журналістики, доцентка.
Київський столичний університет
імені Бориса Грінченка

ЦІННІСНА ОСНОВА ОСОБИСТОСТІ ЖУРНАЛІСТА: МІСЦЕ ТА РОЛЬ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ОСВІТИ В ЇЇ ФОРМУВАННІ

Проблема формування ціннісного базису особистості журналіста є актуальною та багатоаспектною водночас, оскільки включає роль журналіста в медіапросторі, в журналістиці як професії, в конкретному медіа, а також зачіпає не лише освітню, а й виховну роль журналістської освіти. Питання має дискусійний характер: чи варто взагалі журналістській освіті ставити перед собою таке завдання в умовах сучасних трансформацій і викликів? Можливо, достатньо вивчення новітніх медіатехнологій, трендів інформаційно-комунікаційного простору, опанування сучасним інструментарієм творення контенту й отримання поверхневих знань морально-етичної та суспільно-політичної проблематики, залишивши ціннісне збудування особистості журналіста поза увагою? І чи є актуальною ця функція освіти сьогодні?

XXI століття – епоха постправди. Перша чверть його означена наростанням концентрації постправди, заволодінням нею не лише глобальним інформаційним, а й геополітичним простором. Постправда унормовується, як, відповідно, і постжурналістика. З'явилися тренди, означені як «постдемократія», «постгуманізм», «постлюдина», «постлюдство», що ведуть до перетворення людства в суспільство постцінностей і постсутностей. Релятивізація, нівелювання засадничих морально-ціннісних підвалин веде до руйнації ціннісної системи та втрати миру, рівноваги і як наслідок – чинить світ все більш хитким і конфліктним. Російська агресія актуалізувала такі поняття як «нелюд» і «втрата людськості».

У цих умовах і науковці [3], і журналісти [4] вказують на «смерть журналістики» як очевидну тенденцію і проблему, що потребує уваги до її розв'язання. В інтерв'ю під час «Медіаднів Премії імені Ґеоргія Ґонгадзе» (2025 р.) Віталій Портников констатував: «Ми з вами взагалі присутні при смерті класичної журналістики». При цьому він наголосив: «Життя буде доводити, що журналістика потрібна… Журналістика — це відповідальність. Якщо ви не маєте цієї відповідальності, ви не маєте цим займатися навіть 24 години» [4]. Ключовою проблемою В. Портников назвав брехню, що почала роз'їдати навіть потужні медіакорпорації з раніше взірцевою репутацією. Цим самим підкреслив, що журналістика апріорі пов'язується з правдою, тоді як брехня несе руйнацію і смерть.

Завдання ціннісного збудування особистості журналіста безпосередньо і тісно пов'язані з Правдою[1] як метакатегорією та метацінністю журналістики – розумінням її природи як феномену, первинних (нетрансформованих) сенсів, ознак, властивостей, що формують її як поняття та ключову категорію соціальних комунікацій (СК) і журналістики зокрема. Це – *гносеологічний складник проблеми правди*, розв'язання якого лежить у площині науки й освіти. Щоб виконувати свою суспільну роль журналіст має навчитися відрізняти правду від брехні. Технології маніпулювання фактами та впливу на свідомість стають все витонченішими, до цього долучився штучний інтелект, тож це завдання стає дедалі складнішим. За цих умов знання категорії Правди як оригіналу – мірила, еталону – в її первинних метафізичних сенсах, і бажано – максимально досконале, стає необхідною умовою, що дозволяє ефективно виявляти підробки. Без цього дуже легко піддатися на гачки маніпуляторів, володіючи навіть найсучаснішими інструментами верифікації.

Здійснене нами комплексне дослідження правди як СК категорії журналістики [2] стало однією з перших спроб наукового вивчення цієї категорії з позицій соціальнокомунікаційного підходу як методологічної основи та внеском у розв'язання гносеологічного складника проблеми правди. До дослідження в межах СК-підходу було долучено Біблію як джерело «науки правди» та засадничих ціннісних наративів. Обґрунтовано метафізичну природу Правди як трансцендентного феномену, який має абсолютні морально-ціннісні виміри, що чинить Правду онтологічно й аксіологічно визначеною, тоді як істина є лише онтологічною категорією, й у взаємопов'язаності цих понять Правда – це ціле, істина – частинне [1], і є складником цього цілого. Доведено: Правда є метацінністю, що включає комплекс морально-етичних, ціннісних засад, які без Правди нівелюються та втрачають справжність і сенс. Маніпуляції перетворюють справедливість, добро, вірність, мир, безпеку у псевдосправедливість, псевдодобро, псевдовірність, хитний мир і уявну безпеку.

Виявлення *онтологічно-аксіологічного складника правди* дозволяє сформувати систему критеріїв цієї категорії, виводячи за межі розуміння Правди як достовірного факту в площину морально-ціннісного аналізу, оцінки та судження. Головним і незмінним критерієм Правди є суспільне Добро, а сама Правда в її сутнісних сенсах, принципах і механізмах взаємодії є феноменом, що гармонізує суспільні відносини на всіх рівнях. Знання онтологічно-аксіологічних критеріїв Правди й усвідомлене їх застосування (оперування ними) в журналістській діяльності дозволяє релевантно встановлювати Правду в конкретних ситуаціях, робити суспільно важливі висновки та прогнози, оцінювати суспільну значущість того чи іншого факту та його соціальні наслідки.

Усвідомлене розуміння й оперування засадничими критеріями Правди в процесі журналістської діяльності дозволяє розв'язувати

[1] Тут і далі поняття Правда, а також Справедливість, Добро. Мудрість вживаємо з великої літери на позначення їхньої метафізичної (трансцендентної) природи та духовних сенсів і визначеностей.

соціальнокомунікаційний аспект проблеми правди – донесення правди суспільству неспотвореною, і таким чином позитивно впливати на розв'язання *соціально-психологічного складника проблеми правди* – проблеми сприйняття інформації та повернення довіри до журналістики як правдоцентричної, суспільно відповідальної інституції та журналістів як високоморальних особистостей, позиція яких ґрунтується на засадничих, не релятивних цінностях.

Всі чотири названі вище складники проблеми правди є взаємопов'язаними, і тільки в комплексі дають можливість релевантно встановлювати правду й оперувати нею як категорією. Відповідно ставлять ряд викликів перед наукою й журналістською освітою. Передусім, наукове розуміння Правди як феномену, поняття, категорії має бути переглянуто. Недостатність, а то й відсутність досліджень цієї категорії позначається на розумінні та сприйнятті правди та дає місце різновидам «своєї правди». Активно досліджуються виплоди неправди – постправда, фейки тощо, тоді як категорія правди отримує надто мало уваги науковців. Як наслідок, переважає поверхневе уявлення про правду, окреслене тезою: «у кожного – своя правда». Тоді як «своя правда» у всіх її різновидах є антагоністом Правди. Т. Шевченко розрізняв дві правди – «свою» (*«В своїй хаті своя й правда»,* «І мертвим, і живим…», 1845; «*А правда наша п'яна спить»,* «Кавказ», 1845) і «святую» («*Тойді, як, Господи, святая на землю правда прилетить*», «Ісайя. Глава 35», 1859; *«Пошли мені святеє слово, / Святої правди голос новий!»,* «Неофіти», 1857)).

Як виявило дослідження, вивчення категорії Правди, пізнання її первинних сутнісних сенсів і властивостей (визначеностей) відкриває природу, сутність і взаємопов'язаність *комплексу засадничих (загальнолюдських) цінностей, що складають відповідну морально-етичну систему й у своїй непорушності забезпечують гармонію життя людини та людства*. Релятивізація, нівелювання, нехтування ціннісним фундаментом людства призводить до руйнації як у локальних, так і в глобальних вимірах: від окремої особистості – до планетарного суспільства.

В цих умовах позиція наукової спільноти й освітян у формуванні ціннісної основи особистості журналіста, на нашу думку, має бути спрямована відповідно:

1. Наука: зосередження уваги на дослідженнях правди як феномену та категорії, що включає комплекс морально-ціннісних наративів і засад; формування системи наукових знань категорії Правди та її ціннісних компонентів на міждисциплінарному рівні; донесення цих знань до системи журосвіти.

2. Журналістська освіта: запит на відповідні наукові знання, готовність до опрацювання та впровадження в освітній процес; акцент на формуванні ціннісного базису особистості майбутнього журналіста й апробація наукових досліджень у процесі освітньо-професійної підготовки журналістів першого, другого і третього рівнів вищої освіти.

Вивчення категорії правди належить до фундаментальних знань, важливих для опанування фахівцями соціальних і медіакомунікацій, до яких належать журналісти. Ці знання формують правдоцентричну позицію особистості,

ціннісний базис, світоглядну платформу для здійснення соціально відповідальної професійної діяльності, якою є журналістика. Біблія, що є одним з ключових джерел дослідження, вказує, що ці цінності мають бути «в серці» людини, формувати її ціннісну платформу та забезпечувати, «щоб було добре тобі», «щоб щастило на всіх дорогах, якими ти будеш ходити».

Результати дослідження лягли в основу нової дисципліни «Правда та постправда в журналістиці», спрямованої на формування ціннісної правдоцентричної позиції майбутніх журналістів, що з 2023 р. викладається в Київському столичному університеті імені Бориса Грінченка як обов'язкова компонента освітньо-професійної програми підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти. Дисципліна дає морально-ціннісний інструментарій для правдоцентричної діяльності журналіста та формує навички його застосування в реальному медіасередовищі. Разом із практико-орієнтованою дисципліною «Суспільне мовлення в сучасному медіапросторі», заняття з якої проходять на Суспільному мовленні (АТ «НСТУ»), ці дисципліни складають навчальний комплекс, спрямований на формування ціннісної позиції особистості журналіста та здобуття практики суспільно відповідальної журналістської діяльності.

Необхідність формування усвідомленого розуміння ціннісних основ професії журналіста підтверджують і попередні результати опитування щодо виявлення цінностей особистості (за методикою Ш. Шварца), проведеного нами у жовтні 2025 р. серед здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти Науково-навчального інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. Зокрема, із 40 опитаних 100 % респондентів визначили в діапазоні – від «винятково важливої цінності як керівний принцип у житті» до «важливої» – *Безпека сім'ї* (безпека для близьких), *Свобода* (свобода думок і дій); 97,5 % – *Внутрішня гармонія* (бути в мирі з самим собою), *Національна безпека* (захищеність своєї нації від ворогів), *Самоповага* (віра у власну цінність); 95 % – *Задоволення* (задоволення бажань), *Правда* (життя за правдою, пізнання правди); 92,5 % – *Мудрість* (зріле розуміння світу); 90 % – *Рівність* (рівні можливості для всіх) тощо. При цьому глибший аналіз відповідей респондентів виявляє, що при виборі однакових ціннісних пріоритетів саме розуміння цінностей та їхніх сенсів опитуваними може різнитися. Підтвердженням цьому є вибір респондентами взаємовиключних цінностей як «керівних принципів у житті».

Відповідно, це ще раз підтверджує необхідність усвідомленого розуміння, і передусім – журналістами, глибинної сутності ключових ціннісних понять, їхньої природи, апріорних сенсів, взаємопов'язаності, місця та ролі в соціальних і медіакомунікаціях, що своєю чергою ставить непрості виклики перед наукою та журналістською освітою. Саме ціннісний аспект професії журналіста розмежовує її з фахом рекламістів і піарників, а тому для збереження журналістики як класичної діяльності важливим є виведення за межі освітньо-професійної підготовки журналістів і виокремлення спеціальностей, що готують фахівців з реклами та піару, оскільки цілі та завдання цих видів професійної

діяльності формуються переважно комерційними, політичними, ідеологічними інтенціями.

Список використаних джерел

1. Беспаленко А. Концепти «правда» та «істина» в українській та російській мовах (порада політикам), 2008. URL: http://www.rusnauka.com/36_NIO_2008/Philologia/39293.doc. htm (дата звернення: 15.11.2025).
2. Петренко С. Правда як соціальнокомунікаційна категорія журналістики : дис. …докт. філософії : 061. Київ, 2020. 382 с. DOI: 10.13140/RG.2.2.25776.07688 (дата звернення: 10.11.2025).
3. Потятиник Б., Чундак Т. Було б добре, якби університети доєдналися до руху порятунку журналістики #SaveJournalism // Детектор медіа. URL: https://detector.media/community/article/174643/2020-02-11-borys-potyatynyk-bulo-b-dobre-yakby-universytety-doiednalysya-do-rukhu-poryatunku-zhurnalistyky-savejournalism/ (дата звернення: 04.11.2025).
4. Скляревська Г. Віталій Портников: Роль журналіста – розмовляти з людьми, які не брешуть // Детектор медіа. 2025. 18 листоп. URL: https://detector.media/community/article/ 245698/2025-11-18-vitaliy-portnykov-rol-zhurnalista-rozmovlyaty-z-lyudmy-yaki-ne-breshut/ (дата звернення: 18.11.2025).

Євген СЕЛЮХ,
здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти.
Київський столичний університет
імені Бориса Грінченка

ІННОВАЦІЙНІ ФОРМАТИ НАВЧАННЯ МАЙБУТНІХ ЖУРНАЛІСТІВ У ВІТЧИЗНЯНОМУ ПРОСТОРІ

Вітчизняна журналістська освіта перебуває в процесі модернізації, зумовленому динамічними вимогами сучасного медіасередовища. Створення якісних мас-медіа вимагає впровадження ефективних стратегій розвитку фахової підготовки журналістів; актуалізується проблема вдосконалення практичної підготовки майбутніх журналістів [3, с. 33–34]. Освітні програми переглядаються з метою підвищення їхньої відповідності професійним стандартам та інтеграції інноваційних методів навчання.

Одним із провідних інноваційних підходів є проектно-орієнтоване навчання, що передбачає максимальне наближення освітнього процесу до реальної професійної діяльності журналіста. Дослідження сучасних українських науковців підтверджують ефективність впровадження студентських медіапроєктів у навчання. Зокрема, експериментальне запровадження проєктних методів у підготовці журналістів (2018–2021 рр.) продемонструвало позитивні результати: опитування студентів і роботодавців засвідчили, що проєктне навчання сприяє успішному формуванню як загальних, так і фахових компетентностей майбутніх журналістів [4, с. 142]. Авторська концепція навчального процесу на основі проєктної роботи передбачала виконання прикладних завдань (випуск газетно-журнальних видань, стартапи у сфері медіа тощо) у межах профільних дисциплін, і цей підхід отримав схвальні оцінки стейкхолдерів освіти [4, с. 143].

Практико-орієнтовані формати навчання реалізуються також через створення навчальних медіапродуктів у співпраці студентів. Наприклад, у Житомирському державному університеті ім. І. Франка запроваджено інноваційну форму самостійної роботи – випуск студентського журналу «Редакторська скриня». Група студентів виконує ролі редакційної команди (редактор, коректор, журналіст, верстальник), а кінцевим результатом проєкту є номер журналу у друкованому та електронному вигляді [3, с. 35]. Такий міждисциплінарний проєкт забезпечує інтеграцію знань і навичок з різних курсів та слугує практико-орієнтованою формою навчання, що максимально наближає студентів до реальних умов редакційної діяльності [3, с. 36]. Подібні проєктні методики підвищують мотивацію студентів і дозволяють їм сформувати портфоліо реальних журналістських матеріалів ще під час навчання.

Іншим важливим напрямом інновацій у журналістській освіті є запровадження інтерактивних методів та новітніх педагогічних технологій.

Дослідники відзначають, що використання інтерактивних форм навчання (технології візуалізації інформації, моделювання професійних ситуацій тощо) у викладанні профільних дисциплін значно підвищує залученість студентів та ефективність засвоєння матеріалу [2, с. 101]. Інноваційні методики (тренінги, ділові ігри, кейси) сприяють розвитку комунікативних навичок, критичного мислення та творчого потенціалу майбутніх журналістів. Застосування таких технологій на практиці показало підвищення результативності навчальних занять, активізацію діалогової взаємодії та формування професійних умінь студентів [2, с. 102]. На базі згаданого Житомирського університету впроваджено широкий спектр активних форм навчання: від традиційних практичних занять (лабораторні роботи, семінари, виробнича практика) до інноваційних форматів, таких як тренінги, воркшопи, навчальні ток-шоу, презентація буктрейлерів, книжкові ярмарки, вебінари тощо [3, с. 35]. Проведення студентських ток-шоу в межах навчальних курсів, наприклад, дає змогу відпрацьовувати навички публічного виступу й дискусії через імітацію пресконференцій або панельних обговорень реальних суспільних проблем. Впровадження таких інтерактивних форм робить навчання більш прикладним і динамічним, готуючи студентів до роботи в умовах сучасних конвергентних медіа.

Невід'ємною складовою інновацій у підготовці журналістів є розвиток цифрових компетентностей. Сучасні науково-педагогічні дослідження приділяють значну увагу питанню цифрової грамотності майбутніх медійників [0]. Цифрова грамотність розглядається як комплексне утворення, що поєднує інформаційну, комп'ютерну, комунікативну та медіаграмотність, а також готовність опановувати нові технології й інновації [0, с. 38]. Оволодіння цими компонентами забезпечує можливість журналістам повноцінно використовувати сучасні інформаційні технології та різноманітні цифрові ресурси у професійній діяльності [0, с. 39]. Відтак, освітні програми зі спеціальності «Журналістика» оновлюються з акцентом на формування ІКТ-компетентності: вводяться курси з даної тематики, мультимедійного контенту, роботи з даними, фактчекінгу, що дозволяє випускникам впевнено орієнтуватися в цифровому медіасередовищі.

Окремим інноваційним форматом, що набув особливої актуальності останніми роками, є дистанційне навчання**.** Вимушений перехід на онлайн-освіту в період пандемії та воєнного стану став каталізатором розвитку дистанційних технологій у журналістській освіті. Досвід засвідчив, що правильно організоване дистанційне навчання може бути рівноцінним очному за якістю засвоєння знань [5, с. 45]. Зокрема, результати фокус-груп у Київському університеті імені Бориса Грінченка показали, що більшість студентів-журналістів сприймають добре спроєктований онлайн-курс як повноцінну альтернативу традиційним аудиторним заняттям [5, с. 46]. Це спростовує уявлення про дистанційну освіту лише як про вимушений крок і підтверджує її ефективність за належних умов. Таким чином, змішане та дистанційне навчання закріпилося як важлива інновація у підготовці журналістів, розширюючи доступ до освіти та спонукаючи викладачів до опанування нових цифрових інструментів навчання.

Отже, впровадження інноваційних форматів навчання – від проєктно-орієнтованих та інтерактивних методів до цифрових технологій і дистанційної освіти – підвищує якість журналістської освіти в Україні та наближає її до сучасних вимог медіаринку. Результати наукових досліджень підтверджують ефективність цих підходів, водночас вказуючи на потребу подальшого удосконалення методик і концепцій для оптимальної професійної підготовки майбутніх журналістів [2, с.102]. Безперервний обмін досвідом між науковцями та викладачами, реалізація міжнародних освітніх проєктів і врахування запитів індустрії сприятимуть подальшому розвитку інноваційних форм навчання у сфері журналістики.

Список використаних джерел

1. Гузій І., Грудень А. Розвиток цифрової грамотності майбутніх журналістів як предмет науково-педагогічних досліджень. *Академічні візії*. 2023. Вип. 22. URL: http://academy-vision.org/index.php/av/article/view/549 (дата звернення: 19.11.2025).
2. Мединська О. Використання інноваційних педагогічних технологій у підготовці майбутніх журналістів. *Обрії друкарства*. 2019. № 1(7). С. 100–103.
3. Миколаєнко Н. Особливості підготовки журналістів: інноваційні форми та методи. *Актуальні проблеми розвитку засобів масової комунікації в сучасній Україні*: матеріали VIII Всеукр. наук.-практ. конф. студентів та аспірантів (Вінниця, 24 квітня 2020 р.) / упоряд. А. Рудченко. Вінниця: ДонНУ ім. В. Стуса, 2020. С. 33–36.
4. Пристай Г. Інноваційні методи формування компетентностей майбутніх журналістів // *Український інформаційний простір*. 2022. № 2(10). С. 131–148.
5. Шпак В., Єжижанська Т., Осмоловська О. Сучасна освіта дистанційного формату у сфері журналістики: ставлення здобувачів як основних стейкхолдерів. *Обрії друкарства*. 2023. № 2(14). С. 36–53.

Тетяна ТРАЧУК,
кандидатка філологічних наук, доцентка.
Науково-навчальний інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

ІНТЕГРАЦІЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ЖУРНАЛІСТСЬКУ ОСВІТУ

Трансформація медіаландшафту під впливом штучного інтелекту (далі – ШІ) створює суттєвий виклик для журналістської освіти, яка має готувати медіафахівців для роботи в принципово новому технологічному середовищі. Як зазначається в «Рекомендаціях з відповідального використання штучного інтелекту у сфері медіа» від Міністерства цифрової трансформації України, «робота з системами ШІ часто вимагає навичок, які виходять за межі наявної підготовки більшості працівників медіа» [1, с. 2]. Це актуалізує потребу в впровадженні нових компонентів у журналістську освіту.

Ситуацію з використанням ШІ в українських медіа розкриває дослідження Національної ради з питань телебачення і радіомовлення (червень – липень 2025 р.). З одного боку, 41,86 % редакцій вже активно використовують різні ШІ-інструменти, переважно для практичних завдань: редагування матеріалів (25,1 %), розшифровки відео в текст і навпаки (23,3 %), перекладу (21,3 %), генерації текстів (13,4 %). З іншого боку, понад 50 % медіа ще не впровадили ШІ-технології, що часто пов’язано з недостатнім розумінням їхніх можливостей і механізмів безпечного використання. Ця обережність підкріплена високим рівнем стурбованості серед медійників. Понад 85 % респондентів вважають критичними ризики поширення дезінформації, втрату довіри аудиторії, порушення приватності даних і витіснення людини з професії. При цьому лише 23,6% медіа мають політики захисту інтелектуальної власності при роботі з ШІ, а 58,3 % респондентів висловили потребу в навчанні щодо етичного його використання [2]. Ці дані виявляють певні освітні запити. Для працюючих журналістів – це потреба в опануванні ШІ-інструментів. Для університетів – необхідність оновлення й доповнення навчальних програм підготовки майбутніх журналістів з урахуванням нових технологічних реалій.

Мета дослідження – окреслити основні напрями інтеграції штучного інтелекту в журналістську освіту. Для цього варто враховувати досвід застосування ШІ в медіагалузі, а також рекомендації, представлені Міністерством цифрової трансформації спільно з ГО «Лабораторія цифрової безпеки» (щодо відповідального використання ШІ у сфері медіа) [1] та Міністерством освіти і науки (щодо впровадження технологій ШІ в закладах вищої освіти) [3].

На основі цих орієнтирів практична реалізація інтеграції ШІ в навчальний процес може структуруватися через три взаємопов’язані напрями.

Перший напрям – інструментально-технологічний, який передбачає опанування конкретних інструментів ШІ для різних видів журналістської діяльності. Перелік таких інструментів не є статичним, оскільки вони постійно оновлюються, одні вдосконалюються, інші замінюються новішими рішеннями. Дослідники А. Хоменко та Ю. Скиба систематизували інструменти ШІ за функціональним призначенням, визначивши ті, що є найбільш актуальними для майбутніх журналістів:

- збір інформації та аналіз даних: CrowdTangle (Copilot), Gemini, українська платформа DOZORRO (для аналізу публічних закупівель);
- перевірка фактів: спеціалізовані інструменти Full Fact, Snopes, AI or Not;
- генерація текстового контенту: ChatGPT (OpenAI), Jasper тощо;
- конверсія та перетворення контенту: Transkriptor, Whisper (аудіо в текст), Murf, AI Voice Generator (текст в аудіо);
- візуальна та графічна генерація: Sora, Leonardo.ai, Firefly, Stable Diffusion [4].

Однак просте опанування інструментів є недостатнім. Студенти мають розуміти принципи роботи алгоритмів та їхні обмеження. Важливою є навичка розпізнавання «галюцинування» ШІ – випадків генерування правдоподібної, але фактично неточної чи спотвореної інформації [3, с. 4]. Це вимагає включення в навчальні програми як практичних занять із використання інструментів, так і теоретичних основ розуміння алгоритмів.

Другий напрям – аналітично-критичний – доповнює технологічні навички вмінням оцінювати та редагувати контент, створений ШІ. Ключовою стає навичка «постперевірки» – здатність відрізняти машинний контент від якісних журналістських матеріалів. Студенти мають навчитися не лише ідентифікувати згенеровані тексти, але й за потреби покращувати їх до професійних стандартів. Практичні завдання цього напряму можуть включати: порівняльний аналіз текстів, написаних людиною та ШІ; виявлення фактичних і логічних помилок у згенерованих матеріалах; фактчекінг автоматично створеного контенту; редагування та доопрацювання ШІ-текстів до редакційних стандартів.

Третій напрям – етично-професійний – формує відповідальне ставлення до використання ШІ. Студенти мають засвоїти кілька ключових принципів. По-перше, розуміння контекстів використання ШІ. Згідно з рекомендаціями Мінцифри, медіа мають «утримуватися від використання чи розповсюдження новинного та новинно-аналітичного контенту, створеного ШІ, що імітує запис зйомки реального світу чи реальних осіб» [1, с. 4]. Важливо розрізняти, коли ШІ може бути корисним інструментом (наприклад, для первинної обробки даних чи генерування ідей), а коли його використання неприйнятне з етичних і професійних міркувань. По-друге, дотримання принципів прозорості, законності та конфіденційності. Це включає обов’язкове маркування ШІ-контенту, дотримання авторських прав, захист персональних даних. По-третє, усвідомлення редакційної відповідальності. Незважаючи на використання ШІ, саме журналіст і редакція несуть відповідальність за достовірність, точність, етичність і потенційні наслідки публікованого матеріалу.

Успішна інтеграція ШІ в журналістську освіту вимагає і оновлення методики викладання. У рекомендаціях МОН зазначається, що заборона генеративних моделей була б недалекоглядною – це рівносильно забороні калькуляторів чи комп'ютерів у свій час [3, с. 4]. Водночас існує реальна загроза «імітації навчальної активності», коли студенти делегують виконання завдань ШІ без власного інтелектуального залучення. Тому завдання викладачів – навчити студентів використовувати ШІ як інструмент, а не заміну мислення. Важливо розвивати навички, які технології не здатні повноцінно відтворити: критичне мислення, уміння формулювати й аргументувати власну позицію, творчий підхід до вирішення проблем, професійну відповідальність.

Для розв'язання проблем списування і бездумного використання ШІ, Салман Хан, засновник освітньої платформи «Академія Хана», пропонує використовувати концепцію «перевернутого навчання» [5, с. 166, 176]. Студенти переглядають відеолекції вдома у зручному для себе темпі, а час в аудиторії використовується для дискусій, підготовки групових проєктів, виконання письмових і творчих завдань під керівництвом викладача. Це дозволяє контролювати, як саме студенти працюють із ШІ, та надавати їм необхідні консультації.

Крім того, студенти мають навчитися, як рекомендує МОН, коректно атрибутувати використання ШІ – фіксувати сформульовані запити (промпти), описувати застосовані методи опрацювання та перевірки отриманих результатів, а також визначати власний внесок у створення матеріалу, щоб уникнути порушень академічної доброчесності [3].

Доцільно також використовувати активні методи навчання, зокрема проблемно-орієнтований підхід і кейс-метод, які дозволяють моделювати реальні ситуації роботи з ШІ. Наприклад, аналіз підозрілого відео вимагає від студентів поєднання технологічних інструментів ШІ для перевірки автентичності, критичного аналізу отриманих результатів і ухвалення обґрунтованого рішення – як би вони діяли в реальній редакції (публікувати зі спростуванням, утриматися від публікації, провести додаткове розслідування тощо).

Таким чином, одним із ключових завдань є підготовка майбутніх журналістів до роботи в середовищі, де ШІ та людський інтелект взаємодоповнюють один одного. Це означає не просто навчити студентів користуватися новими інструментами, але й сформувати стійкі етичні принципи, уміння творчо і критично мислити та дотримуватися професійних стандартів.

Список використаних джерел

1. Рекомендації з відповідального використання штучного інтелекту у сфері медіа // Міністерство цифрової трансформації України. URL: https://storage.thedigital.gov.ua/files/3/f3/1ecd916b1f1b12c29c6e2984ecb0bf33.pdf (дата звернення: 17.11.2025).
2. Використання ШІ у медіа. Результати дослідження Національної ради // Національна рада з питань телебачення і радіомовлення України. URL: https://webportal.nrada.gov.ua/vykorystannya-shi-u-media-rezultaty-doslidzhennya-natsionalnoyi-rady/ (дата звернення: 17.11.2025).
3. Рекомендації щодо відповідального впровадження та використання технологій штучного інтелекту в закладах вищої освіти // Міністерство освіти і науки України. URL: https://mon.gov.ua/static-

objects/mon/sites/1/news/2025/04/24/shi-v-zakladakh-vyshchoi-osvity-24-04-2025.pdf (дата звернення: 15.11.2025).

4. Хоменко А., Скиба Ю. Використання інструментів штучного інтелекту у процесі підготовки бакалаврів журналістики // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 5. Педагогічні науки: реалії та перспектив. 2024. Вип. 99. С. 67–72.
5. Хан С. Слова чудові в світі новім. Як штучний інтелект зробить революцію в освіті / пер. з англ. Анастасія Дудченко. Київ: Наш Формат, 2025. 240 с.

Тетяна ТХОРЖЕВСЬКА,
кандидатка історичних наук, доцентка.
Одеський національний університет
імені І. І. Мечникова

ЖУРНАЛІСТСЬКА ОСВІТА ДЛЯ ЛОКАЛЬНИХ МЕДІА: НА ЧОМУ РОБИТИ АКЦЕНТ?

Підготовка майбутніх журналістів у регіональних ЗВО покликана, передусім забезпечити фахівцями цього профілю локальні (місцеві, регіональні) медіа. Ситуація з Одеськими локальними медіа не надто оптимістична, а журналістська освіта тою або іншою мірою віддзеркалює ситуацію з медіа ринком, який є замовником фахівців. Проблемне питання, яке варто обговорити: чи повинна журналістська освіта виключно підлаштовуватися під тенденції локальних медіа, чи варто навчати тому, що могло б ці медіа покращити. Постановка цього питання є метою даної роботи. Відповідно, до мети, необхідно охарактеризувати

1) тенденції сучасного функціонування місцевих медіа на прикладі Одеського регіону;

2) інформаційний запит місцевої аудиторії;

3) уявлення майбутніх журналістів про особливості професії.

Звісно, все заявлене потребувало б більш ретельних досліджень; тут лише можна накреслити основні тенденції, які здаються вартими уваги.

Перше, до чого варто звернутися, це тенденція у місцевих медіа до зменшення кількості аналітичних матеріалів. Як свідчать моніторингові дослідження регіональних медіа, одною з провідних тенденцій останніх років є значне переважання матеріалів інформаційних жанрів, передусім новин, над аналітикою. Це зазначено, наприклад, у Моніторинговому звіті по Одеській області Інституту демократії ім. Пилипа Орлика: «13% контенту представлено аналітичними жанрами (стаття, огляд, кореспонденція)»; експерти зазначають також, що тенденція до зменшення аналітичних матеріалів є постійною [1].

Вивчаючи інформаційний запит одеської аудиторії, ми проводили опитування за допомогою структурованих інтерв'ю серед мешканців Одеси щодо джерел отримання інформації, її перевірки, тематичного спектру. Більшість опитаних респондентів отримують інформацію з місцевих ТГ-каналів. Так, 74% переглядають канали декілька разів на день, 17% - у залежності від повітряних тривог. Щодо інформації, яка цікавить в каналах – передусім це повітряні тривоги/відбої, хід бойових дій та місцеві новини (відключення води/світла; громадський транспорт, аварії тощо). Таким чином, найбільш цікавить аудиторію те, що стосується безпосередньо повсякденного життя у конкретну хвилину. Цей інформаційний запит цілком задовільняється ТГ-каналами, які, таким чином, становлять серйозну конкуренцію локальним медіа; по-суті, самі виконують функцію локальних медіа. Це підтверджується також тим фактом, що серед

опитаної аудиторії більшість використовує, крім ТГ, лише соціальні медіа (YouTube, Instagram, Тік-Ток, Фейсбук). Лише незначна частина крім телеграм-каналів звертається власне до медіа. При цьому варто звернути увагу на те, що медіа, до яких звертаються респонденти найчастіше не є місцевими: серед тих, які споживають періодично, називали Телемарафон «Єдині новини», Суспільне, ВВС, УП, УНІАН, Еспресо TV, Радіо Свобода [2].

Отже, ми бачимо ситуацію, де інформаційний запит аудиторії задовільняється, але локальним медіа нема місця. Можливо, саме аналітичні матеріали могли б повернути інтерес аудиторії до локальних медіа?

Нарешті, переходячи до журналістської освіти. Майже десять років тому проходило дослідження якості освіти в галузі журналістики, ініційоване Детектор медіа. Висновки були не досить втішні: дослідники засвідчили, зокрема, «брак уваги до практичних навичок» [3]. Під час презентації результатів дослідження на конференції, організованої Детектор медіа, Діана Дуцик відзначила, що сучасна динаміка розвитку медіаринку вимагає нових навичок: завдання медіа «тепер полягає не так у тому, щоб зібрати інформацію, як верифікувати її», що вимагає зовсім іншої системи викладання [4].

Відтоді багато змінилося: увага до практичних навичок збільшилася, верифікація інформації є важливою складовою навчання майбутніх журналістів, зокрема і в регіональних ЗВО. Проте тенденції у регіональних медіа віддзеркалюються у підготовці журналістів і навпаки.

Ризикну висловити припущення, що тенденція до орієнтації виключно на практичні навички може призводити частково до обмеження сприйняття навколишньої соціальної реальності майбутніми журналістами, концентрації їх виключно на гонитві за новинами. Це, у свою чергу, разом з браком фінансування, призводить до концентрації на новинних, інформаційних, швидких матеріалах і до зменшення проблемно-аналітичних. Проблема, яку варто проговорити, полягає в тому, як бачать свою майбутню професію здобувачі вищої освіти.

Значна частина здобувачів вищої освіти за спеціальністю «Журналістика», обираючи майбутню професію, вважають, що опанування саме цією спеціальністю надає можливість передусім творчої самореалізації. Крім цього, здобувачі зазначали, що їхній вибір журналістики обумовлений бажанням донести правду, мати можливість привернути увагу суспільства до нагальних проблем сучасності [5].

Разом з тим, здобувачі, відповідаючи на питання щодо конкуренції у медіасередовищі, зазначали, що негативним наслідком конкуренції для журналіста є необхідність працювати дуже швидко, аби тебе не випередили, швидше інших публікувати новини. Найбільш типові відповіді виглядали наступним чином: «Надмірний тиск змушує медіа ганятися за швидкістю, а не за точністю. Інколи редакції публікують неперевірену інформацію, тільки щоб випередити конкурентів», «конкуренція породжує виснаження, стрес і порушення етичних норм, коли бажання «бути першими» переважає над якістю»; «боротьба за швидкість інколи призводить до помилок, неперевірених фактів, сенсаційності й стресу для журналістів» [6].

З цього виходить, що майбутні журналісти розуміють свою професію, зокрема конкуренцію в цій галузі, як гонитву за швидкістю, бажання першим оприлюднити новину з метою випередити конкурентів. Хоча новинний напрям у журналістиці є важливим, але розвиваючись виключно у цьому напрямку, локальна журналістика програє конкуренцію ТГ-каналам, оскільки, як було продемонстровано вище, запит аудиторії на швидкі новини вони виконують без допомоги медіа. Саме тому способом повернути увагу місцевої аудиторії до місцевих медіа може бути повернення саме до аналітичних жанрів журналістики. Такий контент не притаманний телеграм-каналам та соціальним мережам і його відчутно бракує. Разом з тим, виходячи з правила наближення інтересів, проблемно-аналітичні матеріали повинні бути вписані у місцевий контекст. Виходячи з цього, журналістська освіта не повинна обмежуватись практичними навичками. Можливо, слід доповнювати її якісним знанням місцевого контексту, урбаністичних практик, різних соціальних, етнічних, релігійних груп, які складають структуру як українського суспільства в цілому, так і місцевих громад, бізнес-спільнот, особливостей місцевого самоврядування тощо. Адже без якісного знання аудиторії, якою є мешканці місцевої громади, навряд чи можливо створювати аналітичні матеріали, розумітися на експертному середовищі і, врешті створювати якісний журналістський продукт.

У процесі підготовки матеріалів конференції проводилося опитування як письмова відповідь на запитання щодо переваг та недоліків конкуренції у медіа під час викладання дисципліни «Соціологія масових комунікацій».

Список використаних джерел

1. Моніторинговий звіт за листопад 2024 року. Одеська область. Інститут демократії ім. Пилипа Орлика. 17.12.2024. URL: https://share.google/ENDup2H36dtXkW1q8 (дата звернення: 27.11.2025).
2. Іванова О., Мойсеєва О., Тхоржевська Т. Новинні телеграм канали як інформаційники нового типу або На чому тепер тримається довіра аудиторії. *Образ*. 2025. № 1 (47). С. 69–77.
3. Стан журналістської освіти на факультетах журналістики в Україні. Спеціальний звіт. *Детектор медіа*. 2016. 24 жовт. URL: https://ms.detector.media/zhurnalistska-osvita/post/17693/2016-10-24-spetsialnyy-zvit-stan-zhurnalistskoi-osvity-na-fakultetakh-zhurnalistyky-v-ukraini/https://ms.detector.media/zhurnalistska-osvita/post/17693/2016-10-24-spetsialnyy-zvit-stan-zhurnalistskoi-osvity-na-fakultetakh-zhurnalistyky-v-ukraini/ (дата звернення: 27.11.2025)
4. Дачковська М. Журналістська освіта в Україні: чи реально «підірвати систему зсередини»? *Детектор медіа.* 2016. 28 жовт. URL: https://ms.detector.media/zhurnalistska-osvita/post/17722/2016-10-28-zhurnalistska-osvita-v-ukraini-chy-realno-pidirvaty-systemu-zseredyny/ (дата звернення: 27.11.2025).
5. Похільченко В. Журналістика як амбітна професія сучасності: погляд молоді. URL: https://dspace.onu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/0fd5852c-8ea2-453f-b745-4892f80b6187/ content (дата звернення: 27.11.2025).

Віталій ХУДА,
здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти.
Сумський державний університет

ТРАНСФОРМАЦІЯ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ОСВІТИ ПІД ВПЛИВОМ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ: ЯК УНІВЕРСИТЕТИ МОЖУТЬ ГОТУВАТИ ЖУРНАЛІСТІВ ДО РОБОТИ У ШВИДКОЗМІННИХ КРИЗОВИХ УМОВАХ

У сучасних умовах стрімкого розвитку цифрових технологій, які трансформують усі сфери суспільного життя, журналістська освіта стикається з низкою незворотних викликів. Зокрема, значущим є вплив технологій штучного інтелекту (далі – ШІ), які здатні трансформувати не лише способи виробництва інформації, але й методи навчання майбутніх журналістів. ***Актуальність*** проблеми зумовлена необхідністю якісної підготовки фахівців, здатних ефективно працювати в умовах швидкозмінних кризових ситуацій, де інформація стає не лише цінним ресурсом, але й критичним інструментом реагування на події. У таких умовах університети повинні адаптувати навчальні програми так, щоб студенти здобували навички, необхідні для роботи у напруженому та непередбачуваному медійному середовищі.

Дослідження ініціативи JournalismAI показало, що сучасні журналісти активно інтегрують ШІ у свою роботу на всіх етапах виробництва новин – від збору та обробки інформації до редагування, перевірки фактів і дистрибуції контенту. Вміння журналістів поєднувати свої творчі, виробничі й організаційні компетентності з інструментами ШІ стало невід'ємною складовою професійної діяльності і є необхідним для сучасного медійного фахівця [2, с. 4].

Зміни в медійному бізнесі формують потребу у «універсальному» журналісті, який одночасно володіє редакторськими, творчими та цифровими компетенціями. Медіа очікують від таких фахівців не лише високої кваліфікації та володіння новітніми інструментами, але й відповідальності, дотримання журналістських стандартів та етики [1, с. 274].

Сучасний стан журналістської освіти в Україні характеризується поступовою інтеграцією цифрових технологій, проте процес цей поки що є фрагментарним і нерівномірним. Українські університети переважно зосереджуються на класичних методах викладання, таких як лекції та семінари, які обмежують можливості студентів швидко адаптуватися до нових форм медіапрактики. Водночас міжнародний досвід демонструє, що провідні школи журналістики активно інтегрують ШІ у навчальні програми, зокрема для аналізу великих обсягів даних, автоматизації процесів перевірки фактів та створення мультимедійного контенту.

Однією з ключових проблем підготовки журналістів до роботи у кризових умовах є недостатня адаптивність навчальних програм до реалій сучасного

медіапростору. Швидкість розвитку подій під час війн та надзвичайних ситуацій потребує від журналістів уміння працювати з великими масивами даних, оперативно оцінювати їх достовірність та приймати рішення під тиском часу. Проте традиційна система освіти здебільшого формує фахівців, які володіють теоретичними знаннями і базовими практичними навичками, але не завжди здатні діяти ефективно в швидкозмінних ситуаціях. Це створює розрив між академічним формуванням компетентностей і потребами сучасного ринку праці.

Ще одним викликом є етичний аспект використання ШІ. Студенти повинні не лише вміти користуватися технологіями, а й розуміти ризики маніпуляцій та поширення дезінформації. Використання ШІ відкриває значні можливості для медіа, але водночас створює нові ризики для дотримання етичних норм. Без належної підготовки такі ризики зростають, особливо у кризових ситуаціях, коли швидкість подачі інформації іноді переважає її точність. Таким чином, інтеграція ШІ у навчальний процес повинна супроводжуватися формуванням критичного мислення та етичної свідомості, що дозволяє студентам оцінювати наслідки використання технологій у реальному медіаполі.

Університети можуть підходити до інтеграції ШІ у навчальні програми за кількома стратегічними напрямами. Одним із них є включення спеціалізованих курсів, де студенти навчалися б працювати з алгоритмами автоматичної перевірки фактів, системами обробки великих даних та інструментами генерації контенту. Також важливо впроваджувати практичні кейси, моделювання надзвичайних ситуацій, які дозволяють студентам відпрацьовувати навички швидкого реагування та ухвалення рішень під тиском часу. Не менш значущим є формування міждисциплінарних підходів, залучаючи фахівців з ІТ та етики. Це дозволить студентам не лише опанувати технічні навички, а й розвивати критичне мислення та соціальну відповідальність. Такий підхід сприятиме підготовці медійників, здатних оцінювати ризики використання ШІ, уникати маніпуляцій і дотримуватися журналістських стандартів щодо точності та об’єктивності навіть у кризових умовах.

Впровадження ШІ у журналістську освіту має враховувати потреби та запит викладачів, для яких використання нових технологій, також, стає засобом професійного розвитку та розширення педагогічних можливостей. Не менш важливо, що ШІ може стимулювати освітян до створення та впровадження інноваційних методик викладання, що підвищує ефективність підготовки майбутніх журналістів до роботи у швидкозмінних умовах. Викладачі повинні йти у ногу з часом і не боятися експериментувати зі ШІ. Таким чином, інтеграція ШІ у навчальні програми повинна поєднувати технологічний потенціал із професійними потребами викладацького складу [3, с. 188].

З нашої точки зору, ключове завдання університетів — формувати у студентів здатність критично оцінювати інформаційне середовище та адаптуватися до обставин, що швидко змінюються. Це вимагає комплексного підходу, що поєднує теоретичне навчання, практичні кейси, симуляції кризових ситуацій та міждисциплінарну взаємодію. Оновлена програма сприятиме

формуванню професіоналів, здатних ефективно діяти в умовах інформаційних криз, забезпечуючи повноту, неупередженість та етичність своїх матеріалів.

Висновок: трансформація журналістської освіти під впливом ШІ є не лише актуальним, але й критично необхідним завданням для українських університетів. Цей процес відкриє нові перспективи для розвитку професійних компетентностей і формування фахівців, здатних відповідати викликам сучасного медіапростору.

Список використаних джерел

1. Габор Н. Журналістська освіта епохи Web 3.0: дослідження, новітні навички, спроби перезавантаження // Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2018. Вип. 43. С. 273–279.
2. Хлистун І. Використання штучного інтелекту в журналістській освіті // Вісник науки та освіти. Серія «Педагогіка». 2024. № 4 (22). С. 1583–1598. DOI: https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-4(22)-1583-1598.
3. Штучний інтелект у вищій освіті: ризики та перспективи інтеграції: зб. матеріалів всеукраїнського науково-педагогічного підвищення кваліфікації (1 липня – 11 серпня 2024 р.) / Нац. ун-т «Одес. юрид. акад.», Центр укр.-європ. наук. співробітництва. Львів ; Торунь : Liha Pres, 2024. 327 с.

Юлія ШАФАРЕНКО,
кандидатка наук із соціальних комунікацій, доцентка.
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

ГЕНДЕРНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ЯК СКЛАДНИК ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ЖУРНАЛІСТІВ

Гендерні моніторинги, які регулярно здійснюють Інститут масової інформації, Національна рада з питань телебачення та радіомовлення, ГО «Жінки в медіа» [1; 2; 3] демонструють, що жінки недостатньо представлені в медіа. Рівень представленості жінок як експерток та героїнь публікацій онлайн-медіа залишається невисоким: в середньому відповідно 21 та 16,5% [1]. У дослідженні 2025 року зафіксовано, що кількісно жінки переважають в редакціях (57% жінок проти 43% чоловіків) у всіх професійних ролях. Припускаємо, що такі показники можуть бути пов’язані з мобілізацією чоловіків. Втім, кількісне зростання не є свідченням якісного досягнення рівності: з підвищенням рівня посад кількість жінок на них знижується [3 , с. 11].

Гендерна рівність у медіа все ще залишається недосяжною й на глобальному рівні. Наприклад, представленість жінок у новинах не перевищує 29%, і цей показник залишається незмінним або несуттєво варіюється протягом останніх десяти років [4]. Репрезентація жінок частіше має ознаки упереджень та стереотипізації. Жінок частіше ніж чоловіків зображують як жертв, акцентують на їхніх соціальних ролях як домогосподарок чи матерів, незважаючи на їхню роботу поза домом [4, с. 54]. М. Гірцема-Слай та ін. констатують, що в усьому світі у журналістиці домінують чоловіки [5]. М. Джерф-П’єр та М. Едстрьом виокремлюють три виміри, які важливі для досягнення гендерної рівності в медіа. По-перше, представленість – жінки мають бути видимими в новинах як героїні сюжетів, експертки, репортерки: «у новинах мають бути представлені жінки як люди, про яких варто писати і яких варто слухати» [6, с. 63]. По-друге, тематика – жінки та чоловіки мають бути представлені як у «важких» (політика, міжнародні відносини, бізнес та економіка), так і в «м’яких» (соціальні та споживчі проблеми, історії про людей, спосіб життя, здоров'я та освіту) новинах. І зрештою, ролі – у новинах жінки мають «представляти, діяти та виступати від імені інших осіб як речники політичних партій, неурядових організацій, корпорацій або агенцій» [6, с. 65].

Увиразнення гендерної проблематики (гендерний мейнстримінг) як стратегію включення прав жінок та гендерної проблематики до різноманітних політик, було затверджено 1995 року, але незважаючи на певний (в деяких сферах більш суттєвий) поступ, нині ми спостерігаємо стагнацію. Крім того, ця стратегія

не вплинула на зміст освітніх програм з журналістики: «у більшості країн світу гендерний мейнстримінг не є обов'язковим і залишається невідомим у журналістській освіті» [5, с. 85]. Розгляд та аналіз гендерної проблематики студентами-журналістами часто залишається проявом зацікавленості викладачів та не є вимогою при розробці навчальних програм. Однією з причин гендерної нерівності в контенті медіа та в редакціях є відсутність гендерної проблематики в навчальних програмах із журналістики та комунікацій [7, с. 17]. Для того, щоб гендерна рівність стала важливою темою для медіа, гендерна проблематика має бути представлена в журналістській та комунікаційній освіті [8, с. 354].

Азану та ін. виокремили основні проблеми, пов'язані з гендерною репрезентацією в журналістській освіті: (1) недопредставленість, (2) інтерсекційність та (3) обмежене висвітлення гендерних питань у навчальних програмах [9]. (1) Недопредставленість виявляється у гендерній нерівності в наборі студентів, складі викладачів, лідерських позиціях та освітньому досвіді, з домінуванням чоловіків у вищих ролях через "скляну стелю". Це відображає ширші суспільні бар'єри, де жінки стикаються з упередженнями, культурою, що віддає перевагу чоловікам, та браком підтримки балансу роботи й сім'ї, що обмежує їхнє просування та посилює стереотипи. (2) Інтерсекційність підкреслює багатовимірність гендерної проблематики через взаємодію з расою, класом, сексуальною орієнтацією, інвалідністю та гендерною різноманітністю. (3) Обмежене висвітлення гендерних питань у навчальних програмах «не лише посилює прогалини в розумінні, але й перешкоджає розвитку всебічного та інклюзивного покоління медіафахівців» [9, с. 396].

Питання гендерної репрезентації в медіа, а також подолання нерівності в медіаорганізаціях привертають увагу науковців та медіаспільноти. Зокрема, це вже згадані моніторинги медіа [1; 2; 3], дослідження гендерної репрезентації в медійних організаціях та її впливу на політики цих організацій [11]. Автори цих досліджень не лише звертають увагу на проблеми, а й надають рекомендації щодо їхнього подолання. Одна з них – адвокатувати і запровадити обов'язковий навчальний модуль із гендерної рівності, інклюзії та протидії технологічно зумовленому гендерному насильству (TFGBV) у програмах підвищення кваліфікації для редакцій, керівництва медіа, а також у системі формальної журналістської освіти [3, с. 18]. Комісія з журналістської етики спільно з ГО «Жінки в медіа» розробили типову політику гендерної рівності в медійному контенті, який медіа можуть брати за основу та адаптувати [12]. У ній окреслено зобов'язання медійної організації щодо зображення жінок та чоловіків у її контенті, подолання сексизму, висвітлення домашнього та гендерно зумовленого насильства, висвітлення сексуального насильства, пов'язаного з конфліктом.

Натомість питання інтерсекційності – перетину гендерної проблематики з іншими вимірами нерівності – потребує актуалізації. В умовах повномасштабної війни для українського медіапростору це передусім стосується репрезентації військовослужбовиць, внутрішньо переміщених осіб, біженок, жінок, які зазнали насильства, а також поєднання гендерного виміру з віком, станом здоров'я, соціальним статусом. Водночас гендерна компетентність журналіста передбачає

здатність коректно й етично працювати з темами, пов'язаними з гендерною різноманітністю, зокрема репрезентацією ЛГБТ+ людей у медійному контенті. Ігнорування інтерсекційності призводить до спрощених, стереотипних образів, тоді як її врахування у журналістській освіті сприяє розумінню майбутніми фахівцями необхідності більш етичного й відповідального висвітлення суспільно значущих тем.

Формування гендерної компетентності майбутніх журналістів є необхідним складником сучасної журналістської освіти та чинником підвищення якості медійного контенту. Системне включення гендерного підходу, з урахуванням інтерсекційності, дає змогу зменшувати відтворення стереотипів і нерівності, готувати фахівців, здатних адекватно реагувати на складні соціальні виклики, зокрема в умовах воєнного стану. При цьому вкрай бажаним є перехід від фрагментарних ініціатив до цілісної освітньої стратегії в підготовці журналістів.

Список використаних джерел

1. Машкова Я. Три роки стагнації. Як українські медіа зберігають гендерний дисбаланс – дослідження IMI. *Інститут масової інформації*. URL: https://imi.org.ua/monitorings/try-roky-stagnatsiyi-yak-ukrayinski-media-zberigayut-gendernyj-dysbalans-doslidzhennya-imi-i67060 (дата звернення: 13.11.2025).
2. Гендерний баланс у медіа. *Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення.* URL: https://webportal.nrada.gov.ua/category/gendernyj-balans-u-media/ (дата звернення: 13.11.2025).
3. Гендерний профіль український медіа: підсумки 2025 року: дослідження. *Жінки в медіа.* 2025. URL: https://wim.org.ua/materials/gender-media-profile-2025/ (дата звернення: 13.11.2025).
4. Macharia S. Who makes the news? Progress on a plateau. GMMP Special Edition. 30-years Findings on Change in Gender Equality In and Through the World News Media. 2025. URL: https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2025/12/GMMP2025-GlobalReport.pdf (дата звернення: 13.11.2025).
5. Geertsema-Sligh, M., Bachmann, I., & Moody-Ramirez, M. Educating Journalism Students on Gender and Inequality. *Journalism & Mass Communication Educator*. 2020. № 75(1). P. 69–74.
6. Djerf-Pierre M., Edström M. The GEM-Index: Constructing a unitary measure of gender equality in the news. In Comparing Gender and Media Equality Across the Globe A Cross-National Study of the Qualities, Causes, and Consequences of Gender Equality in and through the News Media. 2020. 338 p.
7. French L., Padovani C., Vega-Montiel A. Gender, media & ICTs: New approaches for research, education & training. *UNESCO.* 2019. URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368963 (дата звернення: 13.11.2025).
8. Toledo YM, Rodríguez LG, Vargas MS. A feminist critique of gender mainstreaming in journalism and communication education. In: The Handbook of Gender, Communication, and Women's Human Rights. Whiley, 2023, p. 347–360.
9. Azanu B., Asafo S.Y., Quashigah T., Danso S., Asante J., Da-Costa C.A. Gender representation in journalism education: a systematic literature review. *Gender and Education,* 2025, 37(2), 381-401.
10. Балалаєва О. Аналіз репрезентації жінок у контенті українських медіа в умовах повномасштабної війни. *Humanitarian Studios: Pedagogics, Psychology, Philosophy.* 2024, 15(2), 241-251.
11. Кузьменко Л., Красовська З. Гендерний баланс у прийнятті рішень у медіаорганізаціях України. *Жінки в медіа.* 2023. URL: https://wim.org.ua/wp-content/uploads/2023/11/WEB-Hendernyy-balans-u-pryyniatti-rishen-v-mediaorhanizatsiiakh-Ukrainy.pdf (дата звернення: 13.11.2025).
12. Кузьменко Л. Політика гендерної рівності в медійному контенті. 2024. URL: https://wim.org.ua/wp-content/uploads/2024/07/WEB_Polityka-gendernoi-rivnosti-v-mediynomu-kontenti-kopiia.pdf (дата звернення: 13.11.2025).

Сергій ШАШЕНКО,
асистент кафедри онлайн-медіа.
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

ІНТЕГРАЦІЯ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ЖУРНАЛІСТСЬКУ ОСВІТУ В УКРАЇНІ: ВИКЛИКИ, ОРІЄНТИРИ, ПЕРСПЕКТИВИ

Сучасна журналістика функціонує в умовах інтенсивної цифровізації та постійного зростання обсягів інформації. Українська практика ускладнюється явищами інформаційного шуму, дезінформації та впливом гібридної війни. Інструменти штучного інтелекту (ШІ) поступово стають невід'ємною частиною роботи редакцій, охоплюючи автоматизацію, аналіз даних, фактчекінг та підтримку створення контенту [16; 14; 13].

На тлі цих змін відчувається розрив між темпом розвитку індустрії та можливостями традиційної журналістської освіти. Експерти наголошують, що університетські програми нерідко відтворюють застарілу модель підготовки, унаслідок чого випускники виходять на ринок із компетенціями, які частково втрачають актуальність [1]. Таким чином, дослідження актуальних викликів інтеграції ШІ в освітні програми є важливим для забезпечення конкурентоспроможності майбутніх українських медіафахівців.

У науковому дискурсі виділяють три базові моделі журналістської освіти: стандартну (орієнтовану на традиційний професіоналізм), реформістську (адаптується до технологічних змін) та радикальну (що прагне змінити природу журналістики через освіту) [17]. Для України характерним є поєднання першої та елементів другої, що проявляється у домінуванні теоретичної складової, недостатній кількості практики та обмежених можливостях роботи з цифровими інструментами [3].

Впровадження ШІ у навчальний процес розглядається як ключовий механізм подолання «освітньої кризи» та підвищення конкурентоспроможності випускників [2]. На сьогодні цей процес супроводжується значними структурними та методологічними викликами. Розглянемо основні із них.

1. Відставання освітніх програм від технологічних змін. Навчальні плани університетів оновлюються повільніше, ніж розвивається індустрія. Аудит освітніх програм виявив, що існують недоліки у структурі, зменшення практичної складової (порівняно з попередніми роками) та наявність застарілої літератури [5].

2. Застосування ШІ як засобу заміщення, а не помічника. Поширеним явищем є використання студентами генеративних моделей не як інструменту професійного розвитку, а як способу уникнення виконання навчальних завдань, які вони вважають «малозмістовними». Студенти ННІЖ наголошують, що

«система освіти пропонує низку нецікавих і просто непотрібних завдань, що не поліпшують навички журналіста», і це сприяє зловживанню ШІ [2]. Це сигналізує про потребу оновлення форм і змісту завдань, щоб вони підсилювали компетентності, необхідні в професійній практиці.

3. Необхідність зміни педагогічних підходів. Викладачі відзначають, що заборона ШІ неефективна. Натомість необхідно змінити підхід до навчання. Кандидатка наук із соціальних комунікацій Анна Мадей пропонує робити завдання креативнішими та оригінальнішими, з акцентом на розвиток критичного мислення, творчих здібностей та командної роботи, які цінуватимуться на ринку, коли рутинні технічні моменти забере на себе ШІ. Докторка наук із соціальних комунікацій Інна Черемних підтримує використання ШІ для дискусій та вважає, що студентів необхідно вчити правильно формувати запити до бота [2]. Загалом, академічна спільнота пропонує можливості викладачам пройти навчання, що охоплює широку тематику використання ШІ для професійної діяльності, зокрема планування занять, наповнення навчальних курсів, а також формування медіаграмотності та критичного мислення [7].

Етичні та методологічні орієнтири

Очевидно, що інтеграція ШІ в освіту журналістів вимагає дотримання принципів академічної доброчесності та професійної етики. Щоб підвищити ефективність навчання з технологіями ШІ варто дотримуватися етичних та методологічних орієнтирів, викладених нижче.

1. Прозорість і відповідальність. Принцип відповідальності передбачає, що кінцевий фаховий контроль за результатами роботи ШІ завжди має залишатися за людиною, навіть якщо ШІ використовується для автоматизованих завдань [10].

2. ШІ як інструмент верифікації та фактчекінгу. Ключовою навичкою, яку необхідно формувати у студентів, є здатність критично оцінювати згенеровану інформацію та ідентифікувати достовірні джерела [13]. Використання ШІ для генерації контенту, який імітує реальні події або реальних осіб, у новинно-аналітичній журналістиці вважається неприпустимим [10].

3. Переосмислення системи оцінювання. Через масове використання ШІ студентами викладачі, зокрема у Швеції, зіткнулися з проблемою, коли до 50 % робіт могли бути згенеровані ChatGPT, що розцінюється як плагіат [6]. Натомість варто впроваджувати моделі, які передбачають аналітичні, командні та практичні завдання, які важко підмінити автоматизованими рішеннями.

Висновки. Інтеграція ШІ в журналістську освіту України є неминучим і стратегічно важливим процесом, який, однак, виявляє проблему надто повільного оновлення та застарілості наявних освітніх програм. Для успішного впровадження необхідно здійснити такі кроки:

1. Розробка інституційних стандартів використання ШІ для студентів та викладачів задля дотримання принципів академічної доброчесності [9].

2. Спрощення процесу створення та затвердження освітніх програм, який є надмірно бюрократизованим і вимагає значних часових та ресурсних витрат, що посилює інертність системи освіти в Україні. Необхідно впровадити гнучкі

механізми, які дозволять закладам вищої освіти швидко інтегрувати нові курси та компетенції, що відповідають актуальному стану медіаіндустрії.

3. Практико-орієнтована трансформація навчального контенту, зменшення кількості формальних і рутинних завдань, замінивши їх креативними практичними проєктами, що вимагають критичного мислення, навичок фактчекінгу та етичної оцінки згенерованого ШІ контенту.

4. Безперервний професійний розвиток викладачів із фокусом на методиках ефективного використання ШІ в педагогічному процесі.

5. Налагодження тісної співпраці з медіапрактиками та залучення студентів до реальних проєктів допоможе мінімізувати бажання використовувати штучний інтелект як замінник власних зусиль.

Як бачимо, технології ШІ є не лише технологічним інструментом, а й чинником, що пришвидшує трансформацію освіти. Успіх інтеграції залежить від здатності української академічної спільноти сформувати «культуру осмисленого використання ШІ» [7].

Список використаних джерел

1. Бізюк Д. Журналістська освіта в Україні: між вчорашнім досвідом і завтрашніми викликами. *Медіакритика.* URL: http://mediakrytyka.lnu.edu.ua/ohlyady-analityka/zhurnalistska-osvita-v-ukrayini-mizh-vchorashnim-dosvidom-i-zavtrashnimy-vyklykamy.html (дата звернення: 14.11.2025).
2. Булавін Д. Чи такий прекрасний новий світ: як штучний інтелект використовують студенти журфаку. URL: https://ms.detector.media/trendi/post/32739/2023–08–21-chy-takyy-prekrasnyy-novyy-svit-yak-shtuchnyy-intelekt-vykorystovuyut-studenty-zhurfaku/ (дата звернення: 15.11.2025).
3. Дачковська М. Для танго потрібні двоє: чи є взаємодія між освітянами та медіаіндустрією? URL: https://ms.detector.media/zhurnalistska-osvita/post/17786/2016–11–09-dlya-tango-potribni-dvoie-chy-ie-vzaiemodiya-mizh-osvityanamy-ta-mediaindustriieyu/ (дата звернення: 21.11.2025).
4. Звіт про результати акредитаційної експертизи освітньої програми. КНУ імені Тараса Шевченка. URL: https://knu.ua/pdfs/official/accreditation/061/2022–2023/18584-Expert-group-report.pdf (дата звернення: 18.11.2025).
5. Мороз М. Як у європейських країнах впроваджують медіаграмотність у вищу освіту. *Академія викладачів журналістики*. URL: https://www.jta.com.ua/trends/yak-u-ievropeyskykh-krainakh-vprovadzhuiut-mediahramotnist-u-vyshchu-osvitu/ (дата звернення: 21.11.2025).
6. Освіта + ШІ = нова реальність. Академія української преси навчає викладачів працювати з AI – АУП. *АУП – Академія Української преси.* URL: https://www.aup.com.ua/news/osvita-shi-nova-realnist-akademiya-u/ (дата звернення: 25.11.2025).
7. Політика використання ШІ. *Наукові записки інституту журналістики*. URL: https://nz.knu.ua/uk/ai (дата звернення: 25.11.2025).
8. Рекомендації з відповідального використання штучного інтелекту у сфері медіа. *Лабораторія цифрової безпеки*. URL: https://dslua.org/wp-content/uploads/2024/01/Rekomendatsii_SHI_media.docx.pdf (дата звернення: 21.11.2025).
9. Чуранова О. Як інтегрувати тему перевірки інформації в освітню програму з журналістики. *Академія викладачів журналістики.* URL: https://www.jta.com.ua/knowledge-base/yak-intehruvaty-temu-perevirky-informatsii-v-osvitniu-prohramu-z-zhurnalistyky/ (дата звернення: 14.11.2025).
10. Шевченко В. Використання штучного інтелекту в редакційній роботі світових та українських медіа. *Вісник Книжкової палати* 2025. № 5. С. 3–9. URL: https://doi.org/10.36273/2076–9555.2025.5(346).3–9 (дата звернення: 14.11.2025).
11. Noain-Sánchez A. Addressing the Impact of Artificial Intelligence on Journalism: the perception of experts, journalists and academics. *Communication & Society.* 2022. Vol. 35, no. 3., P. 105–121. URL: https://doi.org/10.15581/003.35.3.105–121 (date of access: 14.11.2025).
12. Solkin L. Journalism Education in the 21st century: A thematic analysis of the research literature. Journalism. 2020. URL: https://doi.org/10.1177/1464884920977299 (date of access: 24.11.2025).

СЕКЦІЯ 4. ЖУРНАЛІСТСЬКА ОСВІТА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Віталій БАБЕНКО,
доктор філософії з журналістики.
Університет митної справи та фінансів

ВИКОРИСТАННЯ КОНЦЕПЦІЇ НАРАТИВНОГО ДЕРЕВА ДЛЯ ВИВЧЕННЯ АКТУАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМАТИКИ ЗМК ПЕРІОДУ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Згідно з науковими оцінками, «попри свій локальний характер, російсько-українська війна за масштабами впливу та наслідками може цілком вважатися світовою» [1, с. 74]. Підстави для таких припущень надає як поляризація світу із збройною допомогою на «держав-партнерок» та «держав – посібниць ворога», так і загострення низки світових криз внаслідок вторгнення РФ в Україну, а саме: економічної, продовольчої, кризи біженців тощо.

Розуміння виняткових онтолоічних викликів, що стоять перед фахівцями в галузі журналістики, мотивує освітян реагувати не стільки на поточні потреби галузі, скільки намагатися спрогнозувати той обрій професійних завдань, із якими зіткнуться медійники на практиці в найближчому майбутньому. Так О. Мельникова-Курганова зазначає, що запорукою підготовки кваліфікованих журналістів в умовах війни є «акцентування на навичках критичного мислення, медіаграмотності, фактчекінгу, знаннях професійних стандартів якісної журналістики» [2, с. 36-37]. Ю. Любченко та П. Мірошниченко акцентують увагу на таких пріоритетних напрямах під час підготовки навчальних дисциплін як: «теми журналістики конфлікту, адвокаційної журналістики, роботи з чутливим контентом [3, с. 51-52]. На думку В. Захарова вивчення тележурналістики в умовах повномаштабної війни має приділяти особливу увагу темам, що стосуються «історії про переселенців, українських біженців за кордоном, горювання, пошук нових можливостей» [4, с. 64].

Навчальна дисципліна «Проблематика ЗМК та медіакритика» освітньо-професійної програми «Журналістика, реклама та зв’язки з громадськістю» за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти спеціальності «Журналістика» в Університеті митної справи та фінансів орієнтована на студентів четвертого року навчання. Серед іншого вивчення тем, закладених в неї, передбачає ознайомлення із актуальними політичними, економічними та соціальними проблематиками сучасних засобів масової комунікації. А також розуміння взаємовпливу цих проблематик та їхній прояв на міжнародному, національному і локальному рівнях. Крім того, студенти мають сформувати власне уявлення про зв’язок окреслених проблематик із процесами деколонізації (і, у вужчому розумінні, декомунізації).

Працюючи над змістовим наповненням базової теми ми послуговувалися концепцією наративного дерева масмедійного простору. Ця концепція була розроблена нами та оприлюднена раніше у науковій статті «Українська рефлексія церемонії нагородження «Оскар» у 2024 році як прояв національної суб'єктності в світовій наративній матриці» [5]. Згідно з нею національні наративні стратегії, що формуються у своєму інформаційному просторі представлені у вигляді гілок, які конкурують між собою за можливість стати магістральним наративом для світової медіареальності (набути властивостей «центрального стовбура» і отримати в такий спосіб контроль над загальними наративами). Така динаміка конкуренції за вплив на масову аудиторію (а саме за можливість експансії своїх ціннісних пріоритетів та політичних інтересів, історичної пам'яті, інтерпретації поточних актуальних процесів тощо) окреслює мінливу панораму ієрархічних коливань між країнами, які лишаються ресурсними центрами (здебільшого це колишні імперії та неоімперіалістичні держави) та країнами, які перебувають на периферії світових геополітичних процесів (у тому числі колишні колонії), але вимушені застосовувати інноваційні підходи для вираження своєї суб'єктності на умовному ринку інформаційних приводів та іміджів. Окрім конкурування за увагу на міжнародному рівні для кожної держави в межах власного медіаринку важливо формувати оптику сприйняття світових процесів в контексті національних інтересів, а також поширювати на світові процеси контекст своїх національних інтересів.

На лекції студентам було запропоновано приклад із публікацією в журналі «The Time», де оглядач міжнародних подій І. Бреммер пропонує перелік з 10 пунктів, що описують головні глобальні ризики 2024 року (себто, не лише американські, а ті, що ключовим чином впливають на світові процеси). Першою позицією в цьому списку зазначений політичний розкол в США під час виборчої компанії, що послабляє міжнародні позиції цієї держави. Друга позиція описує військові конфлікти на Близькому Сході. В третьому пункті говориться про територіальну розділеність України внаслідок російського вторгнення. Подальший розподіл у списку упорядковано таким чином: ризики від ШІ-технологій; співпраця країн, що ворожо налаштовані до США; загострення кризи в КНР; боротьба за корисні копалини; розвиток глобальної інфляції; наслідки від Ель-Ніньо (екваторіальної ділянки Тихого океану, що впливають на погодні умови в планетарному масштабі); політизація корпоративного сектора, що викликає ризики для бізнесу [6]. Після цього студентам пропонувалося висловити свої міркування про те, чи є цей перелік викликів релевантним до актуальних процесів за межами пріоритетів і потреб США. Здобувачі освіти також мали можливість обґрунтувати свою думку про те, як би вони розподілили перелік проблем у цьому списку.

Наступним кроком у ході лекційного заняття є розгляд уявної моделі ранжування глобальних викликів у масмедійній тематиці на 2025 році з точки зору української оптики. Зокрема, якби такий рейтинг укладало авторитетне українське медіа, то чи можемо ми припустити, що російсько-українська війна була б не лише центральною проблемою у переліку, а стала головним

смислоутворюючим фактором для усіх інших глобальних викликів? А на обґрунтування цього рішення могли б вплинути такі аргументи, що логічним чином витікають один з одного: вторгнення РФ в Україні спричинило світову продовольчу та увиразнила світову економічну кризи. Це стало фактором соціальної та політичної дестабілізації в ряді регіонів світу і посилило масштаби незаконної міграції до країн ЄС. Протидія союзних країн України військовій агресії мотивувало РФ втручатися у їхні політичні вибори, впливати на електоральні настрої, здійснювати диверсійні та терористичні акти. Тиранічні режими спостерігаючи за безкарністю дій РФ посилили свої військові погрози іншим автономіям та державам. РФ ініціювала або посилила військові конфлікти в інших державах, щоб знизити збройну допомогу Україні.

Під час лекції ми наголошуємо, що будь-які формулювання глобальних викликів не можуть спиратися на припущення і домисел, а мають бути аргументовані відповідними джерелами вартими довіри. Прикладом такого джерела може бути промова президента України Володимира Зеленського під час прямого включення на Міжнародній експертній конференції з питань відновлення України, що відбулася у жовтні 2022 року в Берліні. Він наголосив, що Україна це:

- фізична безпека Європи від російської тиранії та російського реваншизму;
- енергетична безпека усієї Європи;
- опора європейської кліматичної політики;
- гарант продовольчої безпеки світу;
- вплив на світові міграційні процеси;
- робочі місця для мешканців Європи.

Виклад цих аргументів Володимир Зеленський посилив підсумком, що дестабілізація РФ ситуації в Україні – це прагнення знищити те, що може посилити можливості Європи [7].

Розглядаючи такий перелік глобальних викликів студенти можуть запропонувати власні погляди на актуальні проблеми, що формуються у світі під впливом російсько-української війни і зумовлюють інформаційні приводи в медіа. А також, застосовуючи аналітичні підходи та спираючись на верифіковані факти з відкритих джерел, окреслити причинно-наслідкові зв’язки, що формують відповідний порядок денний в журналістських повідомленнях.

Список використаних джерел

1. Лещук Г., Лещук М. Війна в Україні та її наслідки для світової спільноти. *Воєнні конфлікти та техногенні катастрофи: історичні та психологічні наслідки*: Збірник тез ІІІ Міжнародної наукової конференції, 20-21 квітня 2023 р.. Упорядники: А. Криськов, Н. Габрусєва. Тернопіль: ФОП Паляниця В., 2023. С. 74-76.
2. Мельникова-Курганова О. Демократичні цінності журналістської освіти під час війни. *Журналістика майбутнього: виклики, тенденції, перспективи розвитку*: матеріали Міжнародної науковопрактичної конференції (Львів, 18–19 жовт. 2022 р.). Львів : Простір-М.. 2022. С.35-37.
3. Любченко Ю., Мірошниченко П. Специфіка викладання інклюзивної журналістики в умовах війни. *Журналістика майбутнього: виклики, тенденції, перспективи розвитку*: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 18-19 жовт. 2022 р.). Львів : Простір-М.. 2022. С. 49-53.
4. Захаров В. Вивчення тележурналістики в умовах воєнного стану. *Позиціонування закладів освіти на ринку освітніх послуг в умовах воєнного стану*: Матеріали IV Всеукраїнського науково-

методологічного семінару 26 жовтня 2023 р. Київ – Бориспіль: ДЗВО «Університет менеджменту освіти». 2023, С. 61-64. URL: https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi78/0058175.pdf#page=61 (дата звернення: 26.11.2025).

5. Бабенко В. Українська рефлексія церемонії нагородження «Оскар» у 2024 році як прояв національної суб'єктності в світовій наративній матриці. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2024. Т. 35 (74), № 2, Ч. 2. С. 137-145. DOI: https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.2.2/22
6. Bremmer I. The Top 10 Global Risks for 2024. *The Time*. 2024. URL: https://time.com/6552898/top-10-global-risksfor-2024/ (дата звернення: 26.11.2025).
7. Президент звернувся до учасників Міжнародної експертної конференції з питань відновлення України. Офіс Президента України. 2022. URL: https://www.youtube.com/watch?v=lbMoceg4zeo (дата звернення: 26.11.2025).

Любов БОЯРСЬКА,
кандидатка філологічних наук, доцентка.
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ В КОНТЕКСТІ ВИВЧЕННЯ МИСТЕЦЬКОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ: МІЖНАРОДНА ПІДТРИМКА КУЛЬТУРНОГО ОПОРУ

1 грудня 2025 р. у Парижі перші леді Олена Зеленська і Бріжит Макрон відкрили Сезон України у Франції «Le Voyage en Ukraine» («Подорож до України»). Це велика культурна програма, яка триватиме до березня 2026 р. і буде представляти сучасну українську культуру і мистецтво. Передбачено понад 50 заходів у найбільших містах Франції (Париж, Марсель, Ліон, Лілль) [1]. Проєкт, організований Українським та Французьким інститутами, проходить під гаслом «Культура дає відсіч» /Culture fights back» і є найбільшою презентацією української культури за кордоном за всі роки незалежності (першим таким масштабним проєктом був Сезон Україна / Велика Британія у 2022–2023 рр. – Л. Б.). Коментуючи гасло проєкту, директор Українського інституту Володимир Шейко у виступі на Міжнародному форумі культурної дипломатії (6 жовтня 2025 р.) наголошував: «Вони вже не бояться таких слів і хочуть бачити у подіях Сезону наш культурний опір, хочуть чути наших митців, зокрема тих, що служать у лавах Збройних Сил, і готові говорити з нами на гострі й непрості теми. Ще чотири роки тому це було би неможливо, а отже, наша з вами робота була недаремною» [2].

Заснований лише у 2017 р. Український інститут [3] за роки повномасштабного вторгнення росії в Україну здійснив просто грандіозну роботу: відкриття трьох представництв (Німеччина, Франція, Нідерланди), кілька сотень дослідницьких і культурно-мистецьких проєктів, спрямованих на впізнаваність України серед зарубіжної аудиторії (щорічні звіти про роботу УІ представлені на сайті). Створений за зразком іноземних організацій культурно-освітнього спрямування (Гете-інститут, Французький інститут, Польський інститут, Британська рада та ін.), Український інститут свою головну місію вбачає у «зміцненні міжнародної і внутрішньої суб'єктності України засобами культурної дипломатії», і наполегливо й послідовно працює ось уже майже десять років для «покращення розуміння та впізнаваності України серед закордонних аудиторій», «посилення замученості України до актуальних світових процесів» тощо [там само].

Важливість і можливості культурної дипломатії завжди були у фокусі спеціальних наукових досліджень (особливо у галузі політології, міжнародних відносин та культурології). Нову хвилю наукової уваги до цього питання спостерігаємо після початку повномасштабного вторгнення [див. 4–9]. Щодо

ЗМІ, то питання культурної дипломатії потребує, на нашу думку, більшого зацікавлення. Наразі, мабуть, найповніше діяльність Українського інституту, державної політики в галузі культури висвітлює «Лівий берег / Lb.ua. Директор УІ Володимир Шейко час від часу виступає одним з авторів видання, а з червня 2025 р. Lb.ua запустив великий проєкт «CultHub», присвячений культурній дипломатії [10]. У інтерв'ю в рамках проєкту «CultHub» тодішній міністр культури і стратегічних комунікацій Михайло Точицький наголошував на зміні парадигми «культура як дозвілля» на «культура як безпека», на тому, що культура є «основним елементом національної безпеки» [11].

Власне, із питання про важливість культури для презентації країни у світовому культурному та інформаційному просторі, важливість впізнаваності країни серед зарубіжних аудиторій саме через культурний продукт, питання про зміцнення суб'єктності України через міжкультурну комунікацію і культурну дипломатію, про роль культури для національної безпеки і розпочинається курс «мистецької журналістики» в ННІЖ (за новим навчальним планом ця тема є першою, що вивчається в дисципліні «Тематика сучасних медій: культура і мистецтво» на 1 курсі бакалаврату). Насамперед студентам пропонується для опрацювання дві статті Ліни Костенко: «Геній в умовах заблокованої культури» та «Гуманітарна аура нації або Дефект головного дзеркала». Дуже прикро, але перша стаття (написана в 1991 р.!, в рік проголошення незалежності України), в якій пояснюється, чому українська література (і культура) невідома зарубіжній аудиторії, вже стала справжнім раритетом і важко доступна на інтернет-ресурсах [12]. «Гуманітарна аура нації…» (1999 р.) – глибока і змістовна стаття про необхідність створення позитивного іміджу країни через культуру, в якій неодноразово наголошується, що від цього залежить наша безпека і наше існування як нації, народу, держави. і акцентується, що молода держава, перш за все, повинна розробити стратегію просування національної культури у світовий інформаційний простір, бо впізнаваність країни через культуру є фактором безпеки [13], На превеликий жаль, така стратегія («Стратегія розвитку культури України до 2030 р.») розроблена лише в березні 2025 рр. «"Це перший комплексний стратегічний документ у сфері культури, що пропонує її нове бачення в широкому контексті державотворення, зокрема як важливого елементу національної безпеки та сталого розвитку держави", – йдеться у пресрелізі» [14].

З огляду на те, що «мистецька журналістика» як тематична спеціалізація заснована в ННІЖ у 2015 р., другому році російсько-української війни, вивчення відповідної дисципліни тісно пов'язане із питаннями культурної дипломатії, міжкультурної комунікації, культурного опору агресору і міжнародній солідарності в галузі культури. Тому уважно вивчається діяльність і Українського інституту, й іноземних організацій/представництв в Україні. Якщо зосереджувати увагу на періоді з початку повномасштабного вторгнення росії в Україну, то насамперед варто акцентувати на першому культурно-мистецькому проєкті Українського інституту у 2022 р. – «Листівки з України» / "Postcards from Ukraine» [15]. Проєкт, запущений за підтримки Агентства США з міжнародного розвитку (USAID) буквально в перші дні війни, «фіксує і

демонструє шкоду, завдану українській культурній спадщині» ворожими бомбардуваннями і обстрілами, і доводить, що «Росія не просто знищує українські міста та села, а систематично знищує українську культурну спадщину, яка налічує тисячі років» [там само]. Листівки, розділені по діагоналі, з виглядом до руйнування і після руйнування, з детальним описом історії пам'ятки (будівлі музеїв, храмів, театрів тощо), доповнені картою України, де вказана кількість пошкоджених чи зруйнованих загарбниками культурних пам'яток у кожному регіоні, стали візуальною формою звернення до зарубіжної аудиторії, демонстрацією новітнього варварства. Проєкт розширився відеоформатом, де медійні особи (актори, спортсмени, співаки) стали «голосом» тієї чи іншої пам'ятки. Залучення до проєкту людей такого статусу, як, напр., знаменитий британський актор Х'ю Бонневіль (відомий пересічному глядачеві за ролями основних персонажів в «Абатстві Даунтон» та «Пригодах Паддінгтона»[2]) свідчить про підтримку і солідарність з Україною у культурному європейському просторі.

Влітку 2022 р. розпочався великий проєкт Українського інституту і Британської ради – «Сезон культури Україна / Велика Британія». Проєкт тривав з червня 2022 р. по червень 2023 р. і включав резиденції для митців[3], презентацію українського кіно, музики, літератури, хореографії, театру. Заходи проходили у понад 20 містах Великої Британії. Серед найяскравіших подій, зазначено на сайті Британської Ради, були мультимедійна опера «Чорнобильдорф», аудіовізуальна інсталяція «Ukraine: Bits Destroyed» на Міжнародному фестивалі «Greenwich+Docklands», гастролі вистави «Кассандра» в Оксфорді та Кембриджі, а також Місяць українського кіно в різних містах Великої Британії. Ці та інші заходи отримали понад 630 згадок у ЗМІ, охопивши 190 мільйонів людей у Великій Британії та Україні [16]. Окремої уваги заслуговує проєкт «Ukraine: Bits Destroyed», присвячений зруйнованим загарбниками пам'яткам монументального мистецтва. Започаткований фотографом Є. Нікіфоровим ще у 2019 р. для привернення уваги до питання збереження таких пам'яток, під час повномасштабного вторгнення проєкт перетворився в документ-доказ злочинів росіян проти культурної спадщини [17]. Зруйновані мозаїки Алли Горської в окупованому ворогом Маріуполі стали поштовхом для багатьох культурно-мистецьких проєктів про знищені культурні цінності. Так, наприклад, Український стенд (участь України підтримана німецьким Гете-інститутом – Л. Б.) на Франкфуртському книжковому ярмарку восени 2022 р. був оформлений у вигляді мозаїчних блоків [18]. На важливості демонстрації західній аудиторії знищених чи пошкоджених мистецьких артефактів акцентувала Оксана Забужко [19].

Восени 2022 р. Британська рада [20] підтримала проєкт «I'm fine! / Все гаразд!» Міжнародного фестивалю актуальної анімації та медіамистецтва

[2] Про надзвичайну популярність фільму свідчить, напр., знамените «чаювання» королеви Єлизавети з ведмедиком Паддінгтоном з нагоди її Платинового ювілею на престолі.

[3] Варто зазначити, що іноземними організаціями (Гете-інститутом, Британською Радою, Польським інститутом тощо) було запропоновано десятки резиденцій і сотні грантів для українських митців, що свідчить про підтримку і солідарність в культурному секторі.

LINOLEUM [21]. Проєкт був присвячений питанням збереження ментального здоров'я загалом і в умовах війни, зокрема. До нього ввійшли програма анімаційних фільмів, присвячених різним проблемам: трудоголізм, невміння розділити час на роботу і особисте життя, прокрастинація, незадоволення соціальними успіхами, зовнішністю, страждання через нерозділене кохання, проблеми дорослішання, сімейне і побутове насильство, емоційне й інтелектуальне вигорання, втрати і трагедії тощо. Також у проєкті був представлений анімаційний фільм про ментальне здоров'я, а також цикл лекцій різноманітної тематики: про тривалий шлях до успіху і як переживати творчі невдачі; про те, як шукати ресурс для роботи в часи війни; про проблеми людей творчих професій; про арттерапевтичні практики і медіатворчість як шлях до подолання колективної травми війни. Наступного року за участі Британської ради на фестивалі було організовано новий проєкт «UK / UA Animation Lab» – практичний кейс, присвячений продюсуванню та промоції анімаційних фільмів. У 2022 р. Британська рада підтримала проведення Київського тижня критики, Львівського Форуму видавців, сприяла участі України у британських літературних фестивалях (учасники: О. Забужко, Люба Якимчук, Юрій Гуржи), Лондонському книжковому ярмарку (серед учасників – Вікторія Амеліна), Крім того, Британською радою запропоновано ряд проєктів для культурних організацій з України: «Синхронізація культури / Culture Sync», «Креативна економіка», «Креативне партнерство / UK/UA Creative Partnerships». спільно з Українським інститутом. Підтримує організація і заходи проєкту ЄС «Дім Європи / House of Europe».

Гете-інститут [22], найдавніша і найбільш представницька європейська організація, діяльність якої спрямована на підтримку міжнародної культурної співпраці різних країн з Німеччиною, крім численних грантів і резиденцій для українських митців, традиційно підтримує участь України у Франкфуртському книжковому ярмарку. Зокрема, у 2022 р., крім допомоги у оформленні стенду, організації перевезень книжок, запрошенні і забезпеченні українських видавців і літераторів, інститут посприяв у презентації музично-візуального проєкту «Фокстроти» Сергія Жадана і Юрія Гуржи на вірші поетів Розстріляного відродження. А також у Німеччині було видано фейсбук-щоденник Сергія Жадана про життя у прифронтовому Харкові, а сам письменник отримав Премію миру від німецьких видавців (промова С. Жадана на врученні також є обов'язковою лектурою для вивчення, адже є зразком того, про що треба говорити з не беззаперечно дружелюбною аудиторією)[4]. У наступні, 2023, 2024 і 2025 рік, допомога Гете-інституту у презентації України на Франкфуртському ярмарку була незмінною. В Гете-інституті є окрема програма «Український культурний сектор в умовах війни» [там само]. Проєкт «Валізка з книжками» спрямований на забезпечення дитячими книжками українських дітей у

[4] Влітку 2022 р. було несподівано скасовано кілька європейських благодійних концертів С. Жадана, О. Скрипки та ін. Українських митців звинувачували у толеруванні насильства (а фактично опору агресору і підтримки ЗСУ) і «поширення «мови ненависті».

Німеччині та інших країнах Європи, а також на поповнення дитячою літературою бібліотек в Україні.

Польський інститут [23], крім традиційного для таких організацій вивчення мови своєї країни, пропонує резиденції для митців, організовує чимало виставок в Україні та Польщі, проводить три традиційні конкурси-премії: Премія Малевича (для художників), Премія Конрада (для літераторів), Конкурс імені Єжи Гедройця (для наукових досліджень різного рівня: приймаються бакалаврські, магістерські роботи та докторські дисертації, «присвячені польській тематиці та польсько-українським відносинам»). Польський інститут підтримує Польську програму на різних кінофестивалях (Одеському міжнародному, Київському фестивалю короткометражних фільмів, Docudays та ін.). Багато проєктів у галузі літератури: Польська програма на «Книжковому арсеналі», підтримка фестивалю «Земля поетів» у Львові, підтримка українських письменників у Польщі (напр., презентація двомовної поетичної збірки «Не забрала з собою радості» в Польщі та Україні), проєкти «Вірші в метро» та ін. Численні заходи спрямовані на презентацію польської культури і підтримку українських проєктів у галузях кіно, театру, музики, образотворчого мистецтва. Окремої уваги заслуговує підтримка Польським інститутом виставок політичного плакату, зокрема, виставки А. Єрмоленка у 2022 р. у різних містах України. Доречно буде сказати, що серія художніх робіт А. Єрмоленка «Ukrainian resistance / Український опір» (2018–2023 рр.) відзначена Національною премією України імені Тараса Шевченка (2024).

Французький інститут [24] завжди активно презентував мову і культуру своєї країни в Україні. Мабуть, найвідомішим великим традиційним масовим заходом була щорічна «Французька весна» у Києві (востаннє проводилася у 2021 р.). Після повномасштабного вторгнення Французький інститут пропонує резиденції і гранти для митців, розширив збірку «Культуртека» (відкрито доступ до «Le Figaro», «Liberation», «ELLE», «Paris Match» та ін.). Французький інститут у Парижі був однією з основних локацій культурно-мистецького проєкту «Українська весна в Парижі» (вересень 2022 – лютий 2023 рр.), ініційованого і організованого Українським інститутом за підтримки Агентства США з міжнародного розвитку (USAID)[5]. І , як було сказано вище, з грудня у Франції розпочався великий проєкт Українського інституту «Подорож до України».

Після проведення «Сезону культури Україна-Велика Британія» виконавчий директор найбільшого у Великій Британії Гаддерсфілдського фестивалю сучасної музики (HCMF) Грем Маккензі наголошував: «Найбільш цінний урок, який ми виносимо, – це та важлива роль, яку митці можуть відігравати як культурні посли на світовій арені під час конфлікту… Не менш важливо, щоб ми зараз думали і працювали з культурними партнерами в Україні, щоб зробити все можливе для того, щоб митці могли так само відігравати важливу роль у відновленні України після конфлікту» [16].

[5] Як відомо, з приходом президента Трампа діяльність USAID була припинена

Україна наближається до 4-ї річниці повномасштабної війни. Стратегії культурної дипломатії поступово змінюються. Виступаючи на Міжнародному форумі культурної дипломатії (6 жовтня 2025 р.) Володимир Шейко наголошував, що час «безпрецедентної уваги світу до України», «інтерес і замученість іноземних суспільств стабілізувалися або й почали спадати, натомість посилилася конкуренція за увагу, ресурси і місце під сонцем», тож Україні слід працювати над тим, щоб культура стала не лише «способом "саморепрезентації" чи "пояснення себе", а простором для співтворення й активного слухання, Україна має «не лише спростовувати чи заперечувати російські наративи, а створювати конкурентоспроможний контент та пропонувати переконливі ідеї» [2], щоб поступово наша присутність у культурному світовому просторі ставала безальтернативною. А Україна стала б повноправним партнером у міжкультурному діалозі. На це спрямована подальша діяльність Українського інституту, яка потребує серйозної державної підтримки [25].

Вивчення діяльності УІ та іноземних культурно-освітніх організацій засвідчує міжнародну солідарність в галузі культури і що культурний сектор, як наголошує Гете-інститут, «є ключовим елементом національної безпеки, джерелом стабільності, зцілення та колективної сили» [22].

Список використаних джерел

1. Горлач П. Близько 50 подій протягом 4 місяців: у Парижі відкрилися Українські сезони. *Суспільне Культура*. 1 грудня 2025 р. URL: https://suspilne.media/culture/1178468-u-parizi-startue-podoroz-do-ukraini-cotiri-misaci-prisvaceni-ukrainskij-kulturi/ (дата звернення 12.12.2025).
2. Ми здатні змінювати глибинні переконання інших суспільств: Володимир Шейко про цінність культурної дипломатії. *Суспільне Культура*. 10 жовтня 2025 р. URL: https://suspilne.media/culture/1135092-mi-zdatni-zminuvati-glibinni-perekonanna-insih-suspilstv-volodimir-sejko-pro-cinnist-kulturnoi-diplomatii/ (дата звернення 12.12.2025).
3. Український інститут. Офіційний сайт. URL: https://ui.org.ua/ (дата звернення 12.12.2025).
4. Кащенко Н. Культурна дипломатія – складова державної політики в сфері національної безпеки країни. The XV International Science Conference «Trends in the development of practice and science». Oslo, Norway, 2021. С. 171–175.
5. Кушнарьова М. Українська культурна дипломатія під час війни: досвід, проблеми, перспективи. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*. 2023. Вип. 67. С. 35-53.
6. Дубовик Н., Шило О. Культурна дипломатія як інструмент міжнародної комунікації України. *Молодий вчений*. 2023. № 4 (116). С. 72–76.
7. Комарніцька, О. Проєкти у сфері культури як інструмент посилення культурної присутності України у світі (з досвіду діяльності Українського інституту та Українського культурного фонду). *Питання культурології*. 2024. № 43. С. 125–141.
8. Руднєва А., Мальована Ю., Арсенюк М. Культурна дипломатія як інструмент формування іміджу України. *Регіональні студії*. 2024. Вип. 37. С.63–67.
9. Гаврилович С. (2025). Культурний діалог України в міжнародних виставкових практиках візуального мистецтва 2014–2024 років: огляд української історіографії. *Культурологічний альманах*. 2025. № 2. С. 362–373.
10. Гладка К. Проєкт CultHub про культурну дипломатію: перші підсумки роботи. *Lb.ua.* 19 червня 2025 р. URL: https://lb.ua/culture/2025/06/19/682480_proiekt_culthub_pro_kulturnu.html (дата звернення 12.12.2025).
11. Точицький М. Культурна дипломатія в часи війни – це спосіб довести суб'єктність України. *Lb.ua.* 14 травня 2025 р. URL: https://lb.ua/blog/mykola_tochytskyi/676409_kulturna_diplomatiya_chasi_viyni-tse.html (дата звернення 12.12.2025).

12. Костенко Л. Геній в умовах заблокованої культури. *Дукля*. 2003. №1. С.13–23. URL: https://diasporiana.org.ua/wp-content/uploads/books/24779/file.pdf (дата звернення 12.12.2025).
13. Костенко Л. Гуманітарна аура нації. *Чтиво*. URL: https://shron3.chtyvo.org.ua/Kostenko_Lina/Humanitarna_aura_natsii.pdf?PHPSESSID=1tjm9gcjn2f4imhe41jtfji3t5 (дата звернення 12.12.2025).
14. Лотоцька Н. Уряд схвалив стратегію розвитку культури України до 2030 р. *Lb.ua*. 28 березня 2025 р. URL: https://lb.ua/culture/2025/03/28/668110_kabmin_shvaliv_strategiyu_rozvitku.html (дата звернення 12.12.2025).
15. «Листівки з України / Postcards from Ukraine». *Український інститут*. URl: https://ui.org.ua/postcards-from-ukraine-ua (дата звернення 12.12.2025).
16. «Сезон культури Велика Британія – Україна» (2022-2023): звіт. URL: https://ukuaseason.org/wp-content/uploads/2024/02/599-Season-Report-UK-web-v3.pdf (дата звернення 12.12.2025).
17. Discover Ukraine: Bits Destroyed. *British Counsil Ukraine*. URL: https://www.youtube.com/watch?v=nREGfcxMeS8 (дата звернення 12.12.2025).
18. Морі Є. Як виглядатиме український стенд на Франкфуртському книжковому ярмарку: надихнули знищені мозаїки Алли Горської. *Суспільне Культура*. 12 жовтня 2022 р. URL: https://suspilne.media/culture/293446-ak-vigladatime-ukrainskij-stend-na-frankfurtskomu-knizkovomu-armarku-nadihnuli-zniseni-mozaiki-alli-gorskoi/ (дата звернення 12.12.2025).
19. Забужко О. Західну увагу вражають види розбомблених музеїв і розстріляних пам'ятників. *Укрінформ*. 29.03.2023. https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/3688832-zahidnu-uavu-vrazaut-vidi-rozbomblenih-muzeiv-i-rozstrilanih-pamatnikiv.html (дата звернення 12.12.2025).
20. Британська рада в Україні. URL: https://www.britishcouncil.org.ua/ (дата звернення 12.12.2025).
21. «I'm fine! / Усе гаразд!». LINOLEUM animation festival. *Ютуб-канал*. URL: https://www.youtube.com/playlist?list=PLlXsq9vhO4tmUkyuvrNr7qJS1GnzBnKY5 (дата звернення 12.12.2025).
22. Гете-інститут в Україні. URL: https://www.goethe.de/ins/ua/uk/index.html (дата звернення 12.12.2025).
23. Польський інститут у Києві. URL: https://instytutpolski.pl/kyiv/ (дата звернення 12.12.2025).
24. Французький інститут в Україні. URL: https://institutfrancais-ukraine.com/ (дата звернення 12.12.2025).
25. Шейко В. Зберегти розвиток в стратегії виживання: можливості культурної дипломатії. *Українська правда*. 4 жовтня 2024 р. URL: https://life.pravda.com.ua/culture/chomu-kultura-i-kulturna-diplomatiya-vazhlivi-kolonka-volodimira-sheyka-304094/ (дата звернення 12.12.2025).

Любов ВАСИЛИК,
докторка наук із соціальних комунікацій, професорка.
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича

ТРАНСФОРМАЦІЯ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ: ВИКЛИКИ ПРОФЕСІЙНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ, АДАПТАЦІЙНІ ПРАКТИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Повномасштабне вторгнення РФ в Україну спричинило безпрецедентну трансформацію українського медійного поля. Умови війни докорінно змінили підходи до виробництва інформації, позначилися на стандартах роботи журналістів, вплинули на моделі взаємодії з аудиторією та рівень ризиків, з якими стикаються журналісти. На цьому тлі особливого значення набуває журналістська освіта як система, що формує майбутніх фахівців медіа та закладає професійні основи їхньої діяльності. Війна стала водночас викликом і каталізатором модернізації освітніх програм. Університети постали перед необхідністю оперативно змінювати їх, адаптуючись до нових реалій, що охоплюють безпекові загрози, роботу в умовах інформаційних операцій, цифрові інструменти документування воєнних злочинів, а також психологічний тиск, пов'язаний із травматичними новинами. Тож, як спостерегли дослідники, сьогодні «у фокусі навчальних програм – війна» [1].

Журналістська освіта постала перед такими викликами, як руйнування корпусів і втрата матеріальної бази; евакуація студентів та викладачів у безпечніші регіони чи за кордон; обмеженість академічної мобільності; потреба у швидкому оновленні навчальних планів відповідно до реалій війни. Університети трансформували свої освітні програми. У ЧНУ насамперед звернули увагу на безпекові компетентності, адже у період воєнної загрози питання безпеки — фізичної, інформаційної, цифрової та психологічної — стають базовими елементами журналістської професії. До 2022 року вони були представлені фрагментарно, здебільшого у формі вибіркових освітніх компонентів. На кафедрі журналістики ЧНУ ім. Ю. Федьковича вони закладалися в курс «Медіабезпека» [2], проте спеціально не розглядалися під ракурсом війни. Нині ж безпекові аспекти перетворилися на структуровану складову навчального плану, адже випускники мають володіти знаннями щодо оцінювання ризиків у зоні обстрілів, вибору маршрутів пересування, роботи зі спеціальним спорядженням (шолом, бронежилет, аптечка), основ тактичної медицини, поведінки під час артилерійських атак, диверсій, мінної небезпеки. Решетуха Т., Кушнір О. Теж привертають увагу до цих компетентностей, вважаючи, що, набувши їх, випускники «спроможні фахово виконувати професійні завдання з урахуванням безпекового складника як на особистому, так і загальнодержавному рівнях» [3, с. 28]. Кафедри впроваджують безпекові

навчальні модулі у співпраці з воєнними кореспондентами, рятувальниками та організаціями, що спеціалізуються на безпеці журналістів. Досвід кафедри журналістики ЧНУ ім. Ю. Федьковича показує, що доцільно кооперуватися з Центрами журналістської солідарності, які розташовані у Чернівцях, Львові, Дніпрі, Запоріжжі та Києві (координаційний).

Цифрові ризики під час війни підвищуються в рази, тож майбутні журналісти також повинні отримати навички шифрування комунікацій, безпечного зберігання інформації, роботи з VPN та анонімізованими каналами передачі даних, з мінімізацією цифрового сліду. Ці компетентності інтегровані у курси з інформаційної політики та безпеки, мультимедійної журналістики, розслідувань і фактчекінгу. О. Мельникова-Курганова надає особливої уваги останній дисципліні у навчальному процесі, мотивуючи її потребу «активною інформаційною агресією та інформаційною війною в цілому» [4, с. 36].

Війна загострює етичні виклики та ставить перед журналістами питання балансу між правом суспільства на інформацію та вимогами національної безпеки, тож важливі акценти, які формують здатність працювати з чутливими темами, дотримуючись принципів відповідальності й етичних та законодавчих норм. Важливе питання — робота з інформацією, що може завдати шкоди обороні держави. Тому вивчення медіаправа потребує включення до аналізу правових обмежень щодо розкриття військової / воєнної інформації; розуміння наслідків поширення даних про переміщення військ, результати ударів, дії сил ППО; відмежування журналістики від неперевірених даних і «зливів». Етична робота з постраждалими, свідками та чутливими темами стає об'єктом уваги на курсах з медіаетики, журналістських жанрів, де студенти вчаться інтерв’ювати людей, які пережили травму; не демонструвати зображення загиблих або поранених без вагомої суспільної потреби; зважати на гідність і приватність родин; використовувати позначки про чутливий контент, аби поєднати повагу до жертв і відповідальність за вплив матеріалів на аудиторію.

Війна прискорила цифровізацію медіасередовища, технологічно модернізувала журналістську освіту. Для сучасного журналіста ключовими є навички роботи з даними, цифровими платформами, OSINT-інструментами, а також мультимедійними форматами. Навчальні курси з фактчекінгу, розслідувань тепер включають аналіз супутникових знімків; геолокацію фото та відео; встановлення часу зйомки; роботу з відкритими реєстрами та цифровими слідами. Також журналісти мають уміти не лише спростовувати фейки, а й документувати воєнні злочини у партнерстві з правозахисниками, що закладається як компетентність у курси з правової журналістики. В умовах війни зросла роль стрімінгової журналістики, мобільного репортажу, подкастів та документального аудіо, дрон-журналістики, інтерактивних довгих форматів. Це вимагає від випускових кафедр та факультетів розширювати спектр професійних компетентностей.

Воєнний час підкреслив важливість практики. Студенти дедалі більше залучаються до роботи над реальними інформаційними проєктами. В кросмедійній лабораторії кафедри вони моделюють реальні редакційні процеси;

працюють з новинами, що стосуються війни; навчаються відповідальній роботі з джерелами; формують командні виробничі навички. Розширюється співпраця з професійними редакціями та журналістськими проєктами. Так, студенти ЧНУ реалізували себе у зйомках документальних фільмів про війну в Україні в рамках американського проєкту Docutribe та провели міський Фестиваль документального кіно, а їхні фільми отримали закордонну аудиторію. Вони працювали на виїздах, створювали спецрепортажі про наслідки війни, показували, як українці її переживають. Такий формат підсилює практичність освіти та сприяє швидшій адаптації молодих журналістів до професійного середовища.

В умовах війни важлива психологічна стійкість, адже емоційно небезпечно постійно контактувати з травматичним контентом, це призводить до ризику вигорання, тривожності, ПТСР. Психологічна підготовка стала обов'язковою складовою навчання у курсі «Журналістика в умовах війни». Студенти вчаться розпізнавати власні емоційні реакції, застосовувати техніки саморегуляції, уникати вторинної травматизації, працювати з редакційними політиками щодо травмуючого контенту. Формування резилієнтності спрямоване на розвиток стресостійкості; побудову здорової інформаційної гігієни; профілактику професійного вигорання.

Отже, журналістська освіта в Україні переживає фундаментальну трансформацію, спричинену умовами війни. Ця трансформація включає формування комплексних безпекових компетентностей, осучаснення етичних стандартів з урахуванням правових та гуманітарних аспектів, цифровізацію та впровадження технологічних інструментів OSINT, посилення практичної складової та співпраці з редакціями медіа, інтеграцію психологічної підтримки та стресостійкості. У підсумку в Україні формується нова модель журналістської освіти — мобільна, адаптивна, етично виважена та технологічно підготовлена до роботи в умовах війни. Вона не лише відповідає викликам сьогодення, а й закладає підвалини професійної стійкості українських медіа в майбутньому. Як зазначає Ден Нойєр, «українська журналістська освіта в умовах війни не просто вижила, а перетворилася на потужну екосистему підготовки нового покоління медійників» [5]. Факультети та кафедри демонструють стійкість і адаптивність, зберігаючи освітній процес навіть у надзвичайних умовах. Вони не лише підтримують студентів, а й активно оновлюють програми, щоб готувати журналістів до роботи в умовах війни та інформаційних атак, успішно працюють в навчальних онлайн-форматах, підтримують студентів через програми допомоги для тих, хто пережив бойові дії, інтегрують освіту та практику, активно реалізують реальні медійні проєкти та діляться цим досвідом з зарубіжною аудиторією [6].

Список використаних джерел

1. Як працюють факультети й кафедри журналістики в Україні в умовах війни // Journalism teachers academy. URL: https://www.jta.com.ua/knowledge-base/yak-pratsiuiut-fakultety-y-kafedry-zhurnalistyky-v-ukraini-v-umovakh-viyny/ (дата звернення: 04.12.2025).
2. Василик Л. Медіабезпека : навчальний посібник. Чернівці : Чернів. нац. ун-т ім. Юрія Федьковича: Рута, 2015. 163 с.

3. Решетуха Т., Кушнір О. Формування безпекових компетентностей студентів спеціальності 061 Журналістика у фокусі викликів російсько-української війни // Communications and Communicative Technologies. 2023. Вип. 23. С. 22–29.
4. Мельникова-Курганова О. Демократичні цінності журналістської освіти під час війни // Журналістика майбутнього: виклики, тенденції, перспективи розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 18–19 жовт. 2022 р.). Львів : Простір-М, 2022. С. 35–37.
5. Ноєр Д. Журналістська освіта в умовах війни: як українські студенти долають виклики // Sci 314. URL: https://sci314.com/news/zhurnalistska-osvita-v-umovakh-viiny-iak-ukrainski-studenty-dolaiut-vyklyky/ (дата звернення: 04.12.2025).
6. Teaching Journalism in Difficult Conditions // NordMedia Network. URL: https://nordmedianetwork.org/latest/news/teaching-during-war/ (дата звернення: 04.12.2025).

Данило ГРИГОР'ЄВ,
здобувач третього рівня вищої освіти.
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

КОНТЕКСТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОТИДІЇ МАНІПУЛЯЦІЯМ: ЗНАЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ «МОВА МЕДІА» У ПІДГОТОВЦІ ЖУРНАЛІСТІВ В УМОВАХ ГІБРИДНИХ ЗАГРОЗ

У сучасному українському інформаційному просторі, що перебуває під постійним тиском гібридних впливів – від інформаційно-психологічних операцій до системних кампаній дезінформації – маніпуляція стає одним із ключових інструментів інформаційного протистояння. Як зазначає Роман Осадчук, дезінформаційні кампанії зростають і за масштабом, і за складністю, становлячи реальну загрозу демократичним інституціям [1].

Дослідження українських медіазнавців показують, що значна частина інформаційних впливів проти України у 2022–2024 рр. ґрунтується не лише на фейках, а й на контекстуальних підмінах, спотворенні передумов події, доборі фреймів і мовних маркерів, які формують в аудиторії прогнозовані реакції – страх, безпорадність, недовіру. Це створює викривлену реальність навіть без прямого обману. В такому середовищі контекст стає ключовим елементом для розуміння медіатексту. Значення події вибудовується через фрейми, мовні акценти та передісторію. Як підкреслює Джордж Лейкоф, людина сприймає інформацію через систему попередніх знань і контекстних меж [2], тому маніпулятори прагнуть змінити не сам факт, а спосіб його прочитання.

Мовні маніпуляції – від емоційних тригерів до семантичних зсувів і фреймування – активно застосовуються в інформаційно-психологічних операціях, спрямованих на підрив довіри до державних інституцій та зниження суспільної стійкості. Найпоширенішими є повтори, апеляція до страху, узагальнення, ярлики та створення образу ворога [3]. Тому вміння журналіста працювати з контекстом і розпізнавати механізми впливу є ключовою професійною компетентністю.

Аналізуючи праці українських учених і дослідників, присвячених цій проблематиці, варто відзначити роботи В. Андрущенка, І. Грабовець А. Калити, В. Карабана, О. Клименюка, Г. Почепцова, Л. Смоли, Л. Тараненко, а також І. Гофман та Д. Шойфеле.

Теоретичне підґрунтя: фреймінг, контекст і маніпуляція. Дані українських критичних дискурс-аналізів також підтверджують, що журналісти активно застосовують лексичні, семантичні та прагматичні інструменти, які формують у реципієнта певну емоційну та когнітивну рамку сприйняття. Зокрема, в дослідженні Ю. Нагорної встановлено, що навіть у регіональних теленовинах фреймінг проявляється через добір дієслів дії, метафор, оцінної

лексики, що спрямовує аудиторію до заздалегідь передбаченої інтерпретації сюжету [4]. Контекст у медіадискурсі формується через структурування події: виділення одних компонентів і замовчування інших, зміщення семантичних акцентів, інтертекстуальні відсилки та асоціативні зв'язки.

Таким чином**,** контекст (фон, передумови, політичні й культурні обставини), мова (лексика, семантика, емоційні маркери), структура тексту (фрейм, порядок подачі, композиція) утворюють формулу, що визначає ефективність впливу медіа на аудиторію. Українські дослідники наголошують: ігнорування контексту робить споживача інформації вразливим до маніпуляцій**,** оскільки саме в контексті приховані ключові смисли, які спрямовують інтерпретацію події.

Контекст як інструмент протидії маніпуляціям. Контекст є одним із ключових механізмів розпізнавання та нейтралізації маніпулятивних стратегій у медіатекстах. Українські дослідники наголошують, що саме робота з контекстом дозволяє виявити семантичні зсуви, фреймові підміни та приховані смисли, які формують викривлену картину реальності. Тому здатність бачити контекст розглядається як важливий інструмент інформаційної безпеки. Контекст виконує захисну функцію за умови, що журналісти та споживачі медіа застосовують практики критичного аналізу.

Системна перевірка фактів і джерел. Аналітичні огляди Центру стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки (2022–2024) показують, що багато інформаційно-психологічних операцій спираються на так звану «фактоподібність» – частково правдиві, але контекстуально викривлені твердження. Саме тому фактчекінг та порівняння інформації з різних джерел є базовими навичками, що допомагають відрізнити факт від маніпуляції.

*Контекстуальний аналіз як інструмент реконструкції події***.** Як зазначає Г. Почепцов, маніпуляція успішна лише тоді, коли аудиторія отримує мінімум інформації про реальні обставини події, а максимум – про інтерпретацію, нав'язану маніпулятором [5]. Тому журналіст має ставити кожну подію у межі «коли? де? ким? за яких умов? з якою метою подається інформація?» Такий аналіз дозволяє зняти емоційно-маніпулятивну «обгортку» й побачити фактичну сутність повідомлення.

*Виявлення мовних маркерів маніпуляцій***.** Дослідження українських лінгвістів підтверджують, що маніпуляція реалізується через повтори, емоційну лексику, узагальнення, стереотипізацію, епітети, кліше та риторичні фрейми типу «ми – вони». Виявлення цих маркерів дає змогу визначити приховану інтенцію автора й оцінити ступінь впливу на аудиторію.

Представлення альтернативних інтерпретацій. Подання кількох можливих пояснень події – зменшує ефект «монолітного наративу» та дозволяє аудиторії виробляти власні смисли, а не приймати готові. Розвиток плюралізму думок – ключовий щит проти фреймових маніпуляцій та емоційного тиску.

Ці практики – не допоміжні інструменти, а фундамент інформаційної стійкості суспільства. В контексті гібридних загроз вони перетворюються на

професійну необхідність, що визначає якість роботи журналіста, довіру до медіа та здатність суспільства протистояти інформаційно-психологічним атакам.

Значення дисципліни «Мова медіа» в журналістській освіті. Контекст у сучасному медійному просторі є визначальним чинником формування смислів, інтерпретацій і суспільних реакцій. Саме він задає межі, у яких відчитуються факти, вибудовуються наративи та формується емоційне ставлення аудиторії. Тому контекстуальний аналіз є ключовим інструментом протидії маніпуляціям і дезінформації. В цьому зв'язку дисципліна «Мова медіа» формує в майбутніх журналістів уміння працювати не лише зі словом, а й з механізмами впливу, що приховані в мовних структурах, фреймах та інтерпретаційних моделях.

Формування критичного мислення та медіаграмотності. Курс навчає розпізнавати наративи, фрейми, семантичні зсуви, працювати з контекстом і перевіряти джерела.

Підготовка до викликів інформаційної безпеки. Журналісти, які володіють контекстуальним аналізом, здатні протидіяти дезінформації, зменшувати вплив пропаганди та забезпечувати більш етичне й збалансоване висвітлення подій.

Етична відповідальність. «Мова медіа» показує, що журналіст відповідає не лише за точність фактів, а й за спосіб подачі, створювані фрейми та вплив на суспільні настрої.

Практичний компонент дисципліни передбачає аналіз реальних медіатекстів – новин, заяв, сюжетів, публікацій у соцмережах. Зміна контексту, фреймів чи мовних акцентів дозволяє студентам побачити, як трансформується інтерпретація події. Це сприяє розвитку аналітичного мислення та розумінню механізмів маніпулятивної комунікації. Ефективність підготовки значно підсилює міждисциплінарний підхід, що поєднує лінгвістику, журналістику, політичні студії, психологію масових комунікацій та інформаційну безпеку.

У сучасних умовах журналіст – не лише передавач інформації, а й носій професійних і суспільних цінностей. Тому розвиток етичної культури, відповідальності за контекст і вплив на аудиторію є важливою частиною освітнього процесу.

Отже, дисципліна «Мова медіа» посідає стратегічне місце в підготовці журналістів. Вона розвиває здатність критично осмислювати дискурсивні практики, виявляти приховані смисли та створювати власні медіатексти, стійкі до маніпуляцій і гібридних впливів.

Список використаних джерел

1. Осадчук Р. Російські дезінформаційні операції проти України під час широкомасштабного вторгнення: кейс-стаді. *Синопсис: текст, контекст, медіа*, *31*(3), 2025, 215–222. https://doi.org/10.28925/2311-259x.2025.3.10 (дата звернення: 18.11.2025)
2. Lakoff George. The All New Don't Think of an Elephant!: Know Your Values and Frame the Debate. Tenth anniversary edition. Chelsea Green Publishing, 2014.
3. Адамчук Н., Букіна Н., Шульська Н. Типологічні маркери інформаційно-психологічних операцій (ІПСО) в умовах війни в медіа. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2023. Том 34 (73) № 1. Ч. 2. С. 268–273 https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2023/1_2023/part_2/42.pdf (дата звернення: 18.11.2025).

4. Нагорна Ю. Фреймінг у сучасному регіональному новинному теледискурсі. *Обрії друкарства.* 2024. № 1(15). С. 202–212. https://doi.org/10.20535/2522-1078.2024.1(15).307822 (дата звернення: 18.11.2025)
5. Почепцов Г. Теорія комунікації / 2-е вид., доп. К. : Видавничий центр "Київський ун-т", 1999. 307 с.

Марія ГРИДАСОВА,
здобувачка другого рівня вищої освіти;
Дамір БІКУЛОВ,
доктор наук з державного управління, професор.
Запорізький національний університет

ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ У ПІДГОТОВЦІ СТУДЕНТІВ-ЖУРНАЛІСТІВ ПРИФРОНТОВИХ МІСТ: ПРОБЛЕМИ САМООРГАНІЗАЦІЇ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ

Повномасштабна війна суттєво змінила освітній процес, підходи до нього та моральний стан студентів. З'явилася низка факторів, які впливають на якість навчання: стрес, невизначеність, порушення звичного ритму життя. Через повітряні тривоги, відсутність електропостачання і переїзди, здатність студентів зосереджуватися на активному навчанні зазнає труднощів. Важливо дослідити проблеми самоорганізації молоді та як їх можна подолати, на прикладі підготовки студентів факультету журналістики.

В. Береснєва і Н. Маслова визначили, що стресові фактори впливають на зниження концентрації, працездатності та пам'яті. У роботі «Дослідження стресостійкості у студентів, що знаходяться в прифронтовий регіонах» вони зазначають, що тривалий стрес викликає: «…появу симптомів психічних розладів, таких як постійні занурення в події минулого, нав'язливі спогади (клінічні симптоми ПТСР); збільшену сонливість, постійну втому та нестачу енергії, зниження концентрації уваги й мотивації займатися улюбленими справами…погіршення пам'яті» [3, с. 14].

Зауважимо, що під час війни, переважна більшість молоді прифронтових міст навчається дистанційно, тому організація часу при навчанні покладається на них, тобто відбувається процес самоорганізації. Однак, як вказують автори статті «Особливості застосування тайм-менеджменту під час дистанційної освіти в ЗВО», подібні навички у студентів відсутні або недостатньо розвинені. Однією з причин науковці О. Байрамова, А. Говорун та О. Петухова називають емоційне вигорання [2, с. 53]. Тобто, психологічний стан студентів є однією з найголовніших підстав неефективності в навчанні. Другою причиною вважають відсутність умінь розподілу часу, причому це також може стати тригером стресу. Зважаючи на це, питання тайм-менеджменту потребує додаткового розгляду.

Навички тайм-менеджменту корисні для студентів будь-яких освітніх програм. Дослідниця Л. Аветисян у праці «Тайм-менеджмент як запорука успішності навчання студентів ЗВО» наголошує, що частина студентів, які використовують час ефективно, мають кращі результати, ніж їхні одногрупники, які цього не роблять. Основними навичками тайм-менеджменту на думку авторки є: відсутність прокрастинації, планування навчання заздалегідь та якісний сон [1, с. 46]. Ці пункти позитивно впливають на зниження тривожності

та покращення фізичного і морального стану молоді, адже планування своєї діяльності веде за собою появу контролю над власним часом і життям.

Разом з цим, тайм-менеджмент має свої особливості для кожної з професій, зокрема і для журналістики. Журналіст має відвідувати події, писати матеріали, оперативно збирати, структурувати і перевіряти інформацію, публікувати новини в найкоротші терміни [6]. Окрема складність полягає в мультизадачності фахівців: робота над різними матеріалами, жанрами, з різними платформами, аналіз великих даних, – все це неможливо опрацювати без правильного розподілу часу. Важливо розрізняти, які зі справ є важливішими. Для того, щоб виконувати свою роботу якісно, кожен медійник має застосовувати певні техніки тайм-менеджменту.

Журналіст В. Голубєв пропонує 15 порад, які можуть допомогти збільшити продуктивність працівникам ЗМІ. Це зокрема:

1) починати робочий день раніше;
2) приходити на події завчасно;
3) вміти вчасно піти;
4) ефективно використовувати «обрізки» часу;
5) перші 15 хвилин працювати безперервно;
6) дрібні завдання виконувати одразу;
7) поєднувати процеси;
8) планувати матеріали наперед;
9) прямо заявляти про зайнятість;
10) прогнозувати інформаційні приводи;
11) працювати на випередження і формувати «банк ідей»;
12) перемикатися між процесами у разі несподіваних ситуацій;
13) регулярно планувати і прописувати списки завдань;
14) чітко відмежовувати час на соцмережі від роботи;
15) прийшовши до редакції – працювати [4].

Всі ці правила мають спільне з техніками тайм-менеджменту, бо це вони і є, але оформлені під журналістів. Так, метод «З'їсти жабу на сніданок» – це про те, що найважча робота виконується зранку (1); метод «Помідор» – про чергування 25 хвилин роботи на 5 хвилин відпочинку (5, 14); метод «Система 4D» – про застосування до кожної справи однієї з чотирьох дій: зробити, відкласти, видалити, делегувати (6, 12); метод «Альпи» – про 5-ступінчасте планування завдань на наступний день (13); метод «Принцип Паретто» – про те, що витративши 20% часу на найважливіші завдання, отримаємо 80% результату, наприклад прописавши приблизний план майбутніх новин, коли подібні до заготовок події будуть траплятися, основа буде вже готова (8, 10, 11) [5, с. 84]. Таким чином, бачимо, що техніки тайм-менеджменту можуть допомогти журналістам зробити їх роботу більш структурованою, дозволяють розподілити обсяг завдань та уникнути перенавантаження інформаційними потоками.

Водночас, студенти-журналісти підпадають під обидві категорії. Як студентам дистанційної форми здобуття освіти, їм потрібно вміло користуватися своїм часом для здачі завдань у встановлені терміни, а як майбутнім журналістам

– зосереджувати увагу на професійній підготовці і її аспектах, що потребують високого рівня самоорганізації. Війна призвела до того, що студенти прифронтових міст освітньої програми «Журналістика», втрачають можливості повноцінної практики, через загрозу обстрілів. Найбільше це позначається на тележурналістах, яким практичний досвід напряму необхідний для подальшої роботи: навчитися працювати у студії, з професійною камерою, проводити роботу зі світлом. Більшість практичного досвіду замінюється теорією та самостійною роботою.

Натомість, перевагами такого навчання є необхідність розширення своїх можливостей. Наприклад, очні навчання з монтажу неможливі, через що кожен індивід повинен самостійно знаходити зручні для нього додатки та опановувати їхні інтерфейси, чим можна займатися замість витрачання годин на «поглиначів часу». Ними є соцмережі, телефонні розмови, відсутність мотивації, синдром відкладання справ та інше [2, с. 53]. На противагу цьому, процес самоосвіти дає стимул активному залученню мозкової діяльності і сприяє набуттю нових навичок. Разом з тим, студенти витрачають часовий ресурс на корисні справи, а застосовуючи методи тайм-менеджменту, можна чітко розподілити його між основним навчанням, саморозвитком та відпочинком.

Отже, тайм-менеджмент відіграє важливу роль у підготовці студентів-журналістів прифронтових міст, допомагаючи адаптуватися до нестабільних умов навчання та дефіциту практичних можливостей. Ефективне планування часу знижує рівень стресу, покращує засвоєння знань і розвиває професійну дисципліну. Тож, самоорганізація – не лише важливий фактор академічного успіху, а й необхідна умова підготовки майбутніх медійників.

Список використаних джерел

1. Аветисян Л. Тайм-менеджмент як запорука успішності навчання студентів ЗВО. *Могилянські читання – 2024: досвід та тенденції розвитку суспільства в Україні: глобальний, національний та регіональний аспекти. Психологічні аспекти розвитку особистості в сучасних реаліях* : XXVII Всеукр. наук.-практ. конф., м. Миколаїв, 6–10 листоп. 2024 р. Миколаїв, 2024. С. 46–48.
2. Байрамова О., Говорун А., Петухова О. Особливості застосування тайм-менеджменту під час дистанційної освіти в ЗВО. *Інноваційна педагогіка*. 2022. Т. 1. № 54. С. 50–53.
3. Береснєва В., Маслова Н. Дослідження стресостійкості у студентів, що знаходяться в прифронтовий регіонах. *Теоретичні та прикладні аспекти фундаментальних медико-біологічних наук* : матеріали Всеукр. студент. наук.-практ. конф., м. Львів, 18 трав. 2023 р. Львів, 2023. С. 144–149.
4. Голубєв В. Тайм-менеджмент для журналіста: 15 порад, які збільшать Вашу продуктивність. *MediaSapiens*. 14.08.2017. URL: https://ij.ogo.ua/hotnews/taym-menedzhment-dlya-zhurnalista-15-porad-yaki-zbilshat-vashu-produktivnist/ (дата звернення: 03.11.2025).
5. Лижнюк В., Алейнікова О. Особливості застосування здобувачами освіти технік тайм-менеджменту при організації навчання у дистанційній формі. *Інноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості* : матеріали ІІ Всеукр. конф. здобувачів вищ. освіти і молодих уч., м. Київ, 18 листоп. 2021 р. Київ, 2021. С. 84.
6. Хто такий Журналіст: Опис професії, зарплата, де вчитись. URL: https://karapuziki.com.ua/khto-takyj-zhurnalist-opys-profesii-zarplata-de-vchytys/ (дата звернення: 04.11.2025).

Вікторія ГРИДЧИНА,
кандидатка наук із соціальних комунікацій, доцентка.
Військовий інститут
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

ВІД ВІЙСЬКОВОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ ДО ВІЙСЬКОВИХ КОМУНІКАЦІЙ: ОСВІТНЯ ВІДПОВІДЬ НА ВИКЛИКИ ВОЄННОГО ЧАСУ

У 2021 році НАТО схвалило нову концепцію ведення бойових дій «Warfighting Capstone Concept» (NWCC), в якій визначило, що бойові дії відбуватимуться у «багатовимірному (фізичному, віртуальному та когнітивному)» середовищі [1]. Глобальний інформаційний простір перетинає і поєднує усі три середовища. Вторгнення Російської Федерації в Україну, що триває з 2014 року та набуло особливої інтенсивності з лютого 2022 року, показало, що цифрові технології та соціальні медіа стають зброєю нарівні з традиційними озброєннями, зміна правил війни потребує швидкого реагування у підготовці кадрів.

Метою матеріалу є виявлення ключових викликів воєнного часу у сфері інформаційного забезпечення суспільства та аналіз відповідних змін в системі військової освіти.

Об'єктом дослідження стали процеси інформаційного забезпечення суспільства в умовах воєнного стану. *Предметом* зміни в системі освіти, зумовлені викликами інформаційного забезпечення суспільства у воєнний час.

З початком повномасштабної агресії у 2022 році відбувся стрімкий ріст попиту на верифіковану військову інформацію. За перші три місяці активних бойових дій кількість підписників офіційних військових каналів Центральної телерадіостудії Міністерства оборони України зросла втричі [2]. Військові медіа у 2014 році створювали воєнний контент та поширювали цивільними каналами, а на початку 2022 стали повноцінним джерелом оперативної інформації про події, що відбуваються на лінії зіткнення.

Також, початок повномасштабного вторгнення виявив тенденцію відтоку споживачів новин з традиційних медіа до соціальних мереж. Згідно з дослідженням «Українські медіа: споживання новин і довіра у 2025 році», 86% українців отримують новини із соцмереж [3]. Для порівняння, друге місце посідає телебачення (33%), далі – новинні сайти (31%) [4, с. 7]. Представлена десятирічна динаміка свідчить про сталий тренд зростання ролі соціальних мереж на фоні падіння популярності традиційних медіа [4, с. 7].

Історично в Україні за Радянських часів була єдина школа підготовки військових журналістів у Львівському вищому військово-політичному училищі (зараз Національна академія сухопутних військ імені Петра Сагайдачного). Після ліквідації школи військових журналістів у Львові на початку 2000-х, спроби відновити навчання відбулися у 2006 році на базі Військового інституту

Київського національного університету імені Тараса Шевченка (ВІКНУ) [5]. З початком війни у 2014 році виникла потреба підготовки саме військових журналістів, і в цей же рік було відкрито набір на спеціальність "Військова журналістика", у 2015 році створено профільну кафедру військової журналістики [6], а у 2018 році відкрито бакалаврську освітньо-професійну програму «Військова журналістика та соціальні комунікації» та магістерську освітньо-професійну програму «Інформаційно-медійне забезпечення військ (сил)».

Повномасштабне вторгнення 2022 року показало, що інформування про події на фронті та життя військових є недостатнім: ефективна протидія інформаційним кампаніям і ІПСО противника потребує інструментів стратегічних комунікацій. Традиційна військова журналістика виявилася обмеженою у виконанні цих завдань, що зумовило потребу в укомплектуванні підрозділів зв'язків з громадськістю профільно підготовленими офіцерами.

Курс України на євроатлантичну інтеграцію та співпраця з НАТО також формують нові вимоги до системи військових комунікацій: у країнах Альянсу відсутня структура військових журналістів, тоді як ключову роль відіграють офіцери зі зв'язків з громадськістю.

Влітку 2024 року було створено Головне управління комунікації Збройних Сил України (ГУК ЗСУ), яке розпочало трансформацію відділів зв'язків з громадськістю у відділи комунікації. За словами начальника ГУК ЗСУ полковника Богдана Сеника: «Росія атакує нас маніпуляціями, дезінформацією і фейками, щодня намагаючись посіяти хаос, зневіру, паніку, підірвати нашу єдність і бойовий дух. Завдання стратегічних комунікацій, особливо під час війни, – ламати ці задуми ворога, зупиняти його інформаційні атаки й бити у відповідь» [7]. Одне з основних завдань відділів комунікації це створення проактивної комунікації. Діяти проактивно – це передбачати інформаційні виклики, формувати інформаційне середовище, а не тільки реагувати на дії супротивника чи кризові ситуації.

Отже, комунікаційні підрозділи формують медіаактивності, інформаційні кампанії, відповідають за «зв'язок з громадськістю», ведення соцмереж, забезпечують координацію медіавзаємодії підрозділів на фронті, контроль інформаційних потоків, належну подачу інформації, здійснюють моніторинг інформаційного простору та дотримання режиму оперативної безпеки (OPSEC).

Фактично зросла потреба на підготовку не стороннього спостерігача – журналіста, а інтегрованого фахівця, який активно працює всередині війська.

У 2025 році за участю фахівців ВІКНУ та представників Генерального штабу було створено новий професійний стандарт підготовки офіцера зі зв'язків з громадськістю та відкрито нову бакалаврську освітньо-професійну програму «Зв`язки з громадськістю у збройних силах» спеціальність «Журналістика».

Військові журналісти висвітлюють події через військові медіа. Фактично представляють один голос, сконцентрований на певній професійній платформі. Тоді, як військові комунікаційники (офіцери зі зв'язків з громадськістю), офіцери відділів комунікації мультиплікують повідомлення. Створюючи потужний канал донесення інформації, стають частиною системи стратегічних

комунікацій. Передають повідомлення через історії власних бригад, зберігаючи єдиний наратив, та дотримуючись правил оперативної безпеки, що є вкрай важливим за умов ведення бойових дій. Відповідаючи на виклики часу військова освіта починає підготовку нових фахівців.

Список використаних джерел

1. The NATO Warfighting Capstone Concept. *Welcome to allied command transformation.* URL: https://www.act.nato.int/our-work/nato-warfighting-capstone-concept/ (дата звернення: 01.11.2025).
2. Самокиш І. Телебачення та радіо в погонах: 33 роки ЦТРС МОУ. *Armyfm*. 06.06.2025. URL: https://www.armyfm.com.ua/telebachennia-ta-radio-v-pohonakh--roky-tstrs-mou/ (дата звернення: 01.11.2025).
3. Споживання новин і довіра до медіа в Україні. *Інтерньюз Україна.* URL: https://internews.ua/media-research?fbclid=IwY2xjawNAeI5leHRuA2FlbQIxMAABHkqPPASkE0-O8zrehiPgU3fpWo7YST9CJ-IYpyIo7Rw2PxNTK67jodIu-5zu_aem_mIOGWYKdtQBkkOlbrwAM2w (дата звернення: 01.11.2025).
4. Українські медіа: споживання новин і довіра у 2025 році. Липень-серпень 2025 р. 38 с.
5. Гривінський Р. Як відродити військову журналістику? *День.* 2014. № 234. URL: https://day.kyiv.ua/article/media/yak-vidrodyty-viyskovu-zhurnalistyku (дата звернення: 01.11.2025).
6. Кафедра військової журналістики. *eKNUTSHIR.* URL: https://ir.library.knu.ua/entities/orgunit/bf1daa4b-acf3-48d4-b989-7fc8a7ad7267 (дата звернення: 01.11.2025).
7. Стратегічні комунікації в умовах війни. *Збройні Сили України.* 24 листопада 2024. URL: https://www.zsu.gov.ua/news/strategichni-komunikacziyi-v-umovah-vijny?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 01.11.2025).

Наталія ЗИКУН,
докторка наук із соціальних комунікацій, професорка.
Державний податковий університет

ЗМІНА ФУНКЦІОНАЛЬНОЇ МОДЕЛІ ЖУРНАЛІСТИКИ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ

У період воєнного часу медіа, забезпечуючи потребу аудиторії в оперативній, точній та життєво необхідній інформації, функціонують в умовах високої інформаційної турбулентності, певних нормативних обмежень. Відтак спостерігаються інтенсивні трансформації в медійному дискурсі й журналістській діяльності. Погоджуємося з В. Івановим, що нині можна говорити про новий, сучасний етап розвитку медіа в Україні, «який має свій чіткий початок – 24 лютого 2022 року» [1]. Це не лише зумовлює виникнення нових журналістських практик, а й певною мірою змінює набір завдань і функцій журналістики, їхню пріоритетність і вагу.

Журналісти змушені освоювати нові соціальні ролі – від інформування та пояснення до підтримання моральної стійкості громадян, протидії ворожим інформаційним впливам, документування воєнних злочинів і збереження історичної пам’яті. Така багатофункціональність вимагає переосмислення самої сутності журналістської діяльності у воєнний час, з’ясування, як війна трансформує її функціональну конфігурацію, які чинники впливають на ці зміни та які нові функції медіа формуються в умовах воєнної реальності.

У класичній науковій традиції журналістиці відводиться низка базових функцій, які по-різному групуються авторами. Достатньо поширеним є поділ на загальні (інформаційна та формування громадської думки) та спеціальні функції: організаційна, «сторожового собаки» (соціальної критики), ідеологічна, культурна, розважальна, рекламна [2, с. 201].

Вони формують фундамент журналістики як посередника між соціальними інститутами та громадськістю. У мирний час медіа зосереджуються на забезпеченні плюралізму, достовірності, відкритості, суспільного контролю та підтриманні демократичних процесів. В умовах війни традиційна модель зазнає суттєвої модифікації: функціональні акценти зміщуються, окремі функції набувають нових форм або актуалізуються, що зумовлено інформаційною агресією з боку ворога, загрозами для національної безпеки та потребою в координуванні дій населення.

Медіааудиторія під час війни потребує не лише максимально оперативної інформації, а й пояснення складних воєнних процесів, шукає емоційної підтримки й почуття безпеки. Тобто, можна констатувати перехід від традиційної інформаційної функції до посилення ролі медіа у сфері національної безпеки, мобілізації та підтримування суспільної стійкості. На медіа покладається завдання протидії дезінформації, інформаційним і психологічним

атакам. У контексті сучасних гібридних конфліктів медіа протистоять маніпуляціям, пропаганді противника. Їхню ефективність у таких умовах визначають фаховий фактчекінг, пояснення механізмів маніпуляції, постійна робота з фейками. Зростає роль журналістів у формуванні медіаграмотності населення. Таким чином протидія дезінформації перетворюється на самостійну й системну функцію журналістики.

У воєнний час інформування суспільства підпорядковується насамперед логіці інформаційної безпеки і безпеки загалом. Журналісти не лише передають оперативні дані, а й несуть відповідальність за нерозголошення відомостей, що можуть нашкодити військовим операціям чи цивільному населенню. У таких умовах зростає роль офіційних джерел, а обмеження на оприлюднення певних видів інформації стає нормою. Тому важливо забезпечувати взаємодію медіа з державними структурами без втрати професійних стандартів. Тобто, певною мірою трансформується контрольна функція: критика влади зберігається, але зазнає певного коригування. Журналістика не може повністю відмовитися від контролю над інституціями, але змінює фокус: пріоритетом стають факти зловживань, які загрожують обороноздатності чи правам людини; конфліктність подачі інформації поступається конструктивності; посилюється роль пояснювальних матеріалів.

Контент-аналіз українських медіа у 2022-2025 рр. демонструє, що з початком повномасштабної війни частка воєнної тематики зросла в усіх видах медіа: стрічки новин сконцентровані на оперативних зведеннях, наслідках ворожих атак, роботі українських сил оборони, гуманітарних ініціативах. Збільшується кількість матеріалів про адаптацію цивільного населення, волонтерство, евакуацію, відбудову, реабілітацію. Одним із найпоширеніших жанрів стає інтерв'ю, а саме інтерв'ю з військовими, медиками, психологами.

Зміна тематичного ядра відображає посилення пояснювальної та мобілізаційної функцій журналістики. Остання нами розуміється ширше, ніж лише висвітлення процесу мобілізації й діяльності територіальних центрів комплектування та соціальної підтримки (ТЦК та СП), що авторами номінується як мобілізаційна комунікація [3, с. 20]. Мобілізаційна функція проявляється у спонуканні реципієнтів до певних суспільних або політичних дій чи, навпаки, до бездіяльності [4, с. 212]. У такому сенсі її можна інакше назвати мотиваційною. Мобілізаційна та консолідаційна функцій, які у мирний час проявляються менш помітно, під час війни стають системоутворювальними. Медіа починають виконувати роль інструменту суспільної стійкості: формують наративи єдності, підтримують моральний дух населення, пояснюють рішення держави, акцентують увагу на важливості взаємодопомоги й солідарності. Медіапублікації стимулюють громадян до участі в оборонних, волонтерських та гуманітарних ініціативах, сприяють консолідації суспільства і формують патріотичні настрої. Через висвітлення історій героїзму та прикладів підтримки ЗСУ медіа зміцнюють національну єдність, моральний дух населення і забезпечують політичну стабільність навіть у регіонах, що зазнають впливу бойових дій [5, с. 44]. Зміна медіаріторики (замість нейтрального тону –

емпатійність, емоційність), увага до персональних історій, акцент на стійкості, взаємодопомозі, спротиві свідчать про активне формування консолідаційної функції журналістики.

Спостерігається еволюція медіаформатів – зростає роль і перевага пояснювальних і документальних матеріалів: експлейнерів (коротких аналітичних пояснень складних питань (характер обстрілів, логістика фронту, робота ППО, економічні наслідки); популярними стають документалістика, відеорепортажі, проєкти на основі особистих історій; активно використовуються OSINT-дані (супутникові дані, геолокація, аналіз відкритих джерел). Набувають розвитку мультимедійні формати – інтерактивні карти, увімкнення з місця подій, візуальні хроніки. Поява нових форматів демонструє, як війна стимулює переосмислення інформаційної та просвітницької функцій. Журналісти зараз пишуть історію для наступних поколінь. Якщо спростити, від нашої роботи залежить, як у майбутньому виглядатимуть фільми, серіали, книги й підручники» [6].

У цьому контексті ще одним напрямом відповідальності журналістів стає документування воєнних злочинів країни-агресорки – у співпраці із правоохоронцями [7]. Особливу роль у цьому процесі відіграє взаємодія між представниками журналістики й правозахисного сектору, оскільки об’єднання їхніх ресурсів, експертизи та етичних підходів забезпечує комплексний, прозорий і технологічно обґрунтований підхід до збору доказів [8, с. 51].

Дослідження показало, що війна комплексно трансформує функціональну конфігурацію журналістики. Українська журналістика рухається до моделі, у якій поєднуються класичні стандарти і потреби національної безпеки, що є ознакою початку нового етапу розвитку медіа. Війна виступає чинником, який не лише загострює виклики, а й зумовлює інституційне оновлення, модифікування функцій журналістики та зміцнення її суспільної ролі. Інформування стає інструментом безпеки, пояснення – засобом підтримки стійкості, а контроль влади – більш конструктивним та контекстуалізованим. У воєнний період з’являються або актуалізуються нові функції, які раніше були менш вираженими: протидія дезінформації, консолідаційна, мобілізаційна (мотивувальна), документування (фіксація) воєнних злочинів.

Список використаних джерел

1. Іванов В. Журналістика в умовах війни: становище ЗМІ в Україні. URL: https://www.freiheit.org/ukr/ukraine-and-belarus/zhurnalistyka-v-umovakh-viyny-stanovyshche-zmi-v-ukrayini (дата звернення: 18.11.2025)
2. Михайлин І. Основи журналістики: Підручник / 5-те вид. перероб. та доп. Київ, 2011. 496 с.
3. Шульська Н., Сушкова О., Гундерук О. та ін. Позитивні медіапідходи до створення ефективної мобілізаційної комунікації в Україні // Образ. 2025. Вип 1(47). С. 19-26. URL: https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.1(47)-19-26 (дата звернення: 18.11.2025)
4. Галудзіна-Горобець В. Електронні медіа: типологічний аспект // Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія «Філологія. Журналістика». 2021. Т. 32 (71), №2, Ч. 2. С. 209-213.
5. Гончаренко Є. Проблеми розвитку регіональних ЗМІ в умовах війни в Україні // Політикус : наук. журнал. 2024. № 4. С. 43-50.

6. Матвієнко О. Так пишеться історія. Чому робота журналістів у час війни надзвичайно важлива // Накипіло. Освіта. URL: https://osvita.nakypilo.ua/chomu-robota-zhurnalistiv-u-chas-viyny-vazhlyva/ (дата звернення: 18.11.2025)
7. Документування воєнних злочинів росіян: журналістика, адвокація, правозахист // Центр сприяння документуванню воєнних злочинів. URL: https://warcrimescenter.org/dokumentuvannia-voiennykh-zlochyniv-rosiian-zhurnalistyka-advokatsiia-pravozakhyst/ (дата звернення: 18.11.2025)
8. Мірошниченко С. Використання цифрових технологій для документування воєнних злочинів: спільний підхід журналістики та правозахисту // Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. «Філологія». 2025. Вип. 2(16). С. 50-57.

Андрій ЗІНЧЕНКО,
здобувач другого рівня вищої освіти.
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

ЖУРНАЛІСТСЬКА ОСВІТА В УМОВАХ ВІЙНИ

Воєнний стан в Україні, спричинений повномасштабним російським вторгненням, починаючи з 24 лютого 2022 року, створив безпрецедентні виклики для всіх сфер життя, включаючи журналістську освіту. Студентам доводиться здобувати знання в абсолютно нових реаліях: постійні обстріли, повітряні тривога, перебої з електроенергією та зв'язком.

Воєнний стан змінив і реалії роботи журналіста. «Висвітлення подій безпосередньо з передової, а також ситуація всередині країни вимагали від журналістів – та інших медіа-фахівців – розвитку та застосування специфічних навичок» [1]. Натепер постала необхідність підготовки медіафахівців, здатних працювати в умовах інтенсивної інформаційної війни, безпекових ризиків та соціальних потрясінь.

Для медіа повномасштабна війна стала гострим випробуванням. Можна впевнено сказати що роль журналістики та інформації суттєво зросла. Адже саме журналісти опинилися на передовій інформаційного фронту, де слово може рятувати чи, навпаки, наражати на небезпеку. У цих умовах журналістська освіта набуває нового змісту та значення. Вона вже не може бути відірваною від реальності: під час війни університети повинні готувати не просто фахівців слова, а відповідальних, стійких та етичних воїнів інформаційної правди. Саме такими є українські студенти Шевченкового університету, які впевнено демонструють стійкість як під час занять, так і на різних заходах.

До прикладу «Американо-український телеміст «Журналістська освіта в часи війни та миру» між Навчально-науковим інститутом журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка та Коледжем журналістики Філіпа Меррілла Університету Меріленду 8 квітня 2024 р. започаткував нову традицію міжконтинентального спілкування. Студенти та викладачі з обох боків Атлантичного океану поділилися своїми історіями успіху, а також виявили, що мають багато спільних викликів в журналістській освіті у XXI столітті» [2].

«Молоде покоління продемонструвало взаємні інтереси. Американські студенти запитували про життєві реалії в умовах війни. Українські студенти продемонстрували готовність розвивати міжнародну співпрацю з партнерами з США тощо» [3].

Не можливо не сказати і про технологічну сторону змін в структурі навчання в умовах війни. Багато освітніх програм перейшли в онлайн або змішаний формат, що стало вимушеним, але ефективним кроком. Студенти та викладачі працюють з різних міст, інколи — з укриттів. Загалом стрімкий

розвиток новітніх цифрових технологій стає невідкладною частиною журналістики, особливо в умовах воєнного стану. Таким чином «надто важливим є розвиток цифрових навичок, оскільки сучасні журналісти повинні вміти працювати з різними платформами, соціальними мережами, а також знати основи цифрової безпеки і етики» [4].

Журналісти мають опанувати всі сучасні технологічні навички та вміло використовувати їх в інформаційній війні. Сучасному журналісту доводиться працювати під шаленим тиском новинного потоку. Критично важливим є вміння фактчекінгу — перевірки точності інформації. Фейки та маніпуляції стають дедалі поширеними явищами, адже завдяки розвитку можливостей штучного інтелекту та різного виду нейромереж розпізнати фейкову інформацію може бути складніше. Медіаграмотність та вміле користування сучасними технологічними інструменти є дуже важливими пунктами для журналістської освіти в умовах воєнного стану.

Важливо відзначити, що війна загострила питання етики. Поняття відповідальності журналіста стало ще важливішим, адже помилка чи необачне слово можуть нашкодити військовим під час проведення операцій або цивільним. В умовах воєнного стану далеко не всю інформацію бажано розголошувати, адже стоїть питання життя людей. Навчальні заклади мають активно обговорювати кейси інформаційної безпеки, межі допустимого в репортажах, роботу з чутливими темами: втратами, травмами, біженцями, військовополоненими. Майбутнім журналістам важливо засвоїти в умовах воєнного стану, що саме людина — головна цінність, а основний принцип — не нашкодити. Дійсно, «стандарти журналістики мирного часу часто не працюють і не можуть працювати в умовах війни. Приміром, у мирний час оприлюднення багатьох матеріалів у ЗМІ вважалося б неприпустимим. Під час війни такі матеріали можуть слугувати доказами воєнних злочинів держави-агресора і фактично є не лише інформуванням, а й документуванням» [5].

«Саме через повномасштабну війну українські університети все більше почали орієнтуватись на реальні виклики професії, зокрема роботу в кризових умовах, протидію дезінформації та адаптацію до швидких змін у медіаландшафті» [6]. І це справді важливо, адже збільшення акценту на протидії дезінформації, на якісну медіаграмотність, роботу з сучасними інструментами обробки інформації сформує покоління журналістів, які зможуть працювати в різних критичних ситуаціях та з великими обсягами інформації, що необхідно в умовах воєнного стану. І саме таких журналістів потребує країна сьогодні - тих, хто творить інформаційний щит України так само віддано, як військові захищають її кордони.

Список використаних джерел

1. Ковалик К., Ляшенко І., Бондаренко О. Війна в Україні: підготовка журналістів до роботи в кризових умовах // Образ. 2025. № 3 (49). С. 6-17. URL: https://obraz.sumdu.edu.ua/index.php/journal/article/view/269/276 (дата звернення: 24.11.2025).
2. Даниленко С. Розмова через океан // Київський університет. 2024. №4 (2338) (квітень) URL: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1033329771653089&set=pcb.1033336604985739 (дата звернення: 19.06.2025).

3. Gresko O. Ukrainian contribution into the US intercultural communication // Образ. 2025. № 2 (48). С. 6-12. URL: https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.2(48)-6-12 (дата звернення: 24.11.2025).
4. Маскалева Л. Журналістська освіта в Україні: нинішня ситуація та можливості для подальшого розвитку // Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Філологія. 2025. Вип. 1 (15). С. 48-53. URL: https://journals.maup.com.ua/index.php/philology/article/view/4699/5004 (дата звернення: 24.11.2025).
5. Воробйов Д. Юрій Бідзіля: «Стандарти журналістики мирного часу не працюють і не можуть працювати в умовах війни» // Media Vista. 08.01.2024. URL: https://mediavista.com.ua/archives/5545 (дата звернення: 24.11.2025).
6. Закернична Д. Журналістська освіта: світові тренди та український досвід // Медіакритика. 08.03.2025. URL: http://mediakrytyka.lnu.edu.ua/ohlyady-analityka/zhurnalistska-osvita-svitovi-trendy-ta-ukrayinskyy-dosvid.html (дата звернення: 24.11.2025).

Олег ЗЛЕНКО,
здобувач третього рівня вищої освіти.
Сумський державний університет

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ФРОНТ: ЕТИЧНІ РИЗИКИ МАНІПУЛЯТИВНОЇ РЕКЛАМИ

У сучасному суспільстві цифрові комунікації перетворилися на фундаментальний інструмент соціальної взаємодії, що визначає ритм і характер повсякденного життя. Одним із найпотужніших механізмів впливу в цьому середовищі виступає реклама, яка традиційно виконує інформативну, комунікативну й економічну функції. В умовах стабільності вона покликана забезпечувати поінформованість громадян про товари та послуги, сприяти розвитку ринку та формувати взаємодію між споживачем і виробником. Проте з початком війни роль реклами набуває значно складнішого змісту. Вона стає не лише засобом інформування, а й потенційним джерелом етичних, психологічних та безпекових викликів, що потребують поглибленого вивчення.

Сучасний медіапростір характеризується безперервним потоком інформації, що поширюється через соціальні мережі, відеоплатформи, месенджери, таргетовані повідомлення й зовнішні рекламні носії. Маркетингові технології, засновані на алгоритмах персоналізації, дозволяють створювати максимально точні портрети користувачів і пропонувати їм контент, адаптований до їхніх поведінкових, емоційних і когнітивних характеристик. Хоча такі інструменти підвищують ефективність рекламних кампаній, вони водночас відкривають широкі можливості для маніпуляції. Рекламні меседжі здатні не просто інформувати чи спонукати до купівлі, а формувати цінності, життєві пріоритети та соціальні моделі мислення.

У період воєнного стану сприйняття інформації набуває ще більшої чутливості: суспільство перебуває у стані хронічної тривоги, потребує швидких і достовірних повідомлень, активно шукає інструкції щодо безпеки та способів адаптації до кризових умов. У такій ситуації інформаційний простір стає надзвичайно вразливим до маніпуляцій, а реклама – до використання методів емоційного тиску, експлуатації страхів та експериментування з поведінкою аудиторії. Тому питання етики рекламної діяльності у воєнний час набуває особливої актуальності.

Цифрова реклама в умовах війни та пов’язані з нею етичні ризики сьогодні активно досліджуються як українськими, так і зарубіжними вченими. У працях М. Бутиріної, Н. Войтович, Н. Кубрак, Н. Грицюти, О. Довженко, В. Шевченко, С. Березюк, Н. Лисиці та Б. Обритька простежується тенденція до переосмислення функцій реклами в умовах соціальної нестабільності. Дослідники підкреслюють, що рекламний контент дедалі частіше виходить за межі традиційної комунікації та стає інструментом формування суспільних настроїв, політичних переконань і поведінкових патернів.

Крім того, сучасні наукові підходи підкреслюють багатопрофільність проблеми та необхідність комплексного аналізу економічних, психологічних, соціальних і етичних аспектів рекламної діяльності в умовах війни. У дослідженнях простежуються спільні акценти: загроза маніпулювання масовою свідомістю, викривлення інформаційної картини світу, зростання емоційного навантаження на користувачів та ризик втрати довіри до медіасередовища. Значна увага приділяється й питанням медіаграмотності, що розглядається як необхідна умова протидії недоброчесним практикам.

Можемо констатувати, що сучасний науковий дискурс формує основу для розуміння того, як реклама впливає на соціальну стійкість суспільства у воєнний період та які етичні зобов'язання мають нести суб'єкти рекламної діяльності.

Маніпулятивні стратегії в цифровій рекламі, особливо у воєнний період, реалізуються через низку характерних методів впливу, до найпоширеніших належать такі:

- апеляція до патріотичних мотивів (патріотичні наративи в рекламі можуть виконувати позитивну функцію – об'єднувати суспільство та підтримувати моральний дух. Однак у деяких випадках рекламодавці використовують національну символіку, цитати героїв чи військову атрибутику виключно з комерційною метою, створюючи ілюзію, що придбання певного товару є «громадянським обов'язком». Це не лише викликає етичні сумніви, а й може маніпулювати почуттями відповідальності та провини);

- формування відчуття терміновості або провини (маніпулятори часто створюють емоційний тиск, переконуючи аудиторію, що необхідно діяти негайно. Типові приклади: «Лише зараз ви можете захистити себе», «Не пропустіть можливість убезпечити свою родину». Такі меседжі підсилюють тривогу та заважають раціональному мисленню, підштовхуючи до імпульсивних рішень);

- використання дезінформації та фальсифікацій (у воєнний час дезінформація особливо небезпечна, адже здатна поширювати паніку, відволікати від реальних загроз і підривати довіру до інституцій. Фейкова реклама може включати оголошення про неіснуючі волонтерські збори, рекламу підроблених ліків, псевдотовари «для військових», підроблені сертифікати та відгуки. Це шкодить не лише окремим громадянам, а й державній безпеці);

- стереотипізація та соціальний тиск (стереотипні моделі поведінки, нав'язані рекламою, можуть формувати упереджені уявлення щодо ролей чоловіків, жінок, певних вікових або соціальних груп. У період війни, коли суспільство переживає особливо складні психологічні трансформації, такі меседжі здатні поглиблювати нерівність та соціальну напругу);

- емоційний тиск і експлуатація вразливих груп (особливо вразливими в умовах війни є внутрішньо переміщені особи, сім'ї військових, люди з травмами, літні громадяни. Рекламні кампанії, що навмисно використовують їхній емоційний стан, порушують принципи гуманності й соціальної відповідальності) [3; 6].

У сукупності ці методи формують багатовимірну систему маніпулятивних практик, які у воєнний час стають особливо потужними через підвищену вразливість населення та інтенсивність інформаційного потоку.

У контексті зазначеного, розвиток цифрових технологій створив нові інструменти маніпуляції. Генеративні моделі, deepfake, алгоритми персоналізації та поведінкового таргетингу [3] дозволяють створювати високо реалістичні, але сфальсифіковані медіа, здатні впливати на довіру до офіційних джерел, провокувати паніку або поширювати вигідні певним групам наративи. У воєнний час така реклама може мати катастрофічні наслідки, тому особливо важливо забезпечити прозорість використання цифрових технологій.

Не менш важливою є проблема захисту персональних даних. Будь-які витоки інформації можуть створювати загрозу для окремих осіб та цілих спільнот. Неналежний захист даних, їх незаконний збір або продаж стороннім структурам відкривають шлях до маніпуляцій і психологічного тиску на громадян.

Систематизувавши думки науковців [1; 2; 4; 5], можемо констатувати, що для мінімізації ризиків необхідно впроваджувати комплекс заходів: створення та дотримання добровільних етичних кодексів рекламодавців, прозоре використання персональних даних, чітке маркування реклами та недопущення імітації офіційних повідомлень, регулювання використання патріотичної символіки, підвищення рівня медіаграмотності населення та посилення контролю з боку цифрових платформ та держави.

Формування етичної рекламної стратегії у воєнний час передбачає відповідальність, чесність, повагу до аудиторії та відмову від практик, що завдають психологічної або соціальної шкоди.

Отже, маніпулятивна реклама у воєнний час є сильним, але водночас небезпечним інструментом впливу на громадян. Вона виходить за межі комерційних цілей та зачіпає такі фундаментальні аспекти, як психологічна стабільність, інформаційна безпека та соціальна єдність. Однак за умови дотримання етичних стандартів реклама може виконувати позитивну роль – підтримувати волонтерські ініціативи, сприяти консолідації суспільства та забезпечувати доступ до важливої інформації. Лише комплексний підхід, що поєднує регулювання, освіту та відповідальність рекламодавців, здатний перетворити цифрову рекламу на чинник стійкості та інформаційної безпеки під час війни.

Список використаних джерел

1. Березюк С., Березюк Ю., Года О. Маніпулятивні технології та особливості їх прояву в суспільно-політичних процесах. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2024. № 4 (13), С. 26-32.
2. Войтович Н. Етичні виклики політичної реклами. *Український інформаційний простір.* 2023. № 2 (12) С. 288-298. URL: https://doi.org/10.31866/2616-7948.2(12).2023.291197
3. Грицюта Н. Етичні наративи українських брендів в умовах війни (2022-2025 рр.). *Наукові записки інституту журналістики*, 2025. № 86 (1). С. 83-94. URL: https://doi.org/10.17721/2522-1272.2025.86.7
4. Dorosh-Kizym M., Kubrak N., Dorosh M. Currentstateandtrendsinthedevelopmentofdigitalmarketingduringthewarperiod. *Академічні візії.* 2023. № (25). URL: https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/782 (дата звернення: 23.11.2025).

5. Зленко Н. Технології масової маніпуляції у сучасному науковому дискурсі. *Філософія науки: традиції та інновації.* 2017. № 1 (15). С. 110-120.
6. Шевченко В. Різновиди маніпуляцій в онлайн-медіа і соцмережах. *Образ*. 2025. №1 (47). С. 6-18. URL: https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.1(47)-6-18 (дата звернення: 23.11.2025).

Аліна КОЛБАСЮК,
здобувачка другого рівня вищої освіти.
Волинський національний університет
імені Лесі Українки

ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ ПРЕСОФІЦЕРІВ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Пресслужба є одним з ключових елементів комунікаційної стратегії під час кризових подій. Вона відіграє важливу роль у забезпеченні доступу до достовірної інформації для громадськості, зменшуючи паніку та сприяючи ефективним заходам управління кризою.

Особливості роботи пресслужб у воєнний час підкреслюють необхідність високої оперативності, адаптивності та стратегічного мислення.

В умовах сучасної інформаційної боротьби пресслужби виконують функцію засобу протидії зовнішнім інформаційним загрозам. Вони грають роль фільтра й буфера для сприйняття громадськістю подій, своєчасно виявляють та нейтралізують дезінформацію, здійснюють контрповідомлення й «розвінчування» фейків. Така роль особливо посилюється під час військового конфлікту, коли інформпростір стає полем бою.

Аналіз досвіду роботи пресслужб у попередніх кризах і конфліктах демонструє важливість навчання на помилках та постійного вдосконалення комунікаційних стратегій.

У системі військових комунікацій пресслужби виступають як один із ключових механізмів організованої взаємодії між збройними силами, державними інституціями, громадськістю й медіа. Їхня роль не зводиться лише до інформаційного донесення — пресслужби координують стратегічну побудову меседжів, регулюють потоки інформації, забезпечують комунікаційний захист і підтримують інформаційну легітимність військових дій. Пресслужба в армії функціонує як оперативне ядро комунікаційної політики, підлегле командуванню, але діє в межах інформаційної незалежності та професійної етики.

Також важливою частиною діяльності пресслужби є дотримання етичних засад. Їхня робота повинна ґрунтуватися на принципах чесності, прозорості, поваги до громадської думки та захисту інтересів суспільства.

Етичні аспекти професії пресофіцера набувають особливої ваги в умовах гібридної війни, коли інформація є потужною зброєю. Діяльність у цій сфері регулюється принципами правдивості, відповідальності, неупередженості, дотримання балансу між суспільним інтересом і безпекою. Пресофіцер несе відповідальність за подання достовірної інформації, що не шкодить військовим операціям і водночас забезпечує право громадян на інформацію.

У сучасних умовах повномасштабної війни, інформаційний фронт набуває критичного значення, а робота пресофіцерів безпосередньо впливає на інформаційну безпеку держави та моральний стан суспільства. Проте діяльність у зоні бойових дій, під впливом постійного стресу, емоційного тиску, конфліктних ситуацій та роботи з травматичним контентом вимагає не лише професійної, а й високої психологічної підготовки.

Пресофіцери несуть відповідальність за професійне та безпечне інформування медіа про дії підрозділів, не порушуючи обмежень безпеки та державної таємниці.

В умовах воєнного стану функціонування інформаційного простору набуває стратегічного значення. Особливу роль у цьому процесі відіграють пресофіцери, які забезпечують зв'язок між оборонними структурами та різними категоріями цільової аудиторії. Їхня діяльність охоплює широке коло завдань, зокрема публічну репрезентацію офіційних позицій, оперативне інформування населення та створення каналів зворотного зв'язку.

Волонтери — ключовий елемент тилової підтримки армії, вони забезпечують матеріальне, технічне, гуманітарне забезпечення. У багатьох випадках пресслужби співпрацюють із волонтерами для організації інформування про потреби, збори допомоги, логістику доставки, висвітлення важливих ініціатив. Волонтерський рух також підсилює соціальну солідарність у воєнний час. У дослідженні зазначено, що активні волонтерські ініціативи допомагають об'єднати суспільство, мобілізувати ресурси та посилити імідж держави.

Взаємодія передбачає баланс між відкритістю та безпекою. Пресофіцери не мають розкривати тактичні дані, маршрути, деталі операцій, що можуть бути використані ворогом. Проблеми виникають із довірою: громадяни та медіа можуть бути скептичними через історії дезінформації чи цензури. Пресофіцерам доводиться працювати із репутаційним ризиком.

Пресофіцер у сучасній війні — це не просто речник армії, а повноцінний учасник інформаційної оборони, який працює на стику стратегічних комунікацій, медіа-менеджменту, психології та національної безпеки. Підвищення якості їхньої підготовки, забезпечення інституційної підтримки, розвиток етичної культури та психологічної витривалості — ключові кроки до формування сильної комунікаційної політики держави в умовах гібридної війни.

Список використаних джерел

1. Андрійчук М. Взаємодія мас-медіа та органів державної влади : навч. посіб. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. 114 с.
2. Бакаєвич Я. Журналістика рішень: особливості створення матеріалів та їх просування. *Інтегровані комунікації*. 2024. № 1 (17). С. 145-151. https://doi.org/10.28925/2524-2644.2024.1719
3. Безсмертний В. Українська журналістика та її воєнний сегмент учора, сьогодні, завтра. К.: Видавництво Ліра-К, 2019. 200 с. URL: https://knushop.com.ua/image/catalog/lira20230617/pdf/12608.pdf?srsltid=AfmBOorUKRwTDtZELf2b3WIogItcEVKAhHqMIkAquBslwsJTxhi (дата звернення: 21.11.2025)
4. Військова журналістика. Український аспект: становлення української військової журналістики; місце військової журналістики у медіапросторі в період воєнного стану; правові підстави

діяльності військових журналістів під час воєнних дій / Укл.: Копотун І., Коропатнік І., Микитюк М., Павлюк О., Пасіка С., Пєтков С. Київ. ВД «Професіонал», 2023. 676 с.
5. Журналістика в умовах конфлікту: передовий досвід та рекомендації: Посібник рекомендацій для працівників ЗМІ. К.: «Компанія ВАІТЕ», 2016. 118 с.

Аліна КУЧЕР,
здобувачка другого рівня вищої освіти.
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

СПЕЦИФІКА ІНТЕРВ'ЮВАННЯ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ: ЩО МАЄ ЗНАТИ МАЙБУТНІЙ ЖУРНАЛІСТ

Російсько-українська війна кардинально змінила медіаландшафт України та поставила перед журналістською освітою нові виклики. Одним із ключових завдань є підготовка майбутніх фахівців до етичної та професійної роботи з військовослужбовцями, особливо в контексті висвітлення травматичного досвіду. Інтерв'ювання осіб, які брали участь у бойових діях, пережили втрату побратимів, поранення та психологічні травми, потребує не лише професійних навичок, а й розуміння психології травми, дотримання етичних принципів і сформованої емпатійної компетентності.

Метою роботи є аналіз специфіки інтерв'ювання військовослужбовця, який пережив травматичну подію під час штурмових дій в Авдіївці, а також формулювання рекомендацій для вдосконалення навчальних програм підготовки журналістів.

Методологія підготовки до інтерв'ю про травматичний досвід. Робота з військовослужбовцями, які пережили травматичний досвід, потребує ретельної підготовки. Журналістика травми ґрунтується на принципах безпеки, довіри, прозорості та співпраці. Підготовка до інтерв'ю із солдатом-кулеметником, який пережив оточення під Авдіївкою та поранення побратима, передбачала реалізацію низки організаційних і комунікативних кроків.

Було обрано безпечне та тихе приміщення без сторонніх осіб, що сприяло створенню атмосфери конфіденційності та довіри. Перед початком розмови було з'ясовано рівень психологічного комфорту респондента, запропоновано воду, а також чітко окреслено його право припинити інтерв'ю в будь-який момент або відмовитися відповідати на окремі запитання. Надання респондентові контролю над процесом комунікації є принципово важливим, оскільки особи з травматичним досвідом потребують відчуття безпеки та передбачуваності ситуації.

Респондент надав згоду на публікацію інтерв'ю з використанням власного імені, проте інші персональні дані з міркувань безпеки не розголошувалися. Забезпечення балансу між публічністю та конфіденційністю є одним із ключових принципів воєнної журналістики.

Етичні принципи інтерв'ювання: баланс між правом знати та правом на гідність. Етика інтерв'ювання представників вразливих груп базується на

принципі «не нашкодь». У процесі розмови було свідомо уникнуто прямих запитань, що могли б спричинити ретравматизацію (на кшталт «Опишіть найстрашніший момент» або «Що ви відчували, коли думали, що помрете?»). Натомість запитання формулювалися коректно та з урахуванням можливості варіювання глибини відповіді (наприклад: «Якщо вам комфортно, чи могли б ви розповісти про той день в Авдіївці настільки, наскільки вважаєте за потрібне?»).

Під час розповіді про поранення побратима респондент робив паузи та замовкав. У таких випадках не застосовувався тиск через уточнювальні запитання; натомість забезпечувалася пауза для відновлення емоційної рівноваги. Подібна практика відповідає принципам активного слухання та емпатійної присутності. Позитивна реакція респондента («Дякую, що вислухала. І що не судиш. Це важливо») засвідчила значущість неосудливої позиції журналіста/-ки.

Етично виваженою є також реакція на емоційні прояви співрозмовника. У відповідь на зізнання про пережитий страх не здійснювалося знецінення чи спроби надмірного підбадьорення; натомість визнавалася нормальність такої емоційної реакції на екстремальні обставини.

Окремої уваги потребує тематика змін у міжособистісних стосунках після повернення з фронту. Свідчення про емоційну дистанцію з близькими («…є відстань. Не фізична, а… емоційна») вказують на трансформації ідентичності, характерні для осіб із бойовим досвідом. Усвідомлення подібних змін є важливою складовою професійної підготовки журналіста.

Аналіз ефективних практик інтерв'ювання. Аналіз проведеного інтерв'ю дає змогу виокремити кілька результативних комунікативних стратегій.

По-перше, було застосовано принцип поступового занурення в тему: розмова розпочиналася із запитань про мотивацію до служби та довоєнне життя, а лише згодом переходила до опису травматичних подій. Така послідовність сприяє формуванню довіри та зниженню психологічної напруги.

По-друге, використовувалися відкриті запитання замість закритих, що передбачають однозначну відповідь. Формулювання на кшталт «Що ви відчували, коли зрозуміли, що опинилися в оточенні?» надають респондентові можливість самостійно визначати рівень деталізації та межі саморозкриття.

По-третє, визнавалася складність і часткова невимовність пережитого досвіду. У відповідь на твердження про неможливість повного пояснення пережитого не здійснювалося заперечення чи наполягання на деталізації. Такий підхід зменшує психологічний тиск і сприяє збереженню гідності співрозмовника.

Завершальний етап інтерв'ю також має принципове значення. Було надано контакти кризової психологічної допомоги для військовослужбовців, а також забезпечено плавний вихід із емоційно напруженої тематики шляхом переходу до нейтральної розмови. Це відповідає рекомендаціям щодо безпечного завершення інтерв'ю з особами, які мають травматичний досвід [3, с. 67].

На основі проведеного аналізу доцільно запропонувати такі напрями вдосконалення освітніх програм:

1. Запровадження модуля «Журналістика травми». Необхідним є вивчення принципів роботи з особами, які пережили травму, зокрема поняття ретравматизації, механізмів виникнення тригерів і способів створення безпечного комунікативного середовища.

2. Практикум з етики інтерв'ювання. Аналіз реальних кейсів (анонімізованих або за згодою респондентів) дає змогу визначати межі допустимого, формувати навички коректного формулювання запитань і реагування на емоційні прояви.

3. Підвищення психологічної грамотності. Майбутні журналісти мають володіти базовими знаннями про симптоматику ПТСР, депресії та тривожних розладів, а також розуміти, у яких випадках доцільно рекомендувати професійну допомогу.

4. Формування навичок емоційної саморегуляції. Робота з травматичними історіями є емоційно виснажливою, тому освітній процес має передбачати ознайомлення з техніками самопідтримки та можливостями професійної супервізії.

5. Вивчення юридичних і безпекових аспектів. Особливої уваги потребують питання інформованої згоди, анонімізації даних і дотримання безпеки військовослужбовців в умовах активних бойових дій.

Проведений аналіз засвідчує, що якісне інтерв'ювання військовослужбовців можливе лише за умови належної підготовки, дотримання етичних стандартів і врахування психологічної специфіки травматичного досвіду. Інтеграція принципів роботи з травмою в систему журналістської освіти є обґрунтованою необхідністю, зумовленою сучасними суспільними реаліями.0

Список використаних джерел

1. Дворянин П. Сенситивне інтерв'ю: переживання колективної травми війни // Вісник Львівського університету. Сер: Журналістика. 2023. № 52-53. С. 99-108.
2. Onufriv S., Abdelhamid O., van Dormolen S. Communicating without doing harm: a scoping review on media coverage of traumatic events // Вісник Львівського університету. Сер: Журналістика. 2023. № 52-53. С. 321-342.
3. Онуфрів С. Особливості журналістського спілкування з людьми, що пережили травматичні події // Вісник Львівського університету. Сер: Журналістика. 2025. № 57. С. 250-260.
4. Тхоржевська Т. Сенситивна журналістика як технологія врегулювання конфліктів // Діалог: медіастудії. 2023. № 29. С. 137-146.

Леся ЛИСЕНКО,
кандидатка наук із соціальних комунікацій.
Полтавський національний педагогічний
університет імені В. Г. Короленка

ВИКЛИКИ ВІЗУАЛЬНОЇ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ТРАВМАТИЧНОГО ДОСВІДУ В ЖУРНАЛІСТСЬКІЙ ОСВІТІ ПІД ЧАС ВІЙНИ

В умовах повномасштабної російсько-української війни візуальні комунікації набувають ключового значення як інструмент документування, мобілізації та формування колективної пам'яті. Водночас робота з травматичним контентом – фото і відео руйнувань, жертв, страждань – ставить перед журналістами і педагогами складні етичні та психологічні виклики.

В українському медійному просторі тривають активні дискусії щодо етичної доцільності, меж приватності та суспільної обґрунтованості публікації зображень, які фіксують наслідки російсько-української війни. У відповідь на виклики часу провідні медійні інституції (Нацрада, ІМІ, Комісія з журналістської етики) напрацьовують рекомендації для роботи з візуальним контентом травматичного характеру. Питання візуалізації страждання в медіа також стало об'єктом ґрунтовного теоретичного осмислення, зокрема в класичних і сучасних працях Барбі Зелізер, Арієли Азулай, Сьюзен Зонтаґ та інших дослідників, які сформували етичні й культурні рамки розуміння зображення травми в публічному просторі.

Водночас у центрі уваги опиняється інше стратегічне питання: наскільки журналістська освіта в Україні готова відповідати новим етичним викликам і формувати в студентів здатність відповідально працювати з травматичним візуальним контентом. Адже саме університет має закласти основи професійної чутливості, візуальної грамотності та моральної зрілості медійника. Проблема освітньої підготовки журналістів до роботи з травматичними досвідами активно осмислюється і в зарубіжному академічному середовищі. Зокрема, дослідники аналізують обмежене представлення теми травми у навчальних програмах, недостатню увагу до психологічного виміру журналістської практики [5; 6; 7].

Мета пропонованого дослідження – з'ясувати особливості й виклики журналістської освіти в контексті етичної та професійної підготовки студентів до роботи з візуальним контентом травматичного характеру про війну на основі їхнього навчального досвіду та самооцінки.

Емпіричну базу дослідження склали результати опитування здобувачів освітньої програми «Журналістика» Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка. Ключове завдання опитування – виявити, як майбутні медійники оцінюють власну підготовку до роботи з травматичними візуальними матеріалами про російсько-українську війну.

Журналістська освіта має поєднувати формування професійної компетентності з вихованням етичної чутливості й психологічної стійкості. Саме так майбутні журналісти зможуть репрезентувати травматичний досвід війни відповідально, з повагою до людської гідності та суспільної потреби в достовірній інформації. Дослідник Стюарт Аллан наголошує, що виконуючи життєво важливу місію свідчення про війну, репортери змушені долати цілу низку ризиків, загроз і небезпек [4]. Автор окреслює концепцію візуальної воєнної журналістики війни та аналізує, як конфлікти – від Сирії та України до Гази – фіксуються у візуальній формі нерідко за надзвичайно тяжких, «шокуючих обставин» [4]. Це підкреслює складність роботи воєнного журналіста: він має показати реальність війни, водночас не завдаючи додаткової шкоди – ні героям своїх матеріалів, ні аудиторії, ні самому собі.

Опитування серед студентів освітньої програми «Журналістика» ПНПУ імені В. Г. Короленка підтверджує потребу в спеціалізованих курсах, що готують до роботи з чутливим візуальним контентом. Анкета охоплювала відкриті й закриті питання про контакт із воєнними зображеннями, емоційні реакції, етичні орієнтири та рівень підготовки в межах освітньої програми.

Відповіді засвідчили, що студенти постійно стикаються зі сценами насильства і страждань – під час споживання новин або виконання навчальних завдань. Такі матеріали викликають емпатію, але водночас спричиняють психологічний дискомфорт, що узгоджується з поняттям вікарної травми. Один із респондентів влучно підсумував: «контент про війну треба показувати, але з повагою й відповідальністю, аби інформувати, а не травмувати». Це відображає дилему сучасного журналіста: як залишатися чесним свідком війни, не втрачаючи повагу до людської гідності.

Найбільш драматичними студенти вважають зображення поранених і загиблих (87%) та відео з особистими історіями військових і цивільних (45%). Саме персоніфіковані образи жертв мають найбільший емоційний вплив. Це важливо враховувати в навчальному процесі: починати варто з менш шокуючих матеріалів і поступово вводити емоційно інтенсивні візуальні приклади із обов’язковим етичним аналізом та психологічною підтримкою.

Більшість студентів обирають обережний підхід до публікації фотографій тіл загиблих або наслідків воєнних злочинів: 55% вважають допустимим їхнє використання лише з попередженням і поясненням, ще 25% – за умовою суспільної значущості. Це свідчить про усвідомлення моральних ризиків і прагнення до балансу між правом на правду та етичною відповідальністю. Такий компроміс корелює з українськими професійними стандартами, які передбачають маркування або словесну заміну шокуючих зображень [1; 2; 3].

Водночас 50% студентів вважають свою підготовку до роботи з травматичним візуальним контентом достатньою. Відкриті відповіді вказують на прогалини в етичній, психологічній і контекстуальній складовій підготовки. Студенти відчувають нестачу знань про травму, репрезентацію насильства, а також технік саморегуляції. Вони пропонують урізноманітнити навчальні програми – включити візуальну етику, журналістику пам’яті і практичну

підготовку до роботи з важкими темами. Варто зауважити, що в межах освітньої програми «Журналістика» в ПНПУ студенти вивчають освітні компоненти «Журналістська етика та професійні стандарти журналістської діяльності», «Конфлікточутлива журналістика» (бакалаврський рівень) та «Візуальні комунікації» (магістерський рівень), які формують базову етичну й візуальну обізнаність майбутніх журналістів.

У відповідях на відкрите запитання «Які форми роботи з візуальним контентом під час навчання є для вас найбільш ефективними?» студенти наголосили на потребі практичного досвіду, аналізу реальних кейсів та роботи з фото/відео в безпечному навчальному середовищі. Серед пропозицій – психологічні тренінги, зустрічі з експертами, залучення досвідчених журналістів і міждисциплінарна співпраця. У підсумку, майбутні журналісти бачать ефективне навчання як поєднання етичної теорії, практики, психологічної підтримки та усвідомлення гуманного виміру професії.

Міжнародний досвід пропонує напрацьовані моделі навчання журналістів роботі з травматичними темами, які варто адаптувати в українському контексті. Водночас потрібно враховувати емоційну залученість студентів, для яких ця війна є особистою.

Етична підготовка до роботи з травматичним візуальним контентом потребує більшої уваги в українській журналістській освіті, оскільки війна актуалізувала моральні дилеми висвітлення страждань. Освітні програми мають не лише формувати професійні навички, а й розвивати емпатію, етичне мислення та здатність працювати з травмою без шкоди для себе й аудиторії. У підсумку це сприятиме зростанню довіри до медіа і формуванню культури, де правда подається гуманно, навіть у найскладніших обставинах.

Список використаних джерел

1. Висвітлення смертей у медіа. Як про це коректно писати? (відредаговано). *Інститут масової інформації*. 2023. URL: https://imi.org.ua/advices/vysvitlennya-smertej-u-media-yak-pro-tse-korektno-pysaty-i62299n-visnik.oneu+1 (дата звернення: 28.10.2025).
2. Національна рада вкотре закликала медіа дотримуватись морально-етичних норм та журналістських стандартів у висвітленні російсько-української війни. *Нац. рада з питань телебачення і радіомовлення України*. 2025 URL: https://webportal.nrada.gov.ua/natsionalna-rada-vkotre-zaklykala-media-dotrymuvatys-moralno-etychnyh-norm-ta-zhurnalistskyh-standartiv-u-vysvitlenni-rosijsko-ukrayinskoyi-vijny/ (дата звернення: 28.10.2025).
3. Рекомендації КЖЕ щодо висвітлення загибелі людей під час війни. Комісія з журналістської етики. 2022. URL: https://cje.org.ua/statements/rekomendatsii-kzhe-shchodo-vysvitlennia-zahybeli-liudey-pid-chas-viyny/ (дата звернення: 28.10.2025).
4. Allan S. Visual war journalism. *Digital Journalism*. 2025. Vol. 13, № 1. P. 1-17. URL: https://doi.org/10.1080/21670811.2024.2443153 (дата звернення: 28.10.2025).
5. Melki, J. P., Fromm, M. E., & Mihailidis, P. Trauma journalism education: teaching merits, curricular challenges, and instructional approaches. *Journalism Education.* 2013. Vol. 2, № 2. URL: https://journalism-education.org/wp-content/uploads/2013/12/AJE-2.2-Trauma-Journalism-Education.pdfkubg+1 (дата звернення: 28.10.2025).
6. Smith E., Wake, A. Trauma-informed journalism education: current practices and future directions. *Digital Journalism*. 2024. URL: https://doi.org/10.1080/21670811.2024.2443153. (дата звернення: 28.10.2025).

7. Wake A., Smith E., Ricketson M. Embedding Trauma Literacy Into Curriculum: An Examination of the Attitudes of Australian and New Zealand Journalism Educators. *Journalism & Mass Communication Educator*. – 2023. URL: https://doi.org/10.1177/10776958231164199 (дата звернення: 28.10.2025).

Анна МАДЕЙ,
кандидатка наук із соціальних комунікацій.
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

ІНТЕГРАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ «ДРОН-ЖУРНАЛІСТИКА» У ФАХОВУ ПІДГОТОВКУ МЕДІАФАХІВЦІВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Війна модифікувала вимоги до професії журналіста. Використання безпілотних літальних апаратів (БПЛА) стало важливим елементом воєнної журналістики, забезпечуючи унікальні можливості для документування подій, верифікації інформації та висвітлення руйнувань. Також відео- та фотозйомка з квадрокоптерів залишається актуальною і в цивільному житті: під час проведення журналістських розслідувань, зйомки реклами, документування наслідків негоди, аварій тощо [4]. Однак нерегламентоване та некваліфіковане використання дронів несе значні юридичні, безпекові та етичні ризики, особливо в умовах обмежень воєнного стану. Таким чином, існує гостра потреба у створенні систематизованої моделі навчання дрон-журналістиці в закладах вищої освіти.

Серед головних викликів на цьому шляху було і залишається питання матеріально-технічного забезпечення ЗВО, адже для навчання дрон-журналістиці повинен бути хоча б мінімальний набір необхідного технічного устаткування (зокрема, дрони, пульти, комп'ютери з симуляторами польотів, окуляри, акумулятори і т. д.), а також потрібно враховувати амортизацію обладнання. Першочерговим є і питання професійної підготовки викладачів: якісно викладати дрон-журналістику зможуть або практики з досвідом у цій сфері, або ж потрібно пройти відповідні курси пілотування.

Крім цього, під час дії воєнного стану необхідно отримати спеціальний дозвіл для тренувальних польотів надворі – через військову адміністрацію та Генштаб.

Важливо врахувати і той момент, що після завершення війни, в контексті адаптації українського законодавства до європейських норм, з високою імовірністю в Україні оновлюватимуть правила використання безпілотників: запроваджуватимуть обов'язкову сертифікацію/отримання ліцензій на польоти на дронах певної ваги (наразі в нас під реєстрацію підпадали дрони вагою від 20 кг, в той час у багатьох країнах такі правила діють для БПЛА вагою від 250 г) [2]. Тож це може стати додатковим викликом для закладу вищої освіти, який запровадить цей вектор навчання.

Дрон-журналістика є одним із найбільш інноваційних та водночас ризикованих напрямків. Тому модель ефективної інтеграції цієї дисципліни має

бути комплексною і охоплювати *три ключові блоки*, що відображають вимоги воєнного стану до підготовки майбутніх медіафахівців: технічно-операційний, безпеково-правовий та етико-комунікаційний.

1. Технічно-операційний блок

Цей блок фокусується на набутті практичних навичок керування БПЛА та роботи з аерофото- і відеоматеріалами. Навчання має включати:

- Освоєння пілотування: керування у симуляторах і справжніми дронами.
- Збір та обробка даних: навички постобробки, геоприв'язки, використання ШІ тощо.
- Основи інженерії та електроніки.
- Зйомка на екшн камери GoPro, Insta360 та ін.

2. Безпеково-правовий блок

В умовах воєнного часу цей блок набуває пріоритетного значення. Він вимагає інтеграції знань з військового, повітряного та медійного права:

- Правова грамотність: ґрунтовне вивчення правових аспектів експлуатації безпілотних літальних апаратів (вітчизняний та міжнародний досвід), обов'язкове вивчення процедур отримання дозволів, зон заборони польотів, особливостей використання дронів у прифронтових та деокупованих зонах, ознайомлення з юридичною відповідальністю за порушення встановлених правил: від адміністративних стягнень до кримінальної відповідальності;
- Протоколи безпеки: розробка чітких алгоритмів взаємодії з військовими структурами, відпрацювання сценаріїв дій у разі втрати апарату, а також цифрова безпека.

3. Етико-комунікаційний блок

Цей блок формує професійну відповідальність медіафахівця:

- Дотримання етичних принципів та професійних стандартів: навчання правилам зйомки військових об'єктів, наслідків обстрілів, жертв; особливості етичного використання дронів під час журналістських розслідувань тощо.
- Верифікація: використання дрон-кадрів як надійного джерела для фактчекінгу та документування військових злочинів (OSINT-підхід).

Впровадження дисципліни «Дрон-журналістика» на основі запропонованої трикомпонентної моделі є не просто освітнім трендом, а життєво необхідним кроком для підготовки медіафахівців нового покоління. Така модель забезпечує формування не лише технічних, але й критично важливих правових, безпекових та етичних компетенцій, що дозволить українським журналістам ефективно виконувати свою місію в умовах війни та післявоєнної відбудови. Подальші дослідження мають бути спрямовані на валідацію та апробацію цієї моделі в освітній практиці ЗВО.

Список використаних джерел

1. В США тестуватимуть можливості дрон-журналістики. *IMI.* URL: https://imi.org.ua/news/v-ssha-testuvatimut-mojlivosti-dron-jurnalistiki-i10289 (дата звернення: 25.11.2025).

2. Гордієнко Т. Дрони і журналістика: яких змін очікувати в законодавчому регулюванні. *Детектор медіа*. 2017. URL: https://ms.detector.media/zakonodavstvo/post/19088/2017-06-14-drony-i-zhurnalistyka-yakykh-zmin-ochikuvaty-v-zakonodavchomu-regulyuvanni/ (дата звернення: 16.11.2025).
3. Дорош М. «Безпілотна» журналістика. *Детектр медіа.* 2014. URL: https://ms.detector.media/onlain-media/post/1932/2014-01-13-bezpilotna-zhurnalistyka/ (дата звернення: 20.11.2025).
4. Кузьмін М. Журналістика з дрона: як нові технології змінюють репортажі з місця подій. *Медіакритика.* 2025. URL: http://mediakrytyka.lnu.edu.ua/novi-tehnologii-media/zhurnalistyka-z-drona-yak-novi-tekhnolohiyi-zminyuyut-reportazhi-z-mistsya-podiy.html (дата звернення: 16.11.2025).
5. Шкурган А. Бути на висоті! Перспективи дрон-журналістики в Україні та світі. *Медіакритика.* 2019. URL: http://mediakrytyka.lnu.edu.ua/novi-tehnologii-media/buty-na-vysoti-perspektyvy-dron-zhurnalistyky-v-ukrayini-ta-sviti.html (дата звернення: 15.11.2025).

Олександр МАКСИМЕНКО,
здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти.
Сумський державний університет

ТРАНСФОРМАЦІЯ ФАХОВИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ЖУРНАЛІСТА ДЛЯ РОБОТИ В ГІБРИДНІЙ МЕДІАСИСТЕМІ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ

Повномасштабне російське вторгнення 24 лютого 2022 року створило безпрецедентні виклики для системи журналістської освіти в Україні. Ситуація ускладнюється тим, що ці події розгортаються на тлі стрімкого розвитку технологій та еволюції каналів комунікації, де формується гібридна медіасистема, для якої характерний симбіоз традиційних і цифрових медіа, а інформація циркулює між різними платформами в режимі реального часу [1]. За даними Інституту масової інформації, Telegram став головною платформою комунікації влади з громадськістю — на цю соціальну мережу припадає 57 % матеріалів в українських онлайн-медіа, у яких джерелами інформації є соцмережі [2]. Водночас дослідження VoxCheck свідчать, що лише 14 % українців можуть відрізнити фейки від правди [3], що робить питання медіаграмотності критично важливим для національної безпеки.

Актуальність дослідження обумовлена необхідністю переосмислення змісту журналістської освіти та визначення векторів покращення стандартів професійної підготовки в умовах інформаційної війни. Війна підвищила важливість інформаційної гігієни, змінила мотивацію студентів та їхні професійні інтереси, спрямувавши їх до спеціалізованих сфер журналістики, таких як військова журналістика або висвітлення гуманітарних криз [4].

Мета роботи – визначити ключові фахові компетентності сучасного випускника журналістських програм в Україні, необхідні для ефективної роботи в гібридній медіасистемі під час воєнного стану.

Об'єкт дослідження – фахові компетентності журналістів в умовах гібридної медіасистеми та воєнного стану.

Предмет дослідження – трансформація освітніх програм та навичок журналістів для роботи з цифровими платформами, верифікацією інформації та офіційними джерелами.

Розпочнемо з визначень, на які в подальшому будемо опиратись. Так, Вікторія Романюк у роботі «Трансформація медіаосвіти для протидії дезінформації: фактчекінг, стратегічні комунікації, ШІ» визначає медіаграмотність як багатовимірну компетентність, що включає доступ, аналіз, оцінювання та створення контенту, а також розвиток критичного мислення у цифровому середовищі. Основні тренди включають поєднання медіаосвіти з

практикою, міждисциплінарність, цифровізацію навчання та впровадження штучного інтелекту-грамотності як відповіді на сучасні виклики [5].

Згідно з дослідженнями VoxCheck, рівень медіаграмотності в Україні залишається низьким — виміряти медіаграмотність складно, адже на її рівень впливає безліч чинників: освіта, вік, цифрові навички, джерела щоденного споживання медіа [3]. В умовах війни це небезпечно, оскільки дезінформація порушує права людини, обмежуючи доступ до правдивої інформації.

Критичне мислення та навички читання є ключовими для фактчекінгу [5]. Необхідно робити підбірку джерел для фактчекінгу, здійснювати перевірку факту і складати вердикт. Важливо не покладатися на одне джерело — використовувати латеральне читання, перевіряючи кілька джерел і точок зору [3]. Представники ЗМІ можуть стежити за роботою фактчекінгових проєктів, таких як VoxCheck, Stopfake тощо.

За даними досліджень медіаспоживання Соціологічної групи «Рейтинг», 47 % українців зазначили Telegram як основне джерело надійної та перевіреної інформації про події в Україні. Більше ніж чверть інформації припадає на сюжети в YouTube. Далі за поширеністю йдуть матеріали телемарафону (21 %), повідомлення очевидців (19 %) та інформація з офіційних сторінок і соціальних мереж органів державної влади (19 %). Значну частку також становлять телеканали, що не беруть участі в марафоні (16 %), українські інтернет-медіа (15 %) та міжнародні медіа (14 %) [6]. Telegram став головною платформою комунікації влади з громадськістю — 55,5 % посилань у матеріалах стосуються телеграм-каналів офіційних структур і посадовців [2]. Офіційні верифіковані канали державних установ включають @DIUkraine (Головне управління розвідки), @SBUkr (Служба безпеки України), @UA_National_Police (Національна поліція), @spravdi (Центр стратегічних комунікацій).

Водночас, у 5 % матеріалів використовуються анонімні канали, власники та адміністратори яких залишаються невідомими, що ускладнює перевірку та верифікацію опублікованої інформації. Українські медіа, використовуючи інформацію з анонімних телеграм-каналів, за можливості намагаються підтверджувати її через альтернативні джерела, демонструючи відповідальність у дотриманні стандартів журналістики [2].

Міністерство цифрової трансформації підкреслює, що сучасна журналістика потребує поглибленого розуміння цифрових інструментів і алгоритмів соціальних мереж. Журналістам важливо постійно вивчати і опановувати нові форми та формати, щоб залишатися на одній хвилі з аудиторією [7]. Дослідження проведене громадською організацією «Детектор медіа» показує, що медіаринок найбільше потребує редактора-журналіста з цифровими навичками. Студенти, випускники та роботодавці бачать потребу у збільшенні кількості прикладних курсів, практичних завдань та викладачів із досвідом роботи в журналістиці [8].

За даними Інституту масової інформації (2024), у 58 % українських журналістів погіршився психологічний стан. Практично всі журналісти зазнають

значного впливу війни на психоемоційний стан — 97 % опитаних відчувають, що повномасштабна війна вплинула на психоемоційний стан [9].

Психологічна підготовка стала окремим важливим напрямком — майбутні журналісти вчаться не лише збирати та передавати інформацію, а й зберігати власну емоційну стійкість [4]. У редакціях українських медіа практики психологічної підтримки стали частиною безпеки журналістів. Національна спілка журналістів України звертає увагу на успішні практики українських редакцій щодо психологічної стійкості, визнаючи ментальне здоров'я частиною безпеки журналістів [10].

Війна докорінно переформатувала уявлення студентів про журналістську професію. Якщо раніше майбутні журналісти розглядали медіа переважно як комунікативний канал, то сьогодні вони сприймають його як потужний інструмент соціальних змін, захисту прав людини та протидії дезінформації [4].

Аналіз трансформації фахових компетентностей журналістів в умовах воєнного стану дозволяє визначити певні ключові висновки. По-перше, низький рівень медіаграмотності населення (лише 14 % можуть розпізнати фейки) вимагає від журналістської освіти посиленої уваги до розвитку критичного мислення, фактчекінгу та верифікації інформації як базових професійних навичок. По-друге, домінування Telegram як основного інформаційного джерела для 47 % українців робить навички роботи з цією платформою, включаючи верифікацію офіційних каналів та протидію анонімним джерелам дезінформації, обов'язковою компетентністю. По-третє, критичний стан психологічного здоров'я медійників (погіршення у 58 % та вплив війни на 97 %) вимагає інтеграції психологічної підготовки у навчальні програми. По-четверте, освіта потребує в навчальних програмах збільшення акценту на практичних навичках та залученні журналістів-практиків. Війна трансформувала розуміння журналістської професії від комунікативного каналу до інструменту соціальних змін та протидії дезінформації, що вимагає переосмислення місії журналістської освіти.

Дослідження гібридних медіасистем в умовах воєнного стану відкриває перспективи для розуміння майбутнього журналістської освіти. Необхідні емпіричні дослідження ефективності різних методик викладання фактчекінгу та верифікації, розробка програм психологічної підготовки студентів-журналістів. Журналістика в цьому середовищі вимагає гнучкості, технологічної грамотності та балансу між швидкістю цифрових платформ і професійною етикою.

Список використаних джерел

1. Chadwick, Andrew. The Hybrid Media System: Politics and Power, 2nd edn, Oxford Studies in Digital Politics (New York, 2017; online edn, Oxford Academic, 24 Aug. 2017). https://doi.org/10.1093/oso/9780190696726.001.0001 (дата звернення: 25.11.2025).
2. Telegram став головною платформою комунікації влади з громадськістю – дослідження IMI. *Інститут масової інформації*. 2024. URL: https://imi.org.ua/news/telegram-stav-golovnoyu-platformoyu-komunikatsiyi-vlady-z-gromadskistyu-doslidzhennya-imi-i65408 (дата звернення: 25.11.2025).
3. Лише 14% українців можуть відрізнити фейки від правди. Що робити з медіаграмотністю в Україні? *The Village Україна*. 2025.

4. URL: https://www.village.com.ua/village/life/mediahramotnist/340405-scho-robiti-z-mediagramotnistyu-v-ukrayini (дата звернення: 25.11.2025).
5. Журналістська освіта в умовах війни: як українські студенти долають виклики. *Sci314.* 2025. URL: https://sci314.com/news/zhurnalistska-osvita-v-umovakh-viiny-iak-ukrainski-studenty-dolaiut-vyklyky (дата звернення: 25.11.2025).
6. Романюк В. Трансформація медіаосвіти для протидії дезінформації: фактчекінг, стратегічні комунікації, ШІ. *Образ*. 2025. № 2 (48). С. 168-178. https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.2(48)-168-178 (дата звернення: 25.11.2025).
7. Основними джерелами інформації для більшості українців є Telegram-канали та YouTube. *Укрінформ.* URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3920830-osnovnimi-dzerelami-informacii-dla-bilsosti-ukrainciv-e-telegramkanali-ta-youtube.html (дата звернення: 25.11.2025).
8. «Цифрова журналістика». Мінцифра підготувала освітній серіал про цифрові інструменти для журналістів. *Міністерство цифрової трансформації України.* URL: https://thedigital.gov.ua/news/tsifrova-zhurnalistika-mintsifra-pidgotuvala-osvitniy-serial-pro-tsifrovi-instrumenti-dlya-zhurnalistiv (дата звернення: 01.12.2025).
9. Журналістська освіта в Україні: чи працює система? *Детектор медіа*. 2018. URL: https://detector.media/community/article/142347/2018-11-06-zhurnalistska-osvita-v-ukraini-chy-pratsyuie-systema/ (дата звернення: 01.12.2025).
10. Опитування IMI: у 58% українських журналістів погіршився психологічний стан. *Інститут масової інформації*. 2024. URL: https://imi.org.ua/monitorings/58-ukrayinskyh-zhurnalistiv-zaznachayut-pro-pogirshennya-psyhologichnogo-stanu-opytuvannya-imi-i61799 (дата звернення: 05.12.2025).
11. Від втоми до стійкості: українські медіа діляться унікальними практиками психологічної підтримки. *Національна спілка журналістів України.* 2025. URL: https://nsju.org/novini/vid-vtomy-do-stijkosti-ukrayinski-media-dilyatsya-unikalnymy-praktykamy-psyhologichnoyi-pidtrymky/ (дата звернення: 05.12.2025).

Андрій МАТВІЙЧУК,
доктор філософських наук, професор.
Національний університет водного господарства
та природокористування

ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНОГО ІНТЕЛЕКТУ ЯК ПРІОРИТЕТ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ДЛЯ КРИЗОВОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

Усталені уявлення про сучасні медіа, серед іншого, містять констатацію низки функцій, які є базовими для них, а саме: інформаційну, інтегративну, соціально-конструктивну і просвітницьку. Вважаємо, що означені функції мають відчутний ціннісний аспект, що, своєю чергою, стимулює до порушення теми аксіологізація української журналістики. Водночас, звернення до означеної теми актуальне і зважаючи на той факт, що станом на поточний момент, в умовах широкомасштабної війни, практично уся українська журналістика набула статусу кризової журналістики. Незалежно від того, чи журналіст працює над матеріалами про «тилове життя», чи спілкується з вимушено переміщеними громадянами або жертвами воєнних злочинів чи безпосередніми учасниками бойових дій – у всіх вказаних випадках наявний ціннісний аспект. Як мінімум таке твердження засноване на тому, що будь-яка міжособистісна комунікація завжди має морально-етичний та ціннісний аспекти.

Ці та інші аргументи лягли в основу концепції аксіологізації української журналістики, що її спільно напрацьовують дослідники Національного університету водного господарства та природокористування та Сумського державного університету. Основна ідея відповідної концепції полягає у теоретичному оформленні ідеї імплементації здобутків сучасної ціннісної теорії у контекст професійної діяльності українського журналіста, в основі якої усвідомлення актуальності аксіологізації такої діяльності в умовах суспільно-політичної нестабільності, зовнішніх екзистенційних викликів і внутрішніх соціальних протиріч. У контексті дослідницької роботи запропонована концепція аксіологізації української журналістики лягла в основу аналізу функціональних характеристик регіональних медіа під час війни [1] та дослідження впливу розвиненої аксіологічної культури у контексті забезпечення якісної кризової журналістики [2]. У розвиток порушених у згаданих дослідженнях питань, вважаємо за доцільне зосередитися на такому аспекті професійної підготовки фахівців з кризової журналістики, як-от формування ціннісного інтелекту.

Передусім наголосимо, що ціннісний інтелект потрактовується нами як здатність ідентифікувати, розуміти й толерантно сприймати різні ціннісні світи (особистісні, групові, соціальні). Ціннісний інтелект також актуалізується прагненням ефективної й позитивної взаємодії з оточуючим світом, що не можливо без сформованої здатності ідентифікувати, розуміти й керуватися цінностями, а також реалізувати ціннісні орієнтації. Виходимо з того, що «контролювати формування й оперувати цінностями та ціннісними орієнтаціями

може лише особистість із високим ціннісним інтелектом, тобто особа, яка володіє глибокими аксіологічними знаннями, сформованою ціннісно-смисловою сферою, розвиненою ціннісною свідомістю й високою аксіологічною культурою» [3, с. 338]. У зв'язку з вказаним, необхідність формування ціннісного інтелекту обумовлена як інтересами особистості, так і суспільства загалом.

Для розуміння змісту ціннісного інтелекту необхідно зауважити, що він пов'язаний з наявністю певних навичок і вмінь, а саме: навичок вербального та невербального ціннісно зваженого спілкування; умінням ідентифікувати ціннісні установки й пріоритети різних соціальних груп; уміння сприймати інші (відмінні) цінності; розуміння способів реалізації цінностей і ціннісних орієнтацій представниками різних соціальних груп; ефективної діяльності у зв'язку з певними ціннісними дискурсами [4].

Ми також поділяємо позицію, що ціннісний інтелект обґрунтовано розглядати як основу соціальної інженерії. Як відзначає Ю. Пелех, орієнтуючись на цінності, які фактично мають нормативний зміст для особистості й суспільства загалом, вибудовується соціальна реальність, соціальні, політичні й економічні контексти, в умовах яких людина може задовольнити свої потреби, прагнення й ідеали (фактично різні типи цінностей). Зважаючи на це, наявність ціннісного інтелекту важлива для здійснення процесу соціальної інженерії, а сформованість цінностей й ціннісних орієнтацій має принципове значення для напрацювання ціннісних мотивів й цілей конструювання соціальної реальності та їхньої реалізації крізь призму певної соціальної (ціннісної) мети. Фактично «розвинений ціннісний інтелект створюватиме передумови для творення такого соціального простору, в якому мінімізуватимуться можливості ціннісних колізій й конфліктів» [4, с. 347]. Принагідно зауважимо, що раніше ми акцентували увагу на таку функцію медіа як соціально-конструктивну. Логічно стверджувати, що сформованість у журналіста ціннісного інтелекту сприятиме максимально ефективній реалізації такої функції. Втім повернемося до теми значення ціннісного інтелекту для журналістики криз.

Апелюючи до поняття «журналістики криз» (або «кризова журналістика») маємо чітко усвідомлювати щонайменше два принципових аспекти відповідного явища, а саме: 1) інформативний аспект журналістської діяльності в умовах кризи; 2) посередницький (комунікативний) зміст журналістської діяльності в умовах кризи. З точки зору експертки Парламентської асамблеї Ради Європи інформативний аспект журналістської діяльності в умовах кризи полягає в обов'язку та, водночас, праві надавати громадянам точну, всебічну та високоякісну інформацію [6]. При цьому така інформація має не лише задовольняти інформаційні права і потреби громадян, але й стимулювати дискусію щодо правильних заходів для протидії причинам та несприятливим наслідкам кризи та для її подолання. Водночас, медіа (журналісти) в умовах кризи своєю діяльністю мають сприяти участі громадян в обговоренні довгострокових змін, необхідних для підвищення стійкості суспільства до потенційних майбутніх криз [6]. У цьому разі журналісти фактично забезпечують конструктивну комунікацію між органами державної влади і громадянами.

Своєю чергою, акцентуємо увагу, що у контексті інформативного аспекту журналістської діяльності в умовах кризи реалізація обов'язку та права надавати громадянам точну, всебічну та високоякісну інформацію пов'язана з необхідністю усвідомлювати особливу цінність права на інформацію, а також достовірності й об'єктивності, професійної відповідальності. Крім того, якщо сприймати війну (воєнні дії) як кризу особливого порядку, то тут виникає ще одна вагома ціннісна проблема, адже «кожна війна змушує шукати відповідь на питання, чи журналіст може бути незаангажованим спостерігачем, адже саме цього вимагають правила журналістської роботи» [7, с. 55]. Означена ситуація актуалізує сформованість у журналіста ціннісного інтелекту.

З іншого боку, посередницький (комунікативний) зміст журналістської діяльності в умовах кризи вочевидь можемо потрактовувати як приклад соціальної інженерії, щоправда в особливих обставинах. Відтак, конструювання простору взаємодії між органами державної влади і громадянами задля підвищення стійкості суспільства, також потребує сформованості ціннісного інтелекту у суб'єктів відповідного процесу – журналістів. Ефективна посередницька (комунікативна) журналістська діяльність зумовлює необхідність щонайменше володіння навичками вербального та невербального ціннісно зваженого спілкування, а також ідентифікації й розуміння ціннісних пріоритетів різних соціальних груп.

Означене вважаємо раціональними аргументами щодо твердження про пріоритетність формування ціннісного інтелекту у процесі професійної підготовки для кризової журналістики.

Список використаних джерел

1. Мітчук О., Матвійчук А. Функціональні характеристики регіональних медіа під час війни (на прикладі Рівненської області). *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2025. Том 36 (75), № 4. Ч. 2. С. 281–286.
2. Матвійчук А., Мітчук О., Сипченко І. Аксіологічна культура і ціннісний інтелект: значення і перспективи для кризової журналістики. *Інтегровані комунікації*. 2025. № 1 (19). С. 103–110.
3. Матвійчук А. Концепт «ціннісного інтелекту» у соціально-філософському контексті. *Science and education: problems, prospects and innovations. Proceedings of the 10th International scientific and practical conference*. CPN Publishing Group. Kyoto, Japan. 2021. Pp. 336–339.
4. Pelekh Y., Matviichuk A. Value intelligence as a means of installation of theoretical axiology in the modern social and cultural space and in education. *Studia z teorii wychowania*. 2024. № 2(47), T. XV. Str. 173–188.
5. Пелех Ю. Ціннісний інтелект: філософсько-методологічні перспективи у педагогічній практиці. *European potential for the development of pedagogical and psychological science: Collective monograph*. Riga, Latvia: "Baltija Publishing", 2021. P. 331–366.
6. Engblom A. The role of the media in times of crises. Report1. Committee on Culture, Science, Education and Media Rapporteur. Parliamentary Assembly of the Council of Europe. 02.12.2021. URL: https://assembly.coe.int/LifeRay/CULT/Pdf/TextesProvisoires/2021/20211202-MediaTimesCrisis-EN.pdf (дата звернення: 25.11.2025).
7. Андрусечко П., Коваленко А. Від Революції Гідності до повномасштабної війни: як журналісти набували досвіду в реальних умовах: практичний посібник/ за загал. ред. В. Іванова. Київ: Центр вільної преси, 2024. 56 с.

Ольга МІТЧУК,
докторка наук із соціальних комунікацій, професорка.
Національний університет водного господарства
та природокористування

ПЕРЕОСМИСЛЕННЯ ФУНКЦІЙ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ОСВІТИ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОСТІ СУСПІЛЬСТВА В УМОВАХ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ

Сучасний світ переживає період глибоких цивілізаційних трансформацій, які значною мірою зумовлені розвитком цифрових технологій, зростанням ролі інформації та зміною характеру глобальних загроз. Україна нині є одним із найбільш показових прикладів того, як інформаційний простір перетворюється на повноцінний театр війни, а комунікаційні практики – на інструменти впливу, маніпуляції та спротиву. Гібридна війна, що поєднує військову агресію, інформаційні атаки, кібероперації, економічний тиск та психологічний вплив, поставила перед державою та суспільством нові виклики, які потребують переосмислення ролі медіа й, відповідно, функцій журналістської освіти.

У контексті сталого розвитку держави, де ключовими принципами є стійкість, інклюзивність, прозорість та збалансованість соціальних процесів, журналістика набуває значення не лише професійної сфери, а й суспільного інституту, що впливає на безпеку, інформаційну гігієну, політичну культуру й формування громадянської відповідальності. Тому проблема переосмислення функцій журналістської освіти має не просто академічне, а стратегічне значення як для державної політики, так і для збереження демократичних цінностей та соціальної інтеграції.

У сучасному інформаційному просторі, де гібридна війна стала не лише військовим, а й інформаційним, психологічним, медіафронтом, освіта журналістів набуває принципово нового значення. Аналізуючи дослідження про конфлікти 21-го століття часто бачимо емпіричну складову гібридної природи, де «інформаційна війна» стає однією з ключових складових. Так, у праці «Media Literacy and Its Role in Countering Hybrid Warfare» дослідники de Andrade Gama I. та Mozgin W. зазначають, що «українсько-російський конфлікт ... містить усі атрибути гібридного конфлікту» та що «медіаграмотність у сфері освіти» є інструментом для протидії інформаційному впливу агресора [1].

Науковці доходять висновку, що «Українська модель медіаграмотності повинна становити невід'ємну частину освітнього процесу, починаючи з наймолодших» її споживачів, а це означає, що журналістська освіта – не лише факультатив, як багато хто вважає, для майбутніх спеціалістів, а базова суспільна компетентність, важлива для всіх громадян.

До того ж, у контексті війни та медіакриз важливим є перегляд самої структури журналістської освіти. У дослідженні науковиць С. Фіялки та З. Корнієвої «Журналістська освіта в часи війни: нові виклики та стратегії адаптації» [2] описано як студенти-журналісти в Україні переживають виклики навчання під час війни: вони наголошують на потребі у підготовці з безпеки, етики журналістики, чутливості до конфлікту, адаптивності навчальних програм, розвитку критичного мислення та психологічної стійкості. Авторки підкреслюють, що навчальні програми мають враховувати «реальні сценарії» – тобто виклики воєнного часу, а не лише теоретичні стандарти.

Таким чином, відповідно до запиту суспільства та потреб аудиторії щодо переосмислення функцій журналістської освіти, стає зрозуміло, що освіта має бути практично орієнтованою, гнучкою та чутливою до контексту, зокрема, воєнного.

Не менш важливо, щоб журналістика в умовах інформаційної війни базувалася на принципах обережності, перевірки фактів, етики та відповідальності. У спеціальному методичному посібнику «Гібридна війна і журналістика. Проблеми інформаційної безпеки» автори наголошують, що «журналісти в умовах гібридної війни мають опанувати знання з інформаційної та інформаційно-психологічної безпеки, технологій поширення інформації, семантики, медіаграмотності та вміти критично оцінювати контент» [3].

Це демонструє, що існує вже фахова база, досвід викладання та теоретичні підґрунтя, які можуть бути використані для формування сучасної журналістської освіти, орієнтованої на виклики сьогодення.

Підсилює цю перспективу підхід до медіаосвіти як фундаментальної педагогічної парадигми. У міжнародному контексті, дослідник J. Gomez-Galan обґрунтовує, що медіаосвіта – це не просто навчання технічним аспектам медіадіяльності, а формування «громадянина, усвідомленого влади і впливу ІСТ», який розуміє «техномедіа мови» і здатен критично оцінювати контент.

В умовах гібридної війни така форма освіти набуває не факультативного, а фундаментального значення, як фактор демократичності, медіагігієни, інформаційної стійкості.

Аналіз сучасних наукових досліджень і методичних напрацювань показує, що переосмислення функцій журналістської освіти не лише логічний, а й необхідний крок для забезпечення інформаційної безпеки, медіакомпетентності, стійкості суспільства.

Журналістська освіта майбутнього повинна поєднувати у собі підготовку до роботи в умовах воєнних і кризових ситуацій, навички медіаграмотності, фактчекінгу, критичного мислення; розуміння технологій інформаційних маніпуляцій; знання з етики, психологічної стійкості, відповідальності перед суспільством; здатність працювати з цифровими інструментами, даними, мультимедіа. Саме такі компетентності дозволять журналісту бути не лише репортером, а агентом інформаційної стійкості, захисником правди і громадянської свідомості.

Як висновок, враховуючи викладене, можемо констатувати, що актуальні програми журналістської освіти в Україні повинні проходити ревізію та модернізацію з врахуванням досвіду науковців, потреб воєнного часу, викликів гібридної війни та інформаційного суспільства і потреб аудиторії. Добре, що вже існують такі дослідження та педагогічні напрацювання від медіаосвіти загального типу до фахових методичних посібників із інформаційної безпеки. Наше завдання впровадити їх зміст у освітні програми підготовки здобувачів освіти, зробити медіаграмотність і інформаційну компетентність базовими, а не факультативними компонентами підготовки фахівця. Це не лише підвищить якість журналістів, але й сприятиме загальній стійкості суспільства, демократичним процесам, захисту інформаційного простору держави.

Список використаних джерел

1. Гібридна війна і журналістика. Проблеми інформаційної безпеки : навчальний посібник / за заг. ред. В. Жадька ; ред.-упор. : О. Харитоненко, Ю. Полтавець. Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2018. 356 с.
2. де Андраде Гама, Ісабела та Віктор Мозгін. Медіаграмотність та її роль у протидії гібридній війні (на прикладі України). *Майбутній образ людини*. 2021. Т 15. С. 4-13. https://doi.org/10.29202/fhi/15/1
3. Фіялка, С., Корнєва, З. Журналістична освіта в час війни: нові виклики та стратегії адаптації. *Advanced Education*. 2024. Вип. 12 (25). С. 25-43. https://doi.org/10.20535/2410-8286.316512

Наталя НЕЧАЄВА,
кандидатка філологічних наук, доцентка.
Харківський національний університет
імені В. Н. Каразіна

ПУБЛІЧНИЙ ПРОСТІР ЯК ОБ'ЄКТ КУЛЬТУРНОГО ПЕРЕОСМИСЛЕННЯ: МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Повномасштабне вторгнення стало ще одним складним етапом трансформації та адаптації української вищої до надзвичайних умов навчання після коронавірусної пандемії. Викладання в таких умовах, особливо предметів журналістського циклу, які вимагають не лише теоретико-практичного засвоєння матеріалу, а й значної інтелектуально-творчої роботи, викликало потребу зміщувати акценти з медіакритичного в бік рефлексивного, культурно-медитативного аналізу матеріалу, який давав можливість переосмислити поточний воєнний конфлікт в межах ширшого історико-культурного контексту.

Одним із завдань з предмета «Медіакультура та медіаграмотність» було переосмислення об'єкта публічного простору. Метою було вивчити його історію, творців, концепцію, культурний та медійний фон, висловитися щодо органічності існування в публічному просторі, аргументувати історичну та культурну цінність. Теоретичним підґрунтям завдання стала дискусія щодо доцільності існування в публічному просторі українських населених пунктів об'єктів комеморації імперського або радянського періодів. З травня 2015 року почався активний процес вичищення публічного простору від чужинних культурних та ідеологічних символів символів, ініційований Українським інститутом національної пам'яті. Це породило жваві обговорення про історію та ідеологію, пропаганду і пам'ять, свій і чужий простір в контексті лавиноподібних трансформацій, небезпеку втрати культурно-історичної ідентичності на догоду поточному політичному моменту. Культурологічне розуміння пострадянського міста вбачає в ньому унікальне поєднання ідеології і простору, ідеології і мистецтва, символічний вимір якого «постає полем боротьби у пошуках правильного сприйняття», який породжує «асиметрію пам'яті» [4, с. 264]. Таким чином відбувалась самоідентифікація людини через причетність до цього простору, формується її соціальна та культурна ідентичність через медійне, ментальне, безпосередньо матеріальне пізнання навколишніх образів.

Пам'ятники в публічному просторі, як і будь-які публічні об'єкти, відображають політико-естетичну боротьбу за домінуючий наратив, який покликаний підкорити історію і пам'ять єдиному символізму сприйняття. В часи соціальних зрушень такі матеріалізовані ідеологеми першими потрапляють під прес нової політичної доктрини, адже є вкоріненими формами іншої, тепер уже чужої пам'яті. Дискусія про знищення чи реконтекстуалізацію «важкої спадщини» [3, с. 166] триває з моменту отримання незалежності України,

породжує ідеї неможливості креативної декомунізації, адже втручання в авторський твір називається вандалізмом [2], до того ж обумовленим не творчим задумом, а політичною необхідністю. Навіть реконтекстуалізація як європейський досвід переосмислення матеріалізованої історії «змушує замислитися над складністю впровадження політики пам'яті в сучасному українському суспільстві» [3, с. 173], адже такі «об'єкти продовжують радянський метод відображення пануючої ідеології в публічному просторі, просто замінюючи окремі елементи» [2]. Водночас події останніх років стали «остаточним каталізатором формування суспільного запиту на деколонізацію свого культурного, наративного та історичного простору» [1, с. 5].

Хоча завдання не передбачало фокусу саме на історико-політичному контексті комеморативних об'єктів, саме він зрештою вийшов на перший план. Серед аналізованих були пам'ятник Івану Мазепі в с. Коломак на Харківщині, скульптура князям Острозьким в м. Острог та пам'ятник Артему в Святогірську, які підняли питання ролі особистості в історико-політичному процесі державотворення. Зокрема, студенти дискутували про ревізію історичних ярликів (Іван Мазепа), роль персони в становленні більшовистської влади (Федір Сергєєв (Артем)), функції освіти, віри, військової сили в державотворних процесах (князі Острозькі). Обов'язковою умовою дискусії стало звертання до старих і новітніх історико-дослідницьких практик та фіксація того, наскільки фактологія проникає в медіаповідомлення, в яких згадуються ці особистості (Іван Мазеп з нагоди 330-ї річниці обрання його гетьманом Війська Запорізького; князі Острозькі з нагоди святкування 900-річчя Острогу; Артем у зв'язку з внесенням його до списку декомунізації). Під час обговорення студенти відокремлювали політичний аспект існування пам'ятників від їх історико-культурної цінності як арт-об'єктів (пам'ятник Артему) та фіксували маніпулятивні спроби політиків використовувати історичних діячів задля власного піару (Кучма й Острозькі). Примітно, що знищення не розглядалося як прийнятний спосіб трансформації публічного простору, хоча й визнавалися порушення українського законодавства в аспекті пропаганди комуністичного режиму на пам'ятниках загиблим у Другій світовій війні (серп та молот, дати 1941–1945). Тема реконстекстуалізації прозвучала під час обговорення меморіалу «Вічно живим» у Кременчуці, який студенти сприйняли як важливий елемент історичної пам'яті й водночас як носій політизованого радянського наративу про війну. Увічнення жертовності й смерті людей в контексті поточної війни викликало міцний емоційний відгук, а трансформація пам'ятника розглядалася як в аспекті введення в символіку композиції пацифічних мотивів, так і на рівні збереження ідеї комеморації жертв війни за умови усунення радянських знаків.

В цілому, практика ревізії історії на заняттях з медіаграмотності показала, що навіть в умовах воєнно-політичного протистояння процеси переосмислення минувщини й формування вектору культурно-історичного соціального розвитку потребує послідовного, фактологічного, міждисциплінарного підходу, аби одержимість минулим не перетворилась на предмет маніпуляцій [4, с. 271], а

неоднозначний історичний досвід став підґрунтям для демократичних суспільних дискусій.

Список використаних джерел

1. Достлєва Л. Деколоніальні дебати в Україні: Визначення подальших кроків. *Гете-Інститут*. 2024. 13 с. URL: https://www.goethe.de/resources/files/pdf329/gi_dis_solutions_ua_dostlieva_2024_06_10.pdf (дата звернення: 29.11.2025).
2. Касьянова Д. Щорсзна-що: Чи може декомунізація бути креативно. *Bird in Flight.* 18 вересня 2020. URL: https://birdinflight.com/nathnennya-2/crytyka/20200908-molyar-decommunization-ukr.html (дата звернення: 29.11.2025).
3. Корчина Н. Досвід Італії у переосмисленні фашистської монументальної спадщини на прикладі барельєфу Муссоліні в Боцен / Больцано. *Українська академія мистецтва*. 2023. Вип. 33. С. 164–177. URL: https://doi.org/10.32782/2411-3034-2023-33-19
4. Ніколенко Д. Конфлікт пам'ятей у публічних просторах міста. *(Не)Задоволення публічними просторами. Урбаністичні Студії ІІІ. (Представництво Фонду ім. Гайнріха Бьолля в Україні. Центр Урбаністичних Студій НаУКМА)* К.: Всесвіт, 2016. С. 264–273. URL: https://ua.boell.org/sites/default/files/urban_studies_3_edit.pdf (дата звернення: 29.11.2025).

Вікторія НІКИТЕНКО,
докторка філософії з журналістики, доцентка.
Київський національний університет
імені Вадима Гетьмана

FRAMING STRATEGIC STATE COMMUNICATION DURING WARTIME: IMPLICATIONS FOR THE TRAINING OF MEDIA PROFESSIONALS

In the context of Russia's full-scale war against Ukraine, state strategic communication – both with external and internal stakeholders – plays a decisive role in securing international support, societal resilience, and resource mobilisation. At the same time, practitioners involved in designing and implementing communication policy report significant gaps in its development, coherence, and execution, and in some cases point to the absence of a unified state strategic communication system under wartime conditions (Bereshchak, 2025). Nevertheless, empirical analysis of public addresses, information campaigns, and official statements allows the identification of distinct elements of state communication strategy and tactics. These elements – their framing structures, message-building logic, and interpretative consequences – constitute the material modern media professionals must be able to work with. The ability to identify frames, understand their structural function, and recognise mobilising, diplomatic, or normative components of state messages is becoming a core professional competence in wartime. This creates an urgent need to update journalism and media education – moving from genre-based and technical skills toward analytical capacity to work with state public communication as an object of critical inquiry. These conference theses aim to outline the key features of state strategic communication frames during wartime and to define the possibilities for applying them in media education. Such analytical focus expands traditional approaches in journalism education, which mainly concentrate on genres and technical execution. In contemporary media studies, frames are typically conceptualised as interpretative structures that organise event perception and set dominant patterns of meaning-making (Entman, 1993; Chong and Druckman, 2007). Recent scholarship emphasises that the rise of digital environments, algorithmic content selection, and the increased impact of non-institutional actors are reshaping mechanisms of frame construction. A systematic review of framing studies in the social-media era highlights that frames increasingly function as dynamic interpretative models circulating between state institutions, the media, and digital platforms, forming new configurations of influence (López-Rabadán, 2022). Similar conclusions appear in a comprehensive literature review analysing over sixty studies, which identifies a shift toward exploring strategic communication, information operations, and crisis narratives (Almakaty, S, 2025). According to this review, frames increasingly serve not only as media tools, but also as instruments of political governance and public diplomacy – particularly visible during conflict. In the case of Russia's war against Ukraine, framing becomes even

more critical. A 2025 Polish study on framing economic dynamics during wartime similarly shows that business journalism applies established frames – "economic security," "price instability," "international support" – that reinforce broader strategic interpretations of the war (Matusiak, R.K. and Radziej, R., 2025).

Collectively, these studies demonstrate that:

1. frames are a key analytical tool in examining state and media communication;
2. during war they fulfil mobilising, diplomatic, security-related, and normative functions;
3. media professionals must be equipped to identify, compare, and interpret frames used both by the media and by state institutions.

This provides the methodological basis for examining the frames produced by Ukrainian state strategic communication during the full-scale war and for justifying the integration of framing analysis into media education. Based on the current communication practices of Ukrainian state institutions, a set of functional frames can be identified, each forming part of the state's public logic: the resilience frame, responsibility frame, partnership frame, future/reconstruction frame, security/threat frame, justice frame, agency frame, dignity frame, technological frame, and humanity frame. Each frame carries a specific interpretative function – from constructing moral order (justice frame) to projecting state agency (agency frame) or future-oriented development (future frame). Each is directly relevant for the professional training of journalists and communication specialists.

1. Resilience Frame. Grounded in theories of societal resilience (NATO StratCom, 2024), it emphasises the capacity of the state and society to function despite threats. Function: stabilisation and uncertainty reduction. Discursive markers: "resilience," "unbreakable," "operational despite attacks." Risks: triumphalism, problem-silencing. Educational use: analysing crisis-day public addresses, comparing facts and framing. *2. Responsibility Frame.* Rooted in moral responsibility theory (Chong and Druckman, 2007), it attributes agency, causes, and consequences. Markers: "we must," "consequences of decisions," "shared duty." Risks: blame-shifting, paternalism. Educational use: exercises in reconstructing causality. *3. Partnership Frame.* Based on studies of international solidarity (Rid, 2020), it presents Ukraine as part of a democratic coalition. Markers: "together with partners," "coalition," "joint decisions." Risk: dependency framing. Educational use: analysis of diplomatic discourse. *4. Future/Reconstruction Frame.* Connected to foresight and post-war planning approaches. Markers: "after victory," "reconstruction," "new cities." Risks: wishful thinking. Educational use: evaluating realism of state plans. *5. Security/Threat Frame.* Grounded in crisis communication theory (Seeger, 2006). Markers: "danger," "risk," "follow safety rules." Risks: over-securitisation. Educational use: analysing boundaries between informing and fear-inducing. *6. Justice Frame.* Linked to moral order and international justice (Zelizer, 2017). Markers: "justice," "tribunal," "war crimes." Risks: emotional over-simplification. Educational use: ethical reporting on war crimes. *7. Agency Frame.* Highlights Ukraine's active role (Soroka, 2020). Markers: "Ukraine initiates," "leads," "implements." Risk: exaggeration. Educational

use: active vs passive constructions. *8. Dignity Frame.* Associated with democratic values and collective identity (Habermas; Schudson). Markers: "dignity," "freedom," "our values." Risks: romanticisation. Educational use: analysis of cultural codes. *9. Technological Frame.* Positions Ukraine as a modern, digital state. Markers: "innovation," "digital solutions." Risk: overstatement. Educational use: fact-checking technological claims. *10. Humanity Frame.* Grounded in humanitarian communication and empathetic discourse (Iyengar, 2019). Markers: protection of life, care, solidarity, humanitarian action, ethical stance, personal stories. Risks: re-traumatisation, emotional exploitation. Educational use: ethics of humanitarian reporting.

For media education, it is vital not only to understand message content but also the structures that organise this content. The application of framing analysis in training media professionals should include three methodological components:

1. Analytical Component

Developing the ability to identify structural elements of a frame: problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and suggested remedies (Entman, 1993), as well as institutional and emotional markers typical of wartime strategic communication. This includes training students to identify frames in state addresses, diplomatic statements, information campaigns, and news materials.

2. Interpretative Component

Understanding how frames shape journalistic practice: how a frame alters event representation, sets interpretative boundaries, and highlights or hides specific issues. This includes analysing how state frames may both support and constrain journalistic standards such as balance and multi-perspectivity.

3. Practice-Oriented Component

Mastering deframing (deconstructing messages) and reframing (creating alternative interpretations in reporting). This enables students not only to understand strategic state messages but also to critically reinterpret them from the standpoint of journalistic ethics and public interest.

Integrating these components into curricula supports the shift from traditional content-based journalism education toward developing analytical autonomy. As a result, future media professionals gain the ability not only to reproduce messages but also to critically interpret state frames, understand their strategic objectives, and assess their impact on public discourse. This is especially crucial during war, when journalists operate under intensified risks of manipulation, pressure, and framing conflicts among state, media, and civic actors. Thus, framing analysis becomes not merely a research method but a core professional competence that enables journalists to balance the demands of state strategic communication with the standards of democratic journalism – ensuring objectivity, resilience, and critical capacity of the information environment.

References

1. Almakaty, S. (2025) *A Comprehensive and Critical Literature Review on Framing Theory in the Digital Media Age*. Preprints. Available at: https://doi.org/10.20944/preprints202504.1728.v1
2. Bereshchak, V. (2025) Government communication is collapsing: what this means for the country, *LIGA.net*, 11 August. Available at: https://www.liga.net/ua/politics/opinion/komunikatsiia-vlady-sypletsia-chym-tse-zahrozhuie-kraini

3. Boin, A. (2016) *The Politics of Crisis Management: Public Leadership under Pressure*. Cambridge: Cambridge University Press.
4. Chong, D. and Druckman, J. (2007) Framing theory, *Annual Review of Political Science*, 10(1), pp. 103–126.
5. Entman, R.M. (1993) Framing: Toward clarification of a fractured paradigm, *Journal of Communication*, 43(4), pp. 51–58.
6. Habermas, J. (1996) *Between Facts and Norms*. Cambridge: Polity Press.
7. Ilie, C. and Zaharia, R. (2022) Framing the Russia–Ukraine War: A comparative analysis of the news coverage in international media, *Journal of Media Research*, 15(3), pp. 49–63. Available at: https://www.mrjournal.ro/docs/R2/49jmr3.pdf
8. Iyengar, S. (2019) *Media Politics: A Citizen's Guide*. New York: W.W. Norton.
9. López-Rabadán, P. (2022) Framing Studies Evolution in the Social Media Era: Digital advancement and reorientation of the research agenda, *Social Sciences*, 11(1), p. 9. Available at: https://doi.org/10.3390/socsci11010009
10. Matusiak, R.K. and Radziej, R. (2025) Framing of the wartime economic situation in Polish business journalism during the Russian–Ukrainian conflict, *Media, War & Conflict*, 0(0). Available at: https://doi.org/10.1177/17506352251356835
11. NATO StratCom (2024) *Resilience, civil preparedness and Article* Available at: https://www.nato.int/en/what-we-do/deterrence-and-defence/resilience-civil-preparedness-and-article-3
12. Rid, T. (2020) *Active Measures: The Secret History of Disinformation and Political Warfare*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
13. Schudson, M. (2003) *The Sociology of News*. New York: W.W. Norton.
14. Seeger, M.W. (2006) Best practices in crisis communication, *Journal of Applied Communication Research*, 34(3), pp. 232–244.
15. Trabada, A. L., & Maneiro, E. (2025). *Political communication, framing strategies, and public opinion: Questions for the next big crisis.* Atlantic Journal of Communication, 1–20. https://doi.org/10.1080/15456870.2025.2504483
16. Soroka, Stuart N. and McAdams, Stephen, News, Politics, and Negativity (May 31, 2012). CIRANO - Scientific Publications 2012s-14, Available at: http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2075941
17. Zelizer, B. (2017) *What Journalism Could Be*. Cambridge: Polity Press.

Тарас ПЕТРІВ,
кандидат філологічних наук, доцент.
Навчально-наукового інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА В ЧАС ВІЙНИ

Медіапростір України у 2024–2025 рр. трансформувався у стан перманентної екзистенційної кризи. Нові професійні виклики і стагнація воєнної економіки зумовила комплекс безпекових, ресурсних та технологічних загроз, що потребує переосмислення стратегій виживання галузі.

Українські медіа демонструють надзвичайну стійкість попри численні загрози.

Медіа під час війни стають не лише джерелом новин, а й інструментом національної безпеки та когнітивгої підтримки суспільства. Їхня стійкість визначає, наскільки громадяни та міжнародна спільнота можуть отримувати правдиву інформацію та протистояти новій світовій загрозі.

Виклики для українських медіа в час війни за нашими дослідженнями є комплексними. І тому потребують глобальної співпраці з партнерами. В Україні це потребує нових ключових стратегій підготовки но нових реалій роботи за стандартами ЄС. Окремої уваги потребує один з сучасних викликів - ефективне регулювання та низка інших випробовувань.

1. Безпекова парадигма. Окрім фізичних ризиків (загибель та поранення медійників), підвищилися цифрові загрози.

2. «Кадровий голод». До кінця 2025 року майже 70% редакцій потерпали від браку фахівців через складнощі воєнного часу.

3. Психосоціальні чинники. Ментальне виснаження та ПТСР охопили понад двох третин журналістської спільноти. Це детермінує масовий вихід досвідчених кадрів із професії.

4. Етика та самоцензура. Дотримання стандартів ускладнюється військовими умовами, посиленням фактору суспільної напруги через звірства ворога та вал спеціальних інформаційних операцій, поширенням внутрішньої самоцензури.

5. Технологічний прорив ШІ. Попри ризики помилок і дезінформації, понад 50 відсотків редакцій імплементували штучний інтелект як інструмент оптимізації витрат.

6. Економічний детермінізм. Припинення діяльності понад 300 медіа свідчить про крах рекламної моделі. Домінування грантового фінансування створює ризики втрати сталості, що змушує редакції експериментувати з платним контентом (paywall) та сервісними послугами.

Майбутнє українських медіа залежить від здатності до «стійкого відновлення» (building back better). Необхідна нова «кадрова хвиля», системна підтримка ментального здоров'я команд, розробка нових економічних моделей, незалежних від виснаженого рекламного ринку, інтеграція ШІ за суворими етичними протоколами, а також впровадження нових інституційних моделей просування підготовки і перепідготовки журналістських кадрів.

Сучасний етап розвитку характеризується переходом від короткострокового антикризового менеджменту до стратегій довгострокового виживання в умовах воєнної та поствоєнної економіки.

У цьому контексті критичної ваги набуває не лише фізичне збереження редакцій, а й інтелектуальна регенерація професійної спільноти.

Традиційна лінійна модель вищої освіти «бакалаврат – магістратура» в умовах війни потребує в галузі журналістики модерних елементів, які б допомогли країні і журналістській спільноті набути додаткової сил і нових знань та навичок. Журналістська професія сьогодні перебуває в епіцентрі технологічних та безпекових змін, що потребує швидкого впровадження моделі Continuous Professional Development (CPD) — безперервного професійного розвитку. На відміну від класичних тренінгів, CPD передбачає циклічне та цілеспрямоване оновлення компетенцій протягом усієї кар'єри. Це нині актуально з огляду на те, що професійні стандарти в умовах воєнного стану проходять через випробування етичними дилемами та новими законодавчими нормами [3, с. 52].

Реалізація CPD дозволяє вирішити проблему «освітнього розриву», коли випускники або діючі журналісти не володіють достатньою мірою інструментарієм цифрової безпеки чи навичками роботи з OSINT-даними [5, с. 142].

Для інституалізації моделі CPD варто було б реалізувати ініціативу створення спеціалізованого Центру підготовки та перепідготовки журналістських кадрів на базі ННІЖ КНУ імені Тараса Шевченка. Лідерство Інституту журналістики КНУ в такому проєкті є дуже природнім зважаючи на багаторічну співпрацю цих закладів ще з 2001 року. Вибір шведського інституту FOJO (Linnaeus University) як функціонального взірця також обумовлений його успішним досвідом зміцнення медіа в країнах, що перебувають у стані транзиту або конфлікту [14, с. 24].

Пропонована концепція Центру може включати:

- Стійкість (Resilience): Навчання журналістів алгоритмам роботи в зонах бойових дій, тактичній медицині та психологічній самодопомозі [15, с. 12].
- Технологічна конвергенція: Освоєння інструментів штучного інтелекту для верифікації контенту та автоматизації рутинних редакційних процесів.
- Економічна адаптивність: Тренінги з фандрейзингу та розробки альтернативних бізнес-моделей (subscription, membership) в умовах стагнації рекламного ринку [9, с. 91].

Робота центру могла б дати ефективні відповіді на інші актуальні виклики.

Зокрема, безпека медійників залишається найгострішим викликом. Російська армія розглядає журналістів як комбатантів інформаційного фронту, що призводить до цілеспрямованих атак [2, с. 18]. Окрім фізичної загрози, актуалізується проблема цифрового переслідування та дезінформаційних кампаній.

Етичний вимір війни змушує журналістів балансувати між професійним обов'язком інформування та патріотичною позицією. Феномен самоцензури, зумовлений побоюваннями зашкодити обороноздатності, деколи стає викликом для об'єктивності [8, с. 17]. Безперервна освіта в межах Центру має надати інструменти для вирішення цих дилем через дискусійні платформи та розробку оновлених етичних кодексів.

Програма ментальної допомоги журналістам Фундації Суспільність наголошує на важливості роботи з психоемоційним ресурсом галузі.

Українські медіа стикаються з безпрецедентною «кадровою депресією». Мобілізація фахівців до лав ЗСУ та міграційні процеси вимили значну частку досвідчених кадрів [13, с. 15]. Це призводить до явища «мультизадачності відчаю», коли залишки редакційного складу працюють на межі виснаження.

Психологічне вигорання та «травма свідка» більше не є індивідуальними проблемами, це загроза національній інформаційній безпеці [4, с. 118]. Нездатність медійника адекватно сприймати реальність через ПТСР веде до поширення викривленої інформації. Тому психологічна реабілітація має бути інтегрована в навчальні плани CPD.

Українські медіа сьогодні є форпостом демократії в умовах тотальної війни. Однак без системного оновлення підходів до професійної освіти цей ресурс може вичерпатися. Створення Центру підвищення кваліфікації на базі ННІЖ КНУ за моделлю FOJO є не просто реформою, а стратегічною інвестицією в інформаційну стійкість держави. Саме через модель CPD ми зможемо підготувати та перепідготувати журналіста нового типу: мультифункціонального, психологічно стійкого та технологічно грамотного.

Список використаних джерел

1. Про медіа : Закон України від 13 груд. 2022 р. № 2849-IX. *Відомості Верховної Ради України*. 2023. № 47-49. Ст. 319.
2. Виклики для роботи журналістів та медіа під час війни в Україні : звіт за результатами дослідження / Центр прав людини ZMINA. Київ, 2023. 54 с.
3. Ганкевич В. В. Безперервний професійний розвиток журналістів як відповідь на технологічні трансформації галузі. *Обрії друкарства*. 2023. № 1(11). С. 45–58.
4. Гусак Н., Касянчук М. Ментальне здоров'я медійників в умовах війни: ризики вигорання та стратегії самодопомоги. *Психологія і суспільство*. 2024. № 2. С. 112–130.
5. Журналістська освіта в Україні: орієнтири на цифровізацію та безпеку : монографія / за ред. В. Різуна. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2022. 240 с.
6. Звіт про стан свободи слова в Україні в умовах воєнного стану (2023–2024) / IMI. URL: imi.org.ua (дата звернення: 14.02.2024).
7. Комісія з журналістської етики. Рекомендації щодо використання штучного інтелекту в роботі редакцій. Київ, 2024. 12 с.
8. Куляс І. Журналістські стандарти в часи війни: між правдою та доцільністю. *Медіакритика*. 2023. Вип. 28. С. 15–22.

9. Лазебник Ю. О. Бізнес-моделі українських медіа в умовах воєнної економіки. *Економіка та управління медіабізнесом*. 2024. № 3. С. 88–101.
10. Настанови щодо відповідального використання штучного інтелекту в медіа / МКІП України. Київ, 2024. 18 с.
11. Оцінка потреб українських медіа: результати опитування / UNESCO. Paris, 2023. URL: unesco.org (дата звернення: 10.02.2024).
12. Потятиник Б. В. Новітні технології та журналістська етика: виклики ШІ. *Вісник ЛНУ. Серія Журналістика*. 2023. Вип. 52. С. 34–42.
13. Стан українських медіа: кадровий голод та фінансова стабільність : аналітична доповідь / ГО «Детектор медіа». Київ, 2024. 48 с.
14. Fojo Media Institute. International Support for Professional Journalism: Annual Report 2023. Kalmar : Linnaeus University, 2024. 64 p.
15. UNESCO. Safety of Journalists in Ukraine: Reporting from a War Zone. Paris : UNESCO Publishing, 2023. 92 p.

Тетяна ПРИСТУПЕНКО,
кандидатка історичних наук, професорка.
Ірина ЄВДОКИМЕНКО,
кандидатка наук із соціальних комунікацій.
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ СТАТУСУ ЖУРНАЛІСТА В УМОВАХ ДІЇ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ

Із початком повномасштабного вторгнення Російської Федерації на територію України та запровадженням правового режиму воєнного стану відповідно до Закону України «Про правовий режим воєнного стану» відбулися суттєві зміни у правовому регулюванні статусу журналіста [1]. Ці зміни стосуються як переосмислення статусу журналіста в межах міжнародного гуманітарного права, так і трансформації національного законодавства з метою встановлення нового балансу між свободою слова, правом на інформацію та інтересами національної безпеки.

Базовим міжнародно-правовим актом, що визначає правовий статус журналістів у збройних конфліктах, є Женевська конвенція (III) про поводження з військовополоненими 1949 року [2]. Вона передбачає, що військові журналісти, які супроводжують збройні сили та мають відповідну акредитацію, у разі захоплення в полон набувають статусу військовополонених відповідно до пункту 4 статті 4 Конвенції. Ці положення отримали подальший розвиток у Додатковому протоколі I 1977 року до Женевських конвенцій [3].

Міжнародне гуманітарне право розрізняє дві категорії журналістів, які працюють у зоні збройного конфлікту: військових журналістів, акредитованих при збройних силах, та незалежних журналістів, які здійснюють професійну діяльність без такої акредитації. Водночас захист міжнародного гуманітарного права поширюється і на незалежних журналістів, хоча вони не користуються спеціальним захистом з боку збройних сил.

Статус військових журналістів підтверджується посвідченням, виданим компетентними органами, яке засвідчує їх право супроводжувати збройні сили. Таке посвідчення не надає додаткових прав чи привілеїв, а лише підтверджує професійний статус журналіста [2].

Відповідно до статті 79 Додаткового протоколу I журналісти, які працюють у зоні бойових дій, вважаються цивільними особами та користуються захистом, передбаченим міжнародним гуманітарним правом, за умови, що вони не беруть участі у бойових діях і не вчиняють дій, які можуть позбавити їх цивільного статусу [3]. Заборона участі журналістів у бойових діях є ключовою умовою збереження такого захисту.

Таким чином, журналісти користуються захистом, гарантованим цивільному населенню відповідно до статей 51 і 57 Додаткового протоколу I та Женевської конвенції (IV) про захист цивільного населення під час війни [4]. Напади на журналістів у зоні збройного конфлікту можуть кваліфікуватися як воєнні злочини. Водночас участь журналіста у військових діях призводить до втрати ним міжнародно-правового захисту як цивільної особи.

Аналіз міжнародних норм свідчить про певну подвійність правового статусу журналістів у збройних конфліктах, які за різних обставин можуть прирівнюватися як до цивільних осіб, так і до військовополонених. Така ситуація зумовлена специфікою журналістської діяльності в умовах війни та підвищеним рівнем ризиків.

За даними Національної спілки журналістів України та Міжнародної федерації журналістів станом на 9 вересня 2025 року з початку повномасштабного вторгнення РФ в Україну загинули щонайменше 130 представників медіа, з яких 18 — під час виконання професійних обов'язків, 10 — як цивільні жертви, 102 — під час проходження служби у лавах Сил оборони України [5]. За даними Інституту масової інформації, зафіксовано 858 злочини проти журналістів і медіаструктур, включно з убивствами, викраденнями, пораненнями, погрозами та знищенням медіаінфраструктури [6].

У відповідь на виклики, спричинені повномасштабною агресією, в Україні сформовано комплекс нормативно-правових актів, спрямованих на регламентацію діяльності медіа в умовах воєнного стану. До них належать рішення Ради національної безпеки і оборони України, спільні заяви органів державної влади та медіаспільноти, а також Закон України «Про медіа» (2023 р.) [7].

Значну роль у правовому регулюванні статусу журналістів відіграє Закон України «Про державну підтримку медіа, гарантії професійної діяльності та соціальний захист журналіста» у редакції 2022 року [8], який передбачає соціальні гарантії, компенсації, страхування, а також виплати у разі поранення або загибелі журналіста під час виконання професійних обов'язків. Додаткові гарантії для журналістів, які працюють у районах ведення бойових дій, були закріплені Законом України від 1 серпня 2022 року [9] та відповідними постановами Кабінету Міністрів України.

Важливі зміни в організації діяльності журналістів пов'язані з прийняттям Наказу Головнокомандувача Збройних Сил України № 73, який визначає порядок акредитації журналістів, правила їх роботи в зоні бойових дій та перелік обов'язкових вимог щодо безпеки. Оновлена редакція наказу 2024 року запровадила диференціацію зон доступу (зелену, жовту, червону) та спростила механізм доступу акредитованих журналістів до районів бойових дій [10].

Окрему групу правових обмежень становлять норми, спрямовані на протидію поширенню ворожої пропаганди та дезінформації. Після 24 лютого 2022 року до Кримінального кодексу України було внесено зміни, якими запроваджено відповідальність за колабораційну діяльність (ст. 111-1), несанкціоноване поширення інформації про Збройні Сили України (ст. 114-2),

погрози військовослужбовцям (ст. 435-1), а також виправдовування збройної агресії РФ проти України (ст. 436-1) [11].

Найбільш системно обмеження щодо змісту інформації кодифіковані в Законі України «Про медіа», зокрема у статтях 36 та 119, які визначають заборонені види контенту та передбачають відповідальність для суб'єктів у сфері медіа, включно з анулюванням ліцензій і блокуванням онлайн-ресурсів [7].

У контексті розвитку сучасного медіасередовища актуалізується питання правового статусу не лише професійних журналістів, а й інших медіаучасників — блогерів, фіксерів, громадянських і самозайнятих журналістів. Міжнародні стандарти, зокрема Загальний коментар № 34 Комітету ООН з прав людини та документи Ради Європи, виходять із функціонального підходу до журналістики, визнаючи журналістику як діяльність, спрямовану на суспільно значуще інформування, незалежно від форми зайнятості.

Практика Європейського суду з прав людини підтверджує можливість обмеження свободи вираження поглядів в умовах надзвичайних ситуацій за умови дотримання принципів законності, легітимної мети та пропорційності (Handyside v. the United Kingdom; Şener v. Turkey; Pentikäinen v. Finland [12-14]).

Отже, підсумовуючи все вище зазначене, варто наголосити на тому, що правове регулювання статусу журналіста в умовах дії воєнного стану в Україні має комплексний і динамічний характер, поєднуючи норми міжнародного гуманітарного права, міжнародні стандарти у сфері прав людини та розгалужену систему національного законодавства. Держава одночасно розширила гарантії безпеки та соціального захисту журналістів і запровадила обґрунтовані обмеження щодо змісту та способів поширення інформації з міркувань національної безпеки. Подальший розвиток медійного законодавства України має бути спрямований на забезпечення балансу між свободою слова та потребами оборони держави з урахуванням принципів правової визначеності, пропорційності та практики Європейського суду з прав людини.

Список використаних джерел

1. Про правовий режим воєнного стану : Закон України від 14.05.2015 р. № 389-VIII // Рада: веб-сайт. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/389-19 (дата звернення: 10.10.2025).
2. Про поводження з військовополоненими : Женевська конвенція від 12.08.1949 р. Редакція від 23.02.2023. № 995_153 // Рада: веб-сайт. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_153 (дата звернення: 10.10.2025).
3. Додатковий протокол до Женевських конвенцій від 12 серпня 1949 року, що стосується захисту жертв міжнародних збройних конфліктів (Протокол I), від 08.06. 1977 р. Редакція від 08.12.2005. № 995_199 // Рада: веб-сайт. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_199 (дата звернення: 10.10.2025).
4. Про захист цивільного населення під час війни : Женевська конвенція від 12.08. 1949 р. Редакція від 23.02.2023. № 995_154 // Рада: веб-сайт. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_154 (дата звернення: 10.10.2025).
5. Список журналістів, які загинули від початку повномасштабної російської агресії // Національна спілка журналістів України : веб-сайт. URL: https://nsju.org/novini/arman-soldin-stav-14-ym-mediapraczivnykom-shho-zagynuv-pry-vykonanni-profesijnyh-obovyazkiv/ (дата звернення: 10.10.2025).
6. 858 злочинів скоїла Росія проти журналістів і медіа в Україні від початку повномасштабної війни // Інститут масової інформації : веб-сайт. URL: https://imi.org.ua/monitorings/rosiya-skoyila-858-

zlochyniv-proty-zhurnalistiv-i-media-v-ukrayini-vid-pochatku-povnomasshtabnoyi-vijny (дата звернення: 24.10.2025).
7. Про медіа : Закон України від 13.12.2022 р. № 2849-IX // Рада: веб-сайт. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20 (дата звернення: 10.10.2025).
8. Про державну підтримку медіа, гарантії професійної діяльності та соціальний захист журналіста : Закон України від 23.09.1997 р. Редакція від 14.07.2025. № 540/97-ВР // Рада: веб-сайт. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/540/97-%D0%B2%D1%80 (дата звернення: 10.10.2025).
9. Про внесення змін до деяких законів України щодо державного захисту журналістів та членів їх сім'ї : Закон України від 01.08. 2022 р. № 2476-IX // Рада: веб-сайт. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2476-20 (дата звернення: 10.10.2025).
10. Наказ Головнокомандувача ЗСУ від 03.03.2022 року №73 зі змінами // Міністерство оборони України : веб-сайт. URL: https://mod.gov.ua/diyalnist/normativno-pravova-baza/nakaz-golovnokomanduvacha-zsu-vid-03-03-2022-roku-73-zi-zminami (дата звернення: 10.10.2025).
11. Кримінальний кодекс України : Закон України від 05.04. 2001 р. Редакція від 17.07.2025. № 2341-III // Рада: веб-сайт. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14 (дата звернення: 10.10.2025).
12. Case of Handyside v. The United Kingdom : Judgment of the European Court of Human Rights, 7 Dec. 1976. URL: https://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-57499 (дата звернення: 10.10.2025).
13. Case of Şener v. Turkey : Judgment of the European Court of Human Rights, 18 July 2000. URL: https://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-58742 (дата звернення: 10.10.2025).
14. Case of Pentikäinen v. Finland : Judgment of the European Court of Human Rights, 20 Oct. 2015. URL: https://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-158235 (дата звернення: 10.10.2025).

Сергій П'ЯТАЧЕНКО,
кандидат філологічних наук, доцент.
Сумський державний університет

СУЧАСНА ЛІТЕРАТУРА В УМОВАХ ВІЙНИ: ЯК НАВЧАТИ ЖУРНАЛІСТІВ КРИТИЧНО АНАЛІЗУВАТИ ЛІТЕРАТУРНІ НАРАТИВИ

Після початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну у 2022 році літературний процес зазнав значних трансформацій. На тлі руйнувань, втрат та переосмислення ідентичності зросла кількість художніх та документальних текстів, що фіксують воєнний досвід суспільства. Література стала не лише способом осмислення травми, а й важливим елементом інформаційної боротьби.

Література і загалом культурний дискурс з початком війни стали ареною інформаційної боротьби, це суттєво змінило роль соцмереж і викликало зміни в споживанні медіа та появу нових інформаційних запитів. «Традиційні медіа зіткнулися з викликами у швидкозмінному середовищі як зовнішніми, так і внутрішніми факторами, такими як ризики для безпеки журналістів, які ведуть репортажі з зони бойових дій, збільшення висвітлення новин у соціальних мережах, посилення правил через проблеми національної безпеки, поширення дезінформації та пропаганди» [1, с. 7].

Сучасна література дедалі частіше стає інструментом впливу на громадську думку. У соцмережах активно поширюються фейкові цитати, спотворені інтерпретації класиків, «пророцтва» Шевченка чи Лесі Українки, які нібито передбачали сучасні події. Анонімні телеграм-канали використовують художні образи для формування вигідних пропагандистських смислів. У період війни цей вплив посилюється, адже будь-які культурні висловлювання використовуються для підсилення або дискредитації певних позицій.

Водночас в інформаційному просторі з'являються десятки нових воєнних щоденників, репортажів, документальних свідчень, які ще не мають літературознавчої критики. Це створює для студентів складність у формуванні якісних аналітичних матеріалів.

Після 2022 року в Україні сформувався потужний масив воєнних текстів. До нього належать фронтові щоденники, репортажні книги, документальні свідчення військових та цивільних. Особливо зросла кількість авторських щоденників волонтерів, медиків, журналістів. Видавничі дані свідчать: частка документальної прози у 2022–2024 роках збільшилася майже вдвічі порівняно з довоєнним періодом. Ця продуктивність призводить до того, що студенти-журналісти стикаються з текстами, щодо яких ще немає усталених критичних оцінок або наукових інтерпретацій. Вони мають самостійно визначати критерії

якості, достовірності, жанрової приналежності та художньої цінності, що потребує високого рівня аналітичних навичок.

Українська аудиторія у воєнний час шукає достовірності та прямого свідчення. Це зумовлює популярність документалістики та нонфікшн-літератури. Читач хоче розуміти реальні досвіди – від історій полонених до щоденників оборонців Маріуполя. Відповідно, журналісти мають висвітлювати такі тексти з розумінням етичних норм і психологічних особливостей створення наративів травми.

Важливим є питання відповідального сторітелінгу: уникаючи сенсаційності, журналіст повинен точно передавати досвід автора, не порушуючи гідності й безпеки героїв. Взаємодія з текстами, що містять описи смерті, руйнувань чи тортур, потребує особливої емоційної та етичної підготовки.

Неодноразово вже вказувалося фахівцями, на те, що «коло тем повідомлень у соціальних мережах, за якими варто перевіряти факти й дані, суттєво розширилося останніми роками, зокрема почали з'являтися повідомлення на тему літератури – фейкові цитати, фейкові біографічні факти, маніпулятивні та псевдонаукові гіпотези на основі фальсифікованих джерел. Значна частина з них паразитує на надмірній емоційності українського користувача соцмереж, яка викликана надзвичайно складною ситуацією в країні, воєнними діями, атмосферою страху й невизначеності» [2, с. 84].

У соцмережах, зокрема у Facebook, Instagram та Telegram, поширюється значна кількість маніпулятивних або вигаданих літературних цитат. Серед найпоширеніших – «патріотичні» або «пророчі» вигадки, які приписують Тарасу Шевченку, Лесі Українці чи Івану Франку. Часто цитати вириваються з контексту або свідомо спотворюються, щоб підтвердити певний політичний наратив.

Анонімні телеграм-канали вводять в оману аудиторію через псевдолітературні вислови, які підсилюють емоційний вплив. Такі практики формують хибну культурну пам'ять і потребують активної протидії шляхом медіаграмотності та фактчекінгу.

Дезінформація на основі літератури часто має більший ефект, ніж звичайні фейки, оскільки базується на авторитеті класиків. Наприклад, цитати зі світової літератури (Дж. Орвелла, Г. Гессе, Е. Гемінґвея) використовуються для «доказу» ідеологічних тез, яких автори ніколи не висловлювали.

Тому критично важливо навчати студентів перевіряти походження цитат через електронні бібліотеки, корпуси текстів, словники та інструменти OSINT.

Сучасна журналістська освіта має рухатися у напрямку міждисциплінарності, тому курс «Сучасний літературний процес», який викладається в Сумському державному університеті, включає модулі, присвячені перевірці достовірності літературних цитат, аналізу контексту їх появи у соцмережах та застосуванню OSINT для пошуку першоджерел. Таке поєднання гуманітаристики й інструментів фактчекінгу підвищує професійну компетентність майбутніх журналістів.

Для того щоб студенти могли професійно аналізувати сучасні літературні наративи, доцільно використовувати такі методи:

1. Практичний фактчекінг літературних цитат – завдання на пошук першоджерела та аналіз контексту.
2. Порівняльний аналіз текстів – зіставлення художніх і документальних джерел.
3. Аналіз маніпулятивних наративів – прикладів пропагандистського використання літератури.
4. Робота з воєнними щоденниками – навчання розмежування факту й авторського переживання.
5. Обговорення етичних кейсів – розгляд прикладів порушення етики у висвітленні травматичних історій.

Сучасна українська література відіграє важливу роль у формуванні інформаційного поля воєнного часу. Вона стає не лише художнім, а й соціальним та політичним інструментом. У цих умовах майбутні журналісти повинні володіти навичками критичного аналізу літератури, здатністю розпізнавати маніпуляції та перевіряти достовірність фактів. Інтеграція медіаграмотності, фактчекінгу та OSINT у літературознавчі курси дозволить сформувати у студентів комплекс компетентностей, необхідних для професійного висвітлення культурного процесу в умовах війни. Це сприятиме не лише підвищенню якості журналістських матеріалів, а й зміцненню інформаційної стійкості суспільства.

Список використаних джерел

1. Безчотнікова С., Зражевська Н. Український медіаландшафт під час війни (2022–2024 рр.): трансформація, реакція на війну, динаміка медіаспоживання. *Інтегровані комунікації*. 2024. Вип. 2 (18). С. 6–14.
2. П’ятаченко С. Особливості функціонування літературних фейків у соціальних мережах та принципи літературознавчого фактчекінгу. *Збірник наукових праць ІІІ Науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців «Сучасний масовокомунікаційний простір: історія, реалії, перспективи».* Суми : Сумський державний університет, 2024. С.80–86.
3. П'ятаченко С., Руденко В. Фейки і маніпулювання інформацією в соціальних мережах в умовах війни. *Збірник наукових праць IV Науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців «Сучасний масовокомунікаційний простір: історія, реалії, перспективи».* Суми : Сумський державний університет, 2025. С. 39–44.
4. Шевченко В. Фактчекінг і верифікація у журналістській роботі. *Образ.* 2018. № 1 (27). С. 140–155.

Юлія РАВЛЮК,
здобувачка другого рівня вищої освіти.
Львівський національний університет
імені Івана Франка

МІЖ БЕЗПЕКОЮ ТА ПРОФЕСІОНАЛІЗМОМ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

В умовах повномасштабної російсько-української війни, яка розпочалася 24 лютого 2022 року, питання актуальності журналістської освіти загострилося. Воєнний стан змінив вимоги до підготовки медіафахівців – тепер на перший план вийшла необхідність навчати журналістів не тільки стандартів збору інформації та створення матеріалів, а й приділяти увагу темам фізичної, психологічної та цифрової безпеки. Змінилися також стандарти – в умовах воєнного часу в Україні з безпековою метою обмежили доступ до частини відкритих реєстрів та ввели правила того, що та коли можна публікувати.

Тематику змін у роботі та підготовці журналістів в умовах війни та кризових станів розглядали О. Кирилова [5], К. Чернікова [10], Н. Зражевська та В. Заіка [4], І. Білецький [1] та інші. Доповіді та звіти щодо роботи й підготовки журналістів у кризових умовах публікували такі ресурси як «Детектор Медіа» [7], «Громадське радіо» [8], Organization for Security and Cooperation in Europe [6] та інші.

Мета цієї доповіді – проаналізувати ключові проблеми та визначити перспективні напрямки модернізації журналістської освіти в Україні, зокрема в напрямках забезпечення безпеки студентів та викладачів і трансформації необхідних професійних компетентностей: зокрема мовиться про посилення боротьби з дезінформацією (фактчекінг, OSINT) та засвоєння знань і технік воєнної журналістики. Тези окреслюють проблеми та перспективи формування нового покоління медіафахівців, які не лише володіють професійними стандартами, а також готові діяти етично та відповідально в умовах надзвичайних обставин.

Коли ми говоримо про виклики, з якими зіткнулися ВНЗ, де проходить навчання журналістів в умовах повномасштабної війни, передусім варто зважати на досвід вищих навчальних закладів, розташованих у прифронтових областях України. Так, доцентка Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара Оксана Кирилова у доповіді «Журналістська освіта в Україні під час війни: реалії ЗВО прифронтових територій» зазначає, що з початком повномасштабного вторгнення РФ навчання в університеті відбувається дистанційно через безпекову ситуацію – це, на думку науковиці, знижує мотивацію студентів та обмежує можливість долучатися до молодіжних

ініціатив, які організовують безпосередньо у ВНЗ. Також, за її словами, студентам-журналістам стало складніше знайти базу для проходження практики, адже значна частина місцевих ЗМІ припинила роботу після 24 лютого 2022 року [5]. Продуктивність навчання студентів-журналістів, на думку Оксани Кирилової, знизилася також через нестачу фінансових ресурсів: «Нестабільний зв'язок та скрутне фінансове становище здобувачів та їхніх родин, пов'язане з війною, звужує можливості студентів навіть в аспекті використання безплатних онлайнових сервісів на кшталт Canva, Weblium, Wix, Figma, Visme, Infogram тощо. Опитування студентів, проведене восени 2022 р. показало, що значна кількість не має комп'ютерної техніки, яка дозволяє повноцінно використовувати можливості платформ, і обмежуються мобільними пристроями. Нестабільний або повільний інтернет, перебою з електрикою також суттєво знижують продуктивність» [5].

Університети, які готують журналістів у тилових областях, також стикаються із викликами воєнного часу. Завідувачка кафедри журналістики Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка Наталія Поплавська вважає, що одним із найбільших викликів для студентів-журналістів та їхніх викладачів під час повномасштабної війни є навчання в умовах психологічної нестабільності [2]. В інтерв'ю для ресурсу «Академія викладачів журналістики» Наталія Поплавська розповіла, що головним завданням університету є створити комфортне середовище для навчання в кризових умовах: зокрема, забезпечити можливість здати завдання в різних формах (онлайн або надіслати на електронну пошту) та продовжити терміни підсумкового контролю, щоби студенти могли скласти іспити попри проблеми зі зв'язком та не наражатися на небезпеку під час російських атак [2].

В умовах війни викладачі кафедри журналістики ТНПУ переглянули свої навчальні програми й додали більш актуальні теми – зокрема, теми про специфіку роботи журналіста в умовах воєнного стану. «Ніхто не був готовий до того, що усім доведеться стати військовими журналістами, але в сучасних умовах медійники мусять це знати. Я не соромлюся запитувати у наших студентів 4 курсу (багато з яких вже працюють в редакціях), що вони роблять, про що пишуть, які у них відбуваються зміни. Вони також діляться досвідом зі студентами, які ще не працюють в медіа, або з тими, хто працює в інших редакціях. Проводимо дискусії про виклики, які сьогодні ставить час перед журналістами», – розповідає Наталія Поплавська [2]. За словами завідувачки кафедри журналістики ТНПУ, в університеті також приділяють увагу темам розвінчання фейків та заохочують студентів долучатися до неформальної освіти, можливості якої пропонують громадські організації та редакції медіа [2].

Серед можливостей неформальної освіти для журналістів варто розглянути ініціативи НСТУ – так, на базі офісу Суспільного Мовлення у Львові заснували Академію Суспільного, де проводять курси та семінари як для працівників компанії, так і студентів-журналістів. До прикладу, в листопаді 2024 року в Академії Суспільного відбулося навчання для журналістів з усієї України, де

медіафахівці розглянули актуальні виклики та навички, необхідні для роботи під час війни [9].

Окрім цього, на онлайн-платформі Prometeus усі охочі можуть пройти безплатний курс від Суспільного, в програмі якого включені як стандарти роботи журналіста, так і аспекти, які необхідно знати під час воєнного стану – лекція про медіастандарти під час війни та окремий блок лекцій, присвячений безпеці журналіста в цивільних і воєнних умовах [3]. Під час повномасштабного вторгнення РФ українські студенти-журналісти зіткнулися із низкою труднощів: фізичною та психологічною небезпекою, складнощами з доступом до навчання та практики. Разом із цим університети вдосконалюють свої навчальні програми, щоби дати студентам актуальні знання та навички для роботи під час війни. Також студенти-медійники мають змогу долучатися до неформальних ініціатив та онлайн-навчань, присвячених універсальним, так і специфічно-воєнним аспектам роботи журналіста.

Список використаних джерел

1. Віддалене навчання в Україні: реалії, виклики, перспективи: колективна монографія / За заг. ред. д-ра екон. наук, проф. І. Білецького, д-ра техн. наук, проф. В. Воронька; наук. ред.: д-р філол. наук, проф. О. Тєлєжкіна. Харків: Видавництво Іванченка І. С., 2025. 360 с.
2. Головне створити довірливі стосунки між викладачами та студентами: як працює під час війни кафедра журналістики ТНПУ // Journalism teachers' academy. URL: https://www.jta.com.ua/knowledge-base/holovne-stvoryty-dovirlyvi-stosu nky-mizh-vykladachamy-ta-studentamy-iak-pratsiuie-pid-chas-viyny-kaf edra-zhurnalistyky-tnpu/ (дата звернення: 24.10.2025).
3. Журналістика 360: Інструменти та техніки від Суспільного // Prometheus. URL: https://prometheus.org.ua/prometheus-free/journalism-360/ (дата звернення: 24.10.2025).
4. Зражевська Н., Заіка, В. Як змінилася робота українського журналіста під час війни. *Інтегровані комунікації*. 2023. № 1 (15). С. 68-77. https://doi.org/10.28925/2524-2644.2023.159
5. Кирилова О. Журналістська освіта в Україні під час війни: реалії ЗВО прифронтових територій // Соціальні комунікації в умовах глобалізаційних процесів: стан, тенденції, перспективи: зб. тез за матер. Міжнар. наук. конф. (м. Тернопіль, 16-17 червня 2023 року). Тернопіль, 2023. С. 106-108. URL: https://zenodo.org/records/8114704 (дата звернення: 24.10.2025).
6. Роль медіа в умовах війни і технологічних трансформацій: рекомендації для етичної та відповідальної журналістики // OSCE. URL: https://www.osce.org/uk/node/586941 (дата звернення: 24.10.2025).
7. Семенюта І. Сталий розвиток медіа в умовах війни: нові виклики, можливості та роль донорів // Детектор медіа. URL: https://detector.media/infospace/article/244976/2025-10-19-stalyy-rozvyt ok-media-v-umovakh-viyny-novi-vyklyky-mozhlyvosti-ta-rol-donoriv/ (дата звернення: 24.10.2025).
8. Трощинська Т., Федченко Є. Українська журналістика має унікальний досвід висвітлення війни зсередини — директор Києво-Могилянської школи журналістики // Громадське радіо. 2022. URL: https://hromadske.radio/podcasts/viyna-informatsiynyy-marafon/ukrains-ka-zhurnalistyka-maie-unikal-nyy-dosvid-vysvitlennia-viyny-zseredyny-dyrektor-kyievo-mohylians-koi-shkoly-zhurnalistyky (дата звернення: 24.10.2025).
9. Універсальна журналістика під час війни: навчання медійників у новому просторі Академії Суспільного у Львові // Суспільне мовлення. 2024. URL: https://corp.suspilne.media/newsdetails/universalna-zhurnalistyka-pid-chas-viiny-navchannia-mediinykiv-u-novomu-prostori-akademii-suspilnoho-u-lvovi/ (дата звернення: 24.10.2025).
10. Чернікова К. Журналістика в умовах війни. Як журналістам працювати в умовах бойових дій // Універсум. 2024. № 4. С. 135-137. URL: https://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/32634/1/20.pdf (дата звернення: 24.10.2025).

Альона РОМАНЮК,
здобувачка третього рівня вищої освіти.
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

КРИЗА СТАНДАРТІВ ПЕРЕВІРКИ ІНФОРМАЦІЇ: ЯК НАВЧАТИ СТУДЕНТІВ ФАКТЧЕКІНГУ В УМОВАХ ОБМЕЖЕНОГО ДОСТУПУ ДО ПЕРШОДЖЕРЕЛ

Фактчекінг у сучасних дослідженнях і практиках описується як одна з ключових професійних практик журналістики, спрямована на перевірку висловлювань публічних акторів і зміцнення довіри до медіа [9; 11]. У класичних моделях він спирається на чіткий стандарт верифікації: ідентифікація автора повідомлення, пошук першоджерела, зіставлення фактажу з офіційними документами, статистикою, експертними оцінками [6; 9]. Саме цей стандарт перевірки інформації закладено в основу роботи медійників. За матеріалами Інституту масової інформації, «українські та міжнародні вимоги до якісної журналістики збігаються: потрібно перевіряти інформацію, подавати її точно, без викривлень... та дотримуватися балансу» [4].

Повномасштабне вторгнення Росії та перехід до режиму воєнного стану в Україні радикально ускладнили дотримання стандарту перевірки інформації на практиці. Частина суспільно важливої інформації була засекречена або перестала оперативно публікуватися через міркування безпеки (дані про втрати, точні наслідки атак, переміщення військ тощо). Інша частина інформації стосується тимчасово окупованих територій, де доступ до джерел є обмеженим або небезпечним [8]. Паралельно фактчекери й журналісти зіштовхнулися з хвилею дезінформації, малінформації та прогнозних заяв («буде», «станеться», «через 2-3 тижні»), для яких класичний алгоритм «перевірити факт за документом» формально не працює [6; 12].

Ці зміни породжують кризу стандартів перевірки інформації не лише в практичній площині, а й в освітній. Виникає дидактичний розрив: між тим, як «правильно» описано стандарт у підручниках [7; 9], і тим, як він може (або не може) бути застосований у воєнних умовах. Проблему можна описати у кількох взаємопов’язаних блоках:

Проблему можна описати у кількох взаємопов’язаних блоках.

1. Обмежений доступ до першоджерел та даних. Для низки тем (наступ та оборона, логістика, розміщення військових об’єктів, статистика тощо) публічна інформація свідомо урізається. Часто єдиним формально доступним джерелом залишається офіційний коментар уповноваженого органу, що не вдається перевірити відкритими документами, фотодоказами або статистикою. Студенти не можуть «довести» твердження до рівня звичного фактчекерського вердикту на основі повного набору джерел, і це викликає відчуття безсилля чи спокусу «додумати» відсутні дані. Прийняття за факт інформацію від офіційного

джерела може зіграти злий жарт, коли коментарі від різних офіційних структур суперечать один одному (наприклад, про аварію на Південноукраїнській АЕС у 2024 році [1]).

2. Неможливість безпечного контакту з джерелами. Робота з очевидцями на прифронтових чи окупованих територіях, звільнених з російського полону військових та цивільних передбачає етичні обмеження. Студенти-журналісти мають навчитися не лише «знайти» джерело, а й оцінити ризики розкриття його даних, наслідки для нього й для медіа. Стандарт верифікації інформації, наприклад, про полон може конфліктувати зі стандартом «не нашкодь». На проблему звертають увагу низка медійних організацій, а у 2022 році ГУР та Уповноважений з прав людини закликали журналістів не турбувати звільнених із полону РФ [3]. У 2025 році українські медійники напрацьовують нові етичні правила війни, оскільки усі медіа стикнулися з реальністю, до якої жоден університет не готує [2].

3. Гібридний контент та ШІ. Поява діпфейків, згенерованих світлин та відео, які часто можуть бути змонтовані із світлинами та відео з реальних подій, вимагає від студентів не тільки класичних навичок перевірки тексту, а й базових компетенцій у галузі OSINT, верифікації зображень, роботи з інструментами виявлення маніпуляцій [5; 10]. Однак доступ до частини програмного забезпечення обмежений, а навчальні аудиторії не завжди технічно готові до повноцінної практичної роботи з таким контентом. Окремо слід зазначити, що сервіси з верифікації ШІ-згенерованого контенту завжди будуть на крок позаду сервісів, які такий контент генерують [10].

4. Робота з невизначеністю та ймовірнісними формулюваннями. Воєнна реальність часто не дозволяє поставити остаточний вердикт «правда/брехня» навіть після максимально можливої перевірки. Виникає потреба в проміжних категоріях («немає достатніх даних», «не підтверджено», «ймовірно маніпулятивне твердження»), а також у поясненні аудиторії, чому фактчекінг не завжди може надати однозначну відповідь і чому оцінки значної когорти експертів і політичних коментаторів слід сприймати критично. У студентів, як і у викладачів, це може викликати дискомфорт, оскільки слід працювати у полі, де не кожен факт можна верифікувати, а оціночні судження неверифікованого факту можуть призвести до хибних висновків (наприклад, прогнози про закінчення війни, перебіг мирних перемовин, звільнення/здачу територій, відключення світла і найстрашнішу зиму, яка чекає українців у 2022, 2023, 2024 рр. тощо) [5].

У такій ситуації завдання викладачів – не лише «передати стандарт», а й навчити студентів працювати з його кризою, не розмиваючи при цьому професійної планки. Можна виокремити декілька підходів до оновлення змісту й методики навчання фактчекінгу у вищій школі.

По-перше, кейс-орієнтоване та симуляційне навчання. Замість абстрактних прикладів доцільно використовувати реальні кейси воєнного часу, у яких частина даних відсутня або засекречена. Студентам слід навчитися не лише «перевірити» твердження (перші 5 посилань у Google або запитати у

ChatGPT чи Gemini), а й задокументувати сам процес: які джерела були доступні, які – ні, де проходить межа між припущенням і фактом. Це формує компетентність прозорості методології [4; 7].

По-друге, інтеграція фактчекінгу в ширший контекст медіаосвіти та безпекових студій. Фактчекінг варто подавати не лише як журналістську техніку, а як частину архітектури національної безпеки й системи протидії інформаційним операціям [8; 12]. В цьому контексті також слід акцентувати у вивчення студентами-журналістами політичних технологій і теорії та історії інформаційних операцій. Такий підхід допомагає студентам усвідомити, чому певні дані можуть бути недоступними, і як балансувати між правом суспільства на інформацію й потребами оборони держави.

По-третє, навчання роботі з етичними дилемами. До занять із фактчекінгу та перевірки інформації доцільно інтегрувати блоки з етики роботи з вразливими групами, джерелами на окупованих територіях, військовими та їхніми родинами, а також з темами втрат, травми, депортацій. Студенти мають опановувати не лише «як дістати інформацію», а й «коли відмовитися від публікації» або «як змінити спосіб подачі, щоб не нашкодити» [2; 5].

По-четверте, поетапне опанування інструментів OSINT та верифікації візуального/графічного контенту. Навіть за обмеженого технічного забезпечення можна вибудувати траєкторію, де студенти поступово знайомляться з базовими інструментами геолокації, хронолокації, пошуку за зображенням, виявлення маніпуляцій у відео й аудіо. Окрім того, університетам слід налагодити співпрацю з українськими сервісами та проєктами, які допомагають у верифікації інформації. Наприклад, YouControl, Osavul, Let's Data, OpenMinds, OSINT-Бджоли, Molfar тощо. Практичні завдання можуть базуватися на матеріалах українських та закордонних фактчекінгових ініціатив, OSINT-агенцій, які адаптують актуальні прийоми під локальний контекст [5; 6].

Ще один важливий акцент у роботі зі студентами має бути на метарефлексії й роботі з невизначеністю. Важливо навчати студентів відкрито комунікувати межі знання: вказувати, які дані недоступні, які обмеження накладає воєнний стан, чому саме в цьому випадку неможливо дійти остаточного вердикту. Така рефлексія має ставати не знаком слабкості, а елементом професійної чесності й елементом побудови довіри до медіа загалом та до журналіста зокрема [9; 11].

Досвід українських фактчекінгових проєктів демонструє: фактчекінг залишається ефективним інструментом протидії дезінформації навіть за відсутності частини даних, але вимагає від команд (і від майбутніх журналістів) іншої конфігурації навичок: поєднання верифікації, OSINT, етики, безпекових підходів і комунікації невизначеності [5; 6]. Вища журналістська освіта має інтегрувати ці практики у свої програми, визнаючи кризу традиційних стандартів перевірки інформації в умовах війни, але не відмовляючись від них. Йдеться радше про їхнє переосмислення й розширення: від вимоги «знайти всі факти» до вимоги «чесно показати, що ми знаємо і звідки, чого не знаємо і чому».

Список використаних джерел

1. Брак доказів: аварія на Південноукраїнській АЕС. *Gwara Media*. 2024. URL: https://gwaramedia.com/brakue-dokaziv-avariia-na-pivdennoukrainskiy-aes/ (дата звернення: 30.11.2025).
2. Головненко А. Нова етика війни: як журналістам говорити про полон. *Детектор медіа*. 2025. URL: https://detector.media/community/article/244457/2025-09-28-nova-etyka-viyny-yak-zhurnalistam-govoryty-pro-polon/ (дата звернення: 30.11.2025).
3. ГУР та Уповноважений з прав людини закликали журналістів не турбувати звільнених із полону РФ. *Детектор медіа*. 2022. URL: https://detector.media/infospace/article/203241/2022-09-28-gur-ta-upovnovazhenyy-z-prav-lyudyny-zaklykaly-zhurnalistiv-ne-turbuvaty-zvilnenykh-iz-polonu-rf/ (дата звернення: 30.11.2025).
4. Кур'ята Н. Сучасні стандарти професійної журналістики. *Інститут масової інформації*. URL: https://imi.org.ua/monitorings/suchasni-standarty-profesijnoyi-zhurnalistyky-i42512 (дата звернення: 30.11.2025).
5. Журналістська діяльність в умовах війни: виклики, дилеми та рішення українських редакцій : практичний збірник. К: Центр демократії та верховенства права (ЦЕДЕМ), 2025. URL: https://cedem.org.ua/wp-content/uploads/2025/03/CEDEM_Journalism_War.pdf (дата звернення: 30.11.2025).
6. Мірошниченко П., Гороховський О., Мельникова-Курганова О., Островська Н. Фактчекінг і медіаграмотність: словник термінів. Київ: ГО «Центр аналітики і розслідувань», 2019. 77 с.
7. Мусхаріна В. Фактчекінг як важлива складова медіаграмотності. *Theoretical and empirical scientific research: concept and trends: Collection of scientific papers «ΛΌГОΣ» with Proceedings of the VI International Scientific and Practical Conference*, Oxford, February 2, 2024. Oxford-Vinnytsia: P.C. Publishing House & UKRLOGOS Group LLC, 2024. С. 306–308.
8. Романюк В. Фактчекінг у структурі стратегічних комунікацій. *Рекомендації та кращі кейси реалізації стратегічних комунікацій в умовах війни*. Київ: НА СБУ, 2023. С. 102–105.
9. Шевченко В. Фактчекінг і верифікація у журналістській роботі. *Образ*. 2018. Вип. 1. С. 140–153.
10. Штучний інтелект у медіа: гайд для відповідального впровадження : практичний посібник / Колектив авторів: Бондар Ю., Горська К., Дуднік Т., Кравченко О., Нестеренко А., Романюк А., Шевченко Т. Київ : Програма підтримки ОБСЄ для України, ННІЖ КНУ імені Тараса Шевченка, Проєкт «Фільтр» МКСК, Центр демократії та верховенства права, 2025. 77 с. URL: https://www.osce.org/uk/node/600085 (дата звернення: 30.11.2025).
11. Greenberg D. Book Reviews. *Journal of Communication*. 2017. Vol. 67, Issue 6. P. E1–E3. https://doi.org/10.1111/jcom.12329
12. Wardle C., Derakhshan H. Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making. Strasbourg: Council of Europe, 2017. 109 p.

Віталій УЛИБІН,
здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти.
Київський столичний університет
імені Бориса Грінченка

СВОБОДА СЛОВА ТА ЕТИЧНІ ВИКЛИКИ ЖУРНАЛІСТИКИ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Сучасна журналістика в Україні функціонує в умовах надзвичайної складності, зумовленої війною, інформаційним тиском і трансформацією професійних стандартів. Повномасштабне вторгнення російської федерації та тривалий воєнний стан створюють безпрецедентні виклики для засобів масової інформації, які не лише інформують, але й виконують роль морального орієнтира в суспільстві. Особливого значення набувають питання дотримання етичних норм, забезпечення свободи слова та протидії різним формам цензури — як внутрішньоредакційної, так і зовнішньої.

Крім того, особливості воєнного стану значною мірою впливають на роботу журналіста. Події, які зараз відбуваються в Україні, маємо на увазі повномасштабне вторгнення та ведення активних бойових дій на великій території держави, не мають аналогів у світі. Відповідно і діяльність журналістів зокрема не може спиратись на будь-які приклади воєнного стану інших країн.

Сьогодні журналістам висвітлювати події війни складно іще й через навмисний вплив російських медіа, який можна окреслити так званою пропагандою. У подібній темі широко переплітаються два сектори: насадження думки, що Україна ніколи не була незалежною та знецінення її історії; натомість інша сторона – внутрішні конфлікти в Україні, на які мають вплив російські медіа. Один із найголовніших – це мовний конфлікт, який відбувається між двома групами українців: це ті, які прагнуть повної заборони російської мови в будь-якій сфері життя, та ті, для яких використання української мови не є ключовим в об’єднанні народу [1].

В умовах дії воєнного стану зросла вага безпекових компетентностей журналістів [3]. Також, як зазначалось у наших попередніх дослідженнях [2], гостро постає питання стандартів журналістики через часту роботу з жертвами воєнних злочинів, і вона мусить бути особливо обережною, відповідальною, виваженою. Стандарти тут набувають етичного навантаження – стають засобом захисту гідності, засобом уникнення повторної травми, інструментом емпатійної комунікації.

Разом з етичними аспектами діяльності сучасного журналіста гостро постає питання свободи слова та висловлювань, яке прямо залежить від редакційної політики видання. Проблема свободи висловлювань журналістів в умовах війни стає багатогранною: вона охоплює і конфлікти цінностей, і вплив

пропаганди, і редакційну політику, що не завжди узгоджується з етичними переконаннями журналістів.

Для вивчення питання реалізації свободи слова та висловлювань у роботі журналіста нами було проведене опитування, яке торкалось і зазначених питань. Всього в опитуванні взяли участь 56 осіб, які працюють у різних медіа 18 областей України та м. Києва.

Представимо деякі результати опитування. Нас передовсім цікавили питання, які пов'язані з порушеннями свободи слова та висловлювань журналістів та політики медіа у контексті внутрішнього та зовнішнього тиску на етичні стандарти діяльності їхніх працівників.

Одним із питань анкети було – «Чи зустрічались ви у своїй роботі з виявами порушення свободи слова та висловлювань через внутрішньоредакційну цензуру?»

Відповіді на це питання засвідчили, що більшість респондентів не стикалися з проявами внутрішньоредакційної цензури у своїй роботі — відповідь «Ні, ніколи» (n=28, 50%) була найпоширенішою. Водночас значна кількість опитаних відзначила часткову присутність таких проявів або мали труднощі з однозначною оцінкою ситуацій, обравши варіанти «Частково, іноді» (n=20, 37,5%) або «Важко сказати» (n=3, 5,4%). Відповіді «Так» (n=5, 8,9%) і «Скоріше так, ніж ні» (n=3, 5,4%) також мали місце, що свідчить про наявність окремих випадків тиску чи обмеження свободи слова в журналістській практиці. Така розподіленість відповідей демонструє складність та неоднозначність сприйняття явища цензури.

На питання «Чи зустрічались ви у своїй роботі з виявами порушення свободи слова та висловлювань через зовнішню цензуру?» відповіді респондентів розподілились так: переважна частина респондентів — 42,9% — зазначили, що іноді стикалися з проявами зовнішньої цензури. Ще 16,1% респондентів відповіли однозначно «так», а 10,7% — «скоріше так, ніж ні». Таким чином, близько 69,7% учасників у тій чи тій мірі підтверджують наявність проявів зовнішньої цензури в професійній діяльності. Водночас 23,2% не стикались із такою проблемою, а 7,1% не змогли визначитись із відповіддю.

Аналіз результатів відповідей на питання «Чи допускається, на вашу думку, зобов'язання редакцією в службовому порядку писати чи виконувати будь-що, якщо це суперечить власним переконанням чи принципам журналіста?» засвідчив неоднозначність думки респондентів: «Ні, ніколи» – 20 відповідей (35,7%), «Частково, іноді» – 20 відповідей (35,7%), «Важко сказати» – 11 відповідей (19,6%), «Не знаю, не знайомий (не знайома) з цим поняттям» – 4 відповіді (7,1%), «Скоріше так, ніж ні» – 2 відповіді (3,6%), «Так» – 1 відповідь (1,8%).

Абсолютна більшість респондентів не вважає допустимим обов'язкове виконання редакційних завдань, що суперечать власним переконанням — 35,7% відповіли «ні, ніколи». Водночас така ж кількість — 35,7% — вказали, що «частково, іноді» це допускається, що свідчить про наявність ситуаційної гнучкості або конфлікту цінностей у реальному журналістському середовищі.

Значна частина — майже 20% — утрималась від однозначної відповіді, що може свідчити про складність або делікатність теми.

Відповіді на питання «Чи погоджуєтесь ви із твердженням, що свідоме порушення норм журналістської етики є абсолютно несумісним з професійною журналістикою?» були розподілені так: «Так» відповіли 36 осіб, що становить 63,2% усіх респондентів; «Скоріше так, ніж ні» — 11 осіб (19,3%); «Важко сказати» — 6 осіб (10,5%); «Частково, іноді» — 1 особа (1,8%); «Ні, ніколи» — 2 особи (3,5%); «Не знаю, не знайомий (не знайома) з цим поняттям» — 1 особа (1,8%).

Більшість респондентів — понад 80% — цілком або переважно погоджуються з тим, що порушення етичних норм несумісне з журналістською професією. Це свідчить про високу цінність етичних стандартів серед опитаних. Водночас приблизно 12% опитаних виявили невизначеність або необізнаність у цьому питанні, що може свідчити про необхідність посилення просвітницької роботи щодо стандартів та журналістської етики.

Дослідження, проведене серед журналістів із 18 регіонів України та м. Києва, засвідчило, що в умовах воєнного стану діяльність медіа залишається вкрай складною з огляду на зростаючий тиск – як внутрішньоредакційний, так і зовнішній. Результати опитування показали, що внутрішньоредакційна цензура не є масовим явищем: половина респондентів (50%) заявили, що ніколи з нею не стикалися, хоча 37,5% вказали на часткові прояви, що свідчить про наявність окремих випадків впливу редакційної політики на свободу слова. Разом із тим, зовнішня цензура фіксується частіше: 42,9% учасників заявили, що періодично стикалися з її проявами, а ще 26,8% підтвердили це прямо або опосередковано. Це свідчить про суттєвий вплив зовнішнього середовища (політичного, економічного, правового) на незалежність медіа.

Редакційні вимоги, що суперечать переконанням журналіста, залишаються спірним питанням: хоча 35,7% категорично не допускають таких зобов’язань, стільки ж респондентів визнають, що іноді такі ситуації трапляються, що свідчить про етичну дилему у сфері виконання професійних обов’язків. Тішить, що питання етики є ключовим для більшості опитаних – 82,5% респондентів повністю або частково погоджуються, що свідоме порушення журналістських стандартів є несумісним із професією.

Таким чином, результати дослідження вказують на необхідність посилення незалежності журналістів, захисту їхніх етичних переконань, а також надання підтримки щодо підвищення обізнаності в галузі медіаетики в умовах воєнного часу.

Список використаних джерел

1. Слойко Д., Кшановська А. Роль журналістської діяльності в умовах повномасштабної українсько-російської війни. Їхні зміни та вплив на суспільство. *Collection of Scientific Papers «SCIENTIA»*, (May 31, 2024; Berlin, Germany). 2024. С. 208–211.
2. Улибін В., Колісник Ю. Свобода вираження та свобода слова у контексті стандартів роботи журналіста зі свідками та жертвами воєнних злочинів. *Вчені записки ТНУ. Серія: Філологія. Журналістика.* 2025. Том 36 (75), № 4. Ч. 2. С. 243-250. https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.4.2/38.

3. Reshetukha T., Kushnir O. (2023). Формування безпекових компетентностей студентів спеціальності 061 Журналістика у фокусі викликів російсько-української війни. *Communications and Communicative Technologies*. 2023. № 23. С. 24-31. https://doi.org/10.15421/292303

Олександр ХОЛОД,
доктор філологічних наук, професор.
Міжрегіональна Академія управління персоналом

ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ МАЙБУТНІХ ЖУРНАЛІСТІВ В УМОВАХ ВІЙНИ: АНАЛІЗ АВТОБІОГРАФІЧНИХ НАРАТИВІВ ПРО ВІЙНУ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ (2022–2024 РР.)

Повномасштабне вторгнення РФ в Україну 24 лютого 2022 р. кардинально змінило соціокультурне середовище, у якому формуються майбутні журналісти. Студенти журналістики, що вступили до вишів у 2022–2024 рр., становлять «війну покоління» – групу, чия професійна ідентичність кристалізується під впливом постійних травматичних подій, інформаційних воєн та трансформацій медіасистеми. Аналіз автобіографічних наративів першокурсників (2022–2023 рр.) та другокурсників (2023–2024 рр.) дозволяє виявити ключові механізми формування ідентичності в умовах війни, що є критичним для розробки медіаосвіти, орієнтованої на травмоінформований підхід.

Дослідження спирається на теоретичні засади журналістської ідентичності (Deuze, 2005; Hanitzsch et al., 2019; Zelizer, 1993, 2017), концепцію посттравматичного зростання (Tedeschi, Calhoun, 2004) та нарративний аналіз (Braun, Clarke, 2006; Riessman, 2008). Воно доповнює студії про вплив війни на журналістську освіту (Fiialka, Kornieva, 2024; Kosiuk, 2022; Pavlik, 2023), акцентуючи на емпіричних даних з України.

Емпірична база – 13 автобіографічні есе студентів першого (12 осіб) та другого (12 осіб) курсів Міжрегіональної Академії управління персоналом, зібрані в періоди 25.02.2022–03.03.2022 (ранній етап вторгнення), 14.09.2023–17.09.2023 та інші інтервали до 2024 р. Обсяг наративів – від 2500 до 15 000 знаків.

Виокремлено 5 ключових тем: 1) сприйняття війни як контексту професійного вибору; 2) роль соціальних мереж (TikTok, Telegram) у формуванні ідентичності; 3) травматичні впливи та посттравматичне зростання; 4) етичні дилеми журналістики в умовах гібридної війни; 5) адаптація до «травмоінформованої журналістики» (Dart Center, 2023; Shapiro, 2023). Кількісні показники: у 80–100% наративів присутні згадки про війну як каталізатор вибору професії, 18–30% – про психологічні виклики.

Табл. 1. Розподіл тем в автобіографічних наративах (2022–2024 рр.)

Тема	Частка у першокурсників (%)	Частка у другокурсників (%)	Приклади ключових мотивів
Війна як контекст вибору	93	100	«Війна змусила обрати журналістику для правди»

Тема	Частка у першокурсників (%)	Частка у другокурсників (%)	Приклади ключових мотивів
Соціальні мережі	70	83	TikTok як джерело натхнення/дезінформації
Травма та зростання	50	67	PTG через eyewitness-історії (або «Посттравматичне зростання через свідчення очевидців»).
Етичні дилеми	40	58	Фейки, peace journalism (або «Peace journalism (журналістика миру) – це підхід до висвітлення конфліктів, який акцентує на причинах, контексті, голосах усіх сторін та ненасильницьких рішеннях, на противагу «війні журналістиці», що фокусується на насильстві та поляризації. Він оновлює принципи балансу, справедливості та точності через аналіз конфліктів і трансформацію, роблячи видимішими мирні ініціативи).
Травмоінформований підхід	30	50	Навчання емпатії в репортажах.

Першокурсники (2022–2023 рр.) переважно описують війну як «шок-каталізатор»: 93% пов'язують вибір професії з бажанням боротися з дезінформацією (аналогічно StopFake, 2014–2017; Orlova et al., 2021). Другокурсники (2023–2024 рр.) демонструють більшу рефлексію: 67% згадують посттравматичне зростання, 58% – етичні конфлікти між захистом й об'єктивністю (Tumber, Webster, 2006; Andén-Papadopoulos, Pantti, 2013).

Соціальні мережі – ключовий фактор: 70–83% студентів цитують TikTok та Telegram як платформи для «вуличної журналістики», але також джерела комп'ютеризованої пропаганди (Büsch, Divon, 2024; Marino, 2024). Таблиці 2–5 ілюструють динаміку: від гострого стресу на початку вторгнення (9–11 кодів травми) до стабілізації (3–5 кодів) у 2024 р. (застосовувалася Міжнародна класифікація хвороб (МКХ-10) – єдиний офіційний словник медичних «кодів травм» в Україні (клас XIX: S00–T98 – травми, отруєння тощо), затверджений МОЗ (Міністерство охорони здоров’я України, 2021).

Жіноча вибірка (60%) частіше акцентує емпатію та «журналістику під вогнем» (Feinstein et al., 2018; Dworznik, 2018), чоловіча – фактчекінг і військову журналістику (Kosiuk, 2022). 14,6% наративів вказують на ризик вигорання, що узгоджується з глобальними даними (Badri et al., 2012; Kassaye et al., 2023).

Табл. 2. Теми травматичного досвіду (першокурсники, лютий–березень 2022 р.)

Підтема	Кількість згадок	Обсяг знаків (середній)
Персональні втрати	11	15 000

Підтема	Кількість згадок	Обсяг знаків (середній)
Свідчення насильства	9	12 000

Формування професійної ідентичності «військового покоління» характеризується гібридністю: поєднанням традиційної журналістської ідеології (Hanitzsch et al., 2019; Raemy et al., 2024) з елементами громадської журналістики та травмоінформованої практики. Студенти демонструють стійкість (PTG у 50–67%), але потребують підтримки: інтеграція VR-тренінгів (Pavlik, 2020), медіаграмотності проти дезінформації (Detector Media, 2023) та програм Dart Center.

Рекомендації для медіаосвіти: 1) впровадження наративного аналізу в життєопис; 2) модулі з TikTok/Telegram-журналістики; 3) партнерства з NUJU (2025) для етичного тренінгу; 4) моніторинг психічного здоров'я (Ogunyemi, Price, 2023; Nguyen et al., 2025). Дослідження підкреслює унікальність українського кейсу як моделі для глобальних інформаційних воєн.

Список використаних джерел

1. Andén-Papadopoulos, K., & Pantti, M. (2013). Reimagining crisis reporting: Professional ideology of journalists and citizen eyewitness images. *Journalism, 14*(7), 960–977.
2. Badri, A., Crutzen, R., & Van den Borne, H. W. (2012). Exposures to war-related traumatic events and post-traumatic stress disorder symptoms among displaced Darfuri female university students: An exploratory study. BMC Public Health, 12, Article 603. https://doi.org/10.1186/1471-2458-12-603
3. Baptista, J. P., Rivas-de-Roca, R., Gradim, A., & Loureiro, M. (2023). The disinformation reaction to the Russia–Ukraine war: An analysis through the lens of Iberian fact-checking. *KOME − An International Journal of Pure Communication Inquiry.* https://doi.org/10.17646/KOME.of.2
4. Bösch, M., & Divon, T. (2024). The sound of disinformation: TikTok, computational propaganda, and the invasion of Ukraine. *New Media & Society, 26*(9), 5081-5106. https://doi.org/10.1177/14614448241251804 (Original work published 2024).
5. Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. Qualitative Research in Psychology, 3(2), 77–101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa
6. Cardozier, V. R. (1993). *Colleges and universities in World War II* (1st ed.). Praeger.
7. Dart Center for Journalism and Trauma (2023). Trauma-aware journalism. https://dartcenter.org/resources/trauma-aware-journalism
8. Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism, 6*(4), 442–464.
9. Dworznik, G. (2018). Personal and organizational predictors of compassion fatigue symptoms among journalists. Journalism Studies, 19(13), 1909–1927.
10. Feinstein, A., et al. (2018). A hazardous profession: War, journalists, and psychopathology. American Journal of Psychiatry, 175(9), 836–845.
11. Fiialka, S., & Kornieva, Z. (2024). Journalism education in times of war: New challenges and adaptation strategies. Advanced Education, 25. https://doi.org/10.20535/2410-8286.316512
12. Gligorijević, J., Džamonja Ignjatović, T., Čečen, B., Matić, V., & Janković, M. (2023). Analysis: Mental health of journalists. Organization for Security and Co-operation in Europe (OSCE). https://www.osce.org/sites/default/files/f/documents/a/2/545761.pdf
13. Hanitzsch, T., et al. (2019). *Worlds of Journalism: Journalistic Cultures Around the* Globe. Columbia University Press.
14. Impact Initiatives. (2024, March 5). Ukrainian crisis situational analysis. Data Friendly Space. https://www.datafriendlyspace.org/resources/ukrainian-crisis-situational-analysis
15. Kassaye, A., Demilew, D., Fanta, B., Mulugea, A., Getinet, W., Ali, E., & Abdisa, L. (2023). Post-traumatic stress disorder and its associated factors among war-affected residents in Woldia town, North East Ethiopia, 2022: Community based cross-sectional study. PLoS ONE, 18(12), Article e0292848. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0292848

16. Kholod, O. (2025, November 30). Data for the article by Oleksandr Kholod «Formation of professional identity of journalism students under conditions of war: Analysis of autobiographical narratives of first- and second-year students». SSRN. https://ssrn.com/abstract=
17. Kosiuk, O. (2022). Specialized military journalism in the system of mass communication during the Russian-Ukrainian war (2014–2022): Comparative analysis of world and Ukrainian mass media. *European Journal of Transformation Studies, 10*(2), 5–23.
18. Lowe, R. (2006). The impact of World War II on British higher education. *History of Education, 35*(4), 423–441.
19. McBain, L. (2015). «Open the hurt locker and learn»: Veterans education and the civil-military gap [Doctoral dissertation, University of California, Los Angeles]. UCLA Electronic Theses and Dissertations. https://escholarship.org/uc/item/37s4q3f9
20. Marino, S. (2024). Refugees' storytelling strategies on digital media platforms: How the Russia–Ukraine war unfolded on TikTok. Social Media + Society, 10(4). https://doi.org/10.1177/20563051241279248
21. McMahon, C. (2001). Covering disaster: A pilot study into secondary trauma for print media journalists. Australian Journalism Review, 23(1), 135–148.
22. National Union of Journalists of Ukraine (NUJU). (2025). Beyond the call of duty: How Ukraine's embattled journalists respond to war. WAN-IFRA. https://wan-ifra.org/2025/04/beyond-the-call-of-duty-how-ukraines-embattled-journalists-respond-to-war/
23. Nieman Reports. (2024). How Ukrainian Media Is Navigating the Challenge of Reporting Ethically on the Russian Invasion. https://niemanreports.org/how-ukrainian-media-is-navigating-the-challenge-of-reporting-ethically-on-the-russian-invasion/
24. Nguyen, D.-K., Hoang, T.-L., Tran, M.-H., & Giang, T.-V. (2025). Trauma-informed care for students from teachers' perspective: A literature review from a developing country. *Futurity Education, 5*(2), 160–176. https://doi.org/10.57125/FED.2025.06.25.09
25. Ogunyemi, O., & Price, L. T. (2023). Exploring the Attitudes of Journalism Educators to Teach Trauma-Informed Literacy: An Analysis of a Global Survey. Journalism & Mass Communication Educator. https://doi.org/10.1177/10776958221143466
26. Orlova, D., Makar, O., Romaniuk, V., & Zhdanova, M. (2021, May 28). Fakes debunked by the StopFake project between 2014—2017: Narratives and sources. StopFake. https://www.stopfake.org/en/fakes-debunked-by-the-stopfake-project-between-2014-2017-narratives-and-sources/
27. Pavlik, J. V. (2023). The Russian war in Ukraine and the implications for the news media. Athens *Journal of Mass Media and Communications, 9*(4), 291–306. https://doi.org/10.30958/ajmmc.9-4-5
28. Pavlik, J. V. (2020). Drones, augmented reality and virtual reality journalism: Mapping their role in immersive news content. *Media and Communication, 8*(3), 137–146. https://doi.org/10.17645/mac.v8i3.3031
29. Raemy, P., Hellmueller, L., & Vos, T. P. (2024). Understanding journalistic culture as context and result of negotiation. *International Journal of Communication, 18*, 4909–4928. https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1932/8036
30. Riessman, C. K. (2008). *Narrative methods for the human sciences*. Sage Publications, Inc.
31. Shapiro, B. (2023). Reporters need training on trauma-informed journalism. Objective Journalism. https://objectivejournalism.org/2023/08/reporters-need-training-trauma-informed-journalism/
32. Tedeschi, R. G., & Calhoun, L. G. (2004). Posttraumatic growth: Conceptual foundations and empirical evidence. *Psychological Inquiry, 15*(1), 1–18.
33. Tumber, H., & Webster, F. (2006). *Journalists Under Fire: Information War and Journalistic Practices*. Sage.
34. Węglińska, A., Seklecka, A., Peszyński, W., & Węgliński, B. (2024). Transformation of a war journalist profession: The case of the full-scale Russo–Ukrainian conflict. Media, War & Conflict. https://doi.org/10.1177/17506352241307013 [web:5, web:22]
35. Wyatt, R. O. (1995). Vietnam and the press: Students, faculty, and the media's coverage of the war. *Journalism & Mass Communication Educator, 50*(3), 40–51.
36. Zelizer, B. (1993). Journalists as interpretive communities. Critical Studies in Media Communication, 10(3), 219–237.
37. Zelizer, B. (2017). *What Journalism Could Be*. Polity Press.
38. Міністерство охорони здоров'я України. (2021). Класифікатор хвороб та споріднених проблем охорони здоров'я. НК 025:2021. Видання офіційне (в одному томі). https://moz.gov.ua/uploads/ckeditor/документи/Національний%20класифікатор%202020/01%2C09%2C2021/Національний%20класифікатор%20НК%20025.pdf

39. Красков, О. (2024). Вплив факторів стресу, пов'язаних з війною в Україні, на психічне здоров'я молоді (на прикладі студентів 3-4 курсів Національного університету «Києво-Могилянська академія»). *Психосоматична медицина та загальна практика, 9*(3). https://doi.org/10.26766/pmgp.v9i3.522

Дмитро ШПІРКО,
здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти.
Сумський державний університет

ЕВОЛЮЦІЯ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНЦІЙ ЗДОБУВАЧА ОСВІТИ: ВПЛИВ ТЕХНОЛОГІЙ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ НА ФОРМУВАННЯ НОВОГО ТИПУ МЕДІАФАХІВЦЯ

Сучасний етап розвитку журналістської освіти в Україні характеризується безпрецедентними викликами, які виходять далеко за межі вже звичних педагогічних дискусій про цифровізацію. Якщо у світовому контексті перехід на дистанційні форми навчання був здебільшого еволюційним або тимчасовим, то в українських реаліях, особливо у прифронтових регіонах, цей процес набув характеру безальтернативної стратегії виживання освітньої галузі. На прикладі Сумського державного університету, який функціонує в умовах постійної безпекової загрози, ми спостерігаємо формування абсолютно нового типу здобувача освіти.

Тож аналіз впливу дистанційних технологій на професійні компетенції майбутніх медійників, де технологічний прогрес межує з вимушеною соціальною ізоляцією, і є метою нашого дослідницького зацікавлення. Як справедливо зазначають Г. Бичко та В. Терещенко, «оцінити наслідки такого тривалого порушення освітнього процесу в Україні наразі дуже складно» [3], тож наша праця абсолютно не претендує на вичерпність, а може розглядатися лише як начерки до майбутнього узагальнення.

Загалом професія журналіста традиційно базувалася на навичках «живої» комунікації. Уміння знайти підхід до респондента, зчитати невербальні сигнали, працювати в епіцентрі події — це ті «скіли», які важко передати через екран монітора. Однак реальність така, що значна частина студентів-медійників, які вступили до університету в 2022–2025 роках, мають незначний досвід аудиторного навчання.

Це створює парадоксальну ситуацію: заклади освіти готують фахівців із комунікацій, які комунікують зі світом переважно через цифрові інтерфейси. Дослідження, проведені в інших прифронтових вишах, зокрема в Одеському національному морському університеті, підтверджують тенденцію: найбільшим недоліком дистанційної освіти студенти та викладачі визначають саме відсутність наочного спілкування та неможливість повноцінної роботи в аудиторії [1, с. 108]. Для здобувача освіти в Сумах не завжди є доступною класична редакційна практика. Повітряні тривоги та загроза обстрілів звужують поле для репортерської діяльності, і студенти втрачають можливість відчути атмосферу ньюзруму. Як наслідок, формується певний вакуум у навичках міжособистісної взаємодії та ризик психологічного бар'єра при роботі офлайн.

Проте підхід до обговорення цього питання не може бути однобоким. Вплив технологій має яскраво виражений двоаспектний характер. Аналіз динаміки успішності студентів у період із 2018 по 2024 роки демонструє цікавий феномен: після очікуваного зниження показників у 2022 році через початок повномасштабного вторгнення та проблеми з електропостачанням, ситуація почала вирівнюватися [1, с. 113–114]. Це свідчить про високу адаптивність здобувачів освіти, які навчилися самостійно регулювати час, темп та обсяг засвоєння матеріалу, що стає новою конкурентною перевагою [1, с. 108].

По-перше, відбувається глобалізація освітнього процесу. Дистанційні технології стерли кордони університетської аудиторії. Студент із Сум, перебуваючи в укритті, може долучатися до вебінарів провідних медіаекспертів України та світу. Володіння платформами ZOOM, Google Meet та Moodle стало обов'язковим hard skill. При цьому сучасне покоління студентів, яке дослідники визначають як «цифрове», має специфічні психологічні особливості: переважання візуального сприйняття та потребу у швидкому перемиканні уваги [2, с. 80]. Це вимагає від викладача нових підходів до візуалізації матеріалу та використання інтерактивних інструментів.

По-друге, формується компетенція «цифрової мобільності». Вимушений перехід в онлайн навчив студентів оперативності нового рівня: монтаж сюжету на смартфоні, прямий ефір із будь-якої локації, фактчекінг через OSINT-інструменти. Це формує тип журналіста-універсала. Окремої уваги заслуговує психологічний аспект: навчання в умовах стресу загартовує стресостійкість, що є критично важливим для професії.

Проте, дистанційна освіта трансформує суть професійної ідентичності, зміщуючи фокус із колективної творчості на індивідуальну. Для компенсації цього дефіциту критично важливим є впровадження синхронних онлайн-консультацій. Емпіричні дані свідчать, що такі консультації виконують не лише навчальну, а й мотиваційну функцію. Опитування показують, що 82 % студентів вважають синхронну взаємодію обов'язковим елементом навчання [2, с. 83], а її відсутність негативно впливає на якість сформованих компетенцій навіть у старанних студентів [2, с. 84].

Підсумовуючи, можна стверджувати, що під впливом воєнних реалій відбувається еволюція професійних компетенцій. Новий тип випускника — це «цифровий кочівник», який володіє потужним технічним арсеналом, але потребує додаткової адаптації до офлайн-комунікації.

Завданням вищої школи є пошук балансу: максимальне використання «цифри» для технічних навичок та впровадження обов'язкових синхронних форматів. Педагогічний досвід показує, що ефективність досягається, коли синхронні консультації складають не менше 30 % від загальної кількості занять [2, с. 83]. Тільки такий комбінований підхід дозволить підготувати конкурентоспроможного фахівця, здатного відповідати викликам сучасного інформаційного простору.

Список використаних джерел

1. Тузова І., Тузов О., Панченко Т., Чумак О., Стародуб В. Аналіз використання інформаційних технологій в організації навчального процесу в умовах кризових ситуацій та військового стану в Одеському національному морському університеті. *Таврійський науковий вісник.* 2024. № 1. С. 106–118.
2. Островська Л. Онлайн-консультації як складова дистанційної освіти у вищій школі. *Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету. Серія : Педагогічні науки*. 2020. Вип. 3. С. 76–87.
3. Бичко Г., Терещенко В. Навчальні втрати: сутність, причини, наслідки та шляхи подолання. 2023. URL: https://testportal.gov.ua//wp-content/uploads/2023/04/Learning-losses_Ukraine.pdf (дата звернення: 21.10.2025).

Гаяна ЮКСЕЛЬ,
докторка наук зі соціальних комунікацій, доцентка.
Таврійський національний університет
імені В. І. Вернадського

КРИМСЬКОТАТАРСЬКА МОВА В ЖУРНАЛІСТСЬКІЙ ОСВІТІ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ, ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Кримськотатарська мова сьогодні належить до мов, що перебувають під серйозною загрозою зникнення. Це підтверджують міжнародні класифікації та приклади політичних утисків, асиміляційних практик і сучасна політика окупаційної влади в Криму. Факторами небезпеки та перешкоджань для розвитку кримськотатарської мови, яка перебуває під загрозою зникнення, є загальна глобалізація, яка є викликом для багатьох мов світу; окупація Криму 2014 р. та повномасштабна війна РФ проти України 2022 р.; відсутність використання кримськотатарської мови в різних сферах життєдіяльності, відсутність сталих державних програм з розвитку кримськотатарської мови тощо.

В тимчасово окупованому Криму кримськотатарська мова визнана так званою державною, як і російська та українська, але це рішення має суто декларативний та формальний характер. Цілком зрозуміло, що головним чинником загального обмеження розвитку кримськотатарської мови насамперед стала руйнівна політика Російської Федерації та окупаційної адміністрації півострова щодо скорочення та заборони сфер її застосування, зокрема зменшення можливостей для отримання кримськими татарами освіти рідною мовою. При створенні національних класів в школах Криму спостерігається постійний тиск, залякування, шантажування батьків і рідних учнів з вимогою не писати заяв щодо відкриття класів з навчанням рідною мовою, а відповідно – скорочення кількості класів з кримськотатарською мовою викладання в загальноосвітніх школах [5, с. 382]. У Криму, згідно з чинним законодавством РФ про застосування регіональних мов, навчання кримськотатарською мовою відбувається до 9 класу загальноосвітньої школи, а після, до 11 класу – тільки російською мовою.

Впливовим чинником загрози для збереження й розвитку кримськотатарської мови в Криму став також вимушена міграція після повномасштабного вторгнення РФ в Україну 2022 р. частини носіїв кримськотатарської мови до інших країн світу з подальшим дисперсним розселенням, що створило нові ризики зниження мовного потенціалу народу.

В умовах, коли частина української території залишається тимчасово окупованою, мова виконує функції не лише комунікації, але й самоорганізації, культурного спротиву та підтримання зв’язку з кримськотатарським народом, якій проживає як в Криму, так і на материковій частині України та в діаспорі.

Саме тому питання викладання кримськотатарської мови у вищій школі, зокрема у підготовці філологів, педагогів та журналістів, набуває особливої актуальності.

Для журналістів, які спеціалізуються на темі Криму та питаннях корінних народів України, знання кримськотатарської мови має професійне значення. Журналісти працюють із різними групами населення, аналізують події у політичному, соціальному та культурному контекстах, а кримськотатарська тематика є не лише чутливою, але й стратегічно важливою для державної інформаційної політики України. Кримськотатарська мова дає змогу розуміти зміст першоджерел в тюркомовному світі, коректно працювати з етнокультурними термінами, уникати помилок, які можуть мати суспільні наслідки. Професійна компетентність журналіста передбачає вміння працювати з автентичними текстами. Неможливо якісно висвітлювати кримськотатарську тематику, не маючи базового знання лексики та культурних маркерів мови корінного народу.

В останні роки Україна ухвалила низку документів, що стимулюють розвиток кримськотатарської мови: Концепцію розвитку та популяризації кримськотатарської мови (2021) [1], Стратегію розвитку кримськотатарської мови на 2022–2032 рр. (2022) [2], кримськотатарський алфавіт на основі латиниці (2021) [3], правопис кримськотатарської мови на латиниці (2025). Ці документи створюють правову підтримку для розширення викладання мови в університетах, включення її в освітні програми, розробки підручників, онлайн-платформ та матеріалів для медійної комунікації. Після затвердження правопису у 2025 році очікується його поступове впровадження у сфері освіти, медіа, офіційного діловодства та інших напрямках, де використовується кримськотатарська мова. Важливо, що нормативні документи орієнтовані не лише на наукову роботу, але й на популяризацію мови, підтримку освіти, медіапроєктів та культурних ініціатив. Це означає, що університети можуть розраховувати на державну підтримку у впровадженні нових курсів, розробці навчальних програм і підготовці фахівців.

Відчутний внесок у розвиток викладання кримськотатарської мови зроблено в Таврійському національному університеті імені В. І. Вернадського. Після переміщення у 2015 році до Києва університет став одним з осередків вивчення мов корінних народів України. У ТНУ імені В. І. Вернадського кримськотатарську мову почали викладати системно, залучаючи носіїв, розробляючи програми та організовуючи події, спрямовані на популяризацію кримськотатарської культури. Цей досвід є показовим, оскільки доводить, що навіть в умовах обмежених ресурсів університет може створити освітнє середовище для вивчення мови.

Проте існує низка проблем, які потребують нагального вирішення. Першою і найпомітнішою є нестача викладачів. Кваліфікованих фахівців з кримськотатарської мови в Україні небагато, це обмежує можливість університетів відкривати програми та курси з цієї мови. Другою проблемою є брак сучасних навчальних матеріалів. Підручники, що існують сьогодні, не відповідають потребам журналістської освіти. У них майже відсутні тексти,

пов'язані з медіадискурсом, бракує матеріалів для розвитку навичок аналізу новин, роботи з термінологією, розуміння жанрової специфіки медіа. Крім того, після переходу на латиницю та затвердження правопису у 2025 році виникла потреба в створенні навчальних ресурсів, які відповідали б новим стандартам.

Серйозною перепоною залишається відсутність мовного середовища. Студенти не мають можливості активно практикувати спілкування з носіями мови, а кримськотатарські медіа з Криму недоступні або перебувають під контролем окупаційної влади, внаслідок чого навчальний процес втрачає свою природність і базується лише на теоретичних матеріалах. Журналістові ж потрібна постійна практика, адже професійна діяльність неможлива без навичок живої комунікації, розуміння інтонацій, особливостей усного мовлення та соціолінгвістичних нюансів.

Підготовка журналістів, які володіють кримськотатарською мовою, має стратегічне значення для майбутньої деокупації Криму та відновлення його інформаційного простору. Коли Україна повернеться на півострів, саме ці фахівці будуть здатні відновлювати медіасферу, створювати контент, зрозумілий та близький кримськотатарському народу. Вони стануть медіапосередниками між державою та корінним народом, що є критично важливим для деокупації та післявоєнної реінтеграції Криму в український медіапростір.

Доречними виглядають наступні пропозиції для вдосконалення університетського навчання кримськотатарській мові: створення типових навчальних програм для журналістів, які включатимуть мову, правопис, термінологічний мінімум, медіастилістику та етику роботи з кримськотатарськими темами; розробка оновлених підручників і мультимедійних курсів, що враховують латиницю та потреби професійної комунікації; запровадження регулярних факультативів з кримськотатарської мови в закладах вищої освіти України; створення спільних проєктів університетів з кримськотатарськими медіа, що дасть студентам практику роботи з реальними матеріалами; формування онлайн-платформ, доступних для студентів з різних регіонів, що дасть можливість долати дисперсність носіїв мови та обмеження, пов'язані з окупацією; використання потенціалу кримськотатарської діаспори у Туреччині, Румунії та інших країнах для обміну матеріалами та практик.

Кримськотатарська мова в університетській журналістській освіті є не лише навчальною дисципліною, але й важливим інструментом формування чутливості, відповідальності та компетентності майбутніх журналістів. Для журналістів мова відкриває можливість глибше розуміти Крим, працювати з кримськотатарськими громадами та створювати якісний, відповідальний контент. Підтримка мовної підготовки сприятиме формуванню нових професійних стандартів української журналістики та зміцненню гуманітарного простору України.

Список використаних джерел

1. Концепція розвитку та популяризації кримськотатарської мови: схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 7 квітня 2021 р. № 296-р. URL: https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-

shvalennia-kontseptsii-rozvitku-ta-populiaryzatsii-krimskotatarskoi-movi-296-r (дата звернення: 01.09.2025).
2. Стратегія розвитку кримськотатарської мови на 2022–2032 роки: затверджено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 23 лютого 2022 р. № 190-р. URL: https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-shvalennia-stratehii-rozvytku-krymskotatarskoi-movy (дата звернення: 01.09.2025).
3. Про затвердження алфавіту кримськотатарської мови на основі латинської графіки: постанова Кабінету Міністрів України від 22 вересня 2021 р. № 993. URL: https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennia-alfavitu-krimskotatarskoi-movy (дата звернення: 01.09.2025).
4. Політики реінтеграції тимчасово окупованих територій України: досягнення та виклики. *Школа політичної аналітики НаУКМА.* Київ, 2021. 6 с. URL: URL: https://spa.ukma.edu.ua/wp-content/uploads/2021/11/AT285_PR_eng_logo_UKR.pdf (дата звернення: 01.09.2025).
5. Юксель Г. Кримська інформаційно-медійна парадигма в контексті окупації півострова (лютий 2014 – лютий 2022 рр.): Трансформація медійної сфери та інформаційна політика України: монографія. Київ: ТОВ «Видавничий дім «АртЕк». 2023. 564 с.

Андрій ЮРИЧКО,
кандидат філологічних наук.
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

ТРАНСФОРМАЦІЯ ПРИФРОНТОВИХ МЕДІА В УМОВАХ ВІЙНИ: ЕТИЧНІ НОРМИ, СТРАТЕГІЯ РОБОТИ З АУДИТОРІЄЮ ТА ЦИФРОВІЗАЦІЯ

Повномасштабна війна в Україні р 2022 року створила безпрецедентні виклики для локальних медіа, особливо в прифронтових регіонах. Частина редакцій була змушена закритися або призупинити роботу через окупацію, обстріли та фінансові труднощі: за перші 1000 днів війни з інформаційного простору зникло 329 українських медіа, найбільше – саме в областях, наближених до фронту [1]. Водночас ті локальні медіа, що продовжують працювати попри воєнні дії, демонструють стійкість і готовність змінювати підходи до роботи.

Актуальність дослідження зумовлена тим, що прифронтові медіа виконують роль «інфраструктури інформаційного виживання» для своїх громад: інформують про безпекові загрози, фіксують воєнні злочини, підтримують зв’язок між тими, хто залишився, і тими, хто виїхав. Виживання цих редакцій пов’язане не лише з фінансовою підтримкою, а й із трансформацією професійних практик.

Об’єктом дослідження є локальні медіа прифронтових регіонів України, предметом – зміни в їхніх етичних, аудиторних і цифрових практиках під впливом війни. Мета статті – на основі опитувань і глибинних інтерв’ю з головними редакторами описати ключові напрями трансформації (етика, робота з аудиторією, цифровізація) та окреслити суперечності між задекларованими і реально впровадженими змінами.

Завдання дослідження: узагальнити попередні підходи до аналізу регіональних/прифронтових медіа під час війни; описати методологію (опитування та Zoom-сесії з редакторами); проаналізувати зміни етичних норм; визначити трансформації в роботі з аудиторією; окреслити цифровізацію (інформаційна безпека, аналітика, ШІ) та виявити розрив між декларованими й реальними практиками.

Вплив війни на роботу українських регіональних медіа став предметом низки досліджень. Звіт Media Development Foundation за підсумками 2024 року засвідчив, що третій рік війни поглибив кадровий голод і фінансову нестабільність, утім близько 40 % редакцій відчули певне полегшення завдяки новим стратегіям роботи й оптимізації ресурсів [2]. Це свідчить, що частина

медіа адаптувалася, змінюючи контент-стратегії, шукаючи додаткове фінансування та активізуючи роботу із соцмережами.

Аналітичні звіти українських організацій (IMI, НСЖУ, MDF, АУП тощо) підкреслюють, що прифронтові медіа поєднують ризики фізичної небезпеки, тиск локальних еліт, брак кадрів, кібератаки та залежність від нестабільної грантової підтримки. Водночас саме вони забезпечують громади оперативною й локально релевантною інформацією, яку національні ЗМІ не завжди можуть надати.

Етична журналістика у воєнний час осмислюється в роботах дослідників і рекомендаціях професійних організацій. Документи Комісії з журналістської етики, IMI та інших інституцій присвячені роботі з травмою, висвітленню жертв війни, використанню шокуючих зображень. Наголошується, що оперативність поступається принципам достовірності та безпеки; баланс думок не означає надання платформи пропагандистським наративам.

У цьому контексті особливого значення набуває принцип «не нашкодь»: повага до приватності постраждалих, уникнення вторинної травматизації, обмеження інформації, що може зашкодити людям або військовим операціям. Рекомендації також вимагають попереджати про шокуючий контент, отримувати згоду родин, проявляти емпатію. Наше дослідження доповнює ці підходи емпіричним зрізом практик саме прифронтових редакцій.

Війна кардинально змінює структуру аудиторії локальних медіа: масова міграція формує нові сегменти – ВПО, діаспора, військові та їхні родини. Медіа дедалі частіше орієнтуються не лише на тих, хто «на місці», а й на тих, хто виїхав, але прагне зберегти зв’язок із регіоном. Водночас до громад прибувають нові групи (військові, волонтери, переселенці), що розширює межі «локальної» аудиторії.

Опитування редакцій показують, що українці за межами регіону часто розглядаються як ключова цільова група, однак такі дані зазвичай не уточнюють частку цієї аудиторії чи рівень довіри. Тому в цій статті аудиторні стратегії аналізуються як самооцінки редакторів, а не прямий вимір поведінки аудиторії.

Інформаційна безпека журналістики під час війни охоплює як фізичну, так і цифрову складову. Кібератаки, зломи акаунтів, втручання в роботу сайтів, фейки та ІПСО з боку Росії стали повсякденною загрозою. Експерти наголошують: відсутність базової кібергігієни може призвести до втрати контенту, викриття джерел і втручання в редакційну політику.

НСЖУ, Академія української преси та інші організації проводять навчання з цифрової безпеки. Рекомендації включають роботу з офіційними джерелами, аналіз фото й відео, використання VPN та шифрування, резервні копії, складні паролі й двофакторну автентифікацію. Попередні дослідження здебільшого фіксують ці вимоги нормативно; наше – зосереджується на тому, як вони реалізуються у прифронтових редакціях.

Дослідження базується на поєднанні кількісних і якісних методів. Емпірична основа: чотири хвилі онлайн-опитувань (липень–жовтень 2025 р.),

фінальна анкета (листопад 2025 р.), 16 групових Zoom-сесій (по п’ять редакцій) та 20 індивідуальних глибинних інтерв’ю.

До вибірки увійшли 20 прифронтових медіа (друк, радіо, онлайн), відібраних із приблизно 70 редакцій, що подали заявки на програму підтримки. Респонденти – головні редактори, які ухвалюють стратегічні рішення, що зумовлює акцент на управлінських практиках. Анкети містили закриті шкальні запитання та відкриті відповіді; у фінальній анкеті повторювалися частина запитань для відстеження динаміки. Матеріали Zoom-сесій опрацьовано методом тематичного кодування. У статті подано описову статистику та якісні висновки за трьома блоками: етика, аудиторія, цифровізація.

Опитування засвідчили суттєвий перегляд етичних підходів. Понад 80 % респондентів оновили або посилили інструкції щодо висвітлення чутливих тем (загиблі, травматичні події, наслідки обстрілів). Більшість редакцій декларують правило «не нашкодь»: уникають шокуючих фото без нагальної потреби, погоджують розкриття особистих даних із героями або родинами, попереджають про потенційно травматичний контент.

Редактори наголошують на вразливості аудиторії, тому частина відмовляється від «миттєвих» новин про трагедії, доки немає підтвердження, що родини поінформовані та згодні. Інші підкреслюють важливість погодження формулювань і візуального супроводу з героями.

Близько половини опитаних зазначили загострення етичних дилем: конфлікт між обов’язком інформувати та ризиками для безпеки. 67 % не публікують одразу всю інформацію, якщо є ризик нашкодити; 58 % анонімізують цивільних на окупованих територіях. Фінальна анкета фіксує позитивну динаміку самооцінок: 90 % вважають, що засвоїли принципи етичного висвітлення історій постраждалих; 75 % – покращили роботу з дітьми та уразливими групами; 65 % – підвищили гендерну чутливість.

Водночас лише 40 % оновили/створили етичні кодекси, а 20 % – письмові чек-листи. Це частково пояснюється тим, що значна частина прифронтових медіа працює малими командами, де правила узгоджуються усно. Отже, увага до етики посилюється, але рівень формалізації змін залишається нерівномірним.

Війна змінила структуру й очікування аудиторії. За оцінками респондентів, у середньому лише близько 40 % довоєнної локальної аудиторії фізично лишається в громаді. Решта переїхали в інші області або за кордон, але частина продовжує стежити за новинами з рідного регіону.

Понад 90 % редакторів зазначили, що свідомо працюють із «зовнішньою» аудиторією: переселенцями, діаспорою, волонтерами, військовими. Частина редакцій запускає окремі канали комунікації (розсилки, сторінки в соцмережах, рубрики), а переїзд читачів стимулює перехід медіа в онлайн і посилення присутності в соцмережах.

Окремим сегментом стали військові та їхні родини: 45 % медіа отримують запити від підрозділів ЗСУ або сімей військовослужбовців і створюють проєкти для цієї аудиторії (новини підрозділів, історії служби, психологічні поради). Таким чином медіа виконують і комунікативну, інтеграційну функцію.

Редакції також фіксують втому аудиторії від травматичного контенту. У відповідь 72 % намагаються балансувати негативні новини конструктивними матеріалами (пояснення, поради, історії допомоги), посилюючи сервісну журналістику та пояснювальні формати. Близько 60 % редакцій регулярно аналізують метрики відвідуваності й охоплення, коригують графік і тематику, створюють контент для нових сегментів.

У підсумку прифронтові медіа переходять від моделі «для громади в межах території» до глокальної моделі: локальний фокус поєднується з роботою для глобально розсіяної, але емоційно прив'язаної аудиторії.

Більшість досліджуваних медіа є традиційними (зокрема друкованими), однак війна суттєво посилила їхню онлайн-присутність. Обстріли, блекаути та ризик втрати приміщень змусили переглянути збереження архівів, організацію роботи й захист даних.

Захист даних. 82 % медіа організували регулярні резервні копії матеріалів і контактів, переважно в хмарі або на зовнішніх носіях. Редактори пов'язують ці рішення з досвідом евакуацій та відключень електроенергії.

Кібербезпека. Близько 65 % пройшли тренінги з цифрової безпеки у 2023–2025 роках. Типові практики – складні паролі, менеджери паролів, 2FA, оновлення ПЗ, антивірус. 58 % запровадили політику «жодних російських сервісів». Близько 30 % використовують VPN під час роботи «в полях», а внутрішню комунікацію частіше переводять у захищені месенджери.

Верифікація й протидія дезінформації. 89 % респондентів повідомили про посилення фактчекінгу: навіть локальні новини потребують додаткової перевірки, особливо щодо військових тем. Частина редакцій використовує чек-листи безпеки перед публікацією.

Операційна безпека. Приблизно 50 % перейшли на захищені платформи комунікації, а 40 % передавали базові знання з цифрової безпеки своїм джерелам.

ШІ та аналітика. У фінальній анкеті зафіксовано високий рівень декларованих змін: 95 % заявили про покращення цифрової безпеки; 85 % – про використання ШІ (транскрипція, редагування, переклад); 70 % – про покращення роботи з соцмережами; 60 % – про регулярне дослідження потреб аудиторії.

Водночас інтерв'ю показали, що ці практики часто пілотні: «покращення безпеки» інколи обмежується паролями й обережністю щодо фішингу, а «ШІ» – разовими експериментами. Формалізовані контент-плани з KPI трапляються рідко.

Отже, цифровізація рухається двома темпами: швидко на рівні навичок і базової культури безпеки, повільно – на рівні інституціоналізації (протоколи, політики, системні стратегії). Можна припустити, що редакції з чіткішими етичними правилами частіше впроваджують складніші цифрові практики, хоча на темпи впливають і розмір команди та технічна підтримка.

Результати дозволяють виокремити три напрями трансформації й пов'язані суперечності.

По-перше, етичні підходи істотно змінюються: редакції коригують баланс між оперативністю та безпекою, посилюють захист приватності, уникають

травматизації. Водночас формалізація змін у кодексах і чек-листах обмежена – через дефіцит ресурсів і малі колективи.

По-друге, аудиторна стратегія переходить до глокальної моделі: медіа працюють з «розширеною громадою», що включає мешканців на місці, тих, хто виїхав, а також військових і волонтерів. В умовах інформаційної втоми зростає роль сервісної та пояснювальної журналістики.

По-третє, цифровізація охоплює безпеку, роботу з даними та спроби використання ШІ. Базові практики кібергігієни та бекапів стали необхідністю, однак системна аналітика, контент-планування та інтеграція ШІ переважно залишаються експериментальними.

Ключова суперечність – розрив між самооцінками й реальними змінами. Анкети відображають радше вектор і амбіцію, тоді як інтерв'ю показують фрагментарність практик і дефіцит інституційного закріплення. Водночас вибірка демонструє досвід «тих, хто вижив і трансформувався», а не повну картину прифронтового медіаполя. Однак саме ці редакції можуть бути лабораторією змін для інших регіонів.

Після трьох років повномасштабної війни в прифронтовій зоні залишилися переважно ті медіа, які змогли трансформуватися. Аналіз п'яти хвиль опитувань і Zoom-сесій із редакторами двадцяти медіа дозволяє зробити такі висновки:

1. Етичний вимір. Посилилися практики анонімізації, відкладеного висвітлення, роботи з травмою та співпраці з військовими пресслужбами. Формалізація (кодекси, чек-листи) залежить від ресурсів і масштабу редакцій.

2. Аудиторна стратегія. Прифронтові медіа перейшли до глокальної моделі, працюючи з розсіяною аудиторією (мешканці, переселенці, діаспора, військові, волонтери). Зросла роль соціальних мереж, аналітики та сервісних форматів.

3. Цифровізація. Бекапи, кібергігієна й захищена комунікація стали частиною рутини. Впровадження ШІ та SMM-аналітики нерівномірне й часто експериментальне, що вказує на потенціал розвитку.

4. Самооцінка vs практика. Самооцінки часто вищі за рівень інституціоналізації змін. Це радше свідчить про орієнтацію на «бажану» модель редакції та поле потенціалу для підтримки.

Результати можуть бути корисними для медіаменеджерів, організацій підтримки ЗМІ та освітніх програм: вони вказують, які напрями варто пріоритезувати – робота з травмою, етичні протоколи, аналітика аудиторії, цифрова безпека, продумане використання ШІ.

Подальші дослідження доцільно спрямувати на: порівняння прифронтових і тилових медіа; контент-аналіз до/після війни; глибше вивчення цифровізації (зокрема ШІ й аналітики). Прифронтові медіа України, попри руйнування і втрати, демонструють високий рівень адаптивності й можуть стати важливим ресурсом повоєнного відновлення локальних спільнот.

Список використаних джерел

1. 329 українських медіа закрилися з початку повномасштабного вторгнення РФ – дослідження IMI // Інститут масової інформації: веб-сайт. URL: https://imi.org.ua/monitorings/329-ukrayinskyh-media-

zakrylys-z-pochatku-povnomasshtabnogo-vtorgnennya-rf-doslidzhennya-imi-i64960 (дата звернення: 20.11.2025).

2. Звіт відділу досліджень MDF за 2024 рік. URL: https://www.mediadevelopmentfoundation.org/wp-content/uploads/2025/07/zvit-viddilu-doslidzhen-ukr.pdf (дата звернення: 20.11.2025).

Ярослав ЯНЕНКО,
доктор наук із соціальних комунікацій, доцент.
Сумський державний університет

ВІЙНА І ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ЧИННИКИ ТРАНСФОРМАЦІЇ СУЧАСНОЇ МЕДІАОСВІТИ

У сучасному світі війна, штучний інтелект (ШІ) та медіа тісно переплетені, формуючи складну та багатогранну систему, яка впливає на інформаційний простір та сприйняття новин суспільством.

Медіа відіграють ключову роль у формуванні громадської думки про російсько-українську війну, а за допомогою ШІ створюються та поширюються як достовірні новини, так і дезінформація, фейки та пропагандистські матеріали. Алгоритми соціальних мереж можуть посилювати поширення певних наративів, впливаючи на сприйняття війни.

Відповідно, впливу війни та ШІ зазнають не лише безпосередньо медіа, а й, опосередковано, процес підготовки майбутніх спеціалістів у медіа сфері. Тому розгляд трансформацій у медіаосвіті під впливом зазначених чинників є актуальним.

Мета роботи – уточнити основні особливості трансформацій у сучасній медіаосвіті під впливом війни та штучного інтелекту.

Серед важливих особливостей впливу війни на сучасну медіаосвіту слід зазначити актуалізацію тематики безпеки та етики журналістів у контексті поширення інформації (у тому числі і на персональних сторінках журналістів у соціальних мережах), захисту особистих даних, інформаційної безпеки тощо. Відповідно, підтримка довіри до медіа та боротьба з дезінформацією є одним із ключових завдань для сучасного українського суспільства.

Не менш важливим для сучасної медіаосвіти є посилення уваги до критичного мислення та медіаграмотності, адже в умовах війни зростає потік інформації, у якому присутні пропаганда, дезінформація та фейки. Саме тому важливим є формування у майбутніх медіафахівців навичок критичного аналізу інформації, уміння розпізнавати маніпуляції та оцінювати достовірність джерел.

Таким чином, в умовах війни медіаосвіта поступово змінюється, зокрема у контексті розуміння актуальності створення та поширення правдивої інформації про російсько-українську війну та протидії маніпуляціям, ворожим провокаціям, фейкам тощо.

Ще одним важливим фактором впливу на трансформацію сучасної медіаосвіти є штучний інтелект. Як зазначає С. Берджеб, «ШІ сьогодні впливає на журналістську практику, впливаючи як на медіа-інститути, так і на громадську думку. Медіаорганізації по всьому світу все частіше впроваджують технології ШІ для оптимізації завдань, обробки великих масивів даних та

взаємодії з аудиторією, що змінило ландшафт медіа та комунікацій» [1, с. 95].

Певним викликом для майбутніх медіафахівців є те, що ШІ може створювати актуальний та цікавий медіаконтент (тексти, зображення, відео) і фактично є для них конкурентом, здатним замінити низку професій у сфері медіа.

Тим не менш, інтеграція ШІ в освітній процес та навчання студентів роботі з інструментами ШІ вже є неминучою необхідністю. Бо сучасним медіа потрібні фахівці, здатні ефективно використовувати можливості ШІ, зокрема аналіз даних, створення контенту (генерація текстів, зображень та відео), розпізнавання фейків тощо.

За допомогою технологій ШІ сучасні медіа-бренди можуть створювати візуальні історії, які емоційно залучають аудиторію, використовуючи динамічні та інтерактивні елементи, що особливо ефективно для digital-реклами та повідомлень у соціальних мережах. Дослідники М. Кахраман, Ю. Шекерчі, М. Девеліє та Ф. Коюнку навіть відзначають «наявність гібридних методологій в штучному інтелекті, зокрема інструмент «уяви», який пише підказку та інструмент «поєднання», який надає штучному інтелекту деякі зображення для їх використання» [2, с. 54].

Медіаосвіта в таких умовах має стати більш технологічною, критично орієнтованою та прикладною. Тут можна погодитися з думкою Д. Верма про те, що «ШІ є одночасно інструментом для підвищення ефективності журналістської практики та об'єктом професійного та етичного аналізу, що підкреслює динамічний характер ШІ в журналістиці» [3, с. 152].

Говорячи про практичне використання технологій ШІ практикуючими журналістами, Г. Тейшейра наводить результати власного дослідження: «Опитування 38 журналістів-фрілансерів з досвідом роботи в зонах конфліктів показує, що штучний інтелект сприймається як додатковий, але проблематичний інструмент у військових репортажах. Журналісти використовують ШІ переважно для транскрипції, перекладу, моніторингу соціальних мереж та перевірки маніпулятивних зображень чи відео» [4, с. 5]. Тож сучасна медіаосвіта має готувати людей до усвідомленої роботи з інформацією в умовах активного використання ШІ у пропаганді та кібератаках, як в умовах війни, так і мирного часу.

Таким чином, в результаті роботи визначено, що війна та штучний інтелект мають значний вплив на сучасну медіаосвіту, поступово трансформуючи її зміст та методи навчання. Основними особливостями трансформацій сучасної медіаосвіти є актуалізація тематики безпеки та етики журналістів, посилення уваги до критичного мислення та медіаграмотності, формування у студентів нових компетенцій у сфері використання інструментів ШІ. У таких умовах необхідне постійне оновлення освітніх програм із урахуванням швидкого розвитку технологій та змін в інформаційному середовищі. Це необхідно для підготовки фахівців, здатних ефективно працювати в сучасному інформаційному світі та шукати ефективні відповіді на виклики війни та нові розробки у світі цифрових технологій.

Роботу виконано у межах дослідження «Формування сталої

соціокомунікаційної моделі комеморації російсько-української війни на основі гуманітарної парадигми та штучного інтелекту».

Список використаних джерел

1. Berjeb S. Artificial Intelligence and Media in the Digital Age : Opportunities, Challenges, and Future Implications. *Communication, technologies et developpement*. 2025. Vol. 18. P. 84-97.
2. Kahraman M. U., Sekerci Y., Develier M., Koyuncu F. Integrating Artificial Intelligence in Interior Design Education: Concept Development. *Journal of Computational Design*. 2024. Vol. 5. No. 1. P. 31-60.
3. Verma D. Impact of artificial intelligence on journalism: A comprehensive review of AI in journalism. *Journal of Communication and Management.* 2024. Vol. 3 (2). P. 150-156.
4. Teixeira G. C. War Journalism in the age of Artificial Intelligence: Ethical challenges and dilemmas. *Congres ORBICOM 2025 «Communication, intelligence artificielle, remediation, ethique et inclusion»*. University of Lille, 2025. P. 4-11.

УДК 007:304:070

Українська журналістська освіта: історія, сучасність, перспективи розвитку: зб. матер. Всеукр. наук.-практ. конф. з міжнародною участю / упоряд. Ю. Бондар, А. Волобуєва, І. Євдокименко, Н. Желіховська, Н. Сидоренко. Київ, 2026. 285 с.

Збірник матеріалів «Українська журналістська освіта: історія, сучасність, перспективи розвитку» об'єднує наукові та практичні напрацювання учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю. У публікаціях висвітлено становлення та еволюцію журналістської освіти в Україні, окреслено сучасні тенденції її розвитку, виклики цифрової доби та глобалізації. Автори пропонують аналітичні огляди, досвід упровадження освітніх інновацій, а також бачення шляхів модернізації підготовки медіафахівців. Видання буде корисним для науковців, викладачів, студентів і практиків медіасфери, які цікавляться проблемами та перспективами фахової освіти.

Матеріали друкуються в авторській редакції. Відповідальність за достовірність і оригінальність інформації, коректність цитування та посилання на джерела несуть автори. Викладені погляди можуть не збігатися з позицією редакційної колегії, рецензентів чи Навчально-наукового інституту журналістики. До збірника не включено матеріали, написані з порушенням принципів академічної доброчесності.

Рекомендовано до друку
Вченою радою Навчально-наукового інституту журналістики
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
(протокол № 7 від 20 січня 2026 р.).

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
Veritas et honor
1947
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ

Київ – 2026