

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕДІАПРОСТОРУ

ЗБІРНИК
ДОПОВІДЕЙ

CURRENT
ISSUES
OF MEDIA
SPACE

BOOK OF
ABSTRACTS

Київ - Viterbo
2025

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ
УНІВЕРСИТЕТ ТУШІЇ (Вітербо, Італія)
МІЖФАКУЛЬТЕТСЬКИЙ ЦЕНТР З ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПОШИРЕННЯ ВІДНОВЛЮВАНИХ ДЖЕРЕЛ ЕНЕРГІЇ
(Cirder, Вітербо, Італія)
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АДАМА МІЦКЕВИЧА (Познань, Польща)
ДОСЛІДНИЦЬКА ГРУПА З ПИТАНЬ РІЗНОМАНІТНОСТІ, РІВНОСТІ ТА (РЕ)ІНТЕГРАЦІЇ
(Познань, Польща)

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕДІАПРОСТОРУ: ЗБІРНИК ДОПОВІДЕЙ

Київ–Вітербо
2025

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
TARAS SHEVCHENKO NATIONAL UNIVERSITY OF KYIV
EDUCATIONAL AND SCIENTIFIC INSTITUTE OF JOURNALISM
UNIVERSITY OF TUSCIA (VITERBO, ITALY)
INTERDEPARTMENTAL CENTER FOR RESEARCH AND DIFFUSION
OF RENEWABLE ENERGY (CIRDER, VITERBO, ITALY)
ADAM MICKIEWICZ UNIVERSITY (Poznań, Poland)
RESEARCH GROUP ON DIVERSITY, EQUALITY, AND (RE)INTEGRATION (Poznań, Poland)

CURRENT ISSUES OF MEDIA SPACE BOOK OF ABSTRACTS

Kyiv-Viterbo
2025

ISBN 9788890336188

УДК 007:304:070

Рецензенти:

Володимир Садівничий, д-р. наук із соц. комунік., проф. факультету іноземної філології та соціальних комунікацій Сумського державного університету
Алессандро Бокколіні, доцент факультету гуманітарних наук, комунікації та туризму
Університету Тушії

**Рекомендовано до друку вченою радою Навчально-наукового інституту журналістики
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
(протокол № 16 від 6 травня 2025 р.).**

Редакційна колегія:

Юрій Бондар, канд. політ. наук, проф., директор ННІЖ
Анастасія Волобуєва, канд. наук із соц. комунік., доц.
Олена Грозна, асист.
Ірина Євдокименко, канд. наук із соц. комунік., доц.
Петро Катеринич, д-р філософії, асист.
Богдана Носова, канд. наук із соц. комунік., доц.
Олексій Ситник, канд. наук із соц. комунік., доц.
Андреа Колантоні, д-р філософії, доцент Університету Тушії, Вітербо, Італія
Леонардо Б'янкіні, д-р філософії, асистент Університету Тушії, Вітербо, Італія
Валеріо Ді Стефано, д-р філософії, Адміністративний менеджер CREA
– Дослідницького центру лісового господарства та деревини Ради
сільськогосподарських досліджень та аналізу економіки сільського господарства
Міністерства сільського господарства, продовольчого суверенітету та лісів Італії,
Рим, Італія

**Актуальні проблеми медіапростору: зб. доп. наук.-практ. конф. / упоряд. Ю. Бондар,
А. Волобуєва, Б. Носова. Київ–Вітербо, 2025. 480 с.**

У збірнику подано матеріали учасників VII Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми медіапростору», яка відбулася в рамках Днів науки в Навчально-науковому інституті журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка 17 квітня 2025 року.

Матеріали друкуються в авторській редакції. Автори матеріалів несуть повну відповідальність за достовірність та оригінальність інформації, коректність цитування наукових джерел і посилання на них.

Викладені погляди не відображають і не представляють думки членів редакційної колегії, рецензентів та Навчально-наукового інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

© Колектив авторів, 2025

© ННІЖ КНУ імені Тараса Шевченка, 2025

© Університет Тушії, Вітербо, Італія, 2025

ISBN 978-889-033-618-8

UDC 007:304:070

Reviewers:

Volodymyr Sadivnychi, Doctor of Sciences in Social Communications, Professor, Faculty of Foreign Philology and Social Communications, Sumy State University
Alessandro Bocolini, Ph.D., Associate Professor, University of Tuscia, Viterbo, Italy

**Recommended for publication by the Academic Senate of the Educational and Scientific Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv
(Minutes No. 16 dated May 6, 2025).**

Editorial Board:

Yurii Bondar, Ph.D., Professor, Director of the Educational and Scientific Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv
Anastasiia Volobueva, Ph.D., Associate Professor, Educational and Scientific Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv
Olena Hrozna, Assistant Professor, Educational and Scientific Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv
Iryna Yevdokymenko, Associate Professor, Educational and Scientific Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv
Petro Katerynych, Ph.D., Assistant Professor, Educational and Scientific Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv
Bogdana Nosova, Ph.D., Associate Professor, Educational and Scientific Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv
Oleksii Sytnyk, Ph.D., Associate Professor, Educational and Scientific Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv
Andrea Colantoni, Ph.D., Associate Professor, University of Tuscia, Viterbo, Italy
Leonardo Bianchini, Ph.D., Assistant Professor, University of Tuscia, Viterbo, Italy
Valerio Di Stefano, Ph.D., Administrative Manager, CREA – Research Center for Forestry and Wood of the Council for Agricultural Research and Analysis of Agricultural Economics of the Ministry of Agriculture, Food Sovereignty and Forests of Italy, Rome, Italy

Current Issues of Media Space: Book of Abstracts (2025). Edited by Yu. Bondar, A. Volobueva, B. Nosova. Kyiv-Viterbo. 480 p.

This Book of Abstracts is a collection of selected academic papers presented at the VII International Scientific and Practical Conferences «Current Issues of Media Space» at the Educational and Scientific Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv on April 17, 2025 in the frame of the Days of Science and in collaboration with the University of Tuscia.

The academic papers are published in the author's wording. The authors of the papers are fully responsible for the reliability and originality of the information, the correctness of the citation of scientific sources and references to them.

The views presented are those of authors and do not reflect or represent the views of the Editorial Board Members, Reviewers or the Educational and Scientific Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv.

© Group of Authors, 2025

© Educational and Scientific Institute of Journalism,

ЗМІСТ

Частина 1. УКРАЇНСЬКА ЖУРНАЛІСТИКА У СВІТОВОМУ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНОМУ КОНТЕКСТІ

Роксоляна Білоус, ВЛАСТИВОСТІ ГОНЗО-ЖУРНАЛІСТИКИ	18
Любов Василик, НОВИННІ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛИ ЗАХІДНОЇ УКРАЇНИ ЯК АМАТОРСЬКІ НОВИННІ МЕДІА	21
Назарій Волянський, Василь Лизанчук НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ ПРОПАГАНДА: ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНІСТЬ	25
Антон Воробйов, ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ТА ПРОМОЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНО-ОСВІТНЬОЇ ТЕЛЕПРОГРАМИ «XISTORY»	28
Анна Гайкова, Данііл Чорновол, ПУБЛІЦИСТИЧНИЙ ДИСКУРС В МЕДІЙНОМУ ПРОСТОРІ	31
Олег Галів, ФОРМАТ ТЕЛЕМАРАФОНУ ЯК ТРЕНД ТЕЛЕВІЗІЙНОГО МОВЛЕННЯ В УКРАЇНІ: РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ	33
Віталій Гандзюк, СУСПІЛЬНЕ СПРИЙНЯТТЯ ТЕЛЕМАРАФОНУ «ЄДИНІ НОВИНИ»: ДОВІРА, ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ	35
Валерія Гетьман, ТРЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ОГЛЯДУ ЯК ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ЖАНРУ	36
Володимир Грисюк, Марія Єфімова, ПОПУЛЯРНІСТЬ МЕДІАПЛАТФОРМ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ: РЕЗУЛЬТАТИ АНКЕТУВАННЯ	39
Олег Джолос, «ГОЛОС АМЕРИКИ» – НЕ ПРОПАГАНДА, А ПРАВДА	41
Олександр Забарний, ОБРАЗ ГЕРОЯ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ НА ШПАЛЬТАХ ГАЗЕТ ЧЕРНІГІВЩИНИ	43
Дмитро Загорулько, КРИЗА ВІДВІДУВАНOSTІ ОНЛАЙН-МЕДІА: УКРАЇНСЬКА ПЕРСПЕКТИВА	46
Олександра Зоріна, ТРЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ФОТОРЕПОРТАЖУ В СУЧАСНИХ ЗМК В ЕКСТРЕМАЛЬНИХ УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ	48

Ніна Зражевська, МІФ “ПРО ЗМОВУ” В МІЖНАРОДНИХ МЕДІАНАРАТИВАХ В КОНТЕКСТІ ВІЙНИ РОСІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ	50
Катерина Касімова, ГОСТРІ ТЕМИ В УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІАПРОСТОРІ: KEYС ДИСКУРСУ ЗЕЛЕНСЬКОГО-ТРАМПА	53
Алла Кобинець, РЕЛОКОВАНІ МЕДІА ПІД ЧАС ВІЙНИ: ВИКЛИКИ, ДОСВІД, МАЙБУТНЄ	56
Надія Кулеша, УКРАЇНСЬКА НІМЕЦЬКОМОВНА ПРЕСА ВІДНЯ ПЕРШОГО ДВАДЦЯТИЛІТТЯ XX СТ. У ЄВРОПЕЙСЬКОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ	62
Олександр Мелещенко, ВИКРИВАЧ ГІТЛЕРА	65
Станіслав Мірошніченко, НОВА РОЛЬ ЖУРНАЛІСТИКИ В УМОВАХ МІЖНАРОДНОГО ЗБРОЙНОГО КОНФЛІКТУ У КОНТЕКСТІ ПЕРЕХІДНОГО ПРАВОСУДДЯ	67
Леонід Мужук, ПРО ПІСЛЯДІЮ ФІЛЬМУ І ЙОГО ХУДОЖНЮ ПРАВДУ	69
Світлана Панченко, КАТАЛОГІЗАЦІЯ ПАЛОМНИЦЬКИХ МАРШРУТІВ У СУЧАСНОМУ МЕДІАПРОСТОРІ В КОНТЕКСТІ ЗБЕРЕЖЕННЯ САКРАЛЬНОЇ СПАДЩИНИ	74
Олексій Півторак, ІНСТРУМЕНТАЛІЗАЦІЯ ПОЛІТИЧНИМИ АКТОРАМИ УКРАЇНИ ДИСКУСІЙ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ПРО РУЙНУВАННЯ І ВІДНОВЛЕННЯ ОБ’ЄКТІВ ЕНЕРГЕТИКИ УКРАЇНИ У 2024 РОЦІ	79
Тетяна Приступенко, Ірина Євдокименко, САМОРЕГУЛЯЦІЯ МЕДІА В СУЧАСНИХ РЕАЛІЯХ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ УКРАЇНИ	82
Олександр Прокопенко, Ольга Онофрійчук, РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ ЗБРОЙНИХ СИЛ УКРАЇНИ	87
Ірина Пуцята, ПСИХОЛОГІЧНІ МЕХАНІЗМИ ВПЛИВУ НА ГЛЯДАЧІВ У ТЕЛЕМАРАФОНІ «ЄДИНІ НОВИНИ»	90
Тетяна Сашук, ПЕРСПЕКТИВИ ТА МОЖЛИВОСТІ НЕФОРМАЛЬНОЇ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ОСВІТИ: ПРОЄКТ «ШКОЛА ВІДПОВІДАЛЬНОГО БЛОГЕРСТВА»	93
Олег Семенюк, КРИЗА ДОВІРИ ДО ЗАХІДНИХ МЕДІА НА ТЛІ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ	96
Наталія Толочко, МУЛЬТИМЕДІЙНІ ФОРМАТИ В ЗАКАРПАТСЬКИХ ОНЛАЙН-МЕДІА ПІД ЧАС ВІЙНИ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	98
Владислав Уткін, Олена Іщенко, СПОРТИВНА ЖУРНАЛІСТИКА В УМОВАХ ВІЙНИ: ВИКЛИКИ, АДАПТАЦІЯ	101

Аналіз цих та багатьох інших матеріалів, які викликають неоднозначний (у більшості випадків – негативний) відгук в українському суспільстві наводить на певні висновки щодо причин таких ситуацій. Серед ключових факторів, які можуть пояснити дії медіа, можуть бути такі: 1. Бажання дотримуватися балансу між об'єктивністю та підтримкою демократії. Журналіст намагається завжди прагнути до певної нейтральності, навіть якщо це призводить до надання слова агресору. 2. Вплив геополітики. Врахування геополітичних інтересів своїх країн, і як наслідок, неможливість бути повністю об'єктивними в очах іноземної аудиторії. 3. Бажання показати «іншу сторону». Деякі журналісти намагаються представити різні точки зору, щоб показати складність ситуації, це іноді призводить до невинуватого балансу і створення враження, що обидві сторони конфлікту несуть рівну відповідальність. 4. Тиск з боку редакцій. Редакції можуть впливати на вибір тем, кутів подачі матеріалу, використання певних термінів. 5. Недостатня обізнаність з ситуацією. Деякі журналісти можуть не мати достатньої інформації про ситуацію (зокрема, в Україні), що призводить до помилок у їхніх матеріалах. 6. Бажання уникнути звинувачень у пропаганді. Намагаючись уникнути звинувачень у підтримці однієї зі сторін конфлікту, деякі журналісти можуть займати надто нейтральну позицію. 7. Стандарти журналістики в умовах війни. Під час військових конфліктів стандарти журналістики можуть втрачати свою стійкість.

Наталія Толочко,

кандидатка наук із соціальних комунікацій, доцентка
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

МУЛЬТИМЕДІЙНІ ФОРМАТИ В ЗАКАРПАТСЬКИХ ОНЛАЙН-МЕДІА ПІД ЧАС ВІЙНИ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Сучасні онлайн-медіа здебільшого функціонують як конвергентні, а більшість традиційних жанрів трансформуються в мультимедійні. Різноманітність і якість контенту, вміння презентувати його на популярних платформах є конкурентною перевагою локальних і національних редакцій. Утім створення мультимедіа, кросплатформна взаємодія вимагають від медійників відповідних знань, інструментів, людських і матеріальних ресурсів. На регіональному рівні, у невеликих редакціях це досить складно забезпечити. Крім того, в умовах війни виникають додаткові труднощі, пов'язані зі скороченням рекламного ринку, зменшенням грантової підтримки, непопулярністю моделей монетизації, спонсорингу тощо.

У звіті команди Центру розвитку незалежних медіа в Україні, складеному після призупинення програми підтримки від Агентства США з міжнародного розвитку (USAID), зазначено, що найбільш вразливими за таких обставин є регіональні медіа. Серед інших негативних тенденцій – зменшення кількості форматів: 71% опитаних працівників відповіли, що будуть надавати перевагу найбільш ефективним та

відмовлятися від експериментальних чи ресурсномістких, а також скорочувати кількість матеріалів – про це зазначили 58% опитаних редакцій [1]. Відтак актуальність дослідження зумовлена потребою вивчення конвергентних процесів в онлайн-медіа Закарпаття; необхідністю прогнозування розвитку, якісної трансформації з урахуванням технологічних змін, медійних тенденцій та в умовах війни.

Мета розвідки – проаналізувати мультимедійні формати в популярних онлайн-медіа Закарпаття, з'ясувати кількісні і якісні показники та схарактеризувати виклики і перспективи.

Проблематику медіаконвергенції і кросмедійності досліджують з огляду на технологічні новації, диджиталізацію; сучасні бізнес-моделі; вдосконалення мультплатформного виробництва тощо. Умови конвергенції, її потенціал у медіа аналізують такі дослідники, як К. Єнсен, Д. Харді, В. Кафеджіска, А.-М. Станку. В українському науковому дискурсі насамперед виділимо праці В. Шевченко, Л. Василик та І. Крецу, розвідки Т. Трачук, М. Андрющенко, К. Бакаєвича, А. Досенко, А. Волобуєвої, Ю. Нестеряк, Я. Яненка. Можливості кросплатформного просування контенту дослідили О. Кирилова, Л. Хотюн, Н. Савченко. Досвід роботи локальних медіа у перший рік повномасштабної війни аналізували О. Погорелов, М. Женченко та ін.

Кросмедійність, за визначенням А. Досенко [3, с. 252], є «комплексом дій, націлених на синтез найпотужніших особливостей медіа різних типів на декількох рівнях: функціональному, структурно-логічному, змістовному, тематичному, контентотворчому тощо». Саме з мульти- і кросмедійністю пов'язана сучасна конкурентоздатність у журналістиці, адже йдеться про уміння мислити неординарно і творчо, працювати з технологіями. Слушним є зауваження В. Кафеджіски про те, що в умовах розвитку громадянської журналістики розширюються функції медійників, ускладнюються їхні повсякденні завдання. Пріоритетною при цьому залишається якість контенту [2, 135].

Для аналізу відібрано популярні та зареєстровані онлайн-медіа – «Varosh» (раніше мало підтримку USAID), «Zaholovok» (функціонує при Ужгородському прес-клубі), а також одне з найдавніших у регіоні онлайн-медіа – «MUKACHEVO.NET»: їхні вебсайти, відеохостинг, соцмережі. Для отримання якісних і кількісних показників у кожному медіа досліджено публікації на лютий 2025 р.

Моніторинг онлайн-журналу «Varosh» [4], яке працює з 2013 р., показав, що в умовах війни медіа пише про міські проблеми, теми культури, освіти, дозвілля, спорт тощо. Звісно, значна увага приділена захисникам і захисницям, ВПО, волонтерству тощо. Найчастіше оновлюється розділ «Новини» – 44 матеріали за лютий 2025 р. Публікації є переважно мономедійними – вміщено фото і текст; до окремих, за потреби, додані відео, інфографіка. Наразі в розділі «Спецпроекти» трапляється найбільше мультимедійних матеріалів. У команді працює відеограф, налагоджена співпраця з фотографами, що продукують різноформатний контент. На YouTube-каналі «Varosh» (151 тис. користувачів, 198 відео) за весь період повномасштабної війни опубліковано 46 оригінальних відео, які можна згрупувати за призначенням і тематично специфікою: інтерв'ю з фахівцями або фрагменти розмов; історії волонтерів і ВПО; події; записи дискусій «Varosh Talks», короткі розважальні формати. У Facebook й Instagram онлайн-медіа має понад 50 тис. користувачів – сторінки ведуть SMM-фахівці, що організовують контент відповідно до вимог платформ.

«Zaholovok» [6], що функціонує з 2011 р., оприлюднює мультимедійні формати, однак їхня кількість обмежена. В онлайн-медіа є спеціальний розділ «Мультимедіа», в якому, утім, публікують переважно фото й відео з коротким текстом-поясненням. Найчастіше наповнюють розділ «Новини» – за лютий 2025 р. 303 публікації. Чимало з них створено за матеріалами пресслужб. У публікаціях, що стосуються проблемних ситуацій, розміщено фото, відео, трапляється інфографіка. На YouTube-каналі (603 користувачі, 557 відео) за період повномасштабної війни медійники оприлюднили 84 відео, зокрема сторителінги про розміщення й адаптацію ВПО, про реабілітацію військових, про локальний бізнес, про представників нацспільнот тощо. Прикметно, що відео є авторськими, як і на YouTube-каналі «Varosh». У Facebook та Instagram (разом близько 13 тис.) «Zaholovok» поширюють вибрані матеріали з вебсайту та наповнюють стрічку іншим оригінальним контентом.

«MUKACHEVO.NET» [5], що працює з 2001 р., має численну аудиторію на різних платформах. Новинну стрічку оновлюють приблизно щогодини. Загалом щодня публікують 17-20 новин, за місяць – 674, утім більшість є копіастом чи рерайтом матеріалів пресслужб, сторінок відомств у соцмережах. Мультимедійні авторські публікації трапляються вкрай рідко: до прикладу, за лютий 2025 р. зафіксовано 2 відеоінтерв'ю з фото і супровідним текстом, а також близько 20 мультимедійних, створених за матеріалами пресслужб чи інших медіа. Контент із фото і відео маркують у заголовку, застосовуючи капслок, що є маніпулятивним. До стрічки новин потрапляють мультимедійні матеріали про події в сусідніх країнах, як про акцію проти насилля в містечку Кішварда (Угорщина), шахрайство у Словаччині, політичні затримання в Румунії тощо. На YouTube-каналі (17,7 тис., більше 2 тис. відео) за період повномасштабної війни опубліковано 255 відео. Переважно це сторителінги чи короткі інформаційні матеріали про резонансні події. Онлайн-медіа завантажує на канал контент з інших платформ, додає ці відео до новин на вебсайті. У Facebook (аудиторія – близько 171 тис.) поширюють матеріали з мінімальним текстовим супроводом; в Instagram (22,7 тис.) сторінка оновлюється рідко, презентовано фото й відеоконтент розважального спрямування.

Висновки. Отже, аналіз трьох популярних онлайн-медіа Закарпаття, зокрема каналів у відеохостингу, сторінок у соцмережах, дозволяє схарактеризувати їх як конвергентні – з огляду на використання різних платформ у роботі, щоправда, з недостатньою кількістю мультимедійних матеріалів на основному ресурсі – вебсайті. Найчастіше трапляється текст із фото чи відео, аудіоматеріалів у продовж аналізованого періоду не зафіксовано. Значна кількість неоригінального контенту від пресслужб, перепублікації з інших ресурсів, на нашу думку, є одним із негативних аспектів роботи окремих медіа. Видання не мають достатньої кількості людських і фінансових можливостей, тому наповнюють стрічку однаковою чи схожою інформацією, натомість авторські аналітичні матеріали трапляються рідко. Винятком є «Varosh» і «Zaholovok», що зорієнтовані частково або повністю на оригінальний контент. Перспективним для онлайн-медіа є використання популярних, утім малопоширених на локальному медіаринку подкастів, доповненої реальності, інтерактивних продуктів, зокрема ігор, та відеопроєктів. Важливо при цьому розвивати критичне мислення аудиторії, її опірність, імунітет до ворожих наративів. Вважаємо, що різноформатний контент, у тому числі аналітичний, кросплатформна взаємодія, відповідальне використання

інструментів штучного інтелекту визначатимуть конкурентні переваги онлайн-медіа. Для функціонування в умовах війни, продукування мультимедійних матеріалів у більшій кількості, необхідно поліпшувати фінансові, кадрові, технічні спроможності: запроваджувати релевантні моделі монетизації і спонсорингу, грошові внески, стимулювати технологічні інновації. Водночас запорукою довіри, підтримки аудиторії є відповідальність у роботі й дотримання журналістських стандартів.

Список використаних джерел

1. Чорний лебідь донорської підтримки: як регіональна журналістика переживає призупинення фінансування з програм USAID. Аналітичний звіт. MDF. URL: <https://surl.li/yypfcx> (дата завершення: 1.03.2025).
2. Kafedjiska, V. (2024). Convergence of digital media and management of production in new conditions. Knowledge – International Journal, 66(1), 133–136. Retrieved from <https://ikm.mk/ojs/index.php/kij/article/view/7001>
3. Досенко А. К. Кросмедійність як ознака мультиплатформних медіа. Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2024. Т. 35 (74), № 2, Ч. 2. С. 248–253.
4. Varosh. Вебсайт. URL: <https://varosh.com.ua/> (дата звернення: 15.03.2025).
5. MUKACHEVO.NET. Вебсайт. URL: <https://mukachevo.net/> (дата звернення: 17.03.2025).
6. Zaholovok. Вебсайт. URL: <https://zaholovok.com.ua/news?page=48> (дата звернення: 20.03.2025).

Владислав Уткін,

магістр Навчально-наукового інституту журналістики
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Олена Іщенко,

старша викладачка Навчально-спортивного комплексу
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

СПОРТИВНА ЖУРНАЛІСТИКА В УМОВАХ ВІЙНИ: ВИКЛИКИ, АДАПТАЦІЯ

Повномасштабна війна кардинально змінила умови роботи українських спортивних журналістів. Безпеківі ризики стали першочерговими: багато журналістів були змушені працювати під обстрілами або навіть вступили до лав Збройних сил, аби захищати країну. За даними Інституту масової інформації, від початку російсько-української війни загинули десятки представників медіа-сфери [3]. Серед них є і спортивні журналісти – зокрема, режисер спортивного телеканалу XSport Антон Яковенко, який, ставши військовим, героїчно загинув у бою на Донеччині на початку 2023 року [4]. Інші представники спортивних медіа приєднуються до оборони держави. Наприклад, спортивний оглядач Андрій Сеньків у 2024 році повідомив про свою мобілізацію до Сил оборони України [5]. Війна поставила журналістів перед постійною загрозою життю та здоров'ю, що є безпрецедентним викликом для професії.