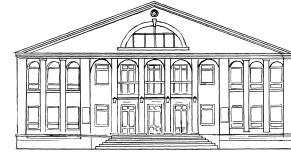


Держава та регіони

ISSN 2219-8741

Серія: Соціальні комунікації
2025, № 3 (63)



Науково-виробничий рецензований журнал

виходить щоквартально

Головний редактор:

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

Редакційна колегія:

Соціологія

Зоська Я. В., д. соц. н., професор

(заступник головного редактора)

Гордієнко Н. М., д. соц. н., професор

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

Кодацька Н. О., к. соц. н., доцент

Соціальні комунікації

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Фінклер Ю. Е., д. філол. н., професор

Холод О. М., д. філол. н., професор

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

Хітрова Т. В., к. філол. н., професор

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

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

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

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

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

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

Іноземні члени редакційної колегії:

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

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

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

Рецензенти:

Зикун Н. І., Ковпак В. А., Микитів Г. В.,

Пономаренко Л. Г., Трегуб А. М.,

Щербина В.В.

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

спеціальність 061

(Наказ МОН України від 02.07.2020),

доктора і кандидата **соціологічних наук,**

спеціальність 054

(Наказ МОН України від 24.09.2020)

Категорія Б

Засновник:

Класичний приватний університет

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

Ідентифікатор медіа R30-05047

Видавець:

Класичний приватний університет

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

Журнал ухвалено до друку вченою радою
Класичного приватного університету
26 листопада 2025 р., протокол № 3

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

СЕРІЯ: СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ»
обов'язкове.

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

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

Адреса редакції:

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

Здано до набору 17.11.2025
Підписано до друку 28.11.2025
Формат 60×84/8. Друк цифровий. Тираж 300 пр.
Замовлення № 1-25/26Ж.
Виготовлено на поліграфічній базі
Класичного приватного університету

ЗМІСТ

С. В. Белькова ФРЕЙМІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ МАНІПУЛЯЦІЇ В МАСМЕДІА	3	S. Belkova FRAMING AS A TOOL OF MANIPULATION IN MASS MEDIA
Т. С. Гиріна ЗВУКОВА СЕГРЕГАЦІЯ ЗАКРИТИХ ГЛОБАЛЬНИХ АУДІОПЛАТФОРМ ЯК ВИКЛИК КУЛЬТУРИ ПОДКАСТИНГУ В УКРАЇНІ	8	T. Hyrina AUDIO SEGREGATION OF CLOSED GLOBAL AUDIO PLATFORMS AS A CHALLENGE TO PODCASTING CULTURE IN UKRAINE
А. А. Зелінська ВИДАННЯ НОНФІКШН-ЛІТЕРАТУРИ В СИСТЕМІ КОРПОРАТИВНИХ КОМУНІКАЦІЙ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ	15	A. Zelinska PUBLISHING NON-FICTION LITERATURE IN THE SYSTEM OF CORPORATE COMMUNICATIONS OF UKRAINIAN COMPANIES
В. Т. Меньяйлов РОЛЬ УКРАЇНСЬКОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ В ПРОЦЕСІ ДОКУМЕНТУВАННЯ ВОЄННИХ ЗЛОЧИНІВ КРИЗЬ ПРИЗМУ ПРОФЕСІЙНИХ ПРАКТИК ТА ЕТИЧНИХ СТАНДАРТІВ	20	V. Meniailov THE ROLE OF UKRAINIAN JOURNALISM IN THE PROCESS OF DOCUMENTING WAR CRIMES THROUGH THE PRISM OF PROFESSIONAL PRACTICES AND ETHICAL STANDARDS
С. Г. Порожна МИСТЕЦЬКІ ТЕЛЕВІЗІЙНІ ПРОГРАМИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ЕСТЕТИЧНОЇ СВІДОМОСТІ СУСПІЛЬСТВА В УМОВАХ ЗОВНІШНІХ ВИКЛИКІВ	27	S. Porozhna ARTS TELEVISION PROGRAMMING AS A TOOL FOR SHAPING SOCIETY'S AESTHETIC CONSCIOUSNESS IN THE CONTEXT OF EXTERNAL CHALLENGES
В. М. Швець УКРАЇНСЬКЕ СЕРІАЛЬНЕ ВИРОБНИЦТВО: ЛОКАЛІЗАЦІЯ КОПРОДУКЦІЙНОГО КОНТЕНТУ	32	V. Shvets UKRAINIAN TELEVISION SERIES PRODUCTION: LOCALIZATION OF CO-PRODUCED CONTENT

С. В. Белькова

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

ФРЕЙМІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ МАНІПУЛЯЦІЇ В МАСМЕДІА

Метою статті є узагальнення теоретичних підходів до фреймінгу, уточнення його маніпулятивного потенціалу в сучасних медіа та визначення особливостей його функціонування в цифровому середовищі.

Методологія дослідження базується на застосуванні методів теоретичного аналізу та синтезу наукових джерел, порівняльного аналізу підходів до розуміння фреймінгу, а також узагальнення сучасних досліджень у сфері медіакомунікацій. Дослідження має міждисциплінарний характер і спирається на напрацювання в галузях соціології, політичної комунікації та медіадосліджень.

Результати. В результаті дослідження систематизовано основні теоретичні підходи до фреймінгу, уточнено його функції, типологію та механізми реалізації. Встановлено, що фреймінг визначає не лише зміст повідомлення, а й спосіб його інтерпретації, впливаючи на формування оцінок, установок і поведінкових реакцій аудиторії. Проаналізовано роль фреймінгу в цифровому середовищі, зокрема вплив алгоритмічної персоналізації та інформаційних бульбашок на посилення його ефективності.

Новизна полягає в комплексному поєднанні класичних теоретичних підходів до фреймінгу із сучасними дослідженнями цифрових медіа, а також у врахуванні українського контексту інформаційної війни, що дає можливість глибше розкрити маніпулятивний потенціал цього явища.

Практичне значення отриманих результатів визначається можливістю їх використання у сфері журналістики, медіаосвіти та інформаційної безпеки. Висновки дослідження можуть бути застосовані для розвитку медіаграмотності, формування навичок критичного аналізу інформації та протидії маніпулятивному впливу медіа.

Ключові слова: фреймінг, медіа, маніпуляція, масова комунікація, цифрові медіа, громадська думка, інформаційна війна, пропаганда.

I. Вступ

Сучасний етап розвитку масової комунікації характеризується стрімким зростанням обсягів інформації та посиленням ролі медіа у формуванні соціальної реальності. У цих умовах особливого значення набуває не лише зміст повідомлень, а й способи їх подання, які визначають інтерпретацію подій аудиторією. Одним із ключових механізмів такого впливу є фреймінг – процес структурування інформації через виділення певних аспектів реальності та надання їм смислового пріоритету.

Актуальність дослідження зумовлена зростанням ролі медіа в політичних процесах, інформаційних конфліктах та формуванні громадської думки. В умовах цифровізації та алгоритмічного відбору контенту фреймінг набуває нових характеристик, зокрема персоналізації та масштабності впливу. Це підсилює його значення як інструменту непрямого впливу на аудиторію, що має важливе теоретичне і практичне значення для розвитку медіадосліджень, політичної комунікації та інформаційної безпеки.

Теоретичні засади дослідження фреймінгу сформовано в працях зарубіжних учених. Зокрема, Р. Ентман визначив фреймінг як процес селекції та акцентуації інформації з метою формування певного значення повідомлення, виокремивши його основні функції [6]. Д. Шойфеле розглядав фреймінг як багаторівневий процес взаємодії між медіа, повідомленням і аудиторією [13]. К. де Врізе запропонував типологію медіафреймів, що дає можливість систематизувати їх використання в журналістській практиці [4]. Значний внесок у дослідження впливу фреймінгу на громадську думку зробили також С. Айенгар [8] та Дж. Друкман [5], які обґрунтували залежність оцінок аудиторії від способу подання інформації.

У сучасних дослідженнях особливу увагу зосереджено на трансформації фреймінгу в умовах цифрового середовища. Зокрема, Е. Парайзер аналізує вплив алгоритмічної персоналізації на формування інформаційних бульбашок [10]. Інші науковці досліджують роль соціальних мереж у поширенні дезінформації та підсиленні інформаційної поляризації [7; 15; 16]. Окремий напрям становлять дослідження інформаційної війни та пропаганди, зокрема в контексті російсько-українського конфлікту, де фреймінг використовується як інструмент конструювання альтернативних інтерпретацій реальності [2; 11; 12; 14].

Водночас, незважаючи на значну кількість наукових праць, залишаються дискусійними питання щодо специфіки функціонування фреймінгу в умовах алгоритмічного середовища, його взаємодії з дезінформацією та механізмів впливу на різні аудиторії. Недостатньо дослідженим є також практичний вимір протидії маніпулятивним фреймам у цифрових медіа.

Отже, необхідність комплексного аналізу фреймінгу як інструменту впливу в сучасному медіапросторі з урахуванням цифрових трансформацій визначає актуальність і наукову значущість цього дослідження.

Зростання ролі медіа у формуванні громадської думки супроводжується посиленням непрямих форм впливу, серед яких фреймінг посідає центральне місце. Проблема полягає в його здатності непомітно змінювати інтерпретацію подій, формуючи оцінки та поведінкові установки аудиторії без прямого переконання. Попри значну кількість досліджень, недостатньо уваги приділено впливу цифрових платформ на трансформацію фреймінгу, зокрема через алгоритмічну персоналізацію та ефект інформаційної ізоляції.

II. Постановка проблеми та методи дослідження

Метою статті є узагальнення теоретичних підходів до фреймінгу, уточнення його маніпулятивного потенціалу в сучасних медіа та визначення особливостей його функціонування в цифровому середовищі.

Методологія дослідження базується на застосуванні методів теоретичного аналізу та синтезу наукових джерел, порівняльного аналізу підходів до розуміння фреймінгу, а також узагальнення сучасних досліджень у сфері медіакомунікацій. Дослідження має міждисциплінарний характер і спирається на напрацювання в галузях соціології, політичної комунікації та медіадосліджень.

III. Результати

Теоретичні засади фреймінгу. Концепція фреймінгу бере початок у працях Е. Гофмана, який визначив фрейми як когнітивні структури інтерпретації досвіду. У подальшому Р. Ентман конкретизував це поняття як процес селекції та акцентуації аспектів реальності з метою формування значення повідомлення.

Фреймінг виконує чотири ключові функції:

- визначення проблеми;
- інтерпретацію причин;
- моральну оцінку;
- пропозицію рішень.

Його розвиток у теорії масової комунікації пов'язаний із дослідженнями Д. Шойфеле [13], який підкреслив взаємозв'язок між медіавиробництвом і сприйняттям аудиторії.

Типологія та механізми фреймінгу. Типологія фреймів базується на підході нідерландського науковця К. де Врізе, який запропонував розрізняти загальні (generic) та специфічні (issue-specific) фрейми [4]. До загальних фреймів, що широко використовуються в медіадослідженнях, належать конфліктний, економічний, моральний та фрейм відповідальності.

Реалізація фреймінгу відбувається через:

- селекцію фактів;
- акцентуацію окремих елементів;
- інтерпретацію подій;
- візуальне підсилення.

Ці механізми забезпечують смислову організацію повідомлення та спрямовують його сприйняття.

Особливо показовим є механізм акцентуації в новинах про обстріли цивільної інфраструктури. Наприклад, українські медіа акцентують на жертвах серед цивільного населення, а російські – на «військових цілях» або «провокаціях». Тому зміна акценту змінює не факт події, а її інтерпретацію та моральну оцінку.

Фреймінг як інструмент маніпуляції. Фреймінг має значний маніпулятивний потенціал, оскільки дає можливість змінювати сприйняття подій без відкритого нав'язування оцінок. Різні способи подання однієї й тієї ж інформації можуть кардинально змінювати уявлення про причини подій і відповідальність за них.

Його ефективність базується на:

- латентності впливу;
- апеляції до емоцій;

– використанні когнітивних шаблонів.

У результаті фреймінг не просто передає інформацію, а моделює соціальні уявлення.

Маніпулятивний потенціал фреймінгу особливо виразно проявляється в умовах інформаційних конфліктів, де боротьба ведеться не лише за території, а й за інтерпретацію подій. У цьому контексті показовими є приклади російської пропаганди під час війни проти України.

Зокрема, системно використовується підміна фреймів через мовні конструкції:

- «спеціальна військова операція» замість «війна»;
- «звільнення територій» замість «окупація»;
- «денацифікація» як моральний фрейм легітимації агресії.

Такі формулювання не лише змінюють емоційне сприйняття подій, а й формують альтернативну причинно-наслідкову логіку, в якій агресор позиціонується як сторона, що «вирішує проблему».

Водночас в українських медіа домінують інші фрейми:

- фрейм оборони («захист держави»);
- фрейм жертви агресії;
- фрейм героїзму (ЗСУ, волонтери).

Це демонструє, що фреймінг є інструментом конструювання принципово різних реальностей на основі тих самих подій.

Фреймінг у цифровому середовищі. Цифровізація суттєво змінила характер інформаційного впливу. Алгоритми соціальних мереж здійснюють селекцію контенту відповідно до поведінки користувача, формуючи інформаційно замкнені середовища.

У таких умовах:

- посилюється повторюваність фреймів;
- зростає їхня переконливість;
- обмежується доступ до альтернативних інтерпретацій.

Це сприяє поляризації суспільства та підсилює ефективність маніпуляцій.

У цифровому середовищі фреймінг підсилюється алгоритмічними механізмами поширення контенту. Особливо це помітно в умовах російсько-української війни, де соціальні мережі стали ключовим каналом інформаційного впливу.

Російська дезінформація активно використовує:

- емоційно насичені фрейми (страх, загроза, хаос);
- фрейми дискредитації («failed state», «зовнішнє управління»);
- фрейми розколу («внутрішній конфлікт», «громадянська війна»).

Через алгоритмічне підсилення такі повідомлення швидко поширюються і повторюються, що підвищує їхню переконливість.

Прикладом є масове поширення фейків:

- про «біолабораторії»;
- про «утиски російськомовних»;
- про «постановочні обстріли».

У таких випадках фреймінг «працює» разом з дезінформацією: неправдивий факт підкріплюється правильно підбраною інтерпретаційною рамкою.

Етичні аспекти та протидія. Маніпулятивне використання фреймінгу суперечить принципам об'єктивності та балансу інформації. Це актуалізує питання відповідальності медіа.

Ефективна протидія передбачає:

- розвиток медіаграмотності;
- критичний аналіз інформації;
- диверсифікацію джерел;
- усвідомлення алгоритмічного впливу.

Український досвід протидії дезінформації демонструє важливість інституційних і громадських ініціатив. Зокрема, діяльність StopFake, Центру протидії дезінформації та Detector Media спрямована на виявлення маніпулятивних фреймів і спростування фейків.

Ці практики свідчать про те, що ефективна протидія фреймінгу потребує:

- системного фактчекінгу;
- прозорості медіа;
- підвищення критичної свідомості аудиторії.

IV. Висновки

Фреймінг є базовим механізмом сучасної медіакомунікації, що визначає інтерпретацію інформації та формує громадську думку. У цифровому середовищі його вплив посилюється через алгоритмічну персоналізацію та швидкість поширення контенту.

Його здатність непомітно формувати оцінки робить його одним із найбільш ефективних інструментів інформаційного впливу. Це зумовлює необхідність розвитку критичного мислення та подальших досліджень цифрових механізмів маніпуляції.

Досвід російсько-української війни переконливо демонструє, що фреймінг є не лише інструментом медіакомунікації, а й елементом інформаційної війни. Через нього формуються конкуруючі картини реальності, які впливають на міжнародну підтримку, суспільні настрої та політичні рішення.

У цифровому середовищі цей вплив посилюється алгоритмами, що закріплюють домінування окремих інтерпретацій. Це підвищує ризики маніпуляцій і водночас ускладнює їх виявлення.

Отже, розвиток медіаграмотності, підтримка незалежних медіа та критичний аналіз інформації є ключовими умовами інформаційної безпеки сучасного суспільства.

Список використаної літератури

1. Українські медіа, ставлення та довіра у 2023 році. Detector Media : офіційний сайт. URL: [//detector.media/infospace/article/218819/2023-11-01-ukrainski-media-stavlennya-ta-dovira-u-2023-rotsi/](https://detector.media/infospace/article/218819/2023-11-01-ukrainski-media-stavlennya-ta-dovira-u-2023-rotsi/) (дата звернення: 23.02.2025).
2. Benkler Y., Faris R., Roberts H. *Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics*. New York : Oxford University Press, 2018. 473 p.
3. Center for Countering Disinformation : офіційний сайт. URL: <https://cpd.gov.ua/en/category/report/> (дата звернення: 20.03.2025).
4. De Vreese C. H. News framing: Theory and typology. *Information Design Journal*. 2005. Vol. 13. № 1. P. 51–62.
5. Druckman J. N. The implications of framing effects for citizen competence. *Political Behavior*. 2001. Vol. 23. № 3. P. 225–256.
6. Entman R. M. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*. 1993. Vol. 43. № 4. P. 51–58.
7. Guess A. M., Nyhan B., Reifler J. Exposure to untrustworthy websites in the 2016 U.S. election. *Nature Human Behaviour*. 2020. Vol. 4. P. 472–480.
8. Iyengar S. *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*. Chicago : University of Chicago Press, 1991. 206 p.
9. Kulyk V. Language, identity, and framing in the Ukrainian conflict. *Europe-Asia Studies*. 2016. Vol. 68. № 4. P. 588–609.
10. Pariser E. *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. New York : Penguin Press, 2011. 294 p.
11. Lakoff G. *Don't Think of an Elephant! Know Your Values and Frame the Debate*. White River Junction : Chelsea Green Publishing, 2014. 192 p.
12. Pomerantsev P. *This Is Not Propaganda: Adventures in the War Against Reality*. New York : PublicAffairs, 2019. 256 p.
13. Scheufele D. A. Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*. 1999. Vol. 49. № 1. P. 103–122.
14. Szostek J. The power and limits of Russia's strategic narrative in Ukraine. *International Affairs*. 2017. Vol. 93. № 2. P. 379–395.
15. Tucker J. A. et al. Social media, political polarization, and political disinformation: A review of the scientific literature. *Political Science Quarterly*. 2018. Vol. 133. № 2. P. 205–246.
16. Vosoughi S., Roy D., Aral S. The spread of true and false news online. *Science*. 2018. Vol. 359. № 6380. P. 1146–1151.
17. Zuboff S. *The Age of Surveillance Capitalism*. New York : PublicAffairs, 2019. 704 p.

References

1. Ukrainski media, stavlennia ta dovira u 2023 rotsi [Ukrainian media, attitudes and trust in 2023]. *Detector Media*. Retrieved from [//detector.media/infospace/article/218819/2023-11-01-ukrainski-media-stavlennya-ta-dovira-u-2023-rotsi/](https://detector.media/infospace/article/218819/2023-11-01-ukrainski-media-stavlennya-ta-dovira-u-2023-rotsi/) [in English].
2. Benkler, Y., Faris, R., & Roberts, H. (2018). *Network propaganda: Manipulation, disinformation, and radicalization in American politics*. New York: Oxford University Press [in English].
3. Center for countering disinformation. Retrieved from <https://cpd.gov.ua/en/category/report/> [in English].
4. De Vreese, C. H. (2005). News framing: Theory and typology. *Information Design Journal*, 13 (1), 51–62 [in English].
5. Druckman, J. N. (2001). The implications of framing effects for citizen competence. *Political Behavior*, 23 (3), 225–256 [in English].
6. Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43 (4), 51–58 [in English].
7. Guess, A. M., Nyhan, B., & Reifler, J. (2020). Exposure to untrustworthy websites in the 2016 U.S. election. *Nature Human Behaviour*, 4, 472–480 [in English].
8. Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. Chicago: University of Chicago Press [in English].
9. Kulyk, V. (2016). Language, identity, and framing in the Ukrainian conflict. *Europe-Asia Studies*, 68 (4), 588–609 [in English].

10. Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. New York: Penguin Press [in English].
11. Lakoff, G. (2014). *Don't think of an elephant! Know your values and frame the debate*. White River Junction: Chelsea Green Publishing [in English].
12. Pomerantsev, P. (2019). *This is not propaganda: Adventures in the war against reality*. New York: PublicAffairs [in English].
13. Scheufele, D. A. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, 49 (1), 103–122 [in English].
14. Szostek, J. (2017). The power and limits of Russia's strategic narrative in Ukraine. *International Affairs*, 93 (2), 379–395 [in English].
15. Tucker, J. A. et al. (2018). Social media, political polarization, and political disinformation: A review of the scientific literature. *Political Science Quarterly*, 133 (2), 205–246 [in English].
16. Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359 (6380), 1146–1151 [in English].
17. Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism*. New York: PublicAffairs [in English].

Стаття надійшла до редакції 20.08.2025.

Received 20.08.2025.

Belkova S. Framing as a Tool of Manipulation in Mass Media

The purpose of the article is to summarize theoretical approaches to framing, clarify its manipulative potential in modern media, and determine the features of its functioning in the digital environment.

Research methodology is based on theoretical analysis and synthesis of scientific sources, comparative analysis of approaches to framing, and generalization of contemporary studies in media communication. The study is interdisciplinary and draws on sociology, political communication, and media studies.

Results include the systematization of key theoretical approaches to framing, clarification of its functions, typology, and mechanisms. It is established that framing determines not only the content of messages but also their interpretation, shaping audience perceptions, attitudes, and behavioral responses. The study also highlights the role of framing in the digital environment, particularly the impact of algorithmic personalization and filter bubbles.

Novelty lies in the integration of classical framing theory with modern digital media research, as well as in incorporating the Ukrainian context of information warfare to better reveal the manipulative nature of framing.

Practical significance of the results consists in their applicability in journalism, media education, and information security. The findings can be used to enhance media literacy, critical thinking skills, and resistance to manipulative media influence.

Key words: framing, media, manipulation, mass communication, digital media, public opinion, information warfare, propaganda.

T. Hyrina

*Doctor of Science in Social Communications, professor,
Head of the Department of Social Communications, Literature and Culture
e-mail: hirinatetyana@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1587-8767
State Tax University
Universytetska St., 31, Irpin, Kyiv Region, 08200*

AUDIO SEGREGATION OF CLOSED GLOBAL AUDIO PLATFORMS AS A CHALLENGE TO PODCASTING CULTURE IN UKRAINE

***The research aims** to provide a comprehensive conceptualization of the transformations within the audiosphere in the era of cultural platformization. Furthermore, it substantiates the concept of «audio segregation» – a new form of audience fragmentation driven by the transition from the open RSS ecosystem of podcasting to closed platforms such as Spotify, Apple Podcasts, Amazon Music, and YouTube.*

***Research methodology.** The study adopts an interdisciplinary approach that integrates media and cultural analysis with a comparative study of global and local practices.*

***The results.** Drawing on international studies and Ukrainian cases, the research examines how algorithmic recommendation mechanisms, exclusive content policies, listener data control, and payment models redistribute access to cultural products, thereby creating barriers for both creators and consumers. The study concludes that a strategy of openness can mitigate the effects of segregation, enhance the visibility of Ukrainian audio content, and strengthen cultural resilience in the digital age.*

***The novelty.** It is demonstrated that closed ecosystems generate at least four types of inequality: algorithmic (the narrowing of the information horizon due to personalized feeds), infrastructural (geographic and technical barriers to access), creator-based (the privileging of content amplified by platform promotion), and commercial (the stratification of user experience based on purchasing power). Particular emphasis is placed on privacy: platforms aggregate granular data on listener behavior but fail to provide creators with relevant analytics, thereby weakening feedback loops and complicating monetization. Within the Ukrainian market, these processes intersect with low format penetration and competition from dominant foreign-language products bolstered by algorithms, which threatens the visibility of Ukrainian-language content and cultural representation.*

***Practical meaning.** The research findings help identify priority effective strategies for content distribution in the environment of algorithmic segregation. The conclusions can be used to develop national communication strategies aimed at strengthening cultural resilience and promoting Ukrainian-language content on global platforms.*

***Key words:** algorithmic segregation, audio platforms, content visibility, exclusivity, closed ecosystems, data privacy, media literacy, platformization of culture, podcasting, Ukrainian cultural space.*

I. Introduction

The digital revolution in media has led to profound changes in the ways audio content is created and consumed. Podcasting, which was originally based on the open RSS standard and enabled decentralized content distribution without intermediaries, is now becoming increasingly dependent on major platforms. This development occurs against the backdrop of the «platformization of culture» – the process of integrating digital platforms into all spheres of cultural production. At the same time, in the audio sector – particularly podcasting and streaming audio – a new division of audiences is evident, driven by the shift from open ecosystems to closed platforms (such as Spotify, Apple Podcasts, and Amazon Music), which form closed ecosystems where a significant portion of audio content is accessible only through their own applications or web services. As a result, «audio segregation» arises – the stratification of audiences according to the platforms they use – which potentially limits public access to cultural products and exacerbates digital inequality.

In recent years, the Ukrainian cultural sphere has been actively adopting the formats of podcasts and online radio; however, global trends increasingly shape local practices. While at the global level the closed nature of platforms has already become the subject of critical analysis (particularly following high-profile exclusive deals, such as «Spotify's exclusive shows – from *Joe Rogan to Gemischtes Hack*, from *Dick and Doof* to *Vad?* and *La Poudre* – those are only available on the Spotify application» [9]), in Ukraine these processes are only beginning to gain momentum. It is therefore important to examine

how the influence of closed audio platforms affects the development of Ukrainian podcasting, the availability of Ukrainian-language content, and the preservation of national identity in the digital age.

Western scholars have extensively studied the platformization of culture and the impact of digital platforms on the media landscape. In their collective monograph *Platforms and Cultural Production*, T. Poell, Professor of Data, Culture and Institutions at the University of Amsterdam (Netherlands); D. Nieborg, Associate Professor in the Department of Media Studies at the University of Toronto (Canada), and B. E. Duffy, Associate Professor in the Department of Communication at Cornell University (USA), argue that the growing penetration of platforms (such as Facebook, YouTube, and Spotify) into the sphere of cultural production transforms open digital platforms into an environment where algorithms and corporate interests determine what exactly the audience will consume [13]. Extending this line of inquiry, a study by T. Poell, B. E. Duffy, and D. Nieborg raises the issue of creators' unequal access to their potential audiences due to algorithmic constraints on content recommendation and promotion [12, p. 3–20]. T. Bonini, a PhD in Media, Communication and the Public Sphere at the University of Siena (Italy), characterizes contemporary podcasting as a «second era» or a hybrid mass medium in which, alongside the open distribution of content via RSS feeds, elements of exclusivity and integration into platforms are emerging [7, p. 19–29]. F. McKelvey and R. Hunt, Associate Professors in the Department of Communication Studies at Concordia University (Canada), develop the concept of «discoverability» of content as a key to understanding why some podcasts gain popularity more easily, while others remain on the periphery of digital platforms [11]. Platform policies regarding exclusive content have been analyzed by T. Gillespie, a Principal Researcher at Microsoft (USA) [10]. The author argues that major actors seek to control the ecosystem not only through algorithms but also through direct exclusivity and the monopolization of user attention [10]. Issues of privacy and monetization are highlighted by communications specialist, content creator, and event producer S. Resler, who notes that many podcast platforms track listeners' IP addresses and behavioral data for the purposes of targeted advertising [14]. At the same time, creators within closed ecosystems often lack access to data about their own audiences, which complicates feedback processes and limits their ability to understand listeners' needs. Contemporary Ukrainian academic discourse also contributes to the scholarly context of this field. In particular, a study by T. Bulakh, O. Kulykova, K. Martiukhyna, O. Karpenko, and I. Putsiata examines Ukrainian and international experiences with the main types of podcast advertising [8, p. 162–172]. In previous research, the author has examined podcasting as a means of engaging young people in European integration activities [3, p. 99–101], as well as podcasts within the structure of cross-media packages on platforms focused on economic topics [2, p. 36–46]. Thus, both international and Ukrainian research indicate the emergence of new barriers to the distribution of audio content – from algorithmic constraints to a lack of financial instruments. Together, these factors form a phenomenon that this study defines as «audio segregation» – a new form of digital inequality in the cultural sphere.

II. Research objectives and methods

The aim of this study is to conduct a comprehensive analysis of the impact of closed audio platforms on the Ukrainian cultural space, particularly in the field of podcasting, and to critically examine the phenomenon of «audio segregation» – a new form of audience division based on the platforms they use.

The study adopts an interdisciplinary approach, combining methods of media analysis, cultural analysis, and elements of empirical research, including the analysis of statistical data and case studies. The theoretical framework draws on T. Poell, D. Nieborg, and B. E. Duffy's concept of platformization [12] and T. Gillespie's theory of media platforms as new gatekeepers of culture [10]. A comparative analysis was conducted, comparing Ukrainian cases with international practices to identify commonalities and differences. The methodology also incorporates critical discourse analysis of publications and statements by leading industry experts to uncover dominant narratives concerning open and closed podcasting. This approach allows for an examination of the phenomenon of audio segregation across technological, economic, and socio-cultural dimensions and supports the formulation of well-grounded conclusions.

III. Results

As J. Cridland – an expert on radio and podcasts – notes, the practice of closed or «sealed» platforms is reminiscent of the historical example of «sealed» radio receivers from the 1920s, which could receive signals from only a single station. On 23 November 1923, the first commercial radio station in Australia, *2SB*, began broadcasting. To listen to the station, listeners had to purchase a special radio receiver, known as a sealed set, and the proceeds from its sale directed toward funding the programs. Consequently, when another station, *2FC*, began broadcasting a month later, a separate receiver had to be obtained. Fewer than 1,500 such devices were sold during the first six months, after which the radio industry completely abandoned the concept [9].

Modern podcasts emerged as part of an open internet culture, in which creators published audio content freely accessible to the public, and listeners could access it through any application supporting the RSS protocol. This decentralized model fueled the rapid growth of podcasting in the 2000s. The commercial potential of audio prompted major technology companies to compete for audiences: they

sought to «lock in» users within their own ecosystems, secure their loyalty, and collect as much data as possible about user preferences. Today, several major platforms dominate the market: Spotify, Apple Podcasts, Amazon Music, Google Podcasts (until its closure in 2024), Pocket Casts, Overcast, and YouTube. According to the podcast measurement service Edison Podcast Metric, «31% of weekly podcast listeners aged 13 and older choose YouTube as the service they use most often to listen to podcasts, surpassing Spotify (27%) and Apple Podcasts (15%)» [15].

Exclusivity has become a growing trend, and research indicates that since mid-2019, the number of podcasts available exclusively on a single platform – either via subscription or for free, but without an RSS feed – has increased significantly [9]. This phenomenon has been termed the «podcast wars», in which each platform competes for a share of listeners' attention and time.

Open podcasting relied on listener choice or simple popularity rankings. In **CLOSED ECOSYSTEMS, RECOMMENDATION ALGORITHMS PLAY A CENTRAL ROLE. FOR INSTANCE**, Spotify uses algorithmic feeds (e.g., For You and Similar to What You're Listening To), which offer new podcasts based on user behavior, music and podcast preferences, demographic data, and other factors. On the one hand, this enhances user convenience, making the discovery of new content easier. On the other hand, it produces a filter bubble effect: the algorithm may repeatedly promote similar content, thereby narrowing the scope of consumption. Another barrier is access to audience data. In traditional open podcasting, creators could monitor episode downloads and, occasionally, the countries in which episodes were listened to via RSS statistics. Platforms, however, collect far more detailed data: minutes listened, skipped segments, drop-off points, search queries, and so forth. Yet they rarely share this information with content creators. Consequently, creators lose insight into their audience and become dependent on impersonal metrics provided by the platform (e.g., the number of subscribers on Spotify). Advertisers also face a dilemma: they must rely on platforms for targeting, as only these platforms have the requisite data.

As a result, the advantage of an open audio ecosystem – the ability it affords listeners to choose any application for any podcast – is gradually eroding. J. Cridland rightly observes that, whereas a traditional radio receiver could pick up all FM stations without restriction, the modern «audio receiver» – the smartphone – requires users to install separate «receivers» for each set of «stations» [9]. This undermines the very spirit of the open internet, where compatibility and accessibility were fundamental principles.

In Ukraine, 2020–2021 marked a breakthrough period for the development of podcasting, with the emergence of a wide range of Ukrainian-language podcasts covering various topics from news and politics to storytelling, science, and humor. According to surveys, the share of Ukrainians who listen to podcasts increased: whereas in 2018–2019 it was less than 5%, by 2023 approximately 24% of media users listened to podcasts weekly, with another 7% doing so several times per month [6]. Nevertheless, 69% of the population still never listen to podcasts [6], indicating both substantial growth potential and ongoing challenges in popularizing the format.

One of the first hubs of this development was the independent community Radio Podil. It is a production studio and podcasters' collective that emerged in Kyiv in 2019 with the aim of creating a horizontal community where creators support one another with production and promotion. The studio's podcasts were distributed through open channels – its own website, RSS – and were also available on all major platforms such as Apple, Google, Spotify. Thus, the strategy was as open as possible: to reach listeners regardless of the application they used. The community even planned to transition from a «podcast-centric» to a «community-centric» organization, in which podcasts would constitute only one of several offerings alongside offline events, educational programs, and other activities. The full-scale war, however, stood in the way; with its outbreak, the studio space was repurposed as a volunteer hub [4].

Another path of development has been the integration of podcasts into traditional media content. For example, the health podcast *Temperatura – normalna* (*Temperature – Normal*) from Ukrainska Pravda illustrates how major media outlets use podcasts to reach new audiences. This podcast is distributed via the Ukrainska Pravda website but is also available on Spotify, Apple Podcasts, and even YouTube. The podcast's content remains accessible across all platforms, but the audience is likely fragmented: some listen via Apple, others watch on YouTube, and these audiences may not overlap [1]. Since 2020, Suspilne Movlennia (The National Public Broadcasting Company of Ukraine) has followed a similar path, actively experimenting with podcasts: the UA:Podkasty platform was launched, series based on radio content (*Radio Kultura*, *Ukrainske radio*) were produced, and new formats were introduced [5].

The Ukrainian experience reveals two trends: on the one hand, the market strives for openness (podcasts are widely available, and creators aim to be present on all platforms simultaneously); on the other hand, there is a dependence on external ecosystems that dictate their own terms. This dependence is particularly pronounced during times of crisis: when the war began, Ukrainian radio stations and podcasts turned en masse to online audiences, but realized they had no direct channels to reach them – they had to go through Facebook, YouTube, Spotify, and similar platforms, which independently determine what content to show users. Thus, the potential for «audio segregation» in Ukraine is real,

although it currently manifests more as a slowdown in development (due to limited monetization and audience) and the risk of losing audience share to foreign content.

Based on the data and examples presented, the phenomenon of «audio segregation» can be described in greater detail. By this term, we mean the division of audiences and content in the audio sphere under the influence of platforms – where a user's choice (whether conscious or unconscious) in favor of a particular ecosystem constrains their cultural consumption. This segregation has several dimensions:

– algorithmic segregation, in which platforms use their algorithms to determine what users will listen to. T. Gillespie noted that algorithmic content curation can create a distorted picture of reality for the user – a filter bubble [10];

– infrastructural segregation (accessibility) – a situation in which access to content depends on the platform's infrastructure. If a show is exclusive to Amazon Music, a listener without an Amazon subscription (or in a country where the service is unavailable) simply has no technical means to access it. Thus, content «locked» to a platform becomes geographically restricted, and its audience is cut off based on users' ability to pay;

– creator segregation – those who receive support from the platform (in-app promotions, contracts, or placement in the top rankings) gain a competitive advantage in attracting audience attention. Independent creators, by contrast, operate under unequal conditions: even with high-quality content, it is difficult for them to gain traction without an advertising budget or mentions on other resources;

– commercial segregation – the audience is also stratified according to purchasing power: the emergence of paid subscriptions for exclusive episodes (Apple, Patreon, Spotify Subscriptions) means that those who can pay have access to a fuller experience than those who consume only free content.

Algorithmic and infrastructural isolation threatens the presence of the Ukrainian voice in the global information landscape. If major platforms decide that the Ukrainian language is not a priority and choose not to promote it, Ukrainian creators will have to resort to other languages, remain in an informational ghetto, or adopt other platforms.

IV. Conclusions

The study found that the shift from open audio ecosystems to closed platforms is profoundly transforming the media landscape and giving rise to a new phenomenon: «audio segregation». Major platforms (Spotify, Apple Podcasts, Amazon Music, and similar services) concentrate a substantial portion of the audience within their own applications, using algorithms and exclusive content to retain it. This results in the segmentation of listeners by platform and creates barriers to the free distribution of content. Academic literature and industry studies (T. Poell, D. Nieborg, T. Bonini, T. Gillespie, J. Cridland, and others) confirm that the platformization of culture is accompanied by a concentration of control over access to audience and can limit cultural diversity. Our study complements these findings by focusing on the audio sphere and demonstrating that the closed nature of ecosystems manifests not only globally but also at the *level of national markets*.

For the Ukrainian cultural landscape, the impact of closed audio platforms is already noticeable, even at this early stage of podcasting development in the country. On the one hand, Ukrainian listeners' access to global audio content has been greatly facilitated by the arrival of international services; on the other hand, the availability of Ukrainian podcasts to a broad audience remains limited. Ukrainian podcasters surveyed report a lack of listeners and difficulties with monetization. This is partly because Ukrainian content competes for attention on platforms dominated by English- and Russian-language products, which are amplified by algorithms. Closed ecosystems hinder the expansion of Ukrainian audio into foreign markets, while also constricting the domestic market due to the absence of direct channels of communication with the audience.

The research of audio content reveals its own dynamics of segregation, stemming from the historical openness of RSS and the current trend toward exclusivity. To overcome these challenges, it is necessary to support and promote open podcast applications and directories that do not lock listeners into one ecosystem. In Ukraine, it would be advisable to develop or strengthen national open-access podcast platforms (possibly based on Suspilne Movlennia company or through a public-private partnership) that aggregate Ukrainian-language content and are accessible globally. The use of open standards (RSS, OP3 standard for metrics, and other relevant standards) will ensure compatibility with the international ecosystem and preserve content independence. Support programs for audio content creators should be implemented, including grants, training, and brand collaborations. This will help podcasters improve the quality and competitiveness of their content, as well as learn to promote it in an algorithmic environment. Ukrainian media professionals and diplomats should support international initiatives for open podcasting.

The concept of media literacy is gaining new significance, as users, alongside practicing information hygiene, need to understand algorithms and consciously shape their media diet. It is important to explain to audiences how recommendations work and why it is sometimes worth stepping outside a single application to discover information, content, and podcasts on other platforms. This expands and

enriches the boundaries of the algorithmically created information bubble. If listeners insist on content being universally accessible, platforms will have to respond.

The prospects for further research stem from the fact that the Ukrainian cultural sphere faces the challenge of preserving its own voice in the digital age. Audio podcasts have emerged as a significant new segment of this sphere, and Ukraine's cultural resilience and its presence in the global dialogue depend on how this segment develops. Closed ecosystems are not only a threat but also an opportunity to rethink strategies. Ukraine can seize the chance to become an active player in shaping a more open, inclusive audio landscape – and this article highlights areas where the efforts of scholars, media professionals, and government officials should converge for the common good.

Список використаної літератури

1. Бушковська Н. Температура – нормальна! *Українська правда*. 2024. URL: <https://www.pravda.com.ua/podcasts/temperatura-normalna/> (дата звернення: 02.03.2025).
2. Гіріна Т. Подкасти в структурі кросмедійного пакету платформ економічної тематики. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: журналістика*. 2025. № 1 (9). С. 36–46. DOI: <https://doi.org/10.23939/sjs2025.01.036>.
3. Гіріна Т. Подкастинг як засіб залучення молоді до євроінтеграційних активностей України. *Актуальні проблеми освітнього процесу в контексті європейського вибору України: матеріал VII Міжнар. конфер.* 14 листопада 2024 р. Київ: Ліра-К, 2025. С. 99–101. URL: https://library.knuba.edu.ua/books/zbirniki/28/zbirnyk-materialiv_7_mizhnarodnoyi-konferentsiyi-knuba-14.11.2024.pdf (дата звернення 15.06.2025).
4. Кушнір О. «Відчуваю більшу користь у волонтерстві». Як «Радіо Поділ» адаптувалися під нову реальність. Подкаст «Нерадіо». *IZONE Media*. 2022. URL: <https://surl.li/iuvewg> (дата звернення: 02.03.2025).
5. Подкасти Суспільне Культура. *Суспільне мовлення*. 2025. URL: <https://suspline.media/culture/page/podcasts/> (дата звернення: 02.08.2025).
6. Трапезнікова Д. Яка роль радіо та подкастів у медіаменю українців – дослідження «Суспільного Мовлення». *Медіамейкер*. 2023. URL: <https://surl.li/buoeei> (дата звернення: 02.03.2025).
7. Bonini T. Podcasting as a hybrid cultural form between old and new media (PRE-PRINT). *Routledge Companion to Radio and Podcast Studies*. London: Routledge, 2022. P. 19–29. URL: https://www.researchgate.net/publication/358978959_Podcasting_as_a_hybrid_cultural_form_between_old_and_new_media_PRE-PRINT (date of request: 02.03.2025).
8. Bulakh T., Kulykova O., Martiukhyna K., Karpenko O., Putsiata I. Main types of podcast advertising: Foreign and Ukrainian experience. *Amazonia Investiga*. 2023. Vol. 12. № 67. P. 162–172. DOI: <https://doi.org/10.34069/AI/2023.67.07.15>.
9. Cridland J. Radiodays Europe – my keynote on open podcasting. *James Cridland BLOG*. 2023. URL: <https://james.cridland.net/blog/2023/rde-open-podcasting/#:~:text=feeds%2C%20but%20also%20has%20its,available%20on%20the%20Spotify%20app> (date of request: 02.03.2025).
10. Gillespie T. Custodians of the Internet: Platforms, Content moderation, and the hidden decisions that shape social media. New Haven: Yale University Press, 2018. DOI: <https://doi.org/10.12987/9780300235029>.
11. McKelvey F., Hunt R. Discoverability: Toward a definition of content discovery through platforms. *Social Media + Society*. 2019. № 5 (1). URL: https://www.researchgate.net/publication/330540241_Discoverability_Toward_a_Definition_of_Content_Discovery_Through_Platforms (date of request: 02.03.2026).
12. Poell T., Duffy B. E., Nieborg D. B., Mutsvairo B., Tse T., Arriagada A. Global perspectives on platforms and cultural production. *International Journal of Cultural Studies*. 2024. Vol. 28 (1). P. 3–20. DOI: <https://doi.org/10.1177/13678779241292736>.
13. Poell T., Nieborg D. B., Duffy B. E. Platforms and cultural production. 260 p. URL: <https://www.wiley.com/en-us/Platforms+and+Cultural+Production-p-9781509540501> (date of request: 02.03.2025).
14. Resler S. These digital privacy issues should be on broadcasters' radar. *LinkedIn*. 2022. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/digital-privacy-issues-should-broadcasters-radar-seth-resler/> (date of request: 02.03.2025).
15. YouTube is the preferred podcast listening service. *Edison Research*. 2024. URL: <https://www.edisonresearch.com/youtube-is-the-preferred-podcast-listening-service/#:~:text=According%20to%20Edison%20Podcast%20Metrics%E2%84%A2%2C%2%A031,all%20networks%2C%20shows%2C%20and%20platforms> (date of request: 02.03.2025).

References

1. Bushkovska, N. (2024). Temperatura – normalna! [Temperature is normal!]. *Ukrainska pravda*. Retrieved from <https://www.pravda.com.ua/podcasts/temperatura-normalna/> [in Ukrainian].

2. Hyrina, T. (2025). Podkasty v strukturі krosmediinoho paketu platform ekonomichnoi tematyky [Podcasts in the structure of a cross-media package of economic-themed platforms]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnikha»: zhurnalistyka*, 1 (9), 36–46. [in Ukrainian].
3. Hyrina, T. (2024). Podkastynh yak zasib zaluchennia molodi do yevrointehratsiinykh aktyvnopei Ukrainy [Podcasting as a means of involving youth in European integration activities in Ukraine], *Aktualni problemy osvithnoho protsesu v konteksti yevropeiskoho vyboru Ukrainy: materialy VII Mizhnarodnoi konferentsii* [Current problems of the educational process in the context of Ukraine's European choice, Proceedings of the VII International Conference]. Kyiv. Retrieved from https://library.knuba.edu.ua/books/zbirniki/28/zbirnyk-materialiv_7_mizhnarodnoyi-konferentsiyi-knuba-14.11.2024.pdf [in Ukrainian].
4. Kushnir, O. (2022). «Vidchuvaiu bilshu koryst u volonterstvi». Yak «Radio Podil» adaptuvalysia pid novu realnist. Podakast «Neradio» [«I feel more benefit from volunteering». How «Radio Podil» adapted to the new reality. Podcast «Neradio»]. *IZONE Media*. Retrieved from <https://surl.li/iuvewg> [in Ukrainian].
5. Podkasty Suspilne Kultura [Podcasts of Suspilne Kultura]. (2025). *Suspilne movlennia*. Retrieved from <https://suspilne.media/culture/page/podcasts/> [in Ukrainian].
6. Trapeznikova, D. (2023). Yaka rol radio ta podkastiv u mediameniu ukrainsiv – doslidzhennia «Suspilnoho Movlennia» [What is the role of radio and podcasts in the media menu of Ukrainians – a study by «Public Broadcasting»]. *Mediameiker*. Retrieved from <https://surl.li/buoeei> [in Ukrainian].
7. Bonini, T. (2022). *Podcasting as a hybrid cultural form between old and new media (PRE-PRINT)*. *Routledge Companion to Radio and Podcast Studies*. London: Routledge. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/358978959_Podcasting_as_a_hybrid_cultural_form_between_old_and_new_media_PRE-PRINT [in English].
8. Bulakh, T., Kulykova, O., Martiukhyna, K., Karpenko, O., & Putsiata, I. (2023). Main types of podcast advertising: Foreign and Ukrainian experience. *Amazonia Investiga*, 12 (67), 162–172. DOI: <https://doi.org/10.34069/AI/2023.67.07.15> [in English].
9. Cridland, J. (2023). Radiodays Europe – my keynote on open podcasting. James Cridland BLOG. Retrieved from <https://james.cridland.net/blog/2023/rde-open-podcasting/#:~:text=feeds%2C%20but%20also%20has%20its,available%20on%20the%20Spotify%20app> [in English].
10. Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. New Haven: Yale University Press. DOI: <https://doi.org/10.12987/9780300235029> [in English].
11. McKelvey, F., & Hunt, R. (2019). Discoverability: Toward a definition of content discovery through platforms. *Social Media + Society*, 5 (1). Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/330540241_Discoverability_Toward_a_Definition_of_Content_Discovery_Through_Platforms [in English].
12. Poell, T., Duffy, B. E., Nieborg, D. B., Mutsvairo, B., Tse, T., & Arriagada, A. (2024). Global perspectives on platforms and cultural production. *International Journal of Cultural Studies*, 28 (1), 3–20. DOI: <https://doi.org/10.1177/13678779241292736> [in English].
13. Poell, T., Nieborg, D. B., & Duffy, B. E. (2021). Platforms and cultural production. 260 p. Retrieved from <https://www.wiley.com/en-us/Platforms+and+Cultural+Production-p-9781509540501> [in English].
14. Resler, S. (2022). These digital privacy issues should be on broadcasters' radar. *LinkedIn*. Retrieved from <https://www.linkedin.com/pulse/digital-privacy-issues-should-broadcasters-radar-seth-resler/> [in English].
15. YouTube is the Preferred Podcast Listening Service. (2024). Edison research. Retrieved from <https://www.edisonresearch.com/youtube-is-the-preferred-podcast-listening-service/#:~:text=According%20to%20Edison%20Podcast%20Metrics%E2%84%A2%2C%20A031,all%20networks%2C%20shows%2C%20and%20platforms> [in English].

Стаття надійшла до редакції 28.08.2025.

Received 28.08.2025.

Гиріна Т. С. Звукова сегрегація закритих глобальних аудіоплатформ як виклик культурі подкастингу в Україні

Мета дослідження – комплексне осмислення трансформацій аудіосфери в добу платформізації культури та обґрунтування поняття звукової сегрегації як нового поділу аудиторії, спричиненого переходом від відкритого RSS-екосередовища подкастингу до закритих платформ типу Spotify, Apple Podcasts, Amazon Music та YouTube.

Методологічно робота поєднує міждисциплінарний підхід: медіа- та культурологічний аналіз, порівняння глобальних і локальних практик.

Результати дослідження. На матеріалі міжнародних досліджень і українських кейсів простежено, як алгоритмічні механізми рекомендацій, політика ексклюзивного контенту, контроль даних про слухачів і платіжні моделі перерозподіляють доступ до культурного продукту, формуючи бар'єри для творців і споживачів. Зроблено висновок, що стратегія відкритості здатна пом'якшити ефекти сегрегації, підвищити видимість українського аудіо та зміцнити культурну стійкість у цифрову добу.

Новизна. Показано, що закриті екосистеми генерують щонайменше чотири типи нерівностей: алгоритмічну (звуження інформаційного горизонту через персоналізовані стрічки), інфраструктурну (географічні й технічні обмеження доступу), авторську (привілейованість контенту, підсиленого промоцією платформи) та комерційну (стратифікація досвіду за платоспроможністю). Окремо акцентовано на конфіденційності: платформи накопичують детальні дані про поведінку слухачів, але не повертають авторам релевантної аналітики, що послаблює зворотний зв'язок і ускладнює монетизацію. На українському ринку ці процеси поєднуються з невисокою проникненістю формату та конкуренцією з доміантними іншомовними продуктами, посилені алгоритмами, що загрожує видимості україномовного контенту й культурній репрезентації.

Практичне значення. Результати допомагають визначитися з пріоритетними ефективними стратегіями дистрибуції контенту в умовах алгоритмічної сегрегації. Висновки можуть бути задіяні для розробки національних комунікаційних стратегій, спрямованих на зміцнення культурної стійкості та просування україномовного продукту на глобальних платформах.

Ключові слова: алгоритмічна сегрегація, аудіоплатформи, видимість контенту, ексклюзивність, закриті екосистеми, конфіденційність даних, медіаграмотність, платформізація культури, подкастинг, український культурний простір.

УДК 655.41:659.44:007(477)

[https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2025.3\(63\).3](https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2025.3(63).3)

А. А. Зелінська

*кандидатка наук із соціальних комунікацій,
асистентка кафедри редакційно-видавничих технологій і продюсування
Навчально-наукового інституту журналістики
e-mail: a.zelinska@knu.ua, ORCID: 0000-0001-7271-5361
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
вул. Володимирська, 60, м. Київ, Україна, 01033*

ВИДАННЯ НОНФІКШН-ЛІТЕРАТУРИ В СИСТЕМІ КОРПОРАТИВНИХ КОМУНІКАЦІЙ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ

***Метою статті** є теоретичне обґрунтування та практичний аналіз ролі видання нон-фікшн-літератури як стратегічного інструмента в системі корпоративних комунікацій українських бізнесів.*

***Методологія дослідження.** Під час підготовки статті застосовано комплекс загальнонаукових та спеціальних методів дослідження. Зокрема, використано метод вторинного аналізу даних соціологічного опитування та ринкових звітів проєкту «Genesis Press» за 2025 р. для виявлення закономірностей читацького попиту. Метод моделювання став у пригоді для візуалізації функціональної структури корпоративного книговидання, а системно-структурний метод надав змогу розглянути видання бізнес-книги як багатовекторний інструмент формування репутаційного капіталу компанії.*

***Результати** дослідження продемонстрували, що видання бізнес-літератури трансформувалося в самостійний медіаканал, який надає змогу компаніям не лише легітимізувати свій статус інтелектуального лідера, а й розбудовувати стійку екосистему навколо своїх цінностей. Доведено, що корпоративне книговидання ефективно вирішує завдання внутрішньої та зовнішньої комунікації, забезпечуючи тривалий репутаційний ефект і високий рівень довіри стейкхолдерів.*

***Новизна** полягає в тому, що в дослідженні виявлено та деталізовано три ключові моделі взаємодії бізнесу та видавництва нонфікшену: кураторство перекладів світових бестселерів, створення автентичних авторських проєктів на основі локальних кейсів і впровадження корпоративних бібліотек як інструменту брендингу.*

***Практичне значення** роботи полягає в класифікації підходів до використання нонфікшн-видань як специфічного інструмента стратегічного маркетингу, що сприяє розвитку національного підприємницького середовища та зміцненню зв'язків між корпоративним сектором і суспільством.*

***Ключові слова:** бізнес-література, корпоративні комунікації, корпоративний бренд, нонфікшн, видавнича стратегія, репутаційний менеджмент.*

I. Вступ

У сучасних умовах трансформації глобального інформаційного простору традиційні стратегії формування корпоративної ідентичності зазнають суттєвих змін, зумовлених пошуком нових репутаційних важелів та каналів трансляції експертного знання. Актуальність дослідження зумовлена необхідністю теоретичного осмислення та практичного впровадження інноваційних моделей соціальних комунікацій, серед яких особливе місце посідає корпоративне книговидання нон-фікшн сегмента. Взаємодія комерційного сектору з видавничою галуззю перестає бути виключно меценатською ініціативою, перетворюючись на стратегічний механізм управління репутацією, що вимагає розробки цілісного підходу до створення та дистрибуції бізнес-літератури як специфічного комунікаційного активу. Отже, аналіз синергії видавничих стратегій і корпоративних медіакомунікацій є важливим для розбудови стійкої підприємницької екосистеми в Україні та зміцнення зв'язків між бізнесом і широкою громадськістю.

Теоретичне підґрунтя для вивчення ролі книги як інструмента корпоративних комунікацій закладено в працях, що розглядають корпоративні медіа та репутаційний менеджмент як цілісну систему. Питання трансформації сучасних корпоративних медіа та ролі в корпоративних комунікаціях розглянуто в розвідках Д. Олтаржевського, О. Тодорової, Є. Загорулька [3; 8]. Авторський підхід до розуміння системи сучасних бізнес-комунікацій представлено у працях І. Шавкун та Я. Дибчинської [9], а також В. Берещак [1].

Важливим аспектом дослідження є репутаційний складник. Так, J. Doorley та H. Garcia [7] визначають управління репутацією як ключовий фактор успіху сталого розвитку організацій, що корелює з концепцією «інтелектуального лідерства» через видання нефікшн-літератури. Питання підтримки бренд-капіталу та використання бренд-комунікацій в умовах антикризового менеджменту висвітлено в працях Н. Попик, С. Філяр, В. Кукси [4], а також Н. Тюріної, Т. Назарчук та ін. [5]. Ці дослідження підтверджують тезу про те, що в умовах нестабільності компаніям необхідні глибші та надійніші канали трансляції цінностей, ніж традиційна реклама.

Окрему увагу в науковій літературі приділено ролі перших осіб компаній у системі комунікацій. Зокрема, Є. Цимбаленко, Д. Олтаржевський, Л. Городенко та О. Олтаржевська [10] доводять, що експертність топменеджменту є критичним активом бренду. Також практичні аспекти впливу власної книги на особистий та корпоративний бренд були предметом фахових дискусій за участю провідних українських комунікаціоністів та видавців, зокрема Г. Харук-Бачуро та Б. Остапик [6].

Попри наявність цих розвідок, залишається недостатньо вивченим механізм інтеграції видання бізнес-книги безпосередньо в структуру внутрішніх і зовнішніх корпоративних комунікацій не як разової акції, а як постійного інструмента брендингу та експертного позиціонування. Невирішеною частиною загальної проблеми, якій присвячено цю статтю, є відсутність чіткої класифікації моделей взаємодії бізнес-структур із видавництвами нефікшн літератури для досягнення стратегічних комунікаційних цілей в українських реаліях.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Метою статті є теоретичне обґрунтування та практичний аналіз ролі видання нефікшн-літератури як стратегічного інструмента в системі корпоративних комунікацій українських бізнесів.

Під час підготовки статті було застосовано комплекс загальнонаукових та спеціальних методів дослідження. Зокрема, використано метод вторинного аналізу даних соціологічного опитування та ринкових звітів проєкту «Genesis Press» за 2025 р. для виявлення закономірностей читачького попиту. Метод моделювання став у пригоді для візуалізації функціональної структури корпоративного книговидавання, а системно-структурний метод надав змогу розглянути видання бізнес-книги як багатовекторний інструмент формування репутаційного капіталу компанії.

III. Результати

Сучасний український бізнес дедалі частіше розглядає книгу не як товар, а як засіб комунікації. Згідно з дослідженням ринку 2025 р., сегмент бізнес-літератури демонструє стійке зростання, що зумовлено запитом на якісну освіту та розвиток підприємницької екосистеми [2].

Для сучасного українського книжкового ринку в сегменті бізнес-літератури характерна стійка інтеграція в глобальні видавничі тренди. За даними аналізу, обсяг світового книжкового ринку у 2024 р. оцінюється у 140–150 млрд дол. США, де бізнес-література є невеликим, проте значущим індикатором економічного розвитку. В Україні цей сегмент активно розвивається: за період 2023–2025 рр. було реалізовано понад 111 тис. примірників бізнес-книг на суму понад 42 млн грн [2, с. 8].

Аналіз структури попиту свідчить про домінування літератури для саморозвитку, на яку припадає близько 60% продажів у ніші. Це підтверджує подібність українського ринку до інших ринків, що розвиваються, де мотиваційні теми переважають над вузькоспеціалізованими біографіями чи мемуарами. До ключових гравців, що формують ландшафт українського бізнес-книговидавання, належать видавництва «Наш Формат» (27% ринку), «Лабораторія» (18%) та «КСД» (12%) [2, с. 20].

Важливим аспектом корпоративних комунікацій є роль книги як інструмента репутаційного менеджменту. Дослідження портрета читача (834 респонденти) продемонструвало, що 79% опитаних активно читають бізнес-літературу. Для бізнесу це створює унікальний канал впливу, оскільки:

- 45,6% респондентів звертаються до книг для покращення навичок та професійного рівня [2, с. 30];

- 76% обирають видання за темою, що відповідає їхньому професійному запиту [2, с. 31];

- 88% читачів готові рекомендувати прочитане колегам та знайомим [2, с. 31].

У 2025 р. зафіксовано якісне зростання частки оригінальної української бізнес-літератури, яка досягла 17% (порівняно з 5% у 2023 р.). Половина продажів серед новинок 2025 р. припадає саме на видання українських авторів. Це вказує на формування попиту на локальну експертизу та кейси з українським контекстом, якого, на думку 51% опитаних, наразі бракує на ринку [2, с. 33].

Співпраця з видавництвами нефікшн надає змогу бізнесу прискорювати появу актуальних знань на ринку. Шлях книги від викупу прав до дистрибуції триває від 9 до 18 місяців. На кожному етапі бізнес-партнер може підсилити проєкт: від фінансування перекладу складних термінів до залучення власних каналів промоції. Це перетворює книгу на «довге медіа», що працює на капіталізацію бренду значно довше за цифрову рекламу.

Видання нефікшн-літератури в системі комунікацій сучасної компанії реалізується через ключові вектори, кожен з яких має специфічні цілі та інструментарій. У межах зовнішнього вектора (PR та маркетинг) основною метою є зміцнення експертного статусу бренду та залучення нових клієнтів, що досягається шляхом видання професійних кейс-стаді та створення партнерських

книжкових серій із профільними видавництвами. Внутрішній напрям (HR-комунікації) орієнтований на формування цілісної корпоративної культури та безперервне навчання персоналу через такі інструменти, як створення корпоративних бібліотек та організацію регулярних читачьких клубів (Book Clubs). Репутаційний вектор, що корелює з принципами соціальної відповідальності (ESG), передбачає активну участь компанії в розвитку загальнонаціонального освітнього середовища, зокрема через підтримку некомерційних видавничих ініціатив та розвиток підприємницької екосистеми (табл. 1).

Таблиця 1

**Функціональне значення нефікшн-літератури
в системі стратегічних комунікацій компанії**

Назва функції	Опис та комунікаційні цілі	Інструменти реалізації
Освітньо-розвивальна	Підвищення професійної експертизи та розвиток «м'яких навичок» (soft skills) персоналу. Покращення навичок є ключовим запитом для 45,6% читачів	Створення корпоративних бібліотек, проведення Book Clubs, закупівля спеціалізованих видань для навчання
Репутаційна (брендинг)	Формування статусу інтелектуального лідера галузі та зміцнення довіри стейкхолдерів. Видання власної книги чи кураторство перекладів працює як «довге медіа»	Видання авторських книг топменеджменту, спонсорство перекладів світових бестселерів, партнерські серії з видавництвами
Комунікаційна (нетворкінг)	Використання книги як приводу для глибокого діалогу з партнерами та клієнтами. 88% читачів рекомендують прочитані книги іншим, стаючи амбасадорами бренду	Книга як інтелектуальний подарунок, організація публічних дискусій навколо актуальних бізнес-тем, презентації видань
Стратегічна (екосистемна)	Розвиток підприємницького середовища та культури управління в країні. Інвестиція в знання, що формують ринок, на якому працює компанія	Інвестиції у видавничі проекти, що покривають дефіцит прикладних кейсів та українського контексту (запит 51% опитаних)

Відповідно до результатів дослідження ринку та фахових дискусій, корпоративне книговидання може бути реалізоване через три основні моделі:

1. Кураторство перекладів

Ця модель передбачає стратегічне партнерство між бізнесом та видавництвом для випуску світових бестселерів, які ще не представлені на українському ринку. Механізм полягає в тому, що компанія виступає ініціатором або фінансовим партнером перекладу, що надає змогу пришвидшити вихід книги, який зазвичай триває від 9 до 18 місяців. Завдяки цьому досягають комунікаційного ефекту, коли бізнес позиціонує себе як інтелектуальний меценат, що імпортує передові світові знання. Це зміцнює репутацію компанії як експерта, що формує порядок денний у своїй галузі. Практична цінність для видавництва полягає в тому, що кураторство надає змогу покрити дефіцит якісного перекладного контенту, на який в Україні припадає 83% ринку бізнес-літератури.

2. Власні авторські проекти

Модель полягає у створенні автентичного контенту експертами або топменеджментом компанії для структурування й капіталізації унікального досвіду. Книга пишеться на основі реальних кейсів, помилок та успіхів компанії, що безпосередньо відповідає запиту 44% читачів на історії саме українського бізнесу. Таке видання стає «довгим медіа», яке роками працює на персональний бренд лідера та підсилює довіру до корпоративного бренду. На відміну від короткострокової реклами, книга формує глибоку інтелектуальну прив'язку аудиторії до автора. У 2025 р. частка оригінальних українських видань у продажах новинок сягнула 50%, що свідчить про високу затребуваність цієї моделі.

3. Корпоративні бібліотеки та спільні серії

Ця модель орієнтована на внутрішні комунікації та створення спільного інформаційного поля всередині організації або партнерської мережі. Компанії закуповують готові тиражі або створюють брендвані спецвипуски (custom publishing) для розповсюдження серед співробітників, стажерів чи клієнтів. Така модель має два основних ефекти: HR та маркетинговий, оскільки 45,6% респондентів читають бізнес-літературу для покращення професійного рівня, наявність корпоративної бібліотеки стає потужним інструментом навчання та утримання талантів. Зауважимо, що 30% таких читачів – це менеджери, для яких розвиток є критичним пріоритетом. Книга як подарунок партнерам сприймається як цінний інтелектуальний актив, що сприяє «сарафанному маркетингу», адже 88% читачів рекомендують корисні видання своєму оточенню.

Аналіз показує, що для технологічних компаній, таких як Genesis, інвестиції в бізнес-літературу є частиною місії з розвитку підприємницького середовища [2, с. 1]. Важливою є також дискусія про «перезапуск» бренду через книгу: видання надає змогу структурувати досвід компанії та презентувати його стейкхолдерам у престижному форматі [6]. Це створює високий рівень довіри, якого важко досягти через цифрову рекламу.

Взаємодія з видавцями нефікшн надає змогу бізнесу використовувати професійну експертизу з редагування та дистрибуції, забезпечуючи високу якість інтелектуального продукту. При цьому книга виступає не лише носієм інформації, а й тривалим комунікаційним активом.

IV. Висновки

Проведене дослідження дає підстави стверджувати, що видання нефікшн-літератури в сучасних українських реаліях трансформувалося з допоміжного маркетингового інструмента в самостійний і високоєфективний канал стратегічних комунікацій. Аналіз взаємодії бізнесу та видавничого сектору продемонстрував, що корпоративна книга виконує низку критично важливих функцій: від легітимізації експертного статусу компанії до формування стійкої інтелектуальної екосистеми навколо бренду. На прикладі кейсів технологічних компаній та ініціативи Genesis Press доведено, що найбільш дієвими моделями співпраці є кураторство перекладів світових бестселерів та створення власного контенту, який транслює унікальний практичний досвід. Видання нефікшн літератури надає змогу бізнесу вийти на якісно новий рівень діалогу зі стейкхолдерами, де замість прямої реклами пропонується цінніший інтелектуальний продукт. Це не лише зміцнює зовнішню репутацію компанії, а й стає потужним чинником розвитку бренду, сприяючи професійному зростанню персоналу та трансляції корпоративних стандартів управління. Отже, синергія видавничої справи й бізнес-структур є стратегічно перспективним напрямом, що відповідає запиту суспільства на якісну освіту та фахову експертизу.

Подальшого наукового вивчення потребують питання вимірювання ефективності (KPI) корпоративних книжкових проєктів та їхнього довгострокового впливу на капіталізацію бренду. Окремим вектором майбутніх розвідок може стати аналіз трансформації бізнес-літератури під впливом технологій штучного інтелекту, а також дослідження економічних моделей взаємодії видавництва і бізнесу в межах спільних видавничих планів (co-publishing). Також актуальним є питання розробки методології впровадження корпоративних бібліотек як обов'язкового елемента системи внутрішніх комунікацій великих підприємств.

Список використаної літератури

1. Берещак В. Комунікаційна стратегія в бізнесі. Як досягти максимуму в спілкуванні з аудиторією. Київ : Yakaboo Publishing, 2023. 200 с.
2. Бізнес-література в Україні та світі: дослідження ринку 2025 : звіт проєкту Genesis Press. *Genesis*. Київ, 2025. 42 с.
3. Загорулько Є. О., Олтаржевський Д. О. Корпоративні комунікації: свіжий погляд : монографія. Київ : Арт Економі, 2023. 360 с. URL: https://www.researchgate.net/publication/369046829_Korporativni_komunikacii_svizij_poglad (дата звернення: 13.12.2025).
4. Попик Н., Фімяр С., Кукса В. Антикризисні комунікації як інструмент підтримки бренд-капіталу компанії. *Економіка та суспільство*. 2025. № 81. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-81-130>.
5. Тюріна Н. П., Назарчук Т. В., Гурницький О. М., Ковальчук В. В. Бренд-комунікації в антикризовому менеджменті: теоретичні аспекти та практичний досвід зарубіжних компаній. *Innovation and Sustainability*. 2024. № 3. С. 118–127. DOI: <https://doi.org/10.31649/ins.2024.3.118.127>.
6. Шевченко Ю. Як власна книга перезапускає персональний бренд : за матеріалами дискусії з видавцями та авторами. *FBC.biz.ua*. 2025. URL: <https://fbc.biz.ua/news/kultura-uk/yak-vlasna-kniga-perezapuskaye-personalnij-brend/> (дата звернення: 30.10.2025).
7. Doorley J., Garcia H. F. Reputation management: The key to successful public relations, corporate communication, and sustainable organizations. New York : Routledge, 2025. 410 p.
8. Oltarzhivskiy D., Todorova O. Contemporary corporate media: Current state, innovations and trends in Ukraine. *Zarządzanie Mediami*. 2019. № 7 (3). P. 143–158.
9. Shavkun I., Dybchynska Ya. System of modern business communication as a subject of research. *Management and Entrepreneurship: Trends of Development*. 2025. № 3 (33). P. 50–59. DOI: <https://doi.org/10.26661/2522-1566/2025-3/33-04>.
10. Tymbalenko Ye., Oltarzhivskiy D., Horodenko L., Oltarzhivska O. The role of company's top officials in corporate communications. *Problems and Perspectives in Management*. 2020. № 18 (3). DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.18\(3\).2020.22](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.18(3).2020.22).

References

1. Bereshchak, V. (2023). *Komunikatsiina stratehiia v biznesi. Yak dosiahty maksimumu v spilkuванні z audytoriiieu* [Communication strategy in business: How to reach the maximum in communicating with the audience]. Kyiv: Yakaboo Publishing [in Ukrainian].
2. Biznes-literatura v Ukraini ta sviti: Doslidzhennia rynku 2025: Zvit proiektu Genesis Press [Business literature in Ukraine and the world: 2025 market research: Genesis Press project report]. (2025). *Genesis* [in English].
3. Zahorulko, Ye. O., & Oltarzhivskiy, D. O. (2023). *Korporatyvni komunikatsii: Svizhyi pohliad* [Corporate communications: A fresh look]. Kyiv: Art Economy [in Ukrainian].
4. Popyk, N., Fimiary, S., & Kuksa, V. (2025). Antykryzysni komunikatsii yak instrument pidtrymky brend-kapitalu kompanii [Anticrisis communications as a tool for supporting the company's brand

- capital]. *Ekonomika ta suspilstvo*, 81. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-81-130> [in Ukrainian].
5. Tiurina, N. P., Nazarchuk, T. V., Hurnytskyi, O. M., & Kovalchuk, V. V. (2024). Brend-komunikatsii v antykryzovomu menedzhmenti: teoretychni aspekty ta praktychnyi dosvid zarubizhnykh kompanii [Brand communications in crisis management: Theoretical aspects and practical experience of foreign companies]. *Innovation and Sustainability*, 3, 118–127. DOI: <https://doi.org/10.31649/ins.2024.3.118.127> [in Ukrainian].
 6. Shevchenko, Yu. (2025). Yak vlasna knyha perezapuskaie personalnyi brend: Za materialamy diskusii z vydavtsiamy ta avtoramy [How an own book relaunches a personal brand: Based on the discussion with publishers and authors]. *FBC.biz.ua*. Retrieved from <https://fbc.biz.ua/news/kultura-uk/yak-vlasna-kniga-perezapuskaye-personalnij-brend/> [in Ukrainian].
 7. Doorley, J., & Garcia, H. F. (2025). *Reputation management: The key to successful public relations, corporate communication, and sustainable organizations*. New York: Routledge [in English].
 8. Oltarzhevskyi, D., & Todorova, O. (2019). Contemporary corporate media: Current state, innovations and trends in Ukraine. *Zarządzanie Mediami*, 7(3), 143–158 [in English].
 9. Shavkun, I., & Dybchynska, Ya. (2025). System of modern business communication as a subject of research. *Management and Entrepreneurship: Trends of Development*, 3(33), 50–59. DOI: <https://doi.org/10.26661/2522-1566/2025-3/33-04> [in English].
 10. Tsymbalenko, Ye., Oltarzhevskyi, D., Horodenko, L., & Oltarzhevskya, O. (2020). The role of company's top officials in corporate communications. *Problems and Perspectives in Management*, 18 (3). DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.18\(3\).2020.22](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.18(3).2020.22) [in English].

Стаття надійшла до редакції 30.10.2025.

Received 30.10.2025.

Zelinska A. Publishing Non-Fiction Literature in the System of Corporate Communications of Ukrainian Companies

The purpose of the article is to provide a theoretical justification and practical analysis of the role of non-fiction publishing as a strategic tool in the corporate communications system of Ukrainian businesses.

Research methodology. A set of general scientific and special research methods was used in the preparation of this article. In particular, the method of secondary analysis of data from sociological surveys and market reports of the Genesis Press project for 2025 was used to identify patterns in reader demand. The modelling method was used to visualise the functional structure of corporate book publishing, and the systemic-structural method was used to consider the publication of business books as a multi-vector tool for building a company's reputation capital.

The results of the study showed that the publication of business literature has transformed into an independent media channel that allows companies not only to legitimise their status as intellectual leaders, but also to build a sustainable ecosystem around their values. It has been proven that corporate book publishing effectively solves the tasks of internal and external communication, ensuring a lasting reputational effect and a high level of stakeholder trust.

The novelty lies in the fact that the study identifies and details three key models of interaction between business and non-fiction publishers: curating translations of international bestsellers, creating authentic author projects based on local cases, and introducing corporate libraries as a branding tool.

The practical significance of the work lies in the classification of approaches to the use of non-fiction publications as a specific strategic marketing tool that contributes to the development of the national entrepreneurial environment and strengthens ties between the corporate sector and society.

Key words: business literature, corporate communications, corporate brand, non-fiction, publishing strategy, reputation management.

В. Т. Меньяйлов

*аспірант кафедри журналістики та засобів масової комунікації
Навчально-наукового інституту права, психології та інноваційної освіти
e-mail: Volodymyr.Meniailov.asp.2025@lpnu.ua, ORCID: 0009-0004-1584-4748
Національний університет «Львівська політехніка»
вул. Степана Бандери, 12, м. Львів, Україна, 79000*

РОЛЬ УКРАЇНСЬКОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ В ПРОЦЕСІ ДОКУМЕНТУВАННЯ ВОЄННИХ ЗЛОЧИНІВ КРИЗЬ ПРИЗМУ ПРОФЕСІЙНИХ ПРАКТИК ТА ЕТИЧНИХ СТАНДАРТІВ

У контексті повномасштабної агресії РФ проти України роль медіа виходить за межі класичного інформування, набуваючи ознак інституту первинного документування воєнних злочинів. Трансформація медійника у верифікатора подій потребує адаптації етичних стандартів до умов екстремального репортерства.

Метою дослідження є розкриття сутності «журналістики свідчень» як специфічної моделі медіадіяльності та визначення ролі цифрових методів фіксації у створенні доказової бази воєнних злочинів.

Методи дослідження. При проведенні дослідження використано контент-аналіз, OSINT-дослідження, аналіз метаданих та критичний дискурс-аналіз медіаматеріалів.

Результати та наукова новизна. У статті вперше теоретично обґрунтовано модель «журналістики свідчень», у межах якої медіафахівець постає суб'єктом первинної верифікації подій з ознаками воєнних злочинів. Концептуалізовано термін «медійна верифікація» як фаховий процес створення достовірного інформаційного масиву, що заповнює розрив між моментом злочину та початком офіційного слідства. Доведено необхідність зміни етичної парадигми через перехід від класичного «стандарту балансу» до пріоритету об'єктивності фактів, що запобігає легітимізації пропаганди агресора при висвітленні злочинів проти людяності. Визначено роль медіа в похвилинній реконструкції подій та значення технологічної верифікації для формування доказової бази.

Практичне значення. Отримані результати надають змогу впроваджувати розроблені протоколи в діяльність редакцій та освітній процес. Виокремлено конкретний інструментарій OSINT-досліджень та аналізу метаданих, що надає змогу створювати юридично релевантну доказову базу навіть за умов обмеженого доступу до місць подій. Запропоновані підходи до травма-інформованого репортерства, цифрової безпеки джерел та алгоритмів довготривалого зберігання чутливого контенту в міжнародних архівах забезпечують збереження національної пам'яті та спроможність журналістських матеріалів витримати перевірку в межах майбутніх міжнародних трибуналів.

Ключові слова: воєнні злочини, журналістика свідчень, професійні стандарти, OSINT, медійна верифікація, етика, цифрова доказова база, національна пам'ять.

I. Вступ

Сучасна система масової комунікації переживає фундаментальну трансформацію, спричинену необхідністю оперативного та водночас верифікованого висвітлення збройних конфліктів, що супроводжуються безпрецедентними порушеннями гуманітарних норм. В умовах стрімкої ескалації бойових дій проблема фіксації та медійного представлення воєнних злочинів набуває особливої ваги для науки журналістики, адже інформаційний простір трансформується з каналу трансляції новин у глобальний архів цифрової пам'яті.

Актуальність дослідження зумовлена гострою потребою в концептуалізації «журналістики свідчень» та розробленні адаптивних етичних протоколів, які б надали змогу медіафахівцям ефективно поєднувати принципи професійної відстороненості з роллю суб'єкта документування трагічних подій. У контексті тотальної цифровізації війни медіатекст перестає бути лише формою опису реальності, стаючи інструментом верифікації фактів у межах гібридного протистояння, де точність термінології та дотримання стандартів стають запобіжниками проти маніпуляцій.

Аналіз наявних досліджень підтверджує глибоку зацікавленість наукової спільноти медійною репрезентацією війни. Українські дослідники акцентують увагу на викликах професійної ідентичності журналіста в екстремальних умовах та важливості термінологічної коректності як складника професійної етики. Тут, зокрема, варто виокремити праці Н. Глібовицької, Н. Гуменюк, О. Довженка,

О. Ольхового. Питання трансформації медіаматеріалів у ціннісну базу для суспільної opinio та міжнародного дискурсу висвітлено в працях С. Асєєва, Д. Бігуса, М. Користіної, Я. Корнієнко, О. Кутювенко, М. Чернова, підкреслюючи документальну функцію сучасної публіцистики.

Міжнародний науковий контекст значною мірою базується на концепціях «журналістики миру» К. Райтера, Дж. Лінча та А. Макголдрик, що заклали фундамент для вивчення деескалаційного потенціалу медіа. Водночас Ф. Террелл розкриває значення OSINT-інструментарію та цифрової гігієни, що кардинально змінює традиційні уявлення про розслідувальну журналістику. Аналіз звітів організацій «Репортери без кордонів» та «Amnesty International» дає підстави констатувати пріоритетність принципів захисту джерел та дотримання правила «не нашкодь» при роботі із жертвами насилля.

Вивчення цих підходів демонструє, що українська академічна школа не лише адаптує західні стандарти, а й формуює унікальний досвід «журналістики опору», де документування злочинів стає формою професійної відповідальності перед суспільством.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Метою дослідження є розкриття сутності «журналістики свідчень» як специфічної моделі медіадіяльності та визначення ролі цифрових методів фіксації у створенні доказової бази воєнних злочинів. Реалізація цієї мети передбачає здійснення комплексного теоретичного обґрунтування моделі «журналістики свідчень» та її розмежування з традиційними формами репортерства, ґрунтовний аналіз сучасного інструментарію цифрових методів фіксації, таких як OSINT, робота з метаданими та геолокацією, що виступають засобами формування доказової бази, дослідження глибинної трансформації українського медійного дискурсу в умовах повномасштабної війни, а також верифікацію накопичених локальних практик на відповідність міжнародним стандартам конфліктно-сенситивної журналістики й правовим протоколам документування воєнних злочинів.

Методологічний апарат дослідження ґрунтується на засадах системного підходу та міждисциплінарної інтеграції, що надає змогу комплексно розглянути феномен документування воєнних злочинів крізь призму журналістичної науки, комунікаційних стратегій та професійної етики. Провідним методом роботи є порівняльно-типологічний аналіз, застосований для зіставлення вітчизняних журналістських практик із міжнародними стандартами конфліктно-сенситивного репортерства та настановами глобальних медіамереж. Це допомогло виявити специфіку адаптації універсальних етичних норм до екстремальних умов українського медіапростору. У контексті концептуалізації «журналістики свідчень» було залучено теоретичні доробки Н. Гуменюк та О. Кутювенко, що надало змогу інтерпретувати медіаматеріали як ціннісну базу для міжнародного дискурсу та суспільної opinio.

Емпіричне підґрунтя роботи сформовано шляхом застосування методу якісного та кількісного контент-аналізу медіатекстів і візуального контенту. Об'єктами дослідження слугували публікації провідних національних та світових медіа, зокрема «Укрінформу», BBC та The New York Times, присвячені трагічним подіям у Бучі, Ірпені та Маріуполі. Через процедуру кодування специфічних лексем, нарративних структур та візуальних маркерів було реконструйовано моделі фреймування інформації про злочини проти людяності. Такий підхід надав змогу простежити еволюцію журналістського продукту від первинного новинного повідомлення до складного розслідувального проекту, що виконує функцію медіації між реальним фактом та його суспільною фіксацією.

Для вивчення внутрішньої специфіки журналістської діяльності та трансформації професійних стандартів було застосовано метод кейс-стаді (case study approach), сфокусований на аналізі практичних протоколів роботи воєнних кореспондентів і розслідувачів. Особливу увагу приділено методології OSINT та цифровій верифікації, що сприяло обґрунтуванню технологічного інструментарію як невід'ємної частини сучасного документування. Додатково використано метод критичного дискурс-аналізу, за допомогою якого оцінено вплив офіційних комунікаційних стратегій на формування міжнародного порядку денного та легітимізацію нарративу про геноцидальний характер агресії.

Обробка й систематизація отриманих даних здійснені із застосуванням логіко-аналітичних процедур індукції та дедукції – від аналізу специфічних прикладів репортерської практики до формулювання узагальнених концептуальних висновків про роль медіа як інструменту збереження соціальної правди. Синтез результатів надав змогу запропонувати авторську концепцію «медійної верифікації», згідно з якою діяльність журналіста розглядається не лише як акт оперативного інформування, а як фаховий процес створення достовірного інформаційного масиву, що слугує фундаментом для відновлення справедливості та формування колективної пам'яті про воєнні події.

III. Результати

Трансформація сучасного медіапростору під впливом повномасштабної збройної агресії зумовила перегляд класичних функціональних моделей журналістики. У центрі наукового дискурсу постає явище «журналістики свідчень», де медіафахівець виходить за межі ролі пасивного транслятора новин, стаючи суб'єктом первинної верифікації подій, що мають ознаки воєнних злочинів. Як зазначають дослідники, в умовах екзистенційного конфлікту журналістська діяльність набуває ознак документування, оскільки зібрані матеріали формують базис для майбутнього відновлення історичної справедливості [1, с. 49–51].

Теоретичне обґрунтування концепції «медійної верифікації» надає змогу розглядати медіатекст не лише як продукт оперативного інформування, а як структурований інформаційний масив, що має високий ступінь достовірності завдяки застосуванню професійних стандартів перевірки фактів. У цьому контексті журналістика виконує функцію «соціального репозитарію», заповнюючи сегменти між моментом скоєння злочину та початком офіційних слідчих дій [4, с. 104].

Важливим внеском у розуміння цієї трансформації є наукові доробки О. Кутовенко, яка розглядає медіапростір як платформу для ціннісної легітимізації фактів. Дослідниця наголошує, що в умовах сучасних конфліктів журналістські матеріали перетворюються на «першоджерела соціальної правди», які формують ціннісну базу для суспільної думки та міжнародного дискурсу. На думку науковиці, медіа не просто транслюють подію, а здійснюють її інтерпретаційну фіксацію, що надає змогу конвертувати оперативний репортаж у вагомий інструмент стратегічних комунікацій та протидії інформаційним маніпуляціям [5, с. 72]. Такий підхід забезпечує тривалу присутність українського нарративу у світовому порядку денному, перетворюючи кожне верифіковане свідчення на елемент глобальної системи справедливості.

Важливим аспектом у контексті нашого дослідження є термінологічна відповідальність. Використання міжнародно визнаних дефініцій (геноцид, катування, викрадення, депортація, полон) у медійному дискурсі сприяє легітимізації українського нарративу на міжнародній арені та запобігає розмиванню фактів унаслідок ворожих дезінформаційних кампаній [8, с. 115]. Слушною із цього приводу є думка Н. Гуменюк, яка наголошує, що в умовах війни журналістика має оперувати категоріями, які зрозумілі міжнародному праву, оскільки «свідчення, зібрані медійниками, стають частиною великого архіву, що згодом дозволяє світу побачити системність злочинів, а не поодинокі інциденти» [2]. Такий підхід забезпечує конвертацію медійного повідомлення у вагомий аргумент для глобальної аудиторії, перетворюючи репортаж на форму публічного документування.

Наступним важливим фактором є взаємодія медіа та інститутів соціальної пам'яті, що на сьогодні виявляється у створенні розширених цифрових архівів. Журналістські розслідування, що базуються на свідченнях очевидців та аналізі відкритих даних (OSINT), стають критично важливим елементом у процесі збереження доказової бази. Засновник розслідувальної групи «Bellingcat» Е. Гігґінс зазначає, що в сучасних конфліктах саме «цифрові докази, зібрані з відкритих джерел та верифіковані журналістами, створюють незаперечний ланцюжок фактів, який неможливо ігнорувати на рівні міжнародних інституцій» [16, с. 121]. Ця теза корелює з практичним досвідом українських медіафахівців; зокрема, журналіст М. Щербина підкреслює, що поєднання польової роботи з методами геолокації та аналізом супутникових знімків надає змогу не лише реконструювати хронологію злочину, а й ідентифікувати конкретних виконавців, перетворюючи журналістський матеріал на структурований масив верифікованих даних [13]. Таким чином, синергія класичного інтерв'ю та новітніх цифрових методик забезпечує високу точність фіксації подій, що є базовою вимогою до професійної діяльності в умовах війни.

Таким чином, сучасна українська журналістика інтегрується в систему превентивних заходів, де публічність злочину є запобіжником проти його ігнорування світовою спільнотою, а медіафахівець постає як верифікатор подій, що формують фундамент національної безпеки та правосуддя [16; 17].

Переосмислення журналістської діяльності в умовах високотехнологічної війни зумовило впровадження нових професійних практик, де ключове місце посідає методологія OSINT. Якщо традиційне репортерство фокусується на оперативності та емоційній складовій, то журналістське документування воєнних злочинів потребує прецизійної точності та багатозорової перевірки даних. Основним інструментом у цьому процесі стає робота із цифровими слідами: аналіз супутникових знімків, верифікація метаданих візуального контенту та хронолокація відеоматеріалів.

Дослідниця медіатехнологій О. Мороз зазначає, що сучасний журналіст-розслідувач має володіти навичками цифрової гігієни та інструментами деанонізації, оскільки «здатність відрізнити автентичне свідчення від згенерованого пропагандою фейку є базовою умовою збереження професійної репутації та юридичної цінності зібраних матеріалів» [6]. Практичне застосування супутникових сервісів (таких як Махаг або Planet Labs) надає змогу медійникам фіксувати зміни ландшафту, появу масових поховань або руйнування цивільної інфраструктури в режимі реального часу, навіть за відсутності фізичного доступу до окупованих територій.

Окремим аспектом професійної практики, що визначає доказову цінність сучасної журналістики, є фахова робота з метаданими, або, як їх ще називають, EXIF-даними фотографій та відеоматеріалів. Як підкреслює експерт І. Розкладай, фіксація точного часу, дати та координат зйомки перетворює медійний файл з ілюстративного матеріалу на цифровий доказ, що надає змогу відтворити похвилинну реконструкцію подій [11]. В умовах гібридної агресії, де маніпуляція часовими та просторовими рамками є поширеним інструментом дезінформації, збереження оригінальних метаданих допомагає журналістам спростовувати постановочні кадри та верифікувати автентичність зйомки безпосередньо з місця інциденту. Це створює «цифровий відбиток» події, який є стійким до спроб викривлення контексту.

Для підтвердження практичної валідності описаного OSINT-інструментарію та ефективності «кримінологічної журналістики» нами було проведено якісний порівняльний контент-аналіз двох знакових розслідувань, що стали еталонами медійної верифікації – аналіз похвилинної реконструкції подій у Бучі (The New York Times, 2022) [14] та ідентифікація окупантів у селі Ягідне («Слідство.Інфо», 2023) [7]. Результати нашого контент-аналізу систематизовано за категоріями кодування та методами верифікації (табл. 1).

Таблиця 1

**Порівняльні результати якісного контент-аналізу
журналістських розслідувань у контексті медійної верифікації**

Параметри аналізу	Кейс 1: The New York Times (Буча)	Кейс 2: Слідство.Інфо (Ягідне)
Об'єкт аналізу	Понад 100 годин відео, супутникові знімки Махаг, аудіо перехоплення	Селфі з викрадених телефонів, профілі в соціальних мережах (VK), свідчення очевидців
Методи верифікації	Хронологізація, зіставлення метаданих, аналіз супутникових ретроспектив	Розпізнавання облич (Facial Recognition), аналіз цифрових слідів, нарративне інтерв'ю
Ключові маркери	Тіла на вул. Яблунській, номери техніки, шеврони 234-го полку	Елементи однострою, специфічне озброєння, татування військових
Результат аналізу	Спростування фрейму про «постановку»; похвилинна реконструкція злочину	Деанонізація військових 55-ї бригади РФ; створення персоніфікованої доказової бази
Юридична валідність	Включення матеріалів до офіційних звітів міжнародних експертних груп [14]	Формування бази свідчень для національних та міжнародних слідчих органів [7]

Отже, аналіз кейсу похвилинної реконструкції подій у Бучі, проведеної командою журналістів (The New York Times, 2022), надав змогу виявити специфіку синтезу візуального та текстового контенту. Через процедуру кодування часових позначок і геолокаційних маркерів на аматорських відео було встановлено повну невідповідність офіційного нарративу агресора реальній хронології подій. Кількісне зіставлення супутникових знімків компанії Махаг із масивом візуальних свідчень мешканців зафіксувало наявність тіл загиблих ще в середині березня. Такий контент-аналіз медіафайлів перетворив їх з ілюстративного матеріалу на юридично значущий доказ, що надав змогу деконструювати дезінформаційні фрейми та залучити журналістські матеріали до офіційних звітів міжнародних експертних груп [14].

У межах розслідування редакції «Слідство.Інфо» щодо ідентифікації окупантів у селі Ягідне було проаналізовано масив цифрових слідів: метадані фотографій, профілі в соціальних мережах та відеосвідчення потерпілих. Через виокремлення специфічних візуальних маркерів (елементів однострою, татувань) та верифікацію селфі окупантів, зроблених на викрадені телефони, було проведено ідентифікацію військовослужбовців 55-ї бригади РФ. Контент-аналіз відкритих даних (фото- та відеопостів) у поєднанні з нарративним аналізом свідчень очевидців надав змогу сформувати цілісну персоніфіковану доказову базу [7]. Ці приклади підтверджують, що сучасний медіатекст, підкріплений прецизійним аналізом цифровізованих даних, виконує функцію незаперечного ланцюжка фактів, де технологічна майстерність журналіста стає гарантом історичної та юридичної правди.

Важливим елементом цього процесу є стратегічна співпраця редакцій із міжнародними архівами, правозахисними організаціями та спеціалізованими платформами, наприклад, Mnemonic або EyeWitness to Atrocities. Така взаємодія забезпечує тривале та захищене зберігання чутливого контенту, який глобальні соціальні мережі часто видаляють автоматизованими алгоритмами через політику щодо «жорстокого вмісту». Для журналіста-документаліста збереження таких кадрів у спеціалізованих децентралізованих сховищах є формою професійної відповідальності, оскільки видалення матеріалу з публічного простору без створення архівованої копії з метаданими означає фактичну втрату свідчення злочину.

Крім того, така співпраця передбачає використання спеціалізованих мобільних додатків для фіксації, які автоматично хешують відеофайл у момент зйомки, гарантуючи, що він не був змінений або відредагований згодом. Таким чином, робота журналіста інтегрується в ширший контекст кримінологічної фіксації, де технологічна грамотність медіафахівця стає запорукою того, що зафіксовані ним факти зможуть пройти сувору перевірку на достовірність у межах міжнародних моніторингових місій та правових процедур [12].

Етичний вимір журналістської діяльності при документуванні воєнних злочинів виходить далеко за межі психологічного супроводу інтерв'ю. Ключовим викликом стає переосмислення стандарту об'єктивності та балансу думок. В умовах очевидних порушень міжнародного гуманітарного права класичне надання слова «іншій стороні» (агресору) може трансформуватися в ретрансляцію пропаганди та легітимізацію злочину. Як зазначає медіаексперт О. Довженко, у ситуаціях із задокументованими воєнними злочинами журналіст має дотримуватися «об'єктивності фактів, а не рівноваги оцінок», оскільки спроба збалансувати свідчення жертви офіційною заперечною заявою злочинця є формою порушення етичної відповідальності перед аудиторією [3].

Важливою професійною проблемою є візуальна етика – межа між необхідністю показати жорстокість злочину як доказ та повагою до гідності загиблих і почуттів їхніх родичів. Журналістська практика в Україні виробила підхід «свідомого цензурування», де деталізація каліцтв чи

ідентифікація тіл без згоди близьких вважається порушенням стандарту поваги до приватності. Проте, як наголошує Комісія з журналістської етики, приховування наслідків воєнних злочинів може призвести до недооцінки масштабів трагедії світовою спільнотою, тому вибір ракурсу та ступеня деталізації стає персональним етичним вибором репортера [9].

Ще одним аспектом є цифрова безпека джерел та свідків. Документування злочинів на територіях, що перебувають під загрозою повторної окупації або обстрілів, вимагає від журналіста дотримання «цифрової анонімності». Професійним стандартом стає не лише зміна імені чи приховування обличчя, а й технічне затирання фонових орієнтирів (геолокаційних маркерів), за якими ворог може ідентифікувати місце перебування свідка. За даними Інституту масової інформації, нехтування цим стандартом у гонитві за «ексклюзивним кадром» становить пряму загрозу життю людей, що робить технічну грамотність невід'ємною частиною професійної етики [10].

Зрештою, спостерігається рух у бік травма-інформованого редакційного менеджменту, що передбачає відповідальність не лише перед героями матеріалів, а й перед працівниками, які здійснюють монтаж та обробку візуальних доказів злочинів. Постійна робота з «чутливим контентом» (graphic content) вимагає впровадження внутрішніх протоколів захисту психічного здоров'я медіаперсоналу, що є новим, але критично важливим стандартом для сучасної української редакції [15].

IV. Висновки

Проведене дослідження дає підстави констатувати, що в умовах сучасної збройної агресії українська журналістика зазнала фундаментальної функціональної трансформації, перетворившись із ретранслятора оперативної інформації на ключову ланку в системі первинної фіксації та верифікації воєнних злочинів. Підтверджено висунуту у вступі тезу про формування моделі «журналістики свідчень», яка завдяки застосуванню методів системного аналізу та порівняльно-типологічного підходу постає як об'єктивний інструмент збереження соціальної пам'яті. За допомогою методології кейс-стаді та результатів якісного контент-аналізу публікацій у провідних національних і світових медіа доведено, що медійний текст сьогодні виконує роль «цифрового свідчення», заповнюючи критичний розрив між моментом інциденту та початком офіційних слідчих процедур. Це надає змогу розглядати діяльність медіафахівців не лише як акт інформування, а як фахове документування, що базується на принципах технологічної точності та юридичної релевантності термінологічного апарату.

Еволюція професійних практик, досліджувана через аналіз OSINT-інструментарію та роботи з метаданими, продемонструвала спроможність сучасної розслідувальної журналістики вибудувати стійку доказову базу навіть за умов обмеженого доступу до місць подій. Синтез польових інтерв'ю та цифрової верифікації, реалізований у резонансних проєктах щодо трагедій у Бучі, Ірпені та Ягідному, став еталоном нового стандарту точності, де кожен візуальний маркер чи супутниковий знімок підсилює достовірність журналістського нарративу.

Водночас виявлено суттєві зміни в етичній парадигмі професії: в умовах висвітлення злочинів проти людяності класичний стандарт «балансу думок» трансформувався у вимогу об'єктивності фактів, що виключає легітимізацію позиції агресора. Встановлено, що сучасна етична доктрина медіа базується на принципах травма-інформованості, пріоритетності цифрової безпеки джерел та відповідальності за візуальну репрезентацію насильства, що балансує між необхідністю фіксації жорстокості та збереженням гідності жертви. Відмова від формального балансу на користь доказової бази надає змогу медіатексту бути стійким до маніпулятивних стратегій та слугувати надійним фундаментом для міжнародних правових процедур.

Підсумовуючи, зауважимо, що запропонована концепція «медійної верифікації» є відповіддю на виклики гібридного протистояння, де журналіст є медіатором між фактом та історією. Практична значущість отриманих результатів полягає в можливості інтеграції виявлених протоколів у редакційні стандарти та навчальні програми, що забезпечить підготовку нового покоління медіафахівців, здатних працювати в екстремальних умовах із дотриманням високих вимог до точності та етики. Подальші наукові розвідки в цьому напрямі мають зосередитися на розробці уніфікованих алгоритмів довготривалого зберігання цифрових медіаархівів, що гарантуватиме доступність зафіксованих журналістами доказів для майбутніх міжнародних трибуналів та формування об'єктивного історичного дискурсу.

Список використаної літератури

1. Глібовицька Н. Журналістська етика в умовах війни: виклики та трансформації. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2022. Т. 3 (80). С. 45–58.
2. Гуменюк Н. Роль медіа у правосудді: як журналісти допомагають документувати воєнні злочини. *Детектор медіа*. 2023. URL: <https://detector.media/production/article/215432/2023-08-11-natalya-gumenyuk-pro-the-reckoning-project/> (дата звернення: 03.10.2025).
3. Довженко О. Баланс під час війни: як не перетворити журналістський стандарт на інструмент ворога. *Детектор медіа*. 2023. URL: <https://detector.media/ethics/article/211500/2023-05-20-balans-pid-chas-viyny/> (дата звернення: 03.10.2025).
4. Іванов В. Ф., Сердюк В. Є. Журналістська етика : підручник. 3-тє вид., випр. і допов. Київ : Знання, 2021. 256 с.

5. Кутovenko O. Журналістська етика як чинник формування довіри до медіа в умовах соціальних криз. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Журналістика*. 2022. № 1 (31). С. 70–75. URL: <https://journalib.univ.kiev.ua/> (дата звернення: 03.10.2025).
6. Мороз О. Як журналісту працювати з відкритими даними та не стати жертвою маніпуляцій. *Медіамейкер*. 2023. URL: <https://mediamaker.me/osint-for-journalists/> (дата звернення: 03.10.2025).
7. Окупація Ягідного: журналісти ідентифікували військових РФ, які тримали у підвалі сотні людей. *Слідство. Інфо*. 2023. URL: <https://www.slidstvo.info/articles/okupatsiya-yagidnogo-identyfikatsiya-rosijskyh-vijskovykh/> (дата звернення: 03.10.2025).
8. Ольховий О. Роль медіа у документуванні порушень прав людини під час збройних конфліктів. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2023. № 52. С. 112–120.
9. Рекомендації щодо висвітлення загиблих під час війни. Комісія з журналістської етики. Київ, 2024. URL: <https://cje.org.ua/statements/rekomendatsii-shchodo-vysvitlennia-zahybylykh/> (дата звернення: 03.10.2025).
10. Робота журналіста на деокупованих територіях: безпека та етика : навч. посіб. Київ : Інститут масової інформації, 2023. 42 с.
11. Розкладай І. Правові та етичні аспекти фіксації воєнних злочинів у цифровому середовищі. *Детектор медіа*. 2024. URL: <https://detector.media/community/article/221000/2024-01-15-pravo-na-pravdu/> (дата звернення: 03.10.2025).
12. Світла Н. Журналістика як доказ: як медіа працюють із фіксацією злочинів. *ZMINA. Центр прав людини*. 2023. URL: <https://zmina.info/articles/zhurnalistyka-yak-dokaz-ukr/> (дата звернення: 03.10.2025).
13. Щербина М. OSINT на службі журналістики: як розкривати злочини без доступу до місця подій. *Інститут масової інформації (IMI)*. 2024. URL: <https://imi.org.ua/advice/osint-v-zhurnalistytsi> (дата звернення: 03.10.2025).
14. Al-Hlou Y. Caught on camera, traced by phone: The russian military unit that Killed Dozens in Bucha. *The New York Times*. 2022. URL: <https://www.nytimes.com/2022/12/22/video/russia-ukraine-bucha-massacre-investigation.html> (date of request: 03.10.2025).
15. Dart Center for Journalism and Trauma. Reporting on War Crimes: Best Practices. 2024. URL: <https://dartcenter.org/resources/reporting-war-crimes> (date of request: 03.10.2025).
16. Higgins E. We are bellingcat: An intelligence agency for the people. London : Bloomsbury Publishing, 2021. 272 p.
17. Journalism in the time of war: Professional standards and safety. *International Federation of Journalists. Brussels*, 2022. P. 84. URL: <https://www.ifj.org/reports> (date of request: 03.10.2025).
18. The reckoning project: Ukraine testifies : official website. 2024. URL: <https://www.thereckoningproject.com/> (date of request: 03.10.2025).

References

1. Hlibovytska, N. (2022). Zhurnalistska etyka v umovakh viiny: vyklyky ta transformatsii [Journalistic ethics in times of war: Challenges and transformations]. *Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky*, 3 (80), 45–58 [in Ukrainian].
2. Humeniuk, N. (2023). Rol media u pravosuddi: yak zhurnalisty dopomahaiut dokumentuvaty voieni zlochyyny [The role of media in justice: How journalists help document war crimes]. *Detector Media*. Retrieved from <https://detector.media/production/article/215432/2023-08-11-natalya-gumenyuk-pro-the-reckoning-project/> [in Ukrainian].
3. Dovzhenko, O. (2023). Balans pid chas viiny: yak ne peretvoryty zhurnalistskyi standart na instrument voroha [Balance during the war: How not to turn a journalistic standard into an enemy tool]. *Detector Media*. Retrieved from <https://detector.media/ethics/article/211500/2023-05-20-balans-pid-chas-viyny/> [in Ukrainian].
4. Ivanov, V. F., & Serdiuk, V. Ye. (2021). *Zhurnalistska etyka* [Journalistic ethics] (3rd ed.). Kyiv: Znannia [in Ukrainian].
5. Kutovenko, O. (2022). Zhurnalistska etyka yak chynnyk formuvannia doviry do media v umovakh sotsialnykh kryz [Journalistic ethics as a factor in forming trust in media during social crises]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Serii: Zhurnalistyka*, 1 (31), 70–75. Retrieved from <https://journalib.univ.kiev.ua/> [in Ukrainian].
6. Moroz, O. (2023). Yak zhurnalistu pratsiuvaty z vidkrytymy danymy ta ne staty zhertvoiu manipuliatsii [How a journalist should work with open data and avoid becoming a victim of manipulation]. *MediaMaker*. Retrieved from <https://mediamaker.me/osint-for-journalists/> [in Ukrainian].
7. Okupatsiia Yahidnoho: zhurnalisty identyfikovali viiskovykh RF, yaki trymaly u pidvali sotni liudei [Occupation of Yahidne: Journalists identified Russian military who held hundreds of people in a basement]. (2023). *Slidstvo.Info*. Retrieved from <https://www.slidstvo.info/articles/okupatsiya-yagidnogo-identyfikatsiya-rosijskyh-vijskovykh/> [in Ukrainian].

8. Olkhovyi, O. (2023). Rol media u dokumentuvanni porushen prav liudyny pid chas zbroinykh konfliktiv [The role of media in documenting human rights violations during armed conflicts]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya Zhurnalistyka*, 52, 112–120 [in Ukrainian].
9. Commission on Journalistic Ethics. (2024). *Rekomendatsii shchodo vysvitlennia zahyblykh pid chas viiny* [Recommendations on covering those killed during the war]. Kyiv. Retrieved from <https://cje.org.ua/statements/rekomendatsii-shchodo-vysvitlennia-zahyblykh/> [in Ukrainian].
10. *Robota zhurnalista na deokupovanykh terytoriiakh: bezpeka ta etyka* [Journalist's work in de-occupied territories: safety and ethics]. (2023). Kyiv: Institute of Mass Information [in Ukrainian].
11. Rozkladai, I. (2024). Pravovi ta etychni aspekty fiksatsii voiennykh zlochyniv u tsyfrovomu seredovyshchi [Legal and ethical aspects of recording war crimes in the digital environment]. *Detector Media*. Retrieved from <https://detector.media/community/article/221000/2024-01-15-pravo-na-pravdu/> [in Ukrainian].
12. Svitla, N. (2023). Zhurnalistyka yak dokaz: yak media pratsiuiut iz fiksatsiieiu zlochyniv [Journalism as evidence: How media work with recording crimes]. *ZMINA. Human Rights Centre*. Retrieved from <https://zmina.info/articles/zhurnalistyka-yak-dokaz-ukr/> [in Ukrainian].
13. Shcherbyna, M. (2024). OSINT na sluzhbi zhurnalistyky: yak rozkryvaty zlochyny bez dostupu do mistia podii [OSINT in the service of journalism: how to uncover crimes without access to the scene]. *Institute of Mass Information (IMI)*. Retrieved from <https://imi.org.ua/advice/osint-v-zhurnalistytsi> [in Ukrainian].
14. Al-Hlou, Y. (2022). Caught on camera, traced by phone: The russian military unit that killed Dozens in Bucha. *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2022/12/22/video/russia-ukraine-bucha-massacre-investigation.html> [in English].
15. Dart Center for Journalism and Trauma. (2024). *Reporting on War Crimes: Best Practices*. Retrieved from <https://dartcenter.org/resources/reporting-war-crimes> [in English].
16. Higgins, E. (2021). *We Are Bellingcat: An Intelligence Agency for the People*. London: Bloomsbury Publishing [in English].
17. International Federation of Journalists. (2022). *Journalism in the Time of War: Professional Standards and Safety*. Brussels. Retrieved from <https://www.ifj.org/reports> [in English].
18. The Reckoning Project: Ukraine Testifies. (2024). *Official website*. Retrieved from <https://www.thereckoningproject.com/> [in English].

*Стаття надійшла до редакції 06.10.2025.
Received 06.10.2025.*

Menailov V. The Role of Ukrainian Journalism in the Process of Documenting War Crimes Through the Prism of Professional Practices and Ethical Standards

In the context of the full-scale Russian aggression against Ukraine, the role of the media extends beyond traditional information delivery, acquiring the characteristics of an institution for the primary documentation of war crimes. The transformation of a media professional into an event verifier requires the adaptation of ethical standards to the conditions of extreme reporting.

The purpose of the study is to reveal the essence of «testimony journalism» as a specific model of media activity and to determine the role of digital recording methods in creating an evidentiary base for war crimes.

Methodology. The study utilizes content analysis, OSINT (Open Source Intelligence), metadata analysis, and critical discourse analysis of media materials.

Results and scientific novelty. For the first time, the study theoretically substantiates the model of «testimony journalism» within which the media professional acts as a subject of primary verification for events exhibiting signs of war crimes. The term «media verification» is conceptualized as a professional process of creating a reliable information array that fills the gap between the moment a crime is committed and the start of an official investigation. The study proves the necessity of shifting the ethical paradigm by moving from the classic «balance standard» toward a priority of factual objectivity, which prevents the legitimization of aggressor propaganda when covering crimes against humanity. The role of the media in the minute-by-minute reconstruction of events and the significance of technological verification for the evidentiary base are also identified.

Practical significance. The results allow for the implementation of developed protocols into editorial activities and the educational process. Specific tools for OSINT research and metadata analysis are highlighted, enabling journalists to create a legally relevant evidentiary base even under conditions of limited access to incident sites. The proposed approaches to trauma-informed reporting, digital security of sources, and algorithms for the long-term storage of sensitive content in international archives ensure the preservation of national memory and the ability of journalistic materials to withstand scrutiny within future international tribunals.

Key words: war crimes, testimony journalism, professional standards, OSINT, media verification, ethics, digital evidentiary base, national memory.

UDC 070:654.197

[https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2025.3\(63\).5](https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2025.3(63).5)

S. Porozhna

*PhD Candidate in Journalism (Specialty 061),
Lecturer at the Department of Film and Television Arts
e-mail: Lanaporozhnaj@knu.ua, ORCID: 0009-0004-3892-2307
Taras Shevchenko National University of Kyiv
Yuriy Illenko Street, 36/1, Kyiv, Ukraine, 02000*

ARTS TELEVISION PROGRAMMING AS A TOOL FOR SHAPING SOCIETY'S AESTHETIC CONSCIOUSNESS IN THE CONTEXT OF EXTERNAL CHALLENGES

The aim of this study is to analyze arts television programming as one of the tools for shaping society's aesthetic consciousness.

Research methodology. *The study employs a set of methods: analysis and synthesis – to examine the academic literature on the research topic; content analysis – to study the content of leading television channels to determine the proportion and quality of arts-related media products; generalization – to formulate conclusions regarding the definition of arts television programming as a tool for shaping society's aesthetic consciousness; axiological – to identify the value potential of arts television programming and its role in shaping the moral and aesthetic ideals of the individual.*

Results. *It is noted that the aesthetic consciousness of society, based on practical experience, undergoes significant transformations under the influence of media. It was found that media content actively shapes the aesthetic feelings and consciousness of Society 5.0. It is demonstrated that in the context of armed aggression against Ukraine, cultural and arts-related content acquires strategic importance as a tool of symbolic resistance, for the preservation of cultural memory and the consolidation of society. Arts television programming has a positive impact on building psychological resilience among audiences.*

The novelty of this study lies in the analysis of arts television programming as a tool for shaping aesthetic consciousness.

Practical significance. *The recommendations formulated can be used to develop a comprehensive policy for the advancement of the Ukrainian media landscape, including support for production centers and the adaptation of cultural content to the requirements of modern digital platforms. Particular attention should be paid to the quality of arts television programming, given its active role in shaping society's aesthetic consciousness.*

Key words: *arts television programming, aesthetic consciousness, television, media reality, culture.*

I. Introduction

The relevance of examining the role of arts television programming as a tool for shaping society's aesthetic consciousness stems from its cultural value. Different historical stages of human development have created a unique set of communication tools that respond to humanity's scientific and cultural needs. Today, the media landscape is the cornerstone of social interaction. Its functions are not limited to information transmission; it actively contributes to shaping the spiritual world of Homo sapiens.

Certain aspects of this topic have been covered in the academic literature. For example, D. Suchkov analyzes the transformation of audiovisual culture in the age of social media [5]; S. Zaria focuses on arts-oriented and entertainment television advertising in the national-cultural sphere of Ukraine in the early 21st century [1]; I. Krupskyy, N. Zykun, A. Ovchynnikova, S. Gorevalov, and O. Mitchuk study audiovisual art from an interdisciplinarity perspective [10]; B. Mazur considers contemporary art a tool for shaping society's consciousness [3]; R. Trishchuk and T. Voitiuk study visual content in social media [6]; G. Chmil focuses on «the study of the screen as a specific phenomenon of (post)contemporary culture that performs a dual function: it adequately reflects human life and, at the same time, shapes new ways of human thinking, conditioned by the interaction between on-screen discourse and the subject» [7, p. 4]; K. Chorna identifies the specific nature of the transformational formative processes in 21st-century Ukrainian television art through the example of the documentary drama genre [8]. At the same time, the role of arts television programming in the process of shaping society's aesthetic consciousness requires further scholarly attention.

II. Research objectives and methods

The aim of this article is to analyze arts television programming as one of the tools for shaping society's aesthetic consciousness.

The study employs a set of methods: analysis and synthesis – to examine the academic literature on the research topic; content analysis – to study the content of leading television channels to determine the proportion and quality of arts-related media products; generalization – to formulate conclusions regarding the definition of arts television programming as a tool for shaping society's aesthetic consciousness; axiological – to identify the value potential of arts television programming and its role in shaping the moral and aesthetic ideals of the individual.

III. Results

As a tool of social influence, the media shape not only humanity's ethical orientations but also each individual's worldview. Media content actively shapes the aesthetic feelings and consciousness characteristic of Society 5.0. In a historical context, of particular interest is humanity's experience in discussing online art and online artists in the digital age [9, p. 485]. By accelerating the pace of cultural life, the media are radically transforming the system of values. They are unifying people's worldviews, perceptions of reality, and aesthetic preferences.

Art is a form of understanding culture. Through creativity, culture expresses its essence while simultaneously shaping human perception of reality. Audiovisual art is inherently interdisciplinary. Western art history tends to equate audiovisual art with media art and digital art. The ability to create virtual reality is also a defining feature of audiovisual art [10].

In academic discourse, culture is traditionally distinguished into elite, folk, and mass culture. Mass culture is understood as a set of unified cultural values that function in contemporary society as a universally accessible form of culture. With the development and «transformation of media culture (from the first photographic recordings and the first steps of the global dissemination of media influence to today's social media-based existence), social and "class" differences have been overcome, forming a unified social space» [7, p. 209]. Thus, today the boundaries of the aforementioned classical division of culture into forms are in fact blurred.

The polyphonic nature of the media environment creates conditions for individual navigation within the space of knowledge and the interpretation of sociocultural codes. The dominance of the information sector in the media space stems from society's objective need for timely analysis, which serves as the foundation for information security and society's consciousness. At the same time, the cultural and artistic component remains peripheral, appearing mainly in documentary or educational formats, which reduces the presence of aesthetic content in the media landscape. This imbalance necessitates active state protection and the development of public television to ensure citizens' full access to cultural heritage.

Aesthetic modeling is a mirror of the current state of humanity and its immersion in spiritual exploration; it serves as a kind of defense mechanism against the chaos of the present and aids in the search for a point of support within the system of humanistic values [4, p. 30]. Society's aesthetic consciousness, which is based on practical experience, undergoes significant transformations under the influence of the media. Its multifaceted nature stems from the depth of the cultural context, which, according to S. Krymskyi, is inseparably linked to the national dimension. A nation is a «historical personality», and only within the national dimension can culture embody value-based content and historical perspective that serve as the foundation for the formation of aesthetic orientations [2, p. 58].

Arts television programming occupies a special place within the national media landscape, fulfilling important cultural, educational, and communication functions, thereby contributing to the preservation and promotion of Ukrainian culture, art, and creative achievements across various fields of artistic activity.

By broadcasting culture and acting as an active agent in its transformation, television determines which cultural phenomena will become established in the viewer's consciousness. The creative team is responsible for the quality and values embedded in the segment of media reality they create. Television's aesthetic potential is realized through the features of television language. For example, a director does not simply record reality but creates a new aesthetic space. Thus, television is a full-fledged art form. In some cases, global experience in television production has served as a model to follow through the purchase and adaptation of global entertainment formats. Ukrainian television producers manage to bring in something of their own, something reflecting the national mentality, something that is characteristic of and specifically appealing to Ukrainians through the use of national stylistic elements.

The expression «arts television programming» is used as a collective term to denote a wide range of screen-based projects that focus on issues related to culture and the arts. This category encompasses both purely informational and analytical content about the arts scene and specialized television productions that have the characteristics of works of art.

The study demonstrates the strategic importance of the arts segment as a tool for supporting the creative environment and shaping shared meanings. Public broadcasters act as guarantors of cultural heritage preservation, using documentary and archival formats to transmit the national narrative. In turn,

nationwide commercial channels contribute to the democratization of culture by integrating its elements into popular content. A multidirectional discourse is evident.

The dominance of entertainment and music content reflects a trend toward the simplification of aesthetic content. At the same time, the consistent presence of cultural and educational channels in the media landscape highlights the significant potential of historical and cultural programming. Examples include the projects «Ukraina maie talant» (Ukraine's Got Talent), «Ya liubliu Ukrainu» (I Love Ukraine) and «Holos krainy» (The Voice of Ukraine). The combination of aesthetic, hedonistic, and identity-forming functions allows for the popularization of national culture among mass audiences.

The editorial policy of the «Suspilne Kultura» public TV channel (in operation since October 18, 2002) serves as a model for fulfilling a cultural and educational role in contemporary Ukrainian television. As a component of Ukraine's cultural landscape and one of the tools for implementing state policy in the cultural sphere, it presents contemporary moral and value-based orientations to society. The channel's cultural and arts-focused programs include: «Dushi krynytsia» (about Ukrainian contemporaries – people of various professions), «U maisterni khudozhnyka» (about contemporary Ukrainian artists), «Kinopsys» (about cinema), «Teatralni istorii» (about the theaters of Ukraine), «Literaturna mozaika» (a review of works by prose writers and poets), «Svitlyna» (about photographic art). Scientific and educational programs: «Vyznani ukraintsi» (about famous Ukrainians), «Oberehy pamiaty» (about museums, archives, and libraries in Ukraine), «Khram» (about the history of religion and sacred art), «Dialoh» (a platform for discussing current issues in the contemporary cultural process), «Nash krai» (about the cities and villages of Ukraine). This systematic work by the television company serves as a media knowledge base on Ukrainian culture and contributes to the structuring of the contemporary information landscape, ensuring the effective promotion of national values and key figures in the artistic process.

With the onset of Russian aggression, the cultural sphere has transformed into a strategic resource for national security. The realization that the enemy is deliberately attempting to undermine Ukrainian identity has made cultural heritage and its promotion a key element of humanitarian protection and informational resistance.

As audiences turn away from the constant flow of information, they engage with cultural and art-focused formats as a means of emotional renewal and psychological stabilization. Intellectual and art-focused television programs play an important role in cultural broadcasting. Particular attention should be paid to the development of a comprehensive policy for the advancement of the Ukrainian media landscape, including support for production centers and adaptation of cultural content to the requirements of modern digital platforms.

Information evolution in society is closely linked to advances in IT. The global transformation of the communication paradigm, driven by the emergence of and widespread access to internet technologies, has become a key factor in the intensification of information exchange. Digital media rapidly incorporate video content from artistic events, virtual 3D tours, and audio commentary into journalistic materials. Audiences also actively engage in discussing the material through comments. The main feature of contemporary arts journalism is interactivity, with continuous audience engagement via feedback, manifesting in discourse through interpretations, topic initiation, and user-generated content. This alignment of the communication process with the community's needs was achieved by shifting from a monological to a dialogical model, which has significantly enriched arts journalism. Digital communications are increasingly dominant over other forms. Therefore, media convergence must continue to retain audiences.

Particular attention is given to the transformation of documentary and memorial formats during wartime. The current stage of development in arts television programming is characterized by a combination of digital transformation and the challenges posed by wartime conditions. In the context of armed aggression against Ukraine, cultural and artistic content takes on strategic significance as a tool of symbolic resistance, for the preservation of cultural memory and the consolidation of society. In these circumstances, arts television programming fulfills not only informational but also mobilizing and identity-forming functions, emphasizing themes of historical heritage, national culture, and contemporary artistic practices.

Therefore, television programming influences identity formation and the advancement of national interests via cultural diplomacy. In an era of global contest of narratives, this approach is especially pertinent.

IV. Conclusions

Amid the Russia-Ukraine war and social crises, aesthetic experience becomes a tool for psychological resilience. This is facilitated by arts-focused television content. Under prolonged stress, arts-focused content serves as an «aesthetic filter» that allows audiences to process traumatic experiences through artistic imagery. As a result, television becomes a space of social therapy.

The re-transmission of shared cultural codes in documentary media and memorial projects shapes collective memory. This not only unites the nation around a shared past but also lays the foundation for «visual ethics» – a system of values in which respect for heroic or tragic experiences becomes the foundation of national identity.

Modern digital platforms enable viewers to transform from consumers to creators and interpreters of media content. In the era of Society 5.0, arts programming faces an urgent need to adapt to the

requirements of digitalization. This process involves the development and implementation of interactive formats designed to stimulate critical thinking among media users.

In light of the above, support for arts television programming should be viewed as a component of society's consciousness security – the humanitarian security of the state. A high-quality cultural product is an effective tool for shaping a positive society's aesthetic consciousness.

Thus, arts television programming not only broadcasts art but also shapes viewers' perception of the world. They encourage passive consumers of media content to creatively reinterpret reality.

Список використаної літератури

1. Заря С. Мистецько-видовищна телевізійна реклама в національно-культурному просторі України початку XXI століття : монографія. Київ : ТОВ «ДКС центр», 2021. 217 с.
2. Кримський С. Б. Запити філософських смислів. Київ : ПАРАПАН, 2003. 240 с.
3. Мазур Б. М. Сучасне мистецтво як інструмент формування свідомості суспільства. *Мистецтвознавчі записки*. 2020. № 37. С. 34–37. DOI: <https://doi.org/10.32461/2226-2180.37.2020.221433>.
4. Свінціцька О. Естетичне моделювання та лінгвоестетичне маніпулювання в зображальній естетиці в ЗМІ: український контекст. *Мандрівець*. 2015. № 2 (116). С. 27–30.
5. Сучков Д. Г. Трансформація аудіовізуальної культури в епоху соціальних медіа : дис. ... д-ра філософії в галузі культурології : 034. Київ, 2024. 200 с.
6. Тріщук Р. Л., Войтюк Т. О. Візуальний контент у соціальних мережах. *Технологія і техніка друкарства*. 2022. № 3 (77). С. 73–81. DOI: [https://doi.org/10.20535/2077-7264.3\(77\).2022.273829](https://doi.org/10.20535/2077-7264.3(77).2022.273829).
7. Чміль Г. П. Людина – екран: візуальна антропологія (пост)сучасності : монографія. Київ : Ін-т культурології НАМ України, 2020. 256 с.
8. Чорна К. В. Трансформація художніх форм української докудрами в контексті тенденцій постмодерну. *Вісник КНУКіМ. Серія: Мистецтвознавство*. 2020. № 43. С. 147–153.
9. Ippolito J. Ten myths of Internet art. *Leonardo*. 2002. № 35 (5). P. 485–498.
10. Krupskyy I. V., Zykun N. I., Ovchynnikova A. P., Gorevalov S. I., Mitchuk O. A. Determinants and modern genres of audio-visual art. *Journal of the Balkan Tribological Association*. 2021. № 27 (4). P. 619–636. URL: <https://scibulcom.net/en/journal/1310-4772/articles?search=Determinants%20and%20modern%20genres%20of%20audio-visual%20art> (date of request: 01.10.2025).

References

1. Zaria, S. (2021). *Mystetsko-vydovyshchna televiziina reklama v natsionalno-kulturnomu prostori Ukrainy pochatku XXI stolittia* [Artistic and spectacle television advertising in the national and cultural space of Ukraine at the beginning of the 21st century]. Kyiv: TOV «DKS tsentr» [in Ukrainian].
2. Krymskyi, S. B. (2003). *Zapyty filosofskykh smysliv* [Inquiry into philosophical meanings]. Kyiv: PARAPAN [in Ukrainian].
3. Mazur, B. M. (2020). Suchasne mystetstvo yak instrument formuvannya svidomosti suspilstva [Contemporary art as a tool for shaping society's consciousness]. *Mystetstvoznavchi zapysky: zb. nauk. prats*, 37, 34–37. DOI: <https://doi.org/10.32461/2226-2180.37.2020.221433> [in Ukrainian].
4. Svintsitska, O. (2015). Estetychne modeliuвання ta lingvoestetychne manipuliuvannya v zobrazhalnii estetysii v ZMI: ukrainskyi kontekst [Aesthetic modeling and linguo-aesthetic manipulation in media visual aesthetics: The Ukrainian context]. *Mandrivets*, 2 (116), 27–30 [in Ukrainian].
5. Suchkov, D. H. (2024). *Transformatsiia audiovizualnoi kultury v epokhu sotsialnykh media* [Transformation of audiovisual culture in the era of social media] (Doctor's thesis). Kyiv National University of Culture and Arts. Kyiv [in Ukrainian].
6. Trishchuk, R. L., & Voitiuk, T. O. (2022). Vizualnyi kontent u sotsialnykh merezhakh [Visual Content in Social Media]. *Tekhnolohiia i tekhnika drukarstva*, 3 (77), 73–81. DOI: [https://doi.org/10.20535/2077-7264.3\(77\).2022.273829](https://doi.org/10.20535/2077-7264.3(77).2022.273829) [in Ukrainian].
7. Chmil, H. P. (2020). *Liudyna – ekran: vizualna antropolohiia (post)suchasnosti* [Human – screen: Visual anthropology of (post)modernity]. Kyiv: Institute of Cultural Studies of the National Academy of Sciences of Ukraine [in Ukrainian].
8. Chorna, K. V. (2020). Transformatsiia khudozhnikh form ukrainskoi dokudramy v konteksti tendentsii postmodernu [Transformation of Artistic Forms in Ukrainian Docudrama within the Context of Postmodern Trends]. *Visnyk KNUKіM. Seriia: Mystetstvoznavstvo*, 43, 147–153 [in Ukrainian].
9. Ippolito, J. (2002). Ten myths of Internet art. *Leonardo*, 35 (5), 485–498 [in English].
10. Krupskyy, I. V., Zykun, N. I., Ovchynnikova, A. P., Gorevalov, S. I., & Mitchuk, O. A. (2021). Determinants and modern genres of audio-visual art. *Journal of the Balkan Tribological Association*, 27 (4), 619–636. Retrieved from <https://scibulcom.net/en/journal/1310-4772/articles?search=Determinants%20and%20modern%20genres%20of%20audio-visual%20art> [in English].

Стаття надійшла до редакції 02.10.2025.

Received 02.10.2025.

Порожна С. Г. Мистецькі телевізійні програми як інструмент формування естетичної свідомості суспільства в умовах зовнішніх викликів

Метою дослідження є аналіз мистецьких телевізійних програм як одного з інструментів формування естетичної свідомості суспільства.

Методологія дослідження. У ході дослідження використано комплекс методів: аналізу та синтезу – для опрацювання наукової літератури за темою дослідження; контент-аналіз – для вивчення контенту провідних телеканалів з метою визначення частки та якості мистецького медіапродукту; узагальнення – для формулювання висновків щодо визначення мистецьких телевізійних програм як інструменту формування естетичної свідомості суспільства. Аксіологічний підхід спрямований на виявлення ціннісного потенціалу мистецьких телевізійних програм і їхньої ролі у формуванні морально-естетичних ідеалів особистості.

Результати. Зауважено, що естетична свідомість суспільства, яка базується на практичному досвіді, зазнає суттєвих трансформацій під дією медіа. Виявлено, що медіаконтент є активним чинником впливу на естетичні почуття та свідомість суспільства 5.0. Доведено, що в умовах збройної агресії проти України культурно-мистецький контент набуває стратегічного значення як інструмент символічного спротиву, збереження культурної пам'яті та консолідації суспільства. Мистецькі телевізійні програми мають позитивний вплив на формування психологічної стійкості аудиторії.

Новизна дослідження полягає в аналізі мистецьких телевізійних програм як інструменту формування естетичної свідомості.

Практичне значення. Розроблені рекомендації можуть бути використані з метою розробки цілісної політики розвитку українського медіапростору з підтримкою продюсерських центрів та адаптації культурного контенту до вимог сучасних цифрових платформ. Варто звернути увагу на якість створюваних мистецьких телевізійних програм з огляду на те, що вони беруть активну участь у формуванні естетичної свідомості суспільства.

Ключові слова: мистецькі телевізійні програми, естетична свідомість, телебачення, медіареальність, культура.

В. М. Швець

кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри мови медіа
e-mail: v.shvets@knu.ua, ORCID: 0009-0009-8412-3983
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
вул. Володимирська, 64/13, м. Київ, Україна, 01601

УКРАЇНСЬКЕ СЕРІАЛЬНЕ ВИРОБНИЦТВО: ЛОКАЛІЗАЦІЯ КОПРОДУКЦІЙНОГО КОНТЕНТУ

Мета дослідження – простежити адаптування до українських реалій телевізійного контенту, створеного в колаборації з російськими продакшн-компаніями або ж орієнтованого на російський/російськомовний ринок.

Методологія дослідження. Для досягнення поставленої мети використано такі загальнонаукові методи дослідження: опис, аналіз, синтез, порівняння, узагальнення, прогнозування. Метод опису вжито для висвітлення зусиль українських продакшн-компаній, спрямованих на локалізацію серіального контенту. Методи аналізу та синтезу – під час опрацювання змін у сценаріях копродукційного характеру та суто національного. Метод порівняння допоміг проаналізувати характер локалізації в українських серіалах періоду колаборації з російськими продакшн-компаніями (до 2022 р.) та відмови від неї. Метод узагальнення використано для фіксування висновків, а метод прогнозування став у пригоді на етапі оцінювання перспектив українського телепродукту в ефірі загальнонаціональних телеканалів.

Результати. Визначено роль національних стереотипів у локалізованому (і, відповідно, деколонізованому) сегменті українського серіального виробництва, встановлено зв'язок між суспільним запитом та якісними змінами в наповненні вітчизняного телепродукту, очищенні його від російських імперських наративів.

Новизна. У статті зроблено спробу простежити зміну підходів українських продакшн-компаній до створення телевізійного контенту, продемонструвати дедалі більш виразну локалізацію вітчизняних телесеріалів, відмову від національно нейтральних сценаріїв.

Практичне значення. Отримані результати можуть бути використані в професійній діяльності сценаристів, шоуранерів, медіапродюсерів зі створення якісного, позбавленого російських наративів телевізійного продукту та популяризуванні його на ринку.

Ключові слова: телевізійний контент, стереотип, копродукція, медіапростір.

I. Вступ

На російську агресію 2014 р. українська влада відреагувала, зокрема, змінами в законодавстві. Щоб захистити національний культурний простір, у лютому наступного року парламент ухвалив Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо захисту інформаційного телерадіопростору України». Документ набрав чинності через два місяці після опублікування – 6 червня 2015 р. Крім усього іншого, Закон передбачав заборону трансляції фільмів, вироблених фізичними та юридичними особами держави-агресора після 1 січня 2014 р., й уповноважував центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері кінематографії (тобто Державне агентство України з питань кіно), забезпечити «перегляд виданих посвідчень на право розповсюдження і демонстрування фільмів та анулювати такі посвідчення у разі виявлення підстав» [2].

У 2015 р. до переліку фільмів, заборонених для демонстрування і розповсюдження для кіноі телепоказу, публічного комерційного відео, домашнього відео на території України потрапив, зокрема, серіал «Тест на беременность» [9].

Український кінематограф, який на початку нульових змужнів завдяки кооперації з російськими замовниками (усупереч очевидним закидам у неповноцінності й вторинності кінцевого продукту), збільшив виробничі потужності та забезпечив вітчизняних акторів роботою, швидко пристосувався до нових умов кіновиробництва, дистанціювавшись від російських продакшн-студій, проте активно запрошуючи тамтешніх зірок. Ті поодинокі українські науковці, які наважуються коментувати кінцевий результат такої співпраці, висловлюються вкрай категорично: «Доповномасштабні» українські серіали переважним чином являли собою потворного сіамського близнюка, намертво зрощеного зі своїм російським «побратимом». Найяскравіше це проявилось у такому

поширеному явищі, як «двостволки» – серіали, що знімалися одночасно і для України, і для росії» [1, с. 17].

Після початку повномасштабного вторгнення вітчизняна кіноіндустрія стала на паузу. Крім зупинення фінансування, багатьох режисерів непокоїла й проблема морального вибору – приміром, щодо коректності знімання під час війни іронічних детективів, комедій з елементами буфонади та інших «несерйозних» жанрів. Багато хто розв'язав цю етичну дилему, сфокусувавши свою увагу на жанрі воєнної драми з напівдокументальною подачею матеріалу.

В умовах добровільної відмови від професії, від можливості реалізувати свій творчий потенціал, що стало проявом громадянської позиції й актом солідарності з мобілізованими учасниками кінематографічного процесу, вітчизняне кіно розвивається завдяки серіальному виробництву, що не потребує значної державної підтримки й здебільшого фінансується коштом продакшн-студій. Результатом такої виробничої кон'юнктури стає «старий добрий фільм без яскравих географічних і національних прив'язок, готовий до продажу за кордон» [8].

Проте безпосередні учасники кінематографічного процесу закликають не знецінювати їхньої діяльності й апелюють до зрослої в наш час соціальної ролі серіалів, оскільки саме в них зараз відбуваються найцікавіші дискусії про суспільство, мораль, політику й людські стосунки.

Актуальність дослідження зумовлена тим, що дієвість комплексу заходів української влади, спрямованих на подолання наслідків колоніального минулого України, зокрема у сфері телевізійного виробництва, потребує постійного моніторингу.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета дослідження – простежити адаптування до українських реалій телевізійного контенту, створеного в колаборації з російськими продакшн-компаніями або ж орієнтованого на російський/російськомовний ринок.

Відповідно до поставленої мети дослідження визначено такі його завдання: розглянути Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо захисту інформаційного телерадіопростору України», описати зміни, що відбулися у вітчизняному інформаційному просторі після оприлюднення Державним агентством України з питань кіно переліку фільмів, заборонених для демонстрування і розповсюдження для кіно- і телепоказу на території нашої країни, проаналізувати вплив цих щорічних заборон на виробництво серіалів в Україні: зміни в ідейно-тематичному наповненні, характеристиці героїв, побудові діалогів.

Для досягнення поставленої мети використано такі загальнонаукові методи дослідження: опис, аналіз, синтез, порівняння, узагальнення, прогнозування. Метод опису вжито для висвітлення українського законодавства, спрямованого на боротьбу з деструктивним російським впливом у сфері національного телевізійного виробництва, а також для висвітлення зусиль українських продакшн-компаній, спрямованих на локалізацію серіального контенту. Методи аналізу та синтезу – під час опрацювання змін у сценаріях копродукційного періоду та сьогодення. Метод порівняння допоміг проаналізувати характер локалізації в українських серіалах періоду колаборації з російськими продакшн-компаніями (до 2022 р.) та відмови від неї. Метод узагальнення використано для фіксування висновків, а метод прогнозування став у пригоді на етапі оцінювання перспектив вітчизняного телепродукту в ефірі загальнонаціональних телеканалів.

До вибірки наукового дослідження увійшли серіали, що з'явилися в ефірі телеканалу «1+1 Україна» впродовж 2024–2025 рр. («Зворотний напрямок», «Материнський інстинкт», «Невістка», «Ніхто не ідеальний», «Ціна втечі»).

III. Результати

У травні 2017 р. в ефірі телеканалу «Україна» вийшов російськомовний серіал «Капітанша» (виробництво ABC Film, режисер-постановник Володимир Янощук, сценарій Тетяни Гнедаш та Катерини Андерсон). Ця драматична історія розповідає про Олександру Єрмоленко, батьки якої загинули в автокатастрофі, унаслідок чого опіку над дівчинкою оформили слабкодухий дядько Микола та його дружина Катерина – брехлива, підступна та зажерлива жінка. На роль Олександри запросили російську зірку Анну Михайловську (Анна Михайловская), а прем'єра фільму в росії теж відбулася в травні 2017 р. (<https://ua.kinorium.com/1617277/>).

Над серіалом «Зворотний напрямок», аналізу якого ми присвяtimo значну частину дослідження, працювала сценарно-редакторська група у складі п'яти осіб (колектив очолила Тетяна Гнедаш). Навіть побіжний аналіз дає підстави припускати, що цей кінематографічний продукт – глибока адаптація й локалізація серіалу «Капітанша».

Серіал «Зворотний напрямок» – один з небагатьох в українському ефірі, де місце дії виразно локалізоване, а сюжетні перипетії нехай і побічно та дуже поверхово, але мають на меті відтворити парадигму моральних цінностей представників різних регіонів України (таймкоди до всіх серій наведено відповідно до офіційного релізу серіалу на сторінці телеканалу «1+1» <https://www.youtube.com/@1plus1>):

– Я присягаюся, цей негідник відповідь за все, що накоїв. На Закарпатті цінують традиції. Честь дівчини – це не порожній звук (серія 2; 27:05).

– Ромо, можна я тут розмалюю стіни? Я просто дуже хотіла б, щоб наша дитина з народження бачила Карпатські гори. Хоч і намальовані (серія 5; 35:13).

– Я виросла в цих краях. На Закарпатті земляцтво не пустий звук. Це може зіграти нам на руку (серія 12; 04:33).

Апогеєм світоглядного протистояння між центром та регіонами є сцена, у якій начальник митниці шпетить київського бізнесмена: «Тож, пане Романе, зробіть над собою зусилля. Зробіть вигляд, що ви культурна і вихована людина. “Гірко! Гірко!” кричати не будемо. Але весілля має бути за всіма канонами нашого Закарпаття. Тут вам не Київ. Тут живуть чемні, виховані люди, які шанують сімейні цінності і традиції. Тож, пане Романе, будьте чемним і не робіть дурниць» (серія 3; 1:14).

Зрозуміло, що насправді в кадрі ми спостерігаємо не міжкультурний, а міжособистісний конфлікт. Сценаристи використали стереотип про особливу духовність сільського населення, його вірність традиціям задля увиразнення головної сюжетної лінії, драматургія якої потребувала подати Романа як антагоніста.

Антропонімікон серіалу «Зворотний напрямок» дуже барвистий і багато в чому еkleктичний. Це і столична фіфа Марія, яка просить називати себе Машею, і вірні Романові товариші Маркіян (з патронімом Остапович) та Орест, бандит, що називає себе Зиновієм Львовичем, та його права рука Антін Воробійов. Врешті-решт, Петриком (а не Петею) назвала свого сина Дарина.

Незрозумілими для багатьох глядачів серіалу стали епізоди, у яких Дарина затято опирається спробам тітки Катерини називати її Даркою. Чимало таких сцен у першій серії, у якій відбувається знайомство героїнь, встановлення особистих кордонів, відстоювання власних інтересів («Ну, Дарко, будемо дружити? – Я не Дарка, я Дарина. – Яка ти ділова. Дарка тобі більше пасує» (таймкод 06:50)). Посилюється протистояння в серії 14, у якій вихована, чемна, врівноважена Дарина агресивно вибухає на адресу вже побитої життям тітки:

– Тьотю Катю, дивіться на мене. Читайте по губах: «Ще раз почую “Дарка” – вилетите звідси, як корок з пляшки» (таймкод 16:03).

Форму «Дарка» серед найпоширеніших загальноживаних скорочених (усічених) та здрібніло-пестливих варіантів імені «Дарина» без жодних обмежувальних позначок наводить словниково-довідник «Власні імена людей» Л. Г. Скрипник та Н. П. Дзятківської [7, с. 131]. Щоправда, при цьому автори зазначають: розмовно-побутові варіанти із суфіксом -к (Любка) залежно від місцевості, ситуації мовлення та інтонації можуть сприйматися як пестливі, дружньо-фамільярні чи зневажливі [7, с. 23].

На нашу думку, причина демонізації імені Дарка ніяк не пов'язана з наведеним вище застереженням українських мовознавців. Щоб зрозуміти мотивацію (насправді псевдомотивацію) Дарини, необхідно повернутися до історії появи серіалу.

У серіалі «Капітанша» 2017 р. сцена знайомства тітки з племінницею вийшла жорсткою й безкомпромісною: «Ну, будем дружить, Шурка? – Я не Шурка, я Саша. – Шурка, Саша – это одно и то же» [3]. Оскільки ім'ям Шурка називають також і хлопців, роздратування дівчинки є виправданим з погляду драматургії епізоду. Проте в українськомовному серіалі «Зворотний напрямок» ім'я Дарка за нормальних обставин не мало б спричинити такої бурхливої реакції.

Вважаємо, що причину особистої неприязні Дарини до тітки можна було б передати за допомогою інших кінематографічних прийомів. Сценарна група стала заручником обставин і не впоралася з належним відтворенням лінгвокультурної ситуації, унаслідок чого красиве українське ім'я було спалпюжено.

З авторами серіалу злий жарт також зіграло прагнення надати розмовному мовленню героїв більшої автентичності, наблизити його до «стандартів» сільської місцевості. В одній із сцен на позначення дії «говорити що-небудь незначне, несерйозне, пусте» використано лексему «теревенити» і синонімічну за значенням ідіому «ляси точити»: «От ледащо. Їй лише лясси точити й з хлопцями теревенити» (серія 2; таймкод 5:19). Слово «ляси» акторка Анна Тамбова (зіграла роль Катерини) вимовила з виразним м'яким подовженням [л':] (як у слові «лляти»).

На початку серіалу дія відбувається в закарпатському селі Грушівка неподалік Мукачева. Жоден з героїв (представники старшого покоління тітка Катерина та дядько Микола, їхня племінниця Дарина, а також її друг Ігор) ані на фонетичному рівні, ані на лексичному (найбільш виразних з-поміж інших рівнів мови) не використовують діалектних форм.

Проблеми з локалізацією можемо спостерегти й в іншому серіалі – «Материнський інстинкт» (виробництво ТОВ «Три-я-да Продакшн»). Неоднозначний епізод стався на початку серії 6, у якій наряд поліції підбирає на вулиці й привозить до пологового вагітну, що назвалася Майєю Михайлівною. У цій сцені обіграно ім'я та по батькові радянської балерини Плісецької (1925–2015), балетні партії якої з українською культурою ніяк не пов'язані.

Прикметно, що український кіноресурс kinorium.com недвозначно стверджує, що серіал «Материнський інстинкт» «схожий» на російський серіал «Тест на беременность» (<https://ua.kinorium.com/12084721/>).

Хочемо нагадати, що влітку 2015 р. Держкіно анулювало прокатні посвідчення на демонстрування фільмів і серіалів, вироблених фізичними чи юридичними особами держави-агресора після 1 січня 2014 р. Під заборону потрапив і серіал «Тест на беременность», який у серії 6 так само містив епізод з пологами вагітної на ім'я Майя Михайлівна, що теж стало причиною емоційної реакції персоналу.

Вважаємо, що автори вітчизняного телепродукту не врахували культурних та поведінкових особливостей жителів нашої країни. Водночас розуміємо, що використання імені особового та імені по батькові будь-якої української прими-балерини чи іншої представниці сучасного мистецтва не є найочевиднішим рішенням, оскільки згадана породілля в серіалі є користувачкою ін'єкційних наркотиків (як вона себе називає).

У кожному разі можемо стверджувати, що сценаристи серіалу не подбали про належну адаптацію російського продукту (текстуальна спорідненість між двома серіалами, на нашу думку, є очевидною).

До очевидних помилок сценаристів проекту зараховуємо чергову для українського телебачення невдалу спробу ввести у вітчизняний інформаційний простір рудименти колоніального минулого. Ідеться про відсилання до творчості Некрасова: «До речі, у мене є така цікава знайома. Вона і в палаючу хату ввійде, і коня на скаку зупинить» (серія 14). Відсиланням до фільму А. Звягінцева «Левіафан» (використання просторіччя «фаберже» як складника сталого вислову «схопити за фаберже» було художньою деталлю в змалюванні образу автослюсаря Миколи у виконанні актора О. Серебрякова) є фраза «Як каже наш дорогий шеф, субординацію ніхто не скасовував. А тобі, Анатолію Григоровичу, гріх підкочувати свої фаберже до медсестер» (серія 4).

Геть фантазмагоричною для української дійсності є репліка «У нас нещодавно космонавтка народжувала. Я їй кажу, у нас тут не космос» (серія 16). З огляду на те що події фільму відбуваються в Одесі, фраза «А на мій кесарів Ващук сказала: не шедевр» (серія 13) могла звучати так: «А на мій кесарів Ващук сказала: не фонтан».

Ці та інші елементи сценарної мозаїки переконливо свідчать, що сценаристи фільму неухильно дотримувалися букви й духу сценарію серіалу «Тест на беременность», відмовившись від його адаптації до українських реалій. Поодинокі винятки («Не торгуйтеся. Не на Привозі» (серія 15)) не змінюють загальної картини (після прем'єри серіалу на телеканалі «1+1 Україна» у червні 2025 р. права на показ придбала платформа кіно й телебачення Київстар ТБ, унаслідок чого відеофайли були видалені з офіційних сторінок медіахолдингу «1+1 media» в інтернеті, що ускладнює оформлення посилань).

Для української кіноіндустрії небезпека російських, а також російськомовних сценаріїв полягає не лише в засміченні мови персонажів лексичними, словотвірними та граматичними кальками, а й у проникненні в нашу свідомість імперських ідей – способу прийняття дійсності, що базується на сексизмі та неприхованій мізогінії. Погоджуємося з думкою про те, що визначення належності конкретної національної культури до певного типу є доволі умовним і ґрунтується на переважанні певних ознак, які в різні часи під впливом історичних обставин можуть змінюватися [4, с. 239]. Утім, вважаємо, що нав'язування нашому суспільству не притаманних йому соціальних ролей протилежних статей – кричуща помилка. У «Материнському інстинкті» наведений нижче діалог, який завуальовано вказує жінці на її, так би мовити, місце, є дослівним перекладом відповідної сцени серіалу «Тест на беременность» (серія 5).

– Ого. Нічого собі. Ти чарівниця.

– Моя мама – кухар. Я з дитинства звикла красу на столі наводити.

– Кухар – це добре. Корисна професія для жінки (серія 5).

Схожу ситуацію (показ серіалів з відчутним російським підтекстом) спостерігаємо й на телеканалах інших медіахолдингів: серіали «Слід», «Сліпа», «Водна поліція» і «Дільничний з ДВРЗ» є вітчизняними адаптаціями російських форматів («След», «Слепая», «Акватория», «Чужой район»). Науковець А. Бабік, який навів цей факт, назвав таку ситуацію картиною «тотального творчого і креативного застою» [1, с. 22].

У літературознавстві схожість сюжетних ліній творів усної народної творчості в літературі різних народів прийнято пояснювати феноменом міжнаціональних контактів і впливів, тобто явищем мандрівних сюжетів. Мандрівні сюжети (а точніше мандрівні сценарії) є особливістю українського серіального виробництва. Маємо на увазі запозичення не лише сюжетних ліній, а й характерів персонажів, художніх деталей. В умовах повномасштабної війни не випадає говорити про офіційний викуп прав на російський телевізійний продукт з подальшою адаптацією. Українські сценаристи намагаються створити автентичний контент, проте роки тривалої творчої співпраці з російськими дистриб'юторами даються взнаки, унаслідок чого шаблони копродукції знов і знов проникають в український ефір.

Дослідімо цей феномен на прикладі серіалів «Невістка» та «Ніхто не ідеальний».

Формат чотирисерійної мелодрами «Невістка» замалий для показу масштабних і реалістичних сцен замилювання героїв красою рідного краю, проте пригодницька канва сценарію створила необхідні передумови для цього. За сюжетом, щоб завоювати право на сімейне щастя, молоде

подружжя мало потрапити в ізольоване від цивілізованого світу природне середовище. Таким регіоном сценаристи обрали Волинь, на що є прямі і непрямі (рейсовий автобус Львів – Кортеліси) вказівки.

Спокійна, меланхолійна природа української Волині у фільмі постає в демонізованому вигляді, свідченням чого є репліка поліцейського: «У нас тут часто туристи пропадають. Якби не військові, мало кого знайшли б. Бачте, у нас тут ліс, болота. А з армією ми майже завжди всіх живими знаходимо» [5]. Оскільки обов'язковим елементом весільної подорожі мало стати сакральне «ловіння риби з геологами», робимо висновок, що епізод навіяний кліше з російських серіалів, де романтизований образ геолога – атрибут радянської міфології (від екранізації оповідання А. Гайдара «Чук і Гек» до пригодницької стрічки «Зникла експедиція» (з українським актором Миколою Гриньком)).

Про певну вторинність деяких сценарних ходів свідчить і той факт, що народжений 1992 р. протагоніст фільму Костянтин Коваленко вважав (зі слів матері), буцімто його батько на початку 90-х героїчно «загинув на кордоні» (серія 3). У цей час прикордонники України, на відміну від російських, не були задіяні в бойових діях у жодній з так званих гарячих точок. Тому знову можемо стверджувати, що ця драматична колізія з життя маленького хлопчика є відгомном російських сценарних лекал.

Слід погодитися з думкою М. Стародубської про те, що постколоніальні країни, до яких належить й Україна, очікувано матимуть кількадесятирічний перехідний період від інститутів (тобто визначених людьми обмежень, що структурують політичні, економічні та соціальні взаємодії), сформованих за нав'язаним колоніальним шаблоном, до інститутів, ґрунтованих на цінностях суспільства [10, с. 195].

У 32-серійній авантюрній мелодрамі «Ніхто не ідеальний» події відбуваються в Одесі, проте колорит міста та області практично не представлений у мізансценах. Поодинокі вкраплення морської романтики (роль ексцентричного капітана першого рангу Бориса Величка зіграв Анатолій Тихомиров) додають фільмові південного шарму. Одеса як столиця злочинного світу, на чолі якого стоїть Марія Бойко (у виконанні акторки Валерії Ходос), має непереконливий вигляд: збори кримінальних авторитетів (так звані сходки) позбавлені кримінального сленгу (арго) та інших невідмінних кінематографічних атрибутів для сцен такого типу.

Одеса як поліетнічне місто та перехрестя багатьох культур у серіалі не вражає достовірністю. Наведена нижче сцена дворових посиденьок, з одного боку, демонструє згуртованість мешканців будинку, а з іншого – є даниною пам'яті незабутньому шарму Одеси міжвоєнного та повоєнного періоду. У серіалі цей суто формальний епізод, візуальний ряд якого вибудовано в стилістиці ситкому «Одного разу в Одесі», залишився хоч і трафаретним, проте найяскравішим проявом єврейського колориту в урбаністичній культурі Південної Пальміри (серія 4):

- Ви стільки всього наготували. І курку, і салат, і рибу-фіш. А форшмак буде?
- Форшмак за мною.
- Лікарю, ви що, купили форшмак?
- Ні, я сам приготував.

З погляду синтаксису української мови на увагу заслуговує фінальна сцена серії 6, де з вуст Марії Багратівни Бойко чуємо фразу «Не треба так перейматися за гроші, дівчинко» [6]. Нормативною для цього випадку дієслівного керування є форма орудного відмінка (чим?). Використана в діалозі форма знахідного відмінка (за гроші) є виразним впливом ідишу – мови, якою послуговувалося єврейське населення Російської імперії, а згодом і Радянської України.

Такі мовні експерименти – на рівні сценарного задуму чи акторської імпровізації – загалом не притаманні серіалу й не слугують інструментом для створення багатозарового етнокультурного колориту. Це стосується й украплень діалектизмів південного-західного наріччя в мовленні Олександри (Саші) Бойко. Крім епічної сцени в нічному клубі (серія 3), багатої на використання діалектних форм, мовлення головної героїні відповідає нормам української літературної мови.

Завуальований наратив «Одесса – русский город» можна спостерегти в цілком безневинній сцені розмови поліцейського Дениса зі своєю нареченою Оленою Бойко (серія 24; таймкод 21:38).

- Лено, сонечко, ти ж нічого не втрачаєш. Просто поговори з нашим сусідом.
- З лікарем Бузовим?

– Так, з Антон Паличем. Він дуже хороший лікар. Він тьоті Лесі подагру вилікував (таймкоди наведено відповідно до офіційного релізу серіалу на сторінці телеканалу «1+1 Україна» <https://www.youtube.com/@1plus1>).

Чинна редакція Українського правопису дозволяє використовувати суфікс -ич лише в таких формах по батькові: Кузьмич, Лукич, Савич, Хомич, Якович (§ 32). Для імені Павло нормативним є варіант Павлович. Форма «Палич» (рос. Палыч), стилістично забарвлена в російській мові, за жодних обставин не може використовуватися в українському кінематографі, оскільки є маркером не лише російськомовності актора, а й вторинності (неоригінальності) сценарію: традиція називати кіношних лікарів Антонами Павловичами пов'язана з постаттю російського письменника й лікаря А. П. Чехова й не дотична до українських реалій.

Також у наведеному фрагменті заслуговує на увагу редуковане закінчення в імені лікаря, унаслідок чого форма орудного відмінка (Антоном) сприймається глядачем як форма називного відмінка (Антон). Ця особливість теж не притаманна граматиці української мови і є свідченням мовної невибагливості знімальної групи. Цей великоруський (імперський) конструкт не здатен зіпсувати загального враження від перегляду, проте є деструктивним елементом, який ніяк не пов'язаний із задумом режисера й сценарними колізіями.

Серіал «Ціна втечі» привернув нашу увагу місцем розгортання сюжету (Львівщина), а отже, найкращими передумовами для максимальної української локалізації телевізійного продукту.

Дія 16-серійного серіалу «Ціна втечі» (емоційного трилера, відповідно до анонсу платформи кіно і телебачення Київстар ТБ) відбувається на околицях Львова. Багато сцен відзнято в замиському котеджі Семена Ревуцького (актор Олександр Третьяченко), першого заступника голови Львівської облдержадміністрації із соціальних питань. Одразу скажемо, що цей серіал – українськомовна адаптація (ремейк) іншого проєкту сценаристики та продюсерки Тетяни Гнедаш – «З вовками жити». На більш жорстку оцінку здобулася оглядачка одного з проєктів інформаційно-аналітичного порталу «Детектор Медіа» Лєна Чиченіна: «Не секрет, що наше телевізійно-серіальне виробництво – це конвеєр, в якому постійно повторюються сюжети, персонажі та діалоги» [11].

Окрім панорамних кадрів на початку кожної серії, Львів у фільмі візуально не представлений, мовлення героїв чисте, без діалектизмів, натомість з елементами розмовного мовлення Наддніпрянської України.

Якщо в російськомовному продукті вихованці дитбудинку цитують мовою оригіналу казку у віршах Корнія Чуковського «Мійдодир» (серія 2), то «Ціна втечі» густо приправлена зразками української усної народної творчості.

За сценарієм, сирота Марта після втечі з прийомної родини стає солісткою самодіяльного колективу «Сердечні пісні», особливістю якого є виступи на весіллях та інших знаменних подіях (у серіалі «З вовками жити» такий сюжетний поворот відсутній). Специфіка діяльності позначилася на репертуарі ансамблю. У серіалі ми чуємо багато народних пісень: «Ой у гаю при Дунаю соловей щечече...» (серія 2), «Ой на горі два дубки...» (серія 4), «Ой у вишневому саду...» (серія 6).

Відмова від використання в серіалі сучасних пісень, очевидно, пов'язана з небажанням виплачувати роялті. Проте привертає увагу, що сценаристи ігнорують народнопісенний колорит саме Західної України. Це ще раз підтверджує нашу думку, що вибір культурної столиці та її околиць як топосу серіалу є умовним. А отже, «Ціна втечі» увійшла до переліку серіалів, чії автори замість етнокультурної поліфонії продемонстрували кінематографічно нейтральну, узагальнену картинку повсякденного буття українців.

IV. Висновки

Проведене наукове дослідження засвідчило трансформацію телевізійного контенту в Україні, зумовлену повномасштабним вторгненням РФ. Ці зміни, що впродовж останнього десятиліття мали несистемний, стихійний характер (виготовлення тоді ще російськомовного (і російського за духом) телепродукту на українській виробничій базі з частковим або повним залученням вітчизняних акторів), після лютого 2022 р. стали частиною деколонізаційних процесів в Україні.

Реакцією на запити суспільства стала трансформація телевізійного контенту українських медіахолдингів, зокрема «1+1 media». Поки що нечіткі зміни у змісті, внутрішній структурі сценаріїв пов'язуємо зі змінами в мовній свідомості (яка є продуктом культурного розвитку, а не даністю) їхніх авторів.

Вважаємо, що елементи української національної ідентичності в серіалах представлені не виразно. Причину цього вбачаємо, зокрема, у впливові західних стрімінгових платформ, евентуальна співпраця з якими потребує від українських авторів створення якісного телепродукту з яскраво вираженим національним колоритом (важчий шлях) або поставленим на конвеєр космополітичним, універсальним, готовим до споживання сюжетом (легший шлях).

Серіальне виробництво в Україні потребує нового покоління сценаристів, творча особистість яких формувалася у XXI ст., чий світогляд, не зашорений російськими пропагандистськими сенсами, здатен на глибинному рівні відчувати свій народ, відтворити його звичаї й душевну красу.

Список використаної літератури

1. Бабік А. Сучасні жанрові (і не тільки) тенденції українського серіального виробництва / Продюсування фільмів у 21 столітті: основні виклики : зб. матер. II Щорічної міжнар. наук.-практ. конф. 16–17 грудня 2024 р. Київ, 2024. С. 17–22. URL: https://knutkt.edu.ua/wp-content/uploads/2025/10/Zbirnyk-materialiv_2-shchorichna-konferentsiia.pdf (дата звернення: 30.10.2025).
2. Закон України : Про внесення змін до деяких законів України щодо захисту інформаційного телерадіопростору України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/159-19/#Text> (дата звернення: 30.10.2025).
3. Капітанша, 1 серія, таймкод 11:45 URL: <https://www.youtube.com/watch?v=3wN-GYdtSKI&list=PL1qCImSwVqFVwKtQO5UBvOZKAyygBjUer> (дата звернення: 30.10.2025).

4. Манакін В. М. Мова і міжкультурна комунікація : навч. посіб. Київ : Академія, 2012. 288 с.
5. Невістка, 4 серія, мелодрама 2024, серіал про кохання, таймкод 32:58. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ApwL3g9HQ8A> (дата звернення: 30.10.2025).
6. Ніхто не ідеальний, 6 серія, прем'єра на 1+1 Україна, серіал 2024, мелодрама, таймкод 45:50. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=zf3tJTdFa7w> (дата звернення: 30.10.2025).
7. Скрипник Л. Г., Дзятківська Н. П. Власні імена людей : словник-довідник. Київ : Наукова думка, 1996. 334 с.
8. Спалек М. Серіал «Ключі від правди»: заламані руки, заковані очі й загравання зі злочинцями. URL: <https://detector.media/kritika/article/239395/2025-03-26-serial-klyuchi-vid-pravdy-zalamani-ruky-zakocheni-ochi-y-zagravannya-zi-zlochyntsyamy/> (дата звернення: 30.10.2025).
9. Список фільмів, заборонених для демонстрування і розповсюдження. URL: <https://usfa.gov.ua/spysok-filmiv-zaboronenykh-dlya-demonstruvannya-i-rozpovsyudzhennya> (дата звернення: 30.10.2025).
10. Стародубська М. Як зрозуміти українців: кроскультурний погляд. Харків : Віват, 2024. 400 с.
11. Чиченіна Лена. «Вкрасти» у самих себе. На «Плюсах» вийшов серіал, майже ідентичний тому, який виходив на СТБ кілька років тому. URL: [https://antonina.detector.media/serialy/post/223189/2024-02-20-vkrasty-u-samykh-sebe-na-plyusakh-vyishov-serial-mayzhe-identychnyy-tomu-yakyy-vykhodyv-na-stb-kilka-rokiv-tomu/\(дата звернення: 30.10.2025\)](https://antonina.detector.media/serialy/post/223189/2024-02-20-vkrasty-u-samykh-sebe-na-plyusakh-vyishov-serial-mayzhe-identychnyy-tomu-yakyy-vykhodyv-na-stb-kilka-rokiv-tomu/(дата звернення: 30.10.2025)).

References

1. Babik, A. (2024). Suchasni zhanrovi (i ne tilky) tendentsii ukrainskoho serialnoho vyrobnytstva [Modern genre (and not only) trends in Ukrainian serial production], *Prodiusuvannia filmiv u 21 stolitti: osnovni vyklyky*: zbirnyk materialiv II Shchorichnoi mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii [Film production in the 21st century: key challenges, Proceedings of the 2nd Annual International Scientific and Practical Conference]. Retrieved from https://knutkt.edu.ua/wp-content/uploads/2025/10/Zbirnyk-materialiv_2-shchorichna-konferentsiia.pdf [in Ukrainian].
2. Zakon Ukrainy «Pro vnesennia zmin do deiakykh zakoniv Ukrainy shchodo zakhystu informatsiino-ho teleradioprostoru Ukrainy» [Law of Ukraine «On Amendments to Certain Laws of Ukraine Regarding the Protection of the Information and Broadcasting Space of Ukraine»]. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/159-19/#Text> [in Ukrainian].
3. Kapitansha, 1 seriia, taimkod 11:45 [Captain, episode 1, timecode 11:45]. *YouTube*. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=3wN-GYdtSKI&list=PL1qClmSwVqFVwKtQO5UBvOZKAyygBjUer> [in Ukrainian].
4. Manakin, V. M. (2012). *Mova i mizhkulturna komunikatsiia* [Language and intercultural communication]. Kyiv: Akademia [in Ukrainian].
5. Nevistka, 4 seriia, melodrama 2024, serial pro kokhannia, taimkod 32:58 [Daughter-in-law, episode 4, melodrama 2024, love series, timecode 32:58]. (2024). *YouTube*. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=ApwL3g9HQ8A> [in Ukrainian].
6. Nikhto ne idealnyi, 6 seriia, premiera na 1+1 Ukraina, serial 2024, melodrama, taimkod 45:50 [Nobody is Perfect, episode 6, premiere on 1+1 Ukraine, series 2024, melodrama, timecode 45:50.]. (2024). *YouTube*. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=zf3tJTdFa7w> [in Ukrainian].
7. Skrypnyk, L. H., & Dziatkivska, N. P. (1996). *Vlasni imena liudei* [People's proper names]. Kyiv: Naukova dumka [in Ukrainian].
8. Spaliek, M. (2025). Serial «Kliuchi vid pravdy»: zalamani ruku, zakocheni ochi y zahravannia zi zlochyn-tsiamy [The series «Keys to the Truth»: broken hands, rolled eyes, and flirting with criminals. Retrieved from <https://detector.media/kritika/article/239395/2025-03-26-serial-klyuchi-vid-pravdy-zalamani-ruky-zakocheni-ochi-y-zagravannya-zi-zlochyntsyamy/> [in Ukrainian].
9. Spysok filmiv, zaboronenykh dlia demonstruvannia i rozpovsyudzhennia [List of films prohibited for screening and distribution]. Retrieved from <https://usfa.gov.ua/spysok-filmiv-zaboronenykh-dlya-demonstruvannya-i-rozpovsyudzhennya> [in Ukrainian].
10. Starodubska, M. (2024). *Yak zrozumity ukrainsiv: kroskulturnyi pohliad* [How to understand Ukrainians: A cross-cultural perspective]. Kharkiv: Vivat [in Ukrainian].
11. Chychenina Liena. «Vkrasty» u samykh sebe. Na «Pliusakh» vyishov serial, maizhe identychnyy tomu, yakyy vykhodyv na STB kilka rokiv tomu [Chichenina Lena. «Steal» from ourselves. A series was released on «Plyusy», almost identical to the one that was released on STB a few years ago]. Retrieved from <https://antonina.detector.media/serialy/post/223189/2024-02-20-vkrasty-u-samykh-sebe-na-plyusakh-vyishov-serial-mayzhe-identychnyy-tomu-yakyy-vykhodyv-na-stb-kilka-rokiv-tomu/> [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 30.10.2025.

Received 30.10.2025.

Shvets V. Ukrainian Television Series Production: Localization of Co-Produced Content

The aim of this study is to examine how television content produced in collaboration with Russian production companies or targeted at the Russian/Russian-speaking market has been adapted to Ukrainian realities.

***Research methodology.** To achieve the stated objective, the following general research methods were employed: description, analysis, synthesis, comparison, generalization, and forecasting. The descriptive method was used to highlight the efforts of Ukrainian production companies aimed at localizing television series content. Methods of analysis and synthesis were employed when examining changes in co-production and purely national scripts. The comparative method helped analyze the nature of localization in Ukrainian television series during the period of collaboration with Russian production companies (prior to 2022) and the subsequent abandonment of that collaboration. The generalization method was used to formulate conclusions, while the forecasting method proved useful in assessing the prospects for Ukrainian television content on national television channels.*

***Results.** The role of national stereotypes in the localized (and, consequently, decolonized) segment of Ukrainian television series production has been identified, and a connection has been established between public demand and qualitative changes in the content of domestic television programming, specifically the removal of Russian imperial narratives.*

***Novelty.** This article attempts to trace the evolution of Ukrainian production companies' approaches to creating television content, highlighting the increasingly pronounced localization of domestic television series and the move away from nationally neutral scripts.*

***Practical significance.** The findings can be applied in the professional work of screenwriters, showrunners, and media producers to create high-quality television content free of Russian narratives and to promote it in the market.*

***Key words:** television content, stereotype, co-production, media landscape.*