

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТЕХНОЛОГІЙ

| | |
|----------------|---|
| ННІ/факультет | Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти |
| Кафедра | міжнародних відносин |
| Спеціальність | 291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії |
| Форма навчання | денна |

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

Михайлова Данила Олександровича

(прізвище, ім'я, по батькові здобувача)

на тему **Висвітлення міжнародних подій в епоху цифрових технологій**

(повна назва теми)

за матеріалами

(повна назва бази дослідження)

науковий керівник

д.пед.н., проф.

(наук. ступінь, вчене звання)

(підпис)

В. КУЛШОВ

(Ініціал, ПРІЗВИЩЕ)

Робота допущена до захисту в ЕК

Протокол засідання кафедри
від «10» червня 2025 р. № 12

Завідувач кафедри

(підпис)

д.е.н., доцент

Наук. ступінь, вчене звання

І. МАКСИМОВА

Ініціал, ПРІЗВИЩЕ

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТЕХНОЛОГІЙ**

| | |
|----------------|---|
| ННІ/факультет | Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти |
| Кафедра | міжнародних відносин |
| Спеціальність | 291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії |
| Форма навчання | денна |

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Завідувач
кафедри

(підпис)

I. МАКСИМОВА

(Ініціал, ПРИЗВИЩЕ)

«16» червня 2025 року

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ БАКАЛАВРСЬКУ РОБОТУ
Михайлова Данила Олександровича**

1. Тема роботи **Висвітлення міжнародних подій в епоху цифрових технологій**

Керівник роботи Кулішов Володимир Васильович, д.пед.н., професор
затверджено наказом закладу вищої освіти від «04» квітня 2025 р. № 236-ст

2. Строк подання здобувачем роботи до «16» червня 2025 р.

3. Зміст кваліфікаційної бакалаврської роботи, об'єкт, предмет та мета дослідження:

**Розділ 1. Теоретико-методологічні засади висвітлення міжнародних подій у
Цифрову епоху**

Розділ 2. Аналіз особливостей висвітлення міжнародних подій у цифрових медіа

**Розділ 3. Практичний аналіз висвітлення міжнародних подій у цифрових медіа:
Дослідження кейсу війни РФ проти України**

Об'єкт дослідження: міжнародна комунікація в умовах цифрової трансформації.

Предмет дослідження: особливості висвітлення міжнародних подій у цифрових медіа та механізми формування інформаційного порядку денного

Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи: виявити ключові тенденції, виклики й можливості, пов'язані з висвітленням міжнародних подій у цифрову епоху, на основі міждисциплінарного аналізу теорій, емпіричних прикладів та кейсових досліджень.

5. Дата видачі завдання «04» квітня 2025 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

| № з/п | Назва етапів кваліфікаційної бакалаврської роботи | Строк виконання етапів роботи | Відмітка керівника про виконання етапів (дата, підпис) |
|-------|--|-------------------------------|--|
| 1 | Підготовка розділу 1 | 28.04.2025 р. | 28.04.2025 р. |
| 2 | Підготовка розділу 2 | 12.05.2025 р. | 12.05.2025 р. |
| 3 | Підготовка розділу 3 | 02.06.2023 р. | 02.06.2025 р. |
| 4 | Перевірка кваліфікаційної бакалаврської роботи на наявність ознак академічного плагіату за допомогою програм UNICHECK / StrikePlagiarism | до 04.06.2025 р. | 04.06.2025 р. |
| 5 | Отримання відгуку від наукового керівника | до 16.06.2025 р. | 16.06.2025 р. |
| 6 | Подання кваліфікаційної роботи на перегляд завідувачу кафедри | до 16.06.2025 р. | 16.06.2025 р. |
| 7 | Реєстрація завершеної кваліфікаційної роботи | 16.06.2025 р. | Реєстраційний № ____ «16» червня 2025 р. |
| 8 | Попередній захист кваліфікаційної роботи на кафедрі | 16.06.2025 р. | 16.06.2025 р. |
| 9 | Підготовка до захисту в ЕК | до 18.06.2025 р. | до 18.06.2025 р. |

Завдання підготував науковий керівник

(підпис)

В.КУЛІШОВ

(Ініціал, ПРІЗВИЩЕ)



Завдання одержав

(підпис)

Д.МИХАЙЛОВ

(Ініціал, ПРІЗВИЩЕ)

ДЕКЛАРАЦІЯ.

**про дотримання академічної доброчесності під час написання
кваліфікаційної роботи Здобувачем вищої освіти
Державного університету економіки і технологій**

Я, Михайлов Данило Олександрович, студент групи МВС-21 Державного університету економіки і технологій розумію і підтримую політику закладу із академічної доброчесності. Я не надавав і не одержував заборонену допомогу під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.



6.06.2025 року

АНОТАЦІЯ

Михайлов Д.О. Висвітлення міжнародних подій в епоху цифрових технологій – Рукопис.

Кваліфікаційна бакалаврська робота за спеціальністю 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії». Державний університет економіки і технологій. Кривий Ріг, 2025.

У роботі досліджено трансформацію висвітлення міжнародних подій під впливом цифрових технологій. Особливу увагу приділено тому, як зміни у медіапросторі змінюють характер міжнародної комунікації, формування порядку денного та сприйняття подій.

У першому розділі охарактеризовано теоретико-методологічні засади дослідження: визначено сутність міжнародної комунікації, її ключові функції у глобалізованому світі, а також основні теорії, що пояснюють логіку медійного висвітлення міжнародних подій. Другий розділ присвячено аналізу структурних змін у процесах створення, фільтрації та споживання міжнародної інформації. У третьому розділі представлено емпіричне дослідження цифрового висвітлення міжнародних подій на прикладі повномасштабної війни Росії проти України. Проведено контент- і дискурс-аналіз публікацій на платформах «Української правди» та The New York Times за січень 2025 року. Встановлено домінантні теми, фрейми, наративи та риторичні особливості подачі. Зроблено висновки про тенденції, ризики й нові можливості цифрової епохи для глобального інформування.

Ключові слова: міжнародна комунікація, цифрові медіа, висвітлення міжнародних подій, соціальні мережі, цифрова трансформація, алгоритмічна селекція, громадянська журналістика, міжнародна журналістика.

ЗМІСТ

| | |
|--|-----------|
| Вступ | 7 |
| Розділ 1. Теоретико-методологічні засади висвітлення міжнародних подій у цифрову епоху | 11 |
| 1.1. Суть і функції міжнародної комунікації в сучасному інформаційному суспільстві | 11 |
| 1.2. Цифрові технології як чинник трансформації медіапростору | 17 |
| 1.3. Основні теоретичні підходи до аналізу висвітлення міжнародних подій..... | 28 |
| Розділ 2. Аналіз особливостей висвітлення міжнародних подій у цифрових медіа | 36 |
| 2.1. Структурні зміни в глобальному висвітленні міжнародних подій | 36 |
| 2.2 Геополітичний контекст і цифрові платформи..... | 48 |
| Розділ 3. Практичний аналіз висвітлення міжнародних подій у цифрових медіа: дослідження кейсу війни РФ проти України..... | 55 |
| 3.1 Аналіз висвітлення повномасштабного вторгнення РФ в Україну на ресурсах «Української Правди» | 55 |
| 3.2 Війна в об’єктиві The New York Times: між глобалізацією конфлікту і дипломатією сенсів | 63 |
| Висновки | 77 |
| Список використаної літератури..... | 81 |
| Додатки | 87 |

ВСТУП

У ХХІ столітті цифрові технології суттєво трансформували способи комунікації та глобальну інформаційну екосистему. Нові канали поширення новин — соціальні мережі, стрімінгові платформи, месенджери, інфлюенсерські медіа — вплинули на механізми формування міжнародного порядку денного. Сьогодні повідомлення про міжнародну подію — війну, саміт, протест чи стихійне лихо — з'являється не тільки в традиційних ЗМІ, а й на цифрових платформах, де його можуть опублікувати свідки подій у режимі реального часу.

У цьому контексті висвітлення міжнародних подій у цифрову епоху набуває особливого значення. Воно охоплює різні сфери — журналістику, політику, безпеку, етику, освіту — і формує уявлення про реальність для мільйонів людей у всьому світі. Цифровізація медіапростору розширила доступ до інформації, посилила громадянську активність, сприяла створенню нових форматів журналістської роботи, зокрема через громадянську журналістику, мобільний репортаж та краудсорсингову верифікацію фактів. Водночас ці зміни призвели до нових викликів: зростання інформаційної фрагментації, посилення впливу алгоритмів на відбір новин, поширення фейкових повідомлень, стратегічної дезінформації та платформної упередженості.

Актуальність теми дослідження обумовлюється кількома чинниками.

По-перше, спостерігається глибока трансформація міжнародної журналістики. Змінюються редакційні моделі, джерела інформації, способи її подачі, а також роль аудиторії. Сучасне висвітлення міжнародних подій більше не є привілеєм професійних медіа — у ньому дедалі активніше беруть участь громадські користувачі, блогери, очевидці. Це ускладнює перевірку достовірності інформації й ускладнює побудову єдиного інформаційного поля.

По-друге, цифрові медіа стають простором інформаційного протистояння. Війна Росії проти України, зокрема її повномасштабний етап, продемонструвала, як боротьба за смисли, фрейми та інтерпретації відбувається паралельно з бойовими діями. Платформи, які ще донедавна вважалися нейтральними каналами комунікації, все частіше перетворюються на інструменти впливу в умовах гібридних загроз.

По-третє, цифрові технології прямо впливають на формування міжнародного іміджу держав, ухвалення зовнішньополітичних рішень, репутаційні ризики, транснаціональні рухи підтримки чи протесту. Формування глобального порядку денного вже не відбувається централізовано — воно розподілене між різними акторами: державами, медіа, платформами, активістами, громадянами. У таких умовах зростає потреба в аналітичному осмисленні того, як саме репрезентуються міжнародні події в цифровому середовищі, як змінюється структура новинного повідомлення, якими є ризики та можливості цифрової епохи для міжнародної комунікації.

Аналіз висвітлення міжнародних подій — на прикладі повномасштабної війни в Україні — дозволяє глибше зрозуміти динаміку цифрового порядку денного, виявити ключові платформи, фрейми та моделі взаємодії між медіа і глобальними подіями. Це дослідження покликане зробити внесок у сучасну наукову дискусію про природу міжнародної комунікації в умовах цифрової трансформації.

Об’єкт дослідження — міжнародна комунікація в умовах цифрової трансформації.

Предмет дослідження — особливості висвітлення міжнародних подій у цифрових медіа (традиційних, соціальних, стрімінгових платформах) та механізми формування інформаційного порядку денного.

Мета роботи — виявити ключові тенденції, виклики й можливості, пов’язані з висвітленням міжнародних подій у цифрову епоху, на основі міждисциплінарного аналізу теорій, емпіричних прикладів та кейсових досліджень.

Завдання дослідження:

- Проаналізувати еволюцію міжнародної комунікації в контексті цифровізації.
- Вивчити основні теоретичні підходи до аналізу міжнародних новин (медіатизація, фреймінг, інформаційна екосистема, agenda-setting).
- Дослідити структурні зміни у виробництві та поширенні міжнародної інформації.
- Розглянути приклади цифрового висвітлення міжнародних подій (на прикладі війни РФ проти України).
- Визначити основні ризики (фейки, емоційна маніпуляція, платформацентризм) і нові можливості (верифікаційні інструменти, мережеве інформування).

Сучасні дослідження висвітлення міжнародних подій у цифрову епоху зосереджуються на трансформації журналістики під впливом нових технологій, зокрема зникненні традиційних кореспондентських мереж і зростанні ролі громадянських журналістів, блогерів та інфлюенсерів (Д. Вронтіс, А. Макрідес, М. Кристофі, А. Трассу, К. Асквіт, Е. М. Фрейзер). Значну увагу приділено впливу алгоритмів і платформної модерації на формування порядку денного (Т. Гіллеспі, Ф. Наполі), а також дослідженню дезінформації, фейків і медіафреймів у контексті конфліктів, таких як війна в Україні.

У процесі дослідження було використано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів, що дозволило забезпечити глибокий міждисциплінарний аналіз явища цифрового висвітлення міжнародних подій. До загальнонаукових методів належали аналіз і синтез — для узагальнення теоретичних підходів і формування цілісної картини трансформацій у сфері міжнародної журналістики; індукція й дедукція — для побудови гіпотез на основі емпіричних даних і перевірки загальних закономірностей; метод порівняння — для виявлення відмінностей у висвітленні подій різними типами медіа; а

також класифікація — для систематизації жанрів, фреймів і типів повідомлень. Серед спеціальних методів ключову роль відігравав контент-аналіз, за допомогою якого було здійснено кількісний і якісний аналіз публікацій на сайтах «Української правди» та The New York Times за період січень–квітень 2025 року. Дискурс-аналіз дозволив виявити риторичні стратегії, мовні конструкції та особливості емоційного фреймування в текстах. Також використовувалися елементи платформного аналізу, що охоплювали оцінку впливу форматів, візуального оформлення та алгоритмічного поширення інформації в соціальних мережах (Facebook, Instagram, Telegram).

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВИСВІТЛЕННЯ МІЖНАРОДНИХ ПОДІЙ У ЦИФРОВУ ЕПОХУ

1.1. Суть і функції міжнародної комунікації в сучасному інформаційному суспільстві

Міжнародна комунікація є однією з ключових складових глобалізованого світу та інструментом формування уявлень про міжнародну реальність. У широкому розумінні цей термін охоплює передання інформації, символів, смислів і наративів між суб'єктами, що належать до різних держав, культур або соціальних систем. Це поняття виходить за межі суто журналістської діяльності і включає в себе також міждержавну дипломатію, публічну комунікацію глобальних корпорацій, культурний обмін, діяльність міжнародних організацій та цифрових платформ. У центрі уваги — не лише повідомлення, а й процеси впливу, сприйняття, інтерпретації та маніпуляції у глобальному комунікативному просторі [41].

Сучасне інформаційне суспільство зумовило переосмислення теоретичних підходів до міжнародної комунікації. Один із провідних напрямів — політико-економічний — акцентує увагу на структурній нерівності у доступі до інформаційних ресурсів. Так, у працях Г. Шиллера та А. Мателларта підкреслюється, що міжнародна комунікація нерідко слугує інструментом культурного домінування з боку глобальної Півночі, насамперед США, над країнами, що розвиваються [55, 39]. Такий підхід висвітлює інформаційні асиметрії, комерціалізацію змісту, монополізацію ЗМІ транснаціональними корпораціями.

Інший важливий підхід — культурний, або інтеркультурний. Він зосереджується на значенні комунікації як засобу взаємодії між культурами, з урахуванням цінностей, норм і символів. С. Голл та Дж. Томлінсон акцентували на впливі глобальних медіа на культурну ідентичність та процеси гомогенізації чи гібридизації культурних форм [33, 59]. Цей підхід пояснює,

чому трансляція міжнародних подій через цифрові платформи має різний резонанс у різних соціокультурних контекстах.

Інформаційно-технологічний підхід, який набуває особливої актуальності в цифрову епоху, вивчає роль технічних засобів у трансформації форм і швидкості комунікації. У фокусі — інтернет, мобільні технології, платформи Web 2.0, соціальні мережі, алгоритми поширення контенту. У працях М. Кастельса та Е. Чедвіка досліджується, як мережеві комунікаційні структури впливають на формування глобального дискурсу, змінюють традиційні джерела інформації та активізують громадськість у нових формах — від онлайн-протестів до цифрової дипломатії [16, 17].

Особливу цінність має також концепція глобального комунікативного простору, запропонована Ю. Габермасом та Н. Фрейзер. Вона розглядає міжнародну комунікацію як частину транснаціональної публічної сфери, у межах якої формуються колективні уявлення про глобальні проблеми — зміну клімату, права людини, війни, міграцію тощо [32]. Цей підхід надає особливої ваги якості дискурсу, умовам доступу до інформації та легітимності суб'єктів комунікації.

У сучасному інформаційному середовищі міжнародна комунікація виконує низку фундаментальних функцій. Передусім, це інформаційна функція, яка забезпечує обізнаність про міжнародні події та процеси. Формувальна (конструктивна) функція полягає у здатності медіа конструювати образи реальності, зокрема через фреймінг, ієрархізацію тем і вибір джерел [27]. Мобілізаційна функція дозволяє об'єднувати людей у глобальні рухи — наприклад, #MeToo або Fridays for Future — завдяки соціальним медіа. Легітимізаційна функція проявляється в тому, як медіа санкціонують або заперечують дії держав, міжнародних організацій чи акторів (наприклад, санкціонування військових втручань). Культурна функція забезпечує обмін символами, нормами, стилями життя, а геополітична функція — дозволяє державам використовувати комунікацію як інструмент м'якої

сили, зокрема через медіадипломатію, культурні інститути або контроль над інформаційним простором [46].

У сучасному глобалізованому світі міжнародна комунікація стає ключовим інфраструктурним елементом інформаційного порядку, що визначає, які теми стають предметом глобального обговорення, які події отримують пріоритетну увагу, а які — маргіналізуються. Глобальний інформаційний обмін не є нейтральним: він формується через взаємодію таких чинників, як технічна потужність держав і корпорацій, інформаційні альянси, мовні бар'єри, політична цензура, економічна вигода та ідеологічні пріоритети. Відтак міжнародна комунікація не лише транслює, а й структурує світову інформаційну реальність, впливаючи на уявлення про те, що є «важливим», «нормальним», «законним» або «небезпечним» [58].

Зокрема, транснаціональні ЗМІ — такі як BBC World News, CNN International, Al Jazeera, Deutsche Welle — виступають не лише інформаторами, а й медіаторами інтерпретації подій. Вони визначають тональність, семантичні рамки, добір джерел та гіперпосилання в матеріалах, що циркулюють по всьому світу. Через ці процеси вибудовується глобальний порядок денний — agenda-setting — у якому інформація про війни, екологічні катастрофи, вибори або гуманітарні кризи має різну «вагу» в залежності від джерела та політичного контексту [40].

Цифровізація суттєво змінює правила глобального обміну. Якщо раніше інформація переважно рухалась від центрів до периферії, то сьогодні мережевий характер цифрової комунікації дозволяє локальним історіям, громадським рухам або навіть окремим користувачам ставати глобальними джерелами впливу. Наприклад, відео очевидця конфлікту, опубліковане в Twitter або TikTok, може отримати мільйони переглядів по всьому світу ще до появи новини у традиційних ЗМІ. Це змінює саму динаміку легітимізації подій — роль «посередників істини» розмивається, а одночасно зростає вразливість до дезінформації, маніпуляцій і фейкових нарративів.

Роль міжнародної комунікації також важлива для розбудови глобальної солідарності та мобілізації транснаціональних мереж. Приклади кампаній #BlackLivesMatter, #MeToo або протестів проти агресії Росії в Україні демонструють, як елементи локального досвіду завдяки міжнародній комунікації отримують глобальну підтримку, перетворюючись на наднаціональні рухи. У цьому сенсі міжнародна комунікація стає каналом глобального громадянства, де користувачі медіа одночасно є і свідками, і учасниками подій, що відбуваються на іншому континенті.

Ще одним виміром є інституційна роль міжнародної комунікації у глобальному управлінні. Організації на кшталт ООН, ЄС, ВООЗ, ЮНЕСКО не лише здійснюють публічну комунікацію через свої канали, а й активно впливають на формування глобального інформаційного порядку, зокрема через стандарти етичної журналістики, захист свободи слова, протидію дезінформації. Водночас міжнародна комунікація є і зоною боротьби за інформаційну гегемонію, де окремі держави — такі як Росія, Китай або Саудівська Аравія — інвестують у власні мультимедійні канали на глобальному ринку, намагаючись нав'язати альтернативні наративи [46; 3].

Міжнародна комунікація в умовах цифрової трансформації є потужною соціальною інституцією, що формує знання, емоції, ідентичності та конфлікти на глобальному рівні. Її значення продовжує зростати — паралельно з ускладненням світового порядку, розвитком технологій та гібридизацією міжнародних загроз.

У структурі глобального інформаційного обміну міжнародна комунікація виконує не лише роль посередника передачі фактів, але й комунікативні функції, які суттєво впливають на формування сприйняття міжнародних подій різними аудиторіями. Комунікативні функції — це комплекс дій, за допомогою яких медіа та інші акти міжнародної комунікації не лише інформують, але й конструюють соціальну реальність, встановлюють ціннісні орієнтири, легітимізують дії суб'єктів міжнародних відносин або, навпаки, делегітимізують їх.

Першочерговою є інформативна функція, що полягає у передачі актуальних, достовірних і оперативних відомостей про події, які відбуваються за межами національного інформаційного простору. Ця функція є основоположною, адже саме завдяки ній глобальна аудиторія має змогу отримувати уявлення про стан справ у світі, оцінювати ризики, аналізувати політичні, безпекові, екологічні чи соціальні зміни. У цьому контексті міжнародна комунікація виконує роль об'єднувального інструменту, завдяки якому формуються спільні когнітивні горизонти між різними культурами та країнами [58].

Однак інформативна функція не є нейтральною чи автоматично об'єктивною. Вона тісно пов'язана з інтерпретативною (смісловою) функцією, через яку ЗМІ або міжнародні комунікатори визначають контексти, значення та емоційне забарвлення подій. Ця функція реалізується через фреймування (framing), тобто обрання певних рамок інтерпретації, в межах яких подія подається публіці. Роберт Ентман підкреслює, що фреймування визначає, що в події є суттєвим, хто винен, яка шкода завдана і яким має бути розв'язання [27]. Наприклад, у висвітленні військових конфліктів, таких як війна в Україні, медіа різних країн використовують радикально відмінні фрейми — від «захисту територіальної цілісності» до «спеціальної військової операції», що змінює не лише терміни, а й оцінку події.

Тісно з нею пов'язана формувальна функція, яка полягає у створенні й підтримці певної картини світу, колективних уявлень та ідентичностей. Через неї міжнародна комунікація бере участь у соціальному конструюванні таких понять, як «демократія», «тероризм», «глобальна справедливість» чи «міграційна криза». У цьому процесі міжнародні новини не лише описують події, а й формують емоційне, ціннісне та ідеологічне ставлення до них. Як зауважує М. Кастельс, у мережевому суспільстві символічна влада належить тим, хто контролює значення, а не лише інформаційні потоки [15].

Ще одна важлива комунікативна функція — мобілізаційна, яка активізується у кризові або конфліктні періоди. Міжнародна комунікація може

слугувати каталізатором дій: вона стимулює створення глобальних соціальних рухів, кампаній протесту або благодійних ініціатив. Вона також може бути використана державами або міжнародними організаціями для мобілізації підтримки своїх дій на глобальній арені — як-от у випадках публічної дипломатії, інформаційної війни або гуманітарної допомоги. Ця функція особливо посилюється завдяки соціальним медіа, які створюють простір для горизонтальної мобілізації: від флешмобів до краудфандингових кампаній [9].

Окремої уваги заслуговує легітимізаційна функція, що полягає у здатності міжнародної комунікації закріплювати або ставити під сумнів правомірність дій міжнародних акторів. Через контроль над наративами держави або міжнародні організації можуть виправдовувати свої рішення, політики чи втручання, посиляючись на загальнолюдські цінності, гуманітарні принципи або безпекові інтереси. Так, виправдання інтервенцій у Сирії, Афганістані чи Іраку часто здійснювалося через комунікацію, що апелювала до норм захисту прав людини або боротьби з тероризмом [18]. Водночас ті самі комунікаційні стратегії можуть бути використані опонентами для делегітимізації дій, позбавлення довіри, зниження міжнародного іміджу.

Нарешті, емпатійна або культурна функція сприяє розумінню іншого через розширення доступу до чужого досвіду, культури, проблем і поглядів. Вона є надзвичайно важливою у процесі формування транснаціонального діалогу, визнання культурної різноманітності та боротьби зі стереотипами. Завдяки глобальному висвітленню мистецтва, літератури, історичної пам'яті та повсякденного життя, міжнародна комунікація створює спільні гуманітарні коди, які можуть долати кордони — географічні, мовні, ментальні.

Комунікативні функції міжнародної комунікації формують нову якість міжнародного публічного простору, в якому знання, сила і вплив дедалі частіше визначаються не володінням фактами, а здатністю їх інтерпретувати, поширювати та пов'язувати зі смислами.

1.2. Цифрові технології як чинник трансформації медіапростору

У сучасну епоху цифрових технологій медіа зазнають безпрецедентної трансформації, яка змінює як технічні засоби виробництва й поширення інформації, так і саму природу комунікаційних процесів. Цифровізація стала глибокою структурною перебудовою глобального медіапростору, що вплинула на взаємодію між державами, медіаінституціями та аудиторією. Від переходу до комп'ютеризованого редагування до штучного інтелекту та алгоритмічного розповсюдження новин — кожен етап цифрової революції трансформував способи, якими висвітлюються міжнародні події, і змістовно, і організаційно. Зміни, які відбуваються, стосуються не лише формату повідомлень, а й самих основ глобального інформаційного порядку, зокрема довіри до медіа, ролі журналістів, впливу аудиторії та інституційного балансу сил. У цьому контексті особливої уваги набуває аналіз етапів цифровізації медіа як ключа до розуміння сучасної динаміки міжнародної комунікації.

Цифровізація є не просто технологічною трансформацією, а глибинною соціальною і культурною зміною, яка докорінно вплинула на функціонування медіапростору та механізми міжнародної комунікації. У науковому дискурсі цифровізація медіа розглядається як еволюційний процес, що включає декілька послідовних етапів, кожен з яких відзначається специфічними характеристиками медіапродуктів, каналів поширення, роллю аудиторії та інституційною логікою [25; 28; 49].

Перший етап: комп'ютеризація традиційних медіа (1980–1990-ті роки)

Початковий етап цифровізації пов'язаний із впровадженням цифрових інструментів у процеси виробництва контенту в традиційних ЗМІ. У 1980-х роках редакції газет, радіо і телебачення почали використовувати комп'ютери для редагування тексту, цифрового монтажу, графіки та архівування. Проте на цьому етапі зміст залишався лінійним, контрольованим редакційно і мав чітко визначену структуру подачі.

Етапи цифровізації медіа

| Етап | Хронологія | Ключові характеристики | Наслідки для міжнародної комунікації |
|--|----------------------------------|--|---|
| 1. Комп'ютеризація традиційних медіа | 1980–1990-ті роки | <ul style="list-style-type: none"> - Впровадження комп'ютерних технологій у редакціях - Редакційний контроль - Централізована модель поширення | <ul style="list-style-type: none"> - Оптимізація виробництва новин - Збереження односторонньої моделі - Перші кроки до цифрової інфраструктури |
| 2. Інтернет-журналістика і гіпертекст | Середина 1990-х – початок 2000-х | <ul style="list-style-type: none"> - Онлайн-версії друкованих ЗМІ - Нелінійна навігація (гіпертекст) - Мультимедійні формати - Блогінг, форуми | <ul style="list-style-type: none"> - Деконцентрація джерел - Поява нових акторів - Формування глобального інформаційного середовища |
| 3. Web 2.0 і соціальні медіа | 2004–2010-ті роки | <ul style="list-style-type: none"> - Контент, створений користувачами (UGC) - Висока інтерактивність - Розвиток мережевої журналістики | <ul style="list-style-type: none"> - Зростання ролі аудиторії - Зміна структури глобальної комунікації - Ефект інформаційних бульбашок |
| 4. Алгоритмізація і ШІ у медіа | з 2015 року | <ul style="list-style-type: none"> - Автоматизована журналістика - Рекомендаційні системи - Big data, deepfake, AI-редактори | <ul style="list-style-type: none"> - Вплив платформ на порядок денний - Посилення дезінформаційних ризиків - Зміна парадигм достовірності |

Примітка: укладено автором на основі [25; 28; 49]

Цей період іноді називають етапом «технологічного вдосконалення», а не революції, оскільки структура відносин між продюсерами та споживачами залишалася незмінною. Головна функція технологій полягала в оптимізації традиційного процесу створення новин, без зміни самої моделі комунікації [49]. Попри появу CD-ROM-видань і перших інформаційних баз даних, інформаційний ландшафт залишався одностороннім і централізованим.

Другий етап: поява інтернет-журналістики та гіпертексту (середина 1990-х – початок 2000-х років)

Другий етап ознаменувався виходом медіа в Інтернет, що стало початком розмивання монополії традиційних каналів на поширення новин. Інтернет-журналістика почала активно розвиватися завдяки можливостям публікації гіпертекстових матеріалів, які дозволяли користувачеві здійснювати нелінійну навігацію у межах контенту. Цей етап трансформував модель комунікації в напрямку «багато до багатьох» (many-to-many), започаткувавши процес деконцентрації інформаційної влади.

У цей період з'явилися перші онлайн-версії друкованих видань (наприклад, The New York Times Online, Guardian Unlimited), а також незалежні інформаційні портали й блоги, які вивели на арену нових акторів публічної комунікації — поза межами професійної журналістики. Крім того, розпочалась інтеграція мультимедійного контенту — фото, аудіо, відео — що започаткувало тренд конвергентної журналістики [25].

Третій етап: Web 2.0 і епоха соціальних медіа (2004–2010-ті роки)

Третій етап характеризується бурхливим розвитком платформ Web 2.0, які дозволили користувачам не лише споживати, але й створювати контент — зокрема у блогах, форумах, вікі-середовищах та, передусім, у соціальних мережах (Facebook, Twitter, YouTube, Reddit тощо). Уперше в історії медіа роль аудиторії перестала бути пасивною, і користувачі почали виступати як «проактивні контентмейкери» [12].

Цей період супроводжується формуванням нових норм журналістської практики, зокрема «мережевої журналістики» (networked journalism), що передбачає співпрацю професіоналів і користувачів у виробництві інформації [8]. Водночас посилюється ефект «інформаційної бульбашки» [48] та «фільтрованих реальностей», оскільки алгоритми персоналізують контент згідно з індивідуальними уподобаннями.

Четвертий етап: алгоритмізація і штучний інтелект у медіа (з 2015 року дотепер)

Останній на сьогодні етап — це етап глибокої алгоритмізації інформаційного середовища, коли штучний інтелект, машинне навчання, рекомендаційні системи та автоматизована журналістика (automated journalism) починають домінувати у способах виробництва та поширення новин. Платформи Google News, Facebook News, TikTok чи X (Twitter) керують споживанням контенту через алгоритми, що не лише фільтрують інформацію, а й формують користувацькі уявлення про світ.

З'являється явище робо-журналістики — коли новини автоматично генеруються на основі шаблонів (наприклад, у фінансовій чи спортивній журналістиці), а штучний інтелект використовується для фактчекінгу, аналізу соціальних трендів, прогнозування впливу новин [14]. Одночасно посилюються виклики, пов'язані з дезінформацією, deepfake, втручанням у вибори, що підриває довіру до медіа як інституції.

У цьому контексті сучасні дослідники говорять про постмедійну екосистему (post-media environment), у якій традиційні медіа, цифрові платформи, алгоритми та користувачі функціонують у складній взаємодії, розмиваючи межі між журналістикою, розвагами, особистою комунікацією та політичною агітацією [44].

Етапи цифровізації медіа — від комп'ютеризації до алгоритмізації — свідчать про глибоку структурну перебудову глобального медіапростору. Ці зміни мають як емансипаційний, так і ризиковий характер. З одного боку, вони підвищують інклюзивність комунікації, знижують бар'єри до участі в глобальному дискурсі та посилюють роль аудиторії. З іншого — створюють передумови для інформаційної фрагментації, поширення маніпуляцій та зростання комунікативної нерівності. Міжнародна комунікація в новому цифровому середовищі — це вже не просто інформування, а постійна боротьба за увагу, довіру і вплив, у якій головними гравцями стають ті, хто володіє даними, алгоритмами та мережами.

Сьогодні ключовими рушіями змін у глобальному медіапросторі стали соціальні медіа, стрімінгові платформи та технології обробки великих даних

(big data). Ці три компоненти докорінно впливають на структуру комунікаційних процесів, характер взаємодії між джерелами й аудиторією, а також на способи сприйняття й інтерпретації міжнародних подій. Вони формують нову екосистему, в якій контент стає персоналізованим, емоційно забарвленим і дедалі менш контрольованим традиційними журналістськими стандартами.

Упродовж останніх двох десятиліть соціальні мережі суттєво змінили логіку функціонування глобального медіапростору. Ці зміни охоплюють усі етапи інформаційного циклу — від створення й поширення контенту до його відбору, інтерпретації та споживання. Соціальні мережі зруйнували традиційну модель ієрархічного інформування, натомість сформувавши нову — децентралізовану, алгоритмічну та емоційно насичену. Загальні тенденції впливу соціальних мереж відображені на рис. 1.1.

1. Зміни у створенні інформації

Однією з найбільш помітних змін, пов'язаних із розвитком соціальних мереж, стало демократизування процесу виробництва інформації. Якщо раніше інформаційний порядок формували переважно професійні журналісти, то тепер завдяки платформам на кшталт Facebook, Twitter, YouTube, Instagram та TikTok будь-який користувач може створювати і поширювати новини, коментарі, аналітику або відео, що можуть набрати мільйонну аудиторію.

Це явище описується терміном «прод'юсеризм» (produsage) — концепцією, згідно з якою користувачі одночасно виступають і як споживачі, і як творці контенту [12]. Замість жорстко структурованого розмежування між «журналістом» і «читачем» маємо ситуацію, коли блогери, стримери, активісти та навіть пересічні громадяни відіграють реальну роль у поширенні інформації про міжнародні події. Яскравим прикладом стали події повномасштабного вторгнення Росії в Україну, коли кадри з фронту, відео атак або документальні розповіді з місць подій першочергово поширювалися саме через особисті акаунти у Twitter, Telegram чи TikTok.

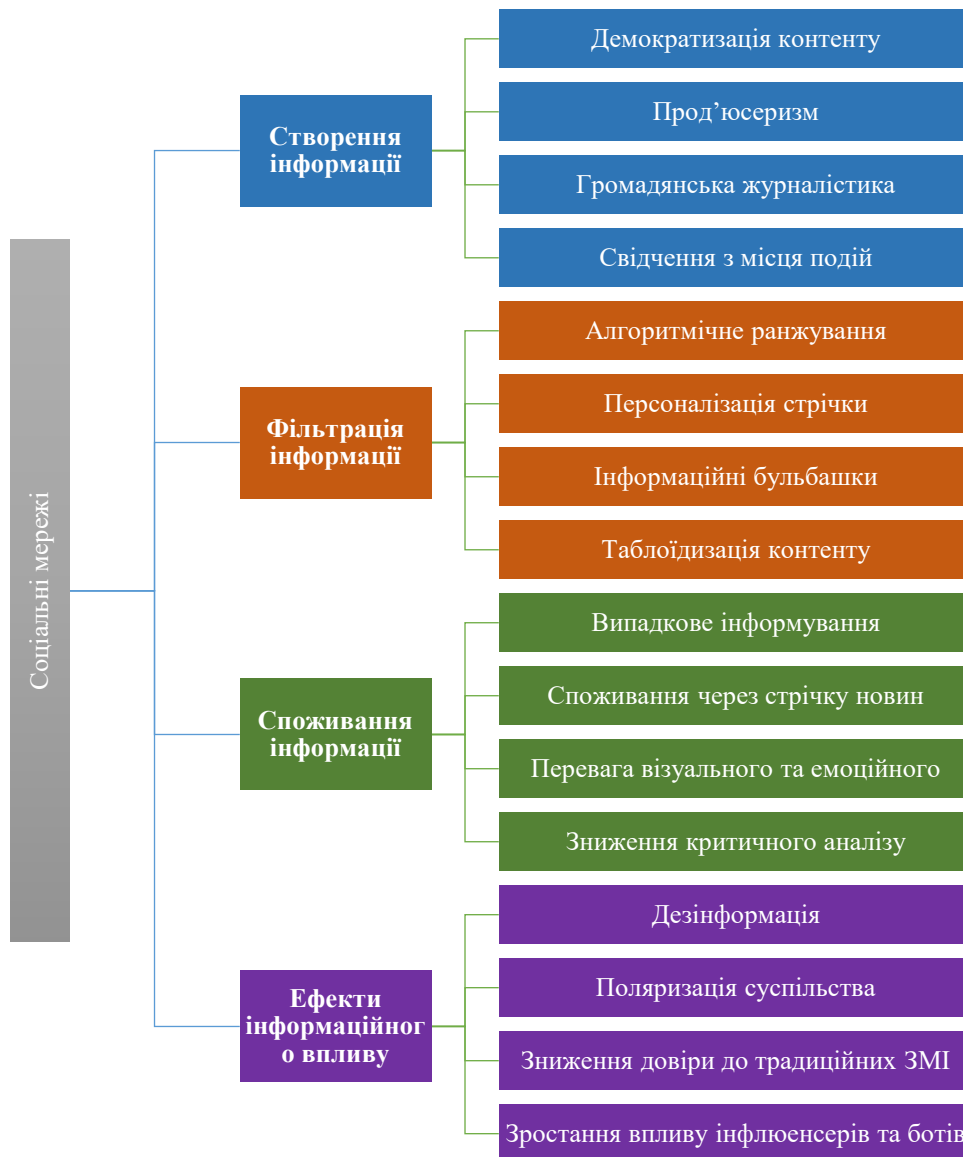


Рис. 1.1. Вплив соціальних мереж на створення, фільтрацію та споживання інформації

Примітка: створено автором

2. Алгоритмізація фільтрації контенту

Традиційно функцію відбору й перевірки новин виконували редакції ЗМІ. У соціальних мережах ці функції дедалі частіше передаються алгоритмам — системам, що автоматично визначають, який контент побачить користувач, на основі його попередніх дій, уподобань, тем пошуку та контактів [31]. У результаті інформація більше не подається у вигляді цілісної картини світу, а персоналізується під кожного користувача.

Це веде до формування так званих «інформаційних бульбашок», коли люди стикаються лише з тими повідомленнями, які збігаються з їхніми переконаннями, що поглиблює поляризацію суспільства. Водночас журналісти змушені адаптуватися до цієї нової логіки видимості: створювати «клікабельні» заголовки, візуальний контент і формати, що сприятимуть поширенню через алгоритми. Як наслідок — знижується аналітична глибина новин, посилюється фрагментарність подачі, зростає ризик маніпуляцій [48].

3. Переформатування споживання новин

Соціальні мережі також змінили сам підхід до споживання інформації. Якщо раніше люди цілеспрямовано зверталися до новинних сайтів, газет чи телебачення, то тепер інформація «знаходить» користувача сама, коли він гортає стрічку новин, спілкується з друзями або переглядає розважальний контент. Це явище отримало назву випадкового інформування (incidental news exposure) — коли новини з'являються у стрічці поруч із мемами, відео чи особистими історіями [57].

З одного боку, це зменшує бар'єр до отримання новин і робить інформацію більш доступною. З іншого — така подача часто не стимулює критичне осмислення або перевірку фактів. Користувач отримує інформацію у фрагментах, поза контекстом, і часто не має можливості або бажання заглиблюватися в деталі. Дослідження Reuters Institute (2023) показують, що у світі понад 60% людей отримують новини саме через соціальні мережі, проте рівень довіри до цих джерел є найнижчим [53].

4. Емоційність і нові центри впливу

Соціальні мережі суттєво підвищили роль емоцій у поширенні інформації. Контент, що викликає гнів, страх, співчуття чи обурення, має більші шанси стати вірусним [47]. Це змінює стилістику подачі: переважають заголовки, що шокують, короткі відео з драматичними кадрами, емоційні звернення. Усе це формує емоційно заряджене, часто фрагментарне уявлення про міжнародні події, яке складно співвіднести з фактологічною повнотою.

Окрім цього, соціальні медіа привели до появи нових центрів впливу. Серед них — інфлюенсери, блогери, активісти, які мають величезну аудиторію, але не зобов'язані дотримуватися журналістських стандартів. В умовах, коли довіра до традиційних ЗМІ знижується, користувачі дедалі частіше орієнтуються на тих, кого вважають «своїми» або «щирими». У результаті посилюється ефект фрагментації публічного простору, а також виникає ризик для безпеки — зокрема, у випадках цілеспрямованого поширення фейків чи пропаганди.

Продовжуючи аналіз трансформації цифрового медіапростору, важливо зосередити увагу на ролі стрімінгових платформ — таких як YouTube, Facebook Live, Instagram Live, Twitch, TikTok Live — у зміні інформаційного циклу. На відміну від традиційних ЗМІ, які функціонують у межах заздалегідь визначеного графіку, форматів і редакційної політики, стрімінг базується на реальному часі, візуальній інтенсивності та прямій взаємодії з аудиторією. Це докорінно змінює структуру міжнародної комунікації, виводячи на передній план нову логіку інформаційного потоку — без посередників, редакторських фільтрів та з постійною гнучкістю тем і форматів.

Стрімінгові платформи відкрили шлях до негайного, нефільтрованого інформування. Можливість транслювати події наживо безпосередньо з місця подій — протесту, гуманітарної кризи, бойових дій, політичної заяви — зробила стрім не лише інструментом розваги, а й засобом громадянської журналістики. Такі трансляції формують особливий тип «свідчення в реальному часі», який має підвищену емоційну силу та сприймається як більш автентичний [36].

Синхронність і непостановочність є двома основними характеристиками стрімінгового формату, що зміщують акценти у традиційній моделі журналістики. Контент більше не потребує довгого циклу підготовки — достатньо смартфона, стабільного з'єднання та аудиторії. Це знижує бар'єри до участі у публічному дискурсі, проте водночас зменшує рівень перевірки

інформації, підвищуючи ризики поширення чуток або неправдивих даних у реальному часі [26].

На відміну від традиційних медіа, де контент фільтрується редакцією, у стрімінгових платформах процес фільтрації майже повністю алгоритмізований. Рекомендаційні системи — особливо у TikTok, YouTube і Twitch — обирають, які трансляції просувати, на основі таких змінних як взаємодія аудиторії, час перегляду, кількість коментарів і вподобань. У результаті, видимість контенту визначається не якістю або суспільною важливістю, а рівнем залучення аудиторії, що стимулює поширення видовищного, конфліктного або емоційного матеріалу [22].

Відтак, стрімінг стає простором змагання за увагу, у якому користувачі змушені постійно адаптувати формат подачі: використовувати клікбейтні заголовки, драматичні візуальні ефекти або навіть штучно створювати «гарячі» теми для утримання переглядів. Це, як зазначає Ф. Наполі, підриває структурну роль журналістики як наглядача і переводить медіапрактики у площину маркетингової поведінки, орієнтованої на алгоритм [44].

Споживання інформації на стрімінгових платформах також зазнало значної трансформації. Воно стало відеоцентричним. Більшість користувачів віддають перевагу візуальній формі подачі новин, особливо якщо вона супроводжується живим коментарем або емоційною реакцією автора. Це підвищує рівень емоційного залучення, але часто відсуває на задній план критичне осмислення змісту [47]. Крім того, ефект спільного перегляду (co-viewing), притаманний стрімінговим платформам, сприяє колективному обговоренню подій у чатах і коментарях. Це надає інформації рис інтерактивності, однак часто веде до переважання емоцій над фактами, поширення фейків у реальному часі та підсилення поляризованих думок [38].

Особливе значення стрімінг набуває у контексті міжнародної журналістики та глобальної публічної сфери. Завдяки можливості транслювати події у реальному часі, стрімінгові платформи стали альтернативним каналом зовнішньої комунікації для країн, організацій,

активістів. Наприклад, урядові пресконференції, доповіді з місць бойових дій або міжнародні форуми (на кшталт G7) дедалі частіше транслюються напряму, без участі традиційних медіа.

Це дозволяє мінімізувати редакційне спотворення, проте також підвищує ризики односторонньої комунікації, коли глядач отримує лише те, що транслює одна зі сторін. У воєнних і політичних конфліктах це часто використовується як елемент інформаційної війни — з метою формування емоційного нарративу або делегітимізації опонента [3].

Ще одним аспектом, який суттєво впливає на сучасний медіапростір, є технології обробки великих даних. Поняття Big Data — великі дані — вийшло далеко за межі суто технічної або статистичної категорії. У сфері медіа та міжнародної комунікації воно позначає фундаментальні зміни в логіці функціонування інформаційного середовища, де збір, обробка та використання масивів даних стають ключовим ресурсом влади, впливу та регуляції публічного дискурсу. У медіапросторі цифрової доби Big Data відіграють системоутворюючу роль, визначаючи, хто що бачить, у який момент і в якому контексті, а також формуючи нові типи взаємодії між медіаакторами, аудиторією та алгоритмами.

У традиційному медіапросторі головною одиницею вартості був контент. У цифровому середовищі, натомість, вирішальну роль відіграють дані про користувачів — їхню поведінку, реакції, переваги, час перегляду, місце перебування, пристрої, з яких вони отримують інформацію. Кожна взаємодія — перегляд відео, лайк, репост, коментар — стає елементом поведінкової матриці, яка дозволяє точно моделювати патерни споживання інформації та прогнозувати реакції аудиторії [5].

У цьому сенсі великі дані стають новою формою інформаційної влади. Як зазначають Н. Коулдрі та У. Меджіас, цифрові платформи здійснюють «датафікацію» суспільного життя — тобто перетворення соціальної поведінки на машинно оброблювані дані, що використовуються для оптимізації впливу. Наприклад, новинний сайт або соціальна мережа не лише реєструє, яку статтю

прочитав користувач, а й час читання, швидкість прокручування, реакції на візуальні елементи — і все це використовується для подальшої персоналізації інформаційної стрічки [21].

Одним із ключових наслідків використання Big Data у медіа є алгоритмічна персоналізація. На відміну від редакційного відбору, де теми визначаються суспільною важливістю, у цифровому середовищі порядок денний формується автоматично — згідно з тим, що, ймовірно, викличе інтерес конкретного користувача [44]. Цей процес не є нейтральним — він створює так звану «архітектуру вибору», у якій видимість інформації залежить від попередніх дій користувача, а не від загальної цінності повідомлення.

Така персоналізація призводить до фрагментації публічного простору, коли різні групи споживають абсолютно різні версії новинної реальності. Це не лише підриває ідею спільного інформаційного поля, але й зменшує ймовірність контакту з альтернативними поглядами, що сприяє поляризації суспільства, радикалізації думок і утвердженню когнітивних упереджень.

Big Data лежать в основі алгоритмів рекомендацій, які керують стрічками новин у Facebook, Instagram, TikTok, YouTube та інших платформах. Ці алгоритми вирішують, який контент показати, в якому порядку, з якими супровідними елементами (наприклад, схожі відео, тренди, добірки). Вони не тільки обслуговують інтерес користувача, а й управляють його поведінкою, часом перебування на платформі та рівнем взаємодії з контентом [31].

Це означає, що в сучасному медіапросторі видимість контенту визначається не його змістовою вартістю, а статистичним прогнозом його привабливості, що створює виклик для журналістики як сфери суспільного інтересу. Такі алгоритмічні механізми не мають вбудованих критеріїв правдивості, збалансованості чи етичності. Як наслідок, фейковий або сенсаційний контент часто має вищий рейтинг, ніж якісна аналітика чи перевірена інформація [56].

Big Data дозволяють персоналізувати подачу новин, а також передбачати поведінку аудиторії з високим рівнем точності. Це

використовується у політичному маркетингу, інформаційних кампаніях, рекламі, маніпуляціях громадською думкою. Одним із найвідоміших прикладів стала справа Cambridge Analytica, де поведінкові дані користувачів Facebook використовувались для мікротаргетингу політичних меседжів у США, Великій Британії, Кенії, Індії та інших країнах [34].

У міжнародному контексті Big Data стають інструментом інформаційного впливу: держави, корпорації або неформальні групи можуть створювати мікроспрямовані наративи, розраховані на конкретні сегменти аудиторії — з урахуванням мови, політичних переконань, релігійної належності чи історичного досвіду. Це змінює саму природу міжнародної комунікації: замість універсальних меседжів для всіх — персоналізовані інформаційні бульбашки, керовані штучним інтелектом.

1.3. Основні теоретичні підходи до аналізу висвітлення міжнародних подій

Сучасний аналіз висвітлення міжнародних подій у глобальному інформаційному середовищі вимагає міждисциплінарного підходу, який поєднує інструментарій комунікативних, медіа- та політичних наук. Нижче розглянуто ключові теоретичні рамки, які дозволяють інтерпретувати закономірності та механізми представлення міжнародних тем у цифровому медіапросторі.

У межах сучасних досліджень міжнародної комунікації теорія інформаційної екосистеми виступає як один із ключових підходів до аналізу складної, взаємопов'язаної структури глобального медіапростору. Вона базується на уявленні про інформаційне середовище як інтегровану, багаторівневу систему, у якій різноманітні актори — медіаорганізації, урядові установи, транснаціональні корпорації, технологічні платформи, громадські об'єднання, цифрові інфлюенсери — взаємодіють між собою через технологічно опосередковані канали для виробництва, циркуляції та споживання інформації.

Один із витоків цієї теорії можна простежити у моделі медіазалежності, де наголошується, що залежність індивідів і соціальних систем від медіа зростає пропорційно до складності суспільства та значущості інформаційних потоків для прийняття рішень [7]. Цей підхід у подальшому трансформувалася у поняття «інформаційної екосистеми», яке передбачає розгляд комунікації як нелінійного процесу, де ключові значення мають не лише зміст повідомлень, а й способи їх адаптації, ретрансляції, локалізації та інтерпретації різними аудиторіями.

У контексті висвітлення міжнародних подій інформаційна екосистема функціонує як динамічне поле взаємодії традиційних ЗМІ (газет, телевізійних корпорацій), цифрових платформ (YouTube, TikTok, X/Twitter), офіційних урядових джерел, громадянської журналістики та генеративних алгоритмів, що визначають видимість і пріоритетність інформації. В умовах багатовекторної конкуренції між наративами, інформація циркулює не в унітарному потоці, а у вигляді поліфонії інтерпретацій, де кожен елемент системи вносить свої когнітивні та культурні фільтри. Таким чином, міжнародні події можуть репрезентуватися по-різному в залежності від платформи, мови, алгоритмічних налаштувань або ідеологічного контексту споживача.

Окрім цього, теорія інформаційної екосистеми дозволяє врахувати зростаючу роль нефізичних агентів — таких як штучний інтелект, рекомендовані системи та моделі машинного навчання — у формуванні траєкторій інформаційного споживання. Це, своєю чергою, зумовлює зміщення акцентів із вертикальної моделі комунікації (від ЗМІ до аудиторії) на горизонтальні та мережеві структури, де користувач виступає як і споживач, і ретранслятор, і творець контенту.

Загалом, теорія інформаційної екосистеми надає аналітичні інструменти для розуміння того, як у цифрову епоху здійснюється виробництво та інтерпретація міжнародної інформації в умовах надлишку джерел, багатомовності, нестабільності довіри та гібридності медіаканалів.

Важливою для розуміння функціонування міжнародної комунікації та висвітлення міжнародних подій є теорія медіацізації. Вона фокусується на тому, як медіа трансформують соціальні інститути, культурні практики, політичні процеси та міжособистісну комунікацію, поступово перетворюючись із простих каналів передавання повідомлень на структуротворчі сили. Згідно з цим підходом, медіа не є зовнішнім елементом по відношенню до суспільства — вони пронизують усі його сфери, змінюючи способи виробництва смислів і взаємодії [20].

Н. Коулдрі та А. Хепп наголошують на тому, що процес медіацізації є водночас історичним, технологічним і культурним. Він передбачає не лише зростання обсягів споживання інформації, а передусім — зсув у логіці функціонування інституцій, які починають підлаштовуватися під вимоги медіа: стислості, візуальності, драматичності, повторюваності. Таким чином, навіть дипломатичні або безпекові події, що за своєю суттю можуть бути складними або довготривалими, репрезентуються публіці у формі швидкоплинних, емоційно забарвлених повідомлень [20].

У сфері міжнародної комунікації це означає, що висвітлення міжнародних подій дедалі більше підпорядковується медіалогіці — специфічній логіці функціонування цифрових і традиційних ЗМІ. Вона вимагає персоналізації (висвітлення через образи конкретних осіб), драматизації (зосередження на конфліктах, кризах, загрозах), темпоральної уривчастості (фрагментарної подачі подій) і візуалізації (домінування зображень над аналітичним контекстом). Цей феномен добре помітний під час міжнародних криз — зокрема, війни в Україні, збройних конфліктів у Сирії чи палестино-ізраїльського протистояння, де медійні образи часто витісняють комплексний аналіз.

Відтак згідно з теорією медіацізації, медіа не просто «віддзеркалюють» реальність — вони стають активними акторами, які структурують публічну сферу і впливають на дипломатичні процеси, формуючи уявлення про міжнародну політику в масовій свідомості.

В умовах функціонування глобальних комунікацій, де інформаційні потоки перетинають державні кордони миттєво, постає потреба у розумінні того, як ці новини інтерпретуються та сприймаються в різних суспільствах. Саме тут ключову роль відіграє теорія фреймінгу, яка дозволяє пояснити, чому одна й та сама міжнародна подія може набувати різних значень і викликати протилежні реакції в залежності від того, як вона представлена у медіа. Її витоки пов'язані з працями соціолога Е. Гофмана, який описав фрейми як «схеми інтерпретації», що дозволяють індивідам упорядковувати свій досвід та надавати сенсу навколишньому світу. У цьому розумінні фрейми функціонують як когнітивні структури, які допомагають виділяти певні аспекти реальності, ігноруючи інші.

Фреймінг у медіаінтерпретації — це процес вибору та акцентування окремих елементів події, що формують специфічне розуміння ситуації у свідомості аудиторії. Американський дослідник Р. Ентман конкретизував цю концепцію, запропонувавши операційну модель фрейму, яка виконує чотири основні функції: визначення проблеми, приписування причин, моральна оцінка та рекомендація щодо вирішення. За словами дослідника, фрейм — це не просто набір ключових слів або образів, а структурна модель, що впорядковує інформацію й формує когнітивний простір для її сприйняття [27].

У сфері міжнародної комунікації фреймінг виступає інструментом не лише журналістського пояснення подій, а й геополітичного впливу. Новини про конфлікти, дипломатичні саміти, терористичні акти або гуманітарні катастрофи не подаються в «чистому» вигляді — вони завжди репрезентуються через певну систему акцентів, пояснень і моральних оцінок. Наприклад, у висвітленні війни в Україні одні медіа можуть фреймувати події як «боротьбу за національне визволення», інші — як «міжнародну загрозу», а ще інші — як «спецоперацію», що має на меті захист «своїх» територій чи співвітчизників. Таким чином, фреймування дозволяє різним акторам — державам, медіакомпаніям, міжнародним організаціям — задавати власний кут зору на події та впливати на суспільну думку.

Особливо важливим є той факт, що фрейми здатні структурувати моральне поле міжнародної політики. Наприклад, коли гуманітарну кризу подають у категоріях «жертв» і «агресорів», це створює рамку, яка не лише описує ситуацію, але й задає етичну норму — хто має бути підтриманий, а хто осуджений. Як відзначають сучасні дослідники, фрейми не є лише інструментами пояснення, а й механізмами легітимації або делегітимації політичних акторів, стратегій і рішень [52].

У цифровому середовищі теорія фреймінгу отримала нове звучання. Соціальні медіа і стрімінгові платформи створюють умови для конкуренції фреймів, коли наративи різних акторів циркулюють паралельно — в офіційних заявах урядів, блогах, відеотрансляціях, мемах та постах у соцмережах. Це ускладнює контроль за домінантною інтерпретацією і сприяє фрагментації публічного простору, де окремі групи сприймають однакову подію крізь різні «лінзи». Водночас алгоритмічне підсилення резонансного контенту (тобто фреймів, що викликають сильні емоції) сприяє радикалізації поглядів та посиленню інформаційних розломів у суспільстві.

Продовжуючи аналіз ключових теоретичних підходів до вивчення міжнародної комунікації, доцільно звернутися до теорії встановлення порядку денного, яка в умовах цифрової трансформації набула нових форм реалізації та впливу на глобальну інформаційну повістку. Теорія встановлення порядку денного (agenda-setting), запропонована М. МакКомбсом і Д. Шоу, стала однією з найвпливовіших у дослідженні впливу медіа на громадську думку. У її класичному формулюванні стверджувалося, що медіа не кажуть аудиторії, що саме думати, але значною мірою визначають, про що слід думати. Таким чином, новинні редакції виступали «воротарями» (gatekeepers), які відбирали теми, надаючи їм пріоритет і, відповідно, впливали на суспільну увагу та політичний порядок денний [40].

Проте із приходом цифрової епохи, зростанням популярності соціальних мереж і автоматизованих систем відбору контенту, класична модель agenda-setting зазнала глибокої трансформації. Як підкреслюють сучасні науковці,

сучасне середовище характеризується так званим «мережевим порядком денним» (networked agenda-setting), де центральну роль у формуванні інформаційних пріоритетів відіграють не лише журналісти, а й звичайні користувачі, інфлюенсери, алгоритми персоналізації, краудсорсингові платформи й технології візуалізації трендів (Google Trends, Twitter Trending, TikTok For You Page тощо) [42].

Ця децентралізація виробництва та поширення інформації означає, що міжнародні події більше не потрапляють у глобальний порядок денний виключно через редакційне рішення — їх «видимість» дедалі частіше визначається за логікою алгоритмічного підсилення. Контент, який генерує активну взаємодію (лайки, шері, коментарі, перегляди), отримує перевагу у цифрових стрічках новин, незалежно від його фактичної важливості чи суспільної значущості. Як зазначає Е. Чедвік, , цифрові платформи створюють нову екологію публічності, де порядок денний формується через сукупність поведінкових патернів мільйонів користувачів, а не інституційних редакторів [17].

У міжнародному контексті це має кілька важливих наслідків. По-перше, порядок денний стає фрагментованим: одна й та сама подія (наприклад, збройний конфлікт, саміт G20 чи природна катастрофа) може бути широко обговореною у певній локальній або мовній аудиторії, але залишатися майже непомітною для глобальної спільноти. По-друге, короткотривалість і мінливість уваги в соціальних медіа призводить до «швидкоплинної актуальності» (momentary relevance), коли міжнародна подія втрачає пріоритет уже за кілька днів, навіть якщо вона триває або має довгострокові наслідки [63].

По-третє, зростає значення візуальних та емоційно насичених елементів у просуванні порядку денного. Новини, які супроводжуються відео, фото або графікою, мають більше шансів потрапити в топ рекомендацій, що формує нову логіку помітності (visibility logic). У цьому контексті міжнародна журналістика змушена адаптуватися до цифрової «економіки уваги», де

важливим є не тільки повідомлення, а й його здатність до вірусного поширення.

Теорія agenda-setting у цифрову добу перестає бути виключно журналістським або медіацентричним підходом і трансформується в міждисциплінарну модель, що враховує поведінкові науки, алгоритмічне управління даними, мережеву динаміку та платформену політику. В умовах гібридного медіапростору, що об'єднує традиційні ЗМІ та соціальні медіа, питання формування міжнародного порядку денного стає не лише медійним, а й політичним, технічним і соціокультурним викликом.

У сучасних умовах гібридного інформаційного середовища та розмиття меж між державними й недержавними акторами в комунікаційному полі поняття «медіадипломатії» набуває особливої актуальності. Термін *media diplomacy* вперше був системно осмислений дослідником Ейтаном Гілбоа, який охарактеризував його як форму зовнішньої політичної комунікації, що здійснюється через медіа для впливу на міжнародну аудиторію, формування позитивного іміджу держави, просування її зовнішньополітичних наративів та впливу на прийняття рішень іншими суб'єктами міжнародних відносин. На відміну від класичної публічної дипломатії, медіадипломатія передбачає активне використання медіаплатформ як інструментів політичного впливу в реальному часі [30].

В умовах цифровізації зовнішньополітичних процесів медіадипломатія значно трансформувалася. Якщо раніше основними каналами дипломатичної комунікації виступали пресконференції, інтерв'ю посадовців і офіційні заяви, то сьогодні держави дедалі частіше застосовують інструменти цифрових медіа: офіційні акаунти міністерств закордонних справ у Twitter, YouTube-канали посольств, таргетовані рекламні кампанії в Facebook та Instagram, інтерактивні платформи для комунікації з громадянами інших країн. Такий перехід до нових форматів супроводжується не лише технічними змінами, а й глибокими концептуальними зрушеннями — у способах побудови

дипломатичних меседжів, методах аналітики реакції аудиторій та стратегіях інформаційного впливу.

Зокрема, в епоху соціальних мереж і стрімінгових платформ медіадипломатія базується на принципах швидкості, візуалізації та емоційної залученості. Трансляція міжнародних заходів у режимі реального часу, відеозвернення лідерів до іноземної аудиторії, використання популярних форматів (наприклад, сторіз або коротких відео) дозволяють долати традиційні бар'єри дипломатичної мови та формальності. Успішні приклади — акаунт Президента України у Twitter, онлайн-промови перед парламентами інших країн, кампанії зі збору міжнародної підтримки через платформи типу YouTube та TikTok, що активно використовуються з 2022 року у зв'язку з війною в Україні.

Водночас медіадипломатія стикається з викликами достовірності, фрагментації аудиторій і конкуренції за увагу. Через алгоритмічну логіку платформи не завжди забезпечують широкий доступ до дипломатичних меседжів — їхнє поширення залежить від здатності вбудовуватися у тренди, візуальні формати, стилістику платформи. Це, своєю чергою, спонукає дипломатичні структури адаптувати свою комунікацію, вдаючись до інфлюенсерських технік, персоналізації меседжів або використання культурних кодів, зрозумілих цільовій аудиторії.

Крім того, у рамках концепції медіадипломатії можна виділити і протилежний їй вектор — протидипломатію або негативне фреймування іміджу держав-суперників. Наприклад, дезінформаційні кампанії, інформаційні атаки або кампанії дискредитації через підконтрольні ЗМІ чи ботоферми у соціальних мережах можуть бути спрямовані на підрив легітимності міжнародних партнерів. У такому випадку медіадипломатія стає не лише інструментом презентації себе, а й засобом боротьби з чужими інформаційними наративами.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ ВИСВІТЛЕННЯ МІЖНАРОДНИХ ПОДІЙ У ЦИФРОВИХ МЕДІА

2.1. Структурні зміни в глобальному висвітленні міжнародних подій

Сучасна система висвітлення міжнародних подій зазнає глибоких трансформацій, зумовлених як технологічними інноваціями, так і змінами в економічних моделях функціонування медіа. Те, що ще кілька десятиліть тому було прерогативою професійних кореспондентських мереж із чіткими стандартами журналістики, нині дедалі більше поступається новим формам виробництва та розповсюдження інформації. На зміну закордонним бюро з постійними представництвами у ключових столицях світу приходять менш структуровані й часто нестабільні джерела — від громадянських журналістів до лідерів думок у соціальних мережах.

Ці зрушення не лише змінюють спосіб комунікації, а й переосмислюють саму природу міжнародної новини: її джерела, достовірність, візуальний стиль і канали поширення. У підрозділі буде розглянуто три ключові тенденції, що формують нову картину глобального інформування: зникнення «традиційних» кореспондентських мереж як елементу професійної журналістики; зростання впливу громадянської журналістики, яка дедалі частіше забезпечує перше повідомлення з місця подій; та зростання ролі інфлюенсерів, блогерів і нативної реклами у формуванні міжнародного порядку денного. Аналіз цих явищ дозволяє краще зрозуміти, як трансформується глобальний інформаційний ландшафт у добу цифрової медіареальності.

Зникнення традиційних кореспондентських мереж у висвітленні міжнародних подій можна розглядати як результат синтезу економічних, технологічних та безпекових чинників, що радикально трансформували спосіб виробництва й поширення новин за кордоном. У цьому розділі проаналізовано емпіричні дані про скорочення іноземних бюро, причини такого скорочення та практичні наслідки для якості міжнародного новинного покриття.

Протягом останніх двадцяти років численні дослідження фіксують стало зменшення кількості постійних іноземних кореспондентських пунктів у провідних медіакомпаніях. Наприклад, Brown University у дослідженні 2025 року відзначає, що лише вісім найбільших американських газет скоротили свої іноземні бюро на понад 60 % порівняно з початком 2000-х, водночас Newsday повністю припинила функціонування всіх 25 своїх закордонних відділень до 2011 року [61].

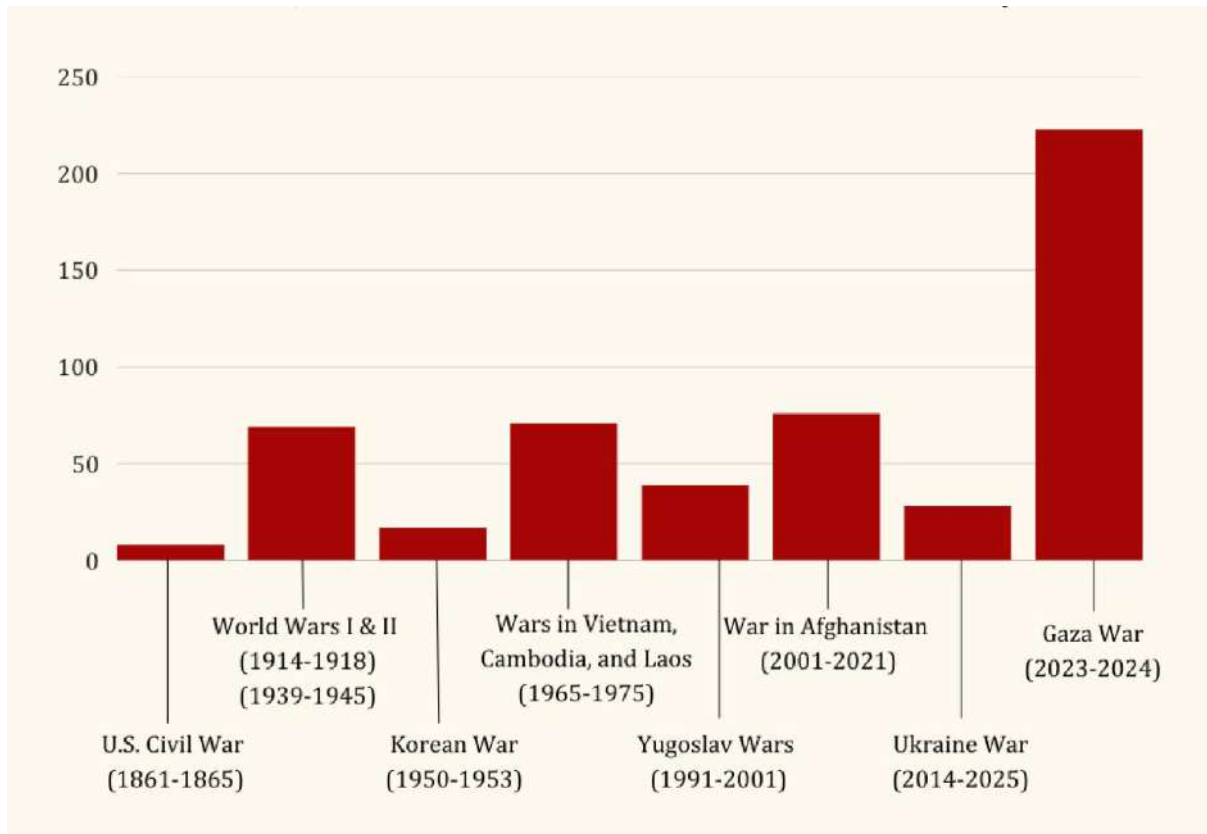


Рис. 2.1. Кількість журналістів та працівників медіа, вбитих під час війни

Примітка: Джерело [61]

У Канаді ситуація є особливо показовою: станом на 2024 р. іноземні бюро канадських ЗМІ майже зникли, що зумовлює відсутність можливості для молодих журналістів вибудувувати кар'єру іноземного кореспондента. За словами ветеранів галузі, ще на початку 2000-х у The Globe and Mail діяли бюро в таких мегаполісах, як Лондон, Вашингтон, Токіо, проте вже до 2024-го майже жодне канадське видання не вело власних регулярних репортажів безпосередньо з-за кордону [13].

До основних причин відмови від традиційних форм міжнародної журналістики належать

- 1) Економічна рентабельність та перебудова бізнес-моделей.
- 2) Технологічна трансформація та цифровізація.
- 3) Безпекові ризики та етичні дилеми.
- 4) Змінні уподобання аудиторії та конкуренція за увагу.

У традиційній моделі міжнародного репортажу редакції утримували власні офіси, покриваючи оренду, заробітну платню місцевого та закордонного персоналу, транспортування та обладнання. Починаючи з 2008–2009 рр., коли рекламні доходи друкованих ЗМІ впали майже на 40%, медіакомпанії почали переглядати видатки на іноземні бюро [50]. У США, наприклад, згідно з дослідженням Sambrook (2010), закриття іноземних бюро зменшувало операційні витрати на 20–30 %, дозволяючи редакціям перенаправити ресурси на цифровий розвиток. При цьому вартість утримання навіть малого бюро в столиці країни з дорогою орендою здебільшого перевищує потенційний дохід від локальної реклами або підписок на регіональні матеріали.

Поява швидкісного інтернету, мобільного зв'язку четвертого та п'ятого покоління і розвиток платформ для стримінгу дозволили редакціям здійснювати віддалений менеджмент міжнародних репортажів. За допомогою Zoom, VPN-сервісів та хмарних рішень кадрові менеджери можуть координувати роботу фрилансерів і локальних «стрингерів» без фізичної присутності штатного кореспондента. Професорка історії Northwestern University Д. Коен описує трансформацію ролі іноземних кореспондентів у сучасній журналістиці й зазначає, що протягом останніх двох десятиліть професія іноземного кореспондента зазнала значних змін через бюджетні скорочення та розвиток цифрових технологій. Багато новинних організацій закрили свої іноземні бюро, віддаючи перевагу роботі з фрилансерами або місцевими журналістами [19].

Остання хвиля збройних конфліктів — у Сирії, Ємені, Лівії та Україні — суттєво загострила небезпеку для журналістів, що працюють у зонах бойових дій. Згідно з дослідженням проєкту Costs of War Університету Брауна (2025), лише протягом 2024 року в середньому кожні три дні у світі гинув або зазнавав нападу журналіст, який висвітлював події в умовах збройного протистояння. Особливо вразливими виявилися місцеві репортери, які працювали без належного захисту та ресурсного забезпечення. Погіршення безпекових умов зумовило скорочення присутності досвідчених іноземних кореспондентів у гарячих точках, що, у свою чергу, негативно позначається на якості міжнародного висвітлення конфліктів і доступі світової аудиторії до верифікованої інформації. Це підкреслює не лише фізичні загрози для журналістів, але й загрозу інформаційному висвітленню збройних конфліктів у глобальному медіапросторі [61].

Внаслідок цього великі редакції не лише закривали бюро, а й відмовлялись від прямих репортажів із місць збройних сутичок, перелаштовуючись на використання лише офіційних заяв влади або матеріалів агентств – що, своєю чергою, зменшує різноманіття точок зору.

Іншою причиною відмови від іноземних бюро є те, що медіаспоживач значно стрімкіше отримує інформацію через соціальні мережі та агрегатори новин (Twitter, TikTok, Facebook, Google News). Згідно з дослідженням SmartNews, проведеним у квітні 2025 року, 71% американців споживають мало або зовсім не споживають міжнародних новин. Зокрема, 47% витрачають на це менше 30 хвилин на день, а 24% не звертаються до міжнародних новин взагалі. Натомість 63% респондентів приділяють понад 30 хвилин щодня національним новинам. Основною причиною відсутності інтересу до міжнародних новин 40% опитаних назвали саме брак інтересу [64].

Це створює «парадокс ближнього кола»: міжнародна інформація залишається в пріоритеті лише під час великих кризових подій, а більшу частину часу витісняється місцевими темами, що здешевлює мотивацію редакцій фінансувати іноземні бюро.

Як показує дослідження Н.Турса, *Newsday* – видання з Лонг-Айленду – ще в 1985–2005 рр. отримувало численні Пулітцерівські премії за міжнародне репортажне розслідування. Проте до 2011 року компанія повністю ліквідувала всі 25 своїх іноземних бюро, вбачаючи в утриманні кореспондентів збитковий напрямок [61]. Для прикладу, країни, з яких раніше виходили репортажі – Індія, Бразилія, Кенія – зникли зі списку пріоритетів. Результатом стало те, що замість власних матеріалів в *Newsday* дедалі частіше спирався на агенції (AP, Reuters) і перехоплював аналітику у глобальних медійних партнерів.

У статті *The Hub* йдеться, що майже всі великі канадські ЗМІ (*The Globe and Mail*, *National Post*, *CTV News*) до 2024-го припинили фінансування власних закордонних офісів. Вони почали залучати канадців-аборигенів із регіонів, де відбуваються події, або ж співпрацювати з місцевими агентствами. Наслідком цього стала втрата безпосереднього контакту з владою та експертами, що негативно позначилося на якості та оперативності репортажів із країн Східної Азії та Близького Сходу. Окрім цього, у Канаді зникли навіть ті професійні програми стажування для початківців, які колись дозволяли молодим журналістам здобути досвід закордонного репортажу: тепер їхню функцію виконують онлайн-курси й короткотермінові «віртуальні стажування» [13].

У 2023 році кілька провідних британських видань (*The Guardian*, *The Telegraph*) закрили свої офіси в Афганістані та Іраку, мотивуючи це низькою рентабельністю та загрозами життю співробітників. Водночас вони встановили мережу контрактних співпрацівників – «стрингерів», які працюють на умовах аутсорсингу, пишучи короткі замітки для сайту та надаючи фото- й відеоматеріали. Хоча цей підхід і дешевший у короткостроковій перспективі, він породжує брак глибинного аналізу через відсутність у «стрингерів» доступу до широкої мережі редакційних контактів і ресурсів [54].

Відсутність штатних кореспондентів у ключових регіонах світу призводить до суттєвого спрощення змісту міжнародного висвітлення. Як

показують сучасні дослідження, на прикладі масового видворення іноземних журналістів з Китаю у 2020 році, в таких умовах зростає залежність новинних організацій від офіційних джерел — пресрелізів урядів, повідомлень міжнародних інституцій або контенту з інформантів. Це обмежує можливість для незалежного збору інформації, а отже — і для репрезентації локального соціального, культурного та економічного контексту. У результаті новинні матеріали стають більш шаблонними, зосередженими на загальних або драматичних подіях (зокрема, збройних зіткненнях), тоді як вплив цих процесів на повсякденне життя місцевого населення часто залишається поза увагою. Така динаміка сприяє формуванню одновимірної картини міжнародної реальності, в якій інформація фільтрується через призму офіційної позиції, а не безпосереднього спостереження і репортерського аналізу на місці [24].

Іноземні кореспонденти традиційно виконували роль «наглядача» (watchdog), спрямовуючи увагу міжнародної спільноти на злочини, порушення прав людини, корупційні схеми. У відсутності власних бюро ця роль частково перейшла до міжнародних неурядових організацій (Human Rights Watch, Amnesty International), які публікують доповіді, але не використовують журналістські методи розслідування з усією повнотою (визначення джерел, перевірка фактів у декількох місцях). Як наслідок, міжнародна преса втрачає самостійну здатність здійснювати глибокі репортажі, а світова громадськість отримує спрощені сюжети, позбавлені місцевих перспектив.

Через закриття власних бюро багато ЗМІ почали використовувати контент від провідних агентств (Associated Press, Reuters), а також об'єднуватись у коаліції розслідувальної журналістики. Таке партнерство дозволяє зменшити витрати та зберегти хоча б частину іноземного висвітлення, проте воно теж має обмеження: агенції переважно фокусуються на фактах і цифрах, а розслідувальні об'єднання — на детальних розслідуваннях окремих тем. Отже, стандартизовані репортажі стають основною нормою, а глибинна аналітика місцевих контекстів зникає.

Зникнення традиційних кореспондентських мереж відповідає модельним уявленням у межах політичної економії комунікації, де медіа трактуються як бізнес-структури, які оптимізують витрати. У цьому контексті скорочення іноземних бюро є ілюстрацією логіки капіталізації та «витіснення» некомерційних функцій (наприклад, суспільно важливого інформування) [43]. Паралельно концепція «gatekeeping» також трансформується в бік «gatewatching» – коли традиційні воротарі інформації втрачають вплив, а аудиторія сама стає співтворцем і поширювачем новин, посилюючи роль агрегатів новинних скриньок (News aggregators) та платформ соціальних мереж [11].

Невід’ємною рисою процесу трансформації сучасного медіапростору є розвиток та зростання впливу громадянської журналістики. (citizen journalism). Вона перетворилася з епізодичного явища на потужний інструмент формування інформаційного простору й впливу на міжнародну комунікацію. Визначити громадянську журналістику можна як практику професійно неподготовлених осіб, які, використовуючи новітні інформаційно-комунікаційні технології (зокрема соціальні мережі, блоги, платформи для обміну відео), генерують, поширюють і коментують повідомлення новинного характеру. Головна відмінність такої журналістики полягає в її децентралізованості та відкритому доступі до створення контенту, що суттєво змінює динаміку традиційного медіапростору і розширює коло інформаторів до років неспостережуваних раніше груп населення [2].

Зростання впливу громадянської журналістики пов’язане з глобалізацією та поширенням цифрових технологій, які знизили бар’єр входу до медіасфери. Протягом 2000-х років інтернет-платформи поступово перетворювалися з носіїв інформації у двосторонні середовища комунікації, де кожен користувач має змогу виступати як творець контенту. Наукові дослідження підкреслюють, що така трансформація прискорила процеси демократизації новинного виробництва, оскільки громадяни-спостерігачі

(citizen reporters) почали безпосередньо інформувати про події, які раніше обходили увагу традиційних ЗМІ.

Наприклад, у роботах Т. Глосер, Н. Джуррата та С. Отінга досліджується роль соціальних мереж у формуванні новинних дискурсів, де громадянська журналістика виступає як каталізатор зміщення фокусів традиційних медіа з централізованого виробництва до гібридного, мультитрансмедійного виробництва інформації [4].

Емпіричні дослідження демонструють, що критичним моментом у становленні громадянської журналістики стала «Арабська весна» (2010–2012), коли учасники протестних рухів активно використовували Twitter, Facebook і YouTube для оперативного висвітлення вуличних подій та політичних репресій. Зокрема, команда сучасних дослідників проаналізувала твіти під час Єгипетської революції, які сприяли координації протестів і стали джерелом для світових медіа. Результати цього дослідження свідчать, що понад 70 % матеріалів про революційні події були ініційовані безпосередньо учасниками протестів, а традиційні журналісти орієнтувалися на контент, створений громадянами, для оперативної перевірки фактів і подальшого висвітлення [37].

Аналогічно, під час бостонського марафону 2013 року повідомлення очевидців із місця події через Twitter і Flickr допомогли розслідуванню вибухів, що стало прикладом взаємодії громадянської журналістики та офіційних органів безпеки.

У контексті російсько-української війни (з 2014 року і особливо з повномасштабного вторгнення 2022 року) громадянська журналістика набула особливого значення для міжнародної комунікації. Українські волонтери та активісти використовують Telegram-канали, YouTube-блоги й власні вебсайти для документування бойових дій, гуманітарної кризи, порушень прав людини. Наприклад, проєкт «Поплава» фіксує інциденти в прифронтових територіях, регулярно оновлюючи базу даних про пошкодження критичної інфраструктури й житлових об'єктів. Аналіз контенту показав, що інформація, створена громадянськими журналістами, використовується міжнародними

організаціями (наприклад, Human Rights Watch, Amnesty International) для формування доповідей і викриття воєнних злочинів.

У своїй роботі О. Харченко зазначає, що понад 60 % закордонних медіа («The Guardian», «Le Monde», «New York Times») активно посилаються на відео та світлини українських громадянських журналістів, оскільки доступ до оперативної інформації на місцях бойових дій є обмеженим для кореспондентів традиційних ЗМІ [4].

Значення громадянської журналістики для міжнародної комунікації полягає у зміні традиційних моделей побудови інформаційних потоків і розширенні каналів впливу на аудиторію за кордоном. По-перше, громадянська журналістика слугує новим ресурсом для агентів публічної дипломатії та м'якої сили – держав чи неурядових організацій, зацікавлених у поширенні власних наративів. Завдяки соціальним мережам повідомлення очевидців набувають глобального розголосу за лічені хвилини, що дозволяє оперативно реагувати на події й формувати міжнародні дискурси. У дослідженнях українських вчених підкреслюється, що українські Telegram-канали стали «інформаційним мостом» між українським суспільством і західними ЗМІ, сприяючи мобілізації міжнародної підтримки та гуманітарної допомоги [1].

По-друге, громадянська журналістика впливає на фреймінг і встановлення порядку денного у міжнародних ЗМІ. Роль Twitter під час останніх політичних криз (наприклад, події в Україні 2014 року) полягала не лише у передачі фактів, а й у встановленні акцентів на тих чи тих подіях. Громадянські журналісти, поширюючи власні репортажі та аналітичні нотатки, створюють конкуренцію традиційному медіапродукту, змушуючи його звертати увагу на «місцеві» контексти й особисті історії очевидців. Це змінює траєкторію міжнародних наративів, роблячи їх більш наближеними до життя «на місцях» [10].

Водночас громадянська журналістика стикається з низкою викликів, які безпосередньо впливають на її ефективність у міжнародній комунікації. Перш

за все, це проблема достовірності інформації: відсутність професійної підготовки, неможливість перевірити кожне джерело та маніпуляції з метою пропаганди чи дезінформації. Наприклад, під час медійної кампанії навколо катастрофи рейсу МН17 (2014) з'явилися суперечливі відео та зображення, поширені через соціальні мережі, що вимагало від міжнародних журналістів додаткових фактчекінгових заходів перед використанням такого контенту [2].

По-друге, існує ризик фрагментації аудиторії, коли споживачі спираються виключно на обрані ними Telegram-канали чи блоги, що посилює феномен інформаційних бульбашок і зменшує ймовірність формування спільного об'єктивного уявлення про подію серед міжнародної спільноти.

Незважаючи на ці обмеження, громадянська журналістика відіграє дедалі важливішу роль у побудові міжнародних дискурсів та формуванні іміджу конфліктів, криз та соціальних рухів. У перспективі її вплив може стати ще потужнішим завдяки розвитку технологій штучного інтелекту, що дозволять автоматизувати перевірку даних і швидше ідентифікувати фейковий контент, а також завдяки зростанню медіаграмотності серед населення, що підвищить загальний рівень критичного сприйняття інформаційних повідомлень.

Інфлюенсери, блогери та нативна реклама відображають суттєву трансформацію традиційних медіа-ландшафтів, спричинену цифровізацією та глобалізацією комунікацій. Інфлюенсер (від англ. «influencer») – це особа, яка завдяки сформованому онлайн-присутності та довірі аудиторії здатна впливати на думки, настрої та поведінку інших користувачів [62]. Блогери, у свою чергу, створюють регулярний авторський контент у форматі дописів, відео або подкастів, часто інтегруючи в нього власний погляд на теми, що можуть бути як локальними, так і глобальними.

Нативна реклама (native advertising) – це формат промо-контенту, укладений у форму, що максимально нагадує журналістський матеріал або звичайний пост платформи, але при цьому просуває комерційний чи іміджевий меседж [6]. Поєднання цих елементів – інфлюенсингу, блогінгу та

нативної реклами – створює нові канали взаємодії з міжнародними аудиторіями, оскільки дозволяє брендам та установам обхідними шляхами долати мовні бар'єри, культурні відмінності та цензурні обмеження.

Інфлюенсер-маркетинг дедалі частіше виступає стратегічним інструментом м'якої сили для держав та глобальних брендів. Зокрема, у сучасні дослідження демонструють, що інформаційна цінність контенту інфлюенсерів, їхня автентичність і схожість з аудиторією (homophily) зміцнюють парасоціальні зв'язки (parasocial relationships), що, своєю чергою, сприяє збільшенню довіри до бренду та готовності до придбання продукції.

У контексті міжнародної комунікації такі ефекти особливо важливі: наприклад, туристичні організації використовують інфлюенсерів для просування напрямків, де ключовим є формування позитивного враження в аудиторії інших країн [51]. Емпіричні дані вказують, що співпраця з інфлюенсерами підвищує впізнаваність туристичного бренду на 35–50 % у порівнянні з традиційними PR-акціями, оскільки відгуки «очевидців» сприймаються за більш правдиві та емоційно значущі.

Роль блогерів у глобальних дискурсах. Блогінг не обмежується лише індивідуальними оглядами: блогери можуть виступати ключовими ланками в ланцюгу бренд-комунікацій, особливо коли йдеться про нішеві тематики (технології, еко-ініціативи, мода тощо).

За допомогою блогів державні установи й неурядові організації формують власні міжнародні платформи, звертаючись до цільових груп за допомогою авторитетних місцевих авторів. Наприклад, під час пандемії COVID-19 кілька блогерів із різних країн стали посередниками між ВООЗ та міжнародною спільнотою, поширюючи інструкції з безпеки та розвінчання хибних тверджень у локальних соцмережах. Ці дії довели, що блогери, завдяки зосередженості на конкретній тематиці та регіональній особливості, здатні забезпечувати глибше емоційне залучення громадян різних країн, ніж багатотисячні банери чи аудиторні трансляції.

Нативна реклама відрізняється тим, що імітує формат редакційного матеріалу, що підвищує її ефективність: користувачі рідше сприймають її як явний маркетинговий меседж [6]. При цьому конгруентність між тематикою нативного оголошення та контентом платформи підвищує залученість аудиторії на 25–40 % порівняно з класичними банерами, що відіграє критичну роль у міжнародній контекстуалізації меседжу.

В епоху глобальних інформаційних війн або криз такі стратегії дозволяють державам (наприклад, через офіційні сайти або міжнародні медіа) публікувати матеріали про власну позицію, маскуючи їх під нейтральний аналітичний контент. Наприклад, у 2021 році кілька європейських країн розмістили нативні статті в американських онлайн-медіа про результати національних реформ, уникаючи відкритого PR-формату й водночас впливаючи на рішення інвесторів.

Туристичні напрямки, урядові програми з підтримки експорту та глобальні неурядові ініціативи все частіше залучають мікро-інфлюенсерів (до 100 тис. підписників) задля більшої автентичності. Так, у 2022 році VisitBritain запустили проєкт «Britain Like a Local», запросивши 15 локальних блогерів та інфлюенсерів із різних країн (США, Китай, Індія), щоб вони протягом двох тижнів проживали в невеликих містечках Англії та створювали контент про місцеву культуру. За даними аналітики, цей проєкт забезпечив 3,5 млн охоплень у соціальних мережах і сприяв 12 % зростанню кількості туристів із країн-учасниць у наступному сезоні.

Подібним чином Іспанська туристична рада (Turismo de España) у 2023 році здійснила колаборацію з блогерами-пляжними експертами з Росії, Бразилії та Південної Кореї: вміщені нативні матеріали про іспанські узбережжя здобули понад 2 млн взаємодій і збільшили прямі бронювання на 8 % у лютому–квітні 2023 року.

Разом з ефективністю приходять ризики: аудиторія може не одразу зрозуміти, що зіштовхується саме з нативним рекламним контентом або інфлюенсером, який отримує винагороду за просування. Як показують

дослідження, регуляторні органи в США, Канаді та Великій Британії вимагають чітких розкриттів (disclosures), але на практиці 30–45 % публікацій інфлюенсерів досі не містять відповідних позначок, що підвищує ризик дезінформації [6].

Крім того, феномен фільтр-бульбашок (filter bubbles) призводить до того, що аудиторія інфлюенсерів та блогерів може залишатися ізольованою у власному інформаційному просторі, що ускладнює формування одноманітного міжнародного наративу.

2.2 Геополітичний контекст і цифрові платформи

Окрім того, що цифрові платформи стали інструментами комунікації та розваг, вони набули й ролі важливих геополітичних акторів, що впливають на формування інформаційного простору, національну безпеку та міжнародні відносини. Регуляторна політика таких компаній, як Meta, Google та TikTok, а також алгоритмічні механізми, що визначають доступ до інформації, відіграють ключову роль у цьому процесі.

Здебільшого Meta, Google і TikTok заявляють про єдині глобальні принципи модерації та надання послуг. Однак практика демонструє, що ці корпорації усе більше змушені враховувати вимоги локального законодавства. Наприклад, Європейський Союз, із ухваленням Digital Services Act (DSA) та Digital Markets Act (DMA), зобов'язав Meta як Very Large Online Platform (VLOP) впровадити жорсткі процедури швидкого видалення «небезпечного» контенту (мови ненависті, екстремізму, дезінформації) протягом 24 годин після надходження скарги, а також публічно звітувати про ефективність модерації та кількість правових запитів від урядів (Регламент (EU) 2023/1234, 2023). Meta мусить також дотримуватися норм, що обмежують просування власних сервісів: згідно з DMA, компанія зобов'язана надавати користувачам можливість переносити свої дані в інші сервіси, а рекламодавцям — доступ до API без необхідності обходитися виключно через інтерфейси Meta (Регламент

(EU) 2022/1925, 2022). Одночасно у США Meta регулярно проходить слухання в Конгресі щодо алгоритмічних ризиків і впливу реклами на вибори: наприклад, після критики щодо проросійської реклами в 2016 році компанія запровадила окрему «Бібліотеку рекламних оголошень», де зберігаються всі платні політичні оголошення разом із даними про рекламодавця та бюджет (Meta, Ad Library).

Стандарти спільноти Meta — «Community Standards» — регламентують недопустимий контент: це насильство, ненависть, дезінформація тощо. Проте незважаючи на наявність цих правил, практична їхня реалізація часто затримується або вибірково застосовується. Так, під час етнічного конфлікту в М'янмі у 2017—2018 роках Facebook використовував локалізовані правила модерації, які не завжди ефективно блокували заклики до насильства проти рохінджа. Лише через значний тиск громадськості та правозахисних організацій платформа загалом оновила алгоритми виявлення мови ненависті, але значна частина «проблемного» контенту зберігалася в мережі занадто довго, сприяючи ескалації насилля [31].

Щодо Google, його основний акцент — на «нейтральності пошукової видачі». Проте в 2017 році Європейська комісія оштрафувала Google на 2,4 млрд євро за незаконне надання пріоритету власному сервісу Shopping у результатах пошуку. Після цього Google були змушені змінити алгоритми таким чином, щоб користувач міг сам обирати між маркетплейсами. Тим часом YouTube, що належить Google, стрімко розширює правила модерації: забороняються екстремістські матеріали, маніпулятивні політичні відео, контент із медичною дезінформацією. Наприклад, у 2020—2021 роках YouTube запровадив фактчекінг-панелі (fact-check panels) під відео про COVID-19 та політичні кампанії, що допомагає користувачам перевіряти достовірність тверджень.

Але навіть за умов жорстких стандартів Google далеко не завжди гарантує, що користувач побачить об'єктивний огляд подій. Під час протестів у Гонконзі 2019 року спостерігалася значна різниця в подачі інформації між

материковим Китаєм та західними країнами. У материковому Китаї, де Google заблокований, користувачі переважно використовують Baidu, який піддається жорсткій цензурі та контролю з боку уряду. Це призводить до того, що результати пошуку відображають офіційну позицію уряду щодо протестів. Натомість у більшості західних країн користувачі мали доступ до інформації з незалежних ЗМІ та блогерів, що забезпечувало більш різноманітне висвітлення подій.

Щодо відеоконтенту на YouTube, дослідження показують, що платформа має тенденцію до просування емоційно насичених сюжетів. Це пов'язано з алгоритмами рекомендацій, які спрямовані на максимізацію залучення користувачів. Такі алгоритми можуть підсилювати поляризацію аудиторії, оскільки користувачі частіше стикаються з контентом, що відповідає їхнім емоційним уподобанням, створюючи ефект "ехо-камери".

TikTok, порівняно з Meta та Google, використовує свої унікальні алгоритми для підбору контенту, зокрема через For You Page (FYP). Офіційні правила ByteDance передбачають швидке вилучення відео, що порушують локальне законодавство, зокрема матеріалів із ненавистю, екстремізмом або псевдонауковими твердженнями. Проте незалежні дослідники звертають увагу: контент, що має критичний характер стосовно уряду КНР, часто видаляється оперативніше, ніж інший політично нейтральний чи навіть опозиційний до інших держав. Це породжує сумніви щодо прозорості процесу модерації і фактичного впливу китайської материнської компанії на глобальний контент [35].

Ще одним потенційним джерелом контролю з боку китайської влади є політика збереження даних. ByteDance запевняє, що дані європейських користувачів зберігаються у дата-центрах ЄС, але незалежні журналісти і правозахисні організації постійно вказують, що материнська компанія в Китаї технічно здатна отримувати доступ до метаданих користувачів. Така невизначеність породжує занепокоєння щодо «цілісності» даних і можливості їхньої політичної експлуатації. Через це низка країн, зокрема Індія, заборонила

TikTok у 2020 році з міркувань «загрози національної безпеки», що суттєво вплинуло на ринок коротких відео в Південній Азії. У США аналогічна ініціатива триває й дотепер: у 2024 році Конгрес схвалив законопроект, який може зобов'язати ByteDance продати американський підрозділ TikTok, якщо зв'язки з китайською владою визнають небезпечними [35].

Усі три платформи — Meta, Google і TikTok — використовують власні регуляторні політики не лише для внутрішнього контролю, а й як інструмент глобального впливу. По-перше, вони визначають, які теми та повідомлення потрапляють на перші позиції в інформаційних стрічках великих аудиторій. Алгоритми ранжування та модерації, з одного боку, прагнуть боротися з дезінформацією й екстремізмом, а з іншого — можуть сприяти «цензурі» важливих суспільно-політичних дискусій у низці держав. По-друге, політика реклами та просування контенту стає засобом публічної дипломатії: через Meta чи TikTok країни поширюють культурні образи та державні меседжі там, де інші канали можуть бути заблоковані (наприклад, у Китаї чи Ірані). Міністерство закордонних справ Великої Британії чи Посольство США в Україні активно використовують соціальні мережі як частину цифрової дипломатії, розповсюджуючи відео, інфографіку та рекомендації, що формують позитивний імідж цих країн серед міжнародної аудиторії. По-третє, у періоди кризових ситуацій або виборчих кампаній регуляторні обмеження, накладені ЄС, або їхня відсутність у США означають різну швидкість реагування на виклики. Наприклад, під час війни в Україні (з 2022 року) YouTube і Facebook активно маркували або видаляли контент, пов'язаний із військовими діями, а TikTok через побоювання можливостей доступу китайської влади став об'єктом постійних спроб регулювати або навіть заборонити в окремих країнах.

Поряд із перевагами—широким охопленням аудиторії, можливістю миттєво реагувати на події та формувати міжнародні дискурси—ці платформи несуть і значні ризики. З одного боку, алгоритмічне просування емоційно зарядженого або поляризованого контенту може роздмухувати конфлікти та

поглиблювати розбіжності між групами; з іншого— обмеження на політичну рекламу та контроль над «платним просуванням» можуть призвести до того, що навіть важливі суспільні повідомлення залишаться непоміченими для широкої аудиторії. Утім, саме під тиском державних регуляторів— здебільшого ЄС—компанії змушені старанніше боротися з дезінформацією, публікувати прозорі звіти про виконану модерацію та надавати громадськості інструменти для моніторингу політичних оголошень.

До того ж цифрові платформи дедалі більше розглядають як арену «гібридної війни»: тут поєднуються класичні пропагандистські методи з високотехнологічними способами впливу, серед яких — накрутка бот-акаунтів, штучне посилення певних наративів через SEO-атаки або розповсюдження «фейкових» відео. Зважаючи на це, в низці країн розробляються національні концепції «цифрового суверенітету», які передбачають обов'язкову локалізацію даних користувачів і контроль над алгоритмами.

Цифрові алгоритми стають не просто технічними механізмами сортування контенту, а структурними елементами медіагеополітики: вони формують «інформаційні кордони» між групами користувачів і визначають, як саме різні спільноти сприймають одні й ті самі події. Стратегічно важливо враховувати, що алгоритм ніколи не залишається нейтральним: його рішення закодовані з урахуванням комерційних інтересів, корпоративних переконань та зовнішнього тиску регуляторів. Через це результатом навчання алгоритму стає саме те, що відповідає загальній бізнес-моделі та зовнішнім обмеженням — від місцевих законів до міжнародних нормативів.

Однією з вихідних точок аналізу є робота С. Ноубла, яка демонструє, що результати пошукових запитів відображають не лише релевантність, але й комерційну вигоду платформ і нерідко навіть суспільні стереотипи. Стівен Нобл наводить приклади, коли пошукові системи віддають перевагу комерційним сайтам із платної реклами або ж підтримують усталені соціальні кліше стосовно певних етнічних і культурних груп. Такий алгоритмічний ухил

створює нерівний доступ до правдивих джерел інформації, особливо для груп із меншими бюджетами на просування контенту або тих, хто перебуває поза увагою великих корпорацій [45].

Питання співвідношення алгоритмічних інтересів платформ і державних нарративів є ключовим для розуміння нової географії інформаційного простору. Дотепер у науковій літературі наголошувалося, що алгоритми можуть або підтримувати офіційні точки зору, якщо ті узгоджуються з бізнес-цілями, або блокувати альтернативні погляди, якщо вони загрожують корпоративним або урядовим інтересам. Водночас рідко звертають увагу на те, як саме громадянські ініціативи та незалежні спільноти реагують на це і намагаються протистояти алгоритмічній цензурі.

У контексті інформаційного спротиву слід згадати приклади проєктів, які використовують відкриті протоколи пошуку або VPN, щоб оминати географічні обмеження та перевіряти правдивість джерел. Зокрема, CrowdTangle (належить Meta) і низка незалежних інструментів фактчекінгу допомагають виявляти маніпулятивний контент. Подібні ініціативи дозволяють журналістам і дослідникам аналізувати тренди в різних регіонах і тим самим розривати «інформаційні бульбашки».

Ще один унікальний аспект медіагеополітики—це роль «алгоритмічної суб'єктивності» в умовах конфліктних ситуацій. Виявляється, що алгоритми можуть непередбачувано посилювати вплив певних ключових слів чи хештегів, які підвищують залученість, а це, своєю чергою, може призвести до глобального розповсюдження одного нарративу на користь тактичного чи стратегічного гравця. Такий ефект передбачає, що алгоритми налаштовані на максимізацію часу взаємодії користувача, тому емоційно збурливий контент поширюється швидше. Наприклад, у періоди кризових подій—що це були б масові акції протесту чи пандемія — алгоритми «обирають» ті відео й тексти, які викликають найсильнішу реакцію, незалежно від їхньої фактичної достовірності. Така ситуація блокує доступ до об'єктивних матеріалів і замикає аудиторію в миттєвому емоційному сприйнятті [60].

Університетські дослідження зосереджуються також на морально-етичних наслідках такого алгоритмічного впливу. Відсутність прозорості (opacity) алгоритмів ускладнює розуміння того, за якими критеріями відбирається «важлива» інформація. Тому постає питання «алгоритмічної відповідальності»: чи можуть платформи бути змушені розкривати базові принципи роботи своїх алгоритмів, щоби користувачі та регулятори зрозуміли, чому один матеріал піднімається в тренди, а інший — наче залишається в тіні? Пропонують різні підходи: від часткового розкриття структурних атрибутів алгоритму до створення незалежних комісій із представників держави, громадянського суспільства та академічних кіл для аудиту алгоритмічних рішень.

Ще більшою мірою медіагеополітика демонструє свою новизну через явище «інформаційного суверенітету» (digital sovereignty). Держави дедалі частіше прагнуть встановлювати власні правила для глобальних платформ: наприклад, вимогу зберігати дані користувачів на території країни або санкції проти тих, хто відмовляється виконувати локальні норми¹. Водночас у науковій спільноті з'являються дослідження, які аналізують як таке регулювання впливає на свободу слова та права громадян отримувати альтернативні точки зору. Ці роботи підкреслюють, що намагання ізолювати національний сегмент Інтернету (інформаційний тоталітаризм або крайній контроль) можуть призвести до втрати стимулів для розвитку власних технологічних рішень та до формування закритих «інформаційних бульбашок», що контрастує з ідеєю глобальної мережі.

¹ Kingma D. An EU solution to a Chinese app: Regulatory approaches towards TikTok's risks. Leiden Asia Centre. 2023. URL: <https://leidenasiacentre.nl/wp-content/uploads/2023/09/Kingma-Daan-TikTok-report-.pdf>

РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНИЙ АНАЛІЗ ВИСВІТЛЕННЯ МІЖНАРОДНИХ ПОДІЙ У ЦИФРОВИХ МЕДІА: ДОСЛІДЖЕННЯ КЕЙСУ ВІЙНИ РФ ПРОТИ УКРАЇНИ

3.1 Аналіз висвітлення повномасштабного вторгнення РФ в Україну на ресурсах «Української Правди»

У січні 2025 року на сайті «Української правди» з'явилася низка публікацій, присвячених війні Росії проти України. Змістовний і жанровий аналіз цих матеріалів дає змогу окреслити ключові тенденції у висвітленні війни, пріоритетні теми для українського медіапростору та особливості комунікаційних стратегій, до яких вдаються автори видання. Всього упродовж місяця вийшло щонайменше 25 текстів, які прямо або опосередковано стосуються теми війни (Додаток А). Це інтерв'ю, аналітичні огляди, репортажі, публіцистичні колонки та історії з життя, об'єднані спільною тематикою — осмисленням війни в її різних вимірах: політичному, соціальному, гуманітарному, технологічному та історичному.

Однією з найпомітніших тенденцій у цих матеріалах є акцент на міжнародному політичному контексті війни. Наприклад, аналітична стаття Майкла Формана та Чарльза А. Купчана «Мир, що суперечить інтересам Трампа» аналізує потенційний вплив зміни політичного керівництва у США на перспективи українсько-американських відносин. У статті «Три уроки війни з Росією» Ніку Попеску окреслює потребу Європи у власному оборонному виробництві, що свідчить про глибоке переосмислення європейських безпекових стратегій.

У публікації Української правди «Військові бази, взаємна оборона і не лише...» про підписання Сторічної угоди між Україною та Великою Британією вибудовується дискурс довготривалого партнерства як інструменту гарантування національного виживання, євроатлантичної інтеграції та геополітичного утвердження України. У матеріалі простежуються риторичні,

семантичні та політичні механізми, що формують уявлення про угоду не як символічний жест, а як структурну зміну у безпековій архітектурі Європи.

Уже в заголовку статті фігурує риторика розширення й стабілізації — «і не лише» сигналізує про багатовекторність домовленості, тоді як сам факт укладання угоди на сто років є дискурсивним актом, спрямованим на встановлення передбачуваності у світовому середовищі, що переживає постійні кризи.

Фрази на кшталт «угода розширює співпрацю... та продовжує її з десятирічного на сторічний термін» та «співпраця з Британією має бути дійсно довгостроковою» закріплюють риторичну надійного союзництва, яке не обмежується війною проти РФ, а проектується у постконфліктне майбутнє. Саме цим матеріал протиставляється риторичі «тимчасової підтримки» та «гуманітарної допомоги» — мова йде про структурне партнерство держав.

Особливе значення у тексті має дискурс воєнної інфраструктури. Згадується: «Британія не виключає розміщення в Україні військових баз», хоча водночас уточнюється, що це «суто теоретична можливість». Така риторика виконує дві ключові функції:

Символічну — сигнал до РФ про потенційне поглиблення західної військової присутності;

Юридично-коректну — збереження вірності Конституції України (стаття 17).

У цій амбівалентності фіксується дискурс гнучкої легітимності, який одночасно апелює до політичної доцільності й конституційної норми, дозволяючи зберегти баланс між прагматизмом та національним правовим порядком.

Особлива увага в матеріалі приділяється дискурсу євроатлантичної інтеграції. Заявлений у тексті вектор: «найкращою гарантією безпеки для України є членство в НАТО», закріплює телологічну рамку — тобто бачення Альянсу як кінцевої мети.

Фраза «Лондон підтримує незворотний шлях України до вступу» демонструє спробу формалізувати цей шлях як політичну константу, незалежну від змін зовнішньої кон'юнктури. Таким чином, дискурс Альянсу не обмежується «підтримкою», а оформлюється як нормативна лінія розвитку, що посилюється через фрейм «оперативної сумісності», «морського компонента» та «реагування на загрози».

У тексті неодноразово наголошується на відмінності між юридично зобов'язуючим текстом угоди та політичною декларацією, в якій міститься конкретика. Зокрема: «...документ простіше змінити — що, ймовірно, і було метою його укладачів».

Такий прийом демонструє реалістичний дискурс міжнародної політики, у якому інституційна гнучкість важливіша за жорстку правову зв'язаність. Декларація тут постає не як слабке місце угоди, а як інструмент адаптивності, що дозволяє підтримувати союз навіть у разі зміни внутрішньополітичних умов.

Новий елемент — взаємність: «якщо Україна чи Британія зазнають нападу з боку третьої держави...» — вибудовує дискурс симетричної відповідальності, який виводить Україну з позиції «залежного партнера» у позицію безпекового актора, здатного не лише отримувати, а й надавати допомогу.

Це ознака ревізії нерівності в партнерських стосунках: навіть якщо фактична вага учасників різна, обидві сторони зобов'язані до спільного реагування. Таке оформлення змінює саму граматику зовнішньої політики України — з «прохача допомоги» до повноцінного союзника.

Ці публікації формують у читача уявлення про геополітичне тло війни, її системний характер та взаємозв'язок з глобальними процесами.

Не менш потужним тематичним блоком є соціально-гуманітарний вимір війни, зосереджений на долях окремих людей, травмах, зниклих безвісти, труднощах реінтеграції ветеранів. У статті «Хаос, байдужість і шахрайство...» журналістка описує труднощі, з якими стикаються родини зниклих

військових, натрапляючи на байдужість інституцій і брак ефективних алгоритмів пошуку. Матеріали «Я не зраджую сина...» та «Це – мій спосіб проживання втрати...» порушують важливі теми пам'яті, горя, збереження зв'язку з загиблими близькими. Через персональні наративи редакція демонструє гуманістичний підхід до війни, в якому важливими є не лише фронт і зброя, а й ті, хто живе поруч із війною і всупереч їй.

Третім суттєвим тематичним фокусом є безпосередня військова реальність, описана через фронтові репортажі, інтерв'ю з військовими, історії поранених. Стаття «Українська армія веде важкі бої...» подає ситуаційну аналітику на основі мап, а матеріал «Я був готовий заплатити ВЛК...» розкриває драматизм вибору, з яким стикаються мобілізовані, що прагнуть повернутися на фронт навіть попри втрату кінцівки. У центрі цих текстів — людина, її тілесність, психологія, страх, гідність. Водночас є спроби осмислити технологічні зміни війни — зокрема, у матеріалі про дрони на оптоволокну, що свідчить про поступову інтеграцію технологічного дискурсу у медійне висвітлення війни.

Окремий блок становлять публікації, присвячені економічному виміру війни. Це зокрема статті «Гроші на відновлення чи на війну?» та «Війна. Гроші. "Двіжуха"», які порушують питання пріоритетності бюджетних витрат, конфіскації російських активів, адаптації економіки до нових реалій. Ці матеріали показують війну не лише як силове протистояння, а й як фінансову боротьбу за ресурси, в якій Україна має діяти стратегічно.

У публікації «Війна. Гроші. 'Двіжуха'» Михайло Дубинянський створює картину, в якій війна постає не як традиційне продовження політики або змагання за ресурси, а як екзистенційна подія з власною культурною логікою. У тексті формується критика лівої антивоєнної парадигми, підважуються поширені західні уявлення про природу війни, а російська агресія інтерпретується як приклад демонстративної войовничості, не детермінованої економічними факторами.

Центральним елементом статті є полеміка з ідеологічними стереотипами, характерними для лівого дискурсу: що війни розв'язують капіталісти, що армії — лише інструмент транснаціонального бізнесу, а «народ» — завжди жертва. Автор вдається до критики наративу, сформованого під впливом західної культури: «відлуння лівої парадигми зустрічають нас у антивоєнних книгах, карикатурах, кінострічках і кампусах». Цей фрагмент демонструє, як культурні продукти конструюють специфічне розуміння війни, яке, на думку автора, не витримує зіткнення з реальністю війни РФ проти України.

Особливо важливим є використання сатирично-іронічного тону — автор ставить під сумнів автентичність моральної позиції «прогресивної громадськості», підозрюючи її в ідеологічній інерції й небажанні мислити поза усталеними рамками.

Ключовим у формуванні дискурсу є уявлення про війну як форму самореалізації диктатора, виведене через концепт «двіжухи» — слова, яке набуло іронічної, але концептуально навантаженої ролі. Путін постає не як маріонетка олігархів чи представник класових інтересів, а як самодостатній актор, що переслідує не матеріальні, а історико-символічні цілі: порівняння з Петром I, Сталіним, створення «великої історії».

Цитата: «Його не спокусиш перспективою наживи... У нього інші пріоритети: слава великого завойовника... те, що не купиш на ринку, і чого можна досягти лише силою зброї.» Тут вибудовується новий тип мотивації війни — не стратегічно-економічна, а імперська, репутаційна, екзистенційна.

Це дозволяє автору перевернути причинно-наслідкову логіку, утвердивши онтологічну пріоритетність насильства над грошима: фінанси — лише інструмент для досягнення «двіжухи».

Окрема дискурсивна стратегія спрямована на розвінчання образу «народних мас» як безкорисливих жертв. Навпаки, у тексті підкреслюється, що російські мобілізовані керуються грошовими мотивами, тобто діють як економічні актори, тоді як ініціатор війни не прагне прибутку. Це формує

інверсійний дискурс: «простий народ демонструє більше користолюбства, ніж ініціатори війни в Кремлі».

Використання аналітичного стилю зі сплесками сарказму («воістину розрив шаблону») дозволяє критикувати інтелектуальну безпорадність старих моделей пояснення війни, які не здатні інтерпретувати таку парадоксальну ситуацію.

У завершальному блоці автор вводить концепт ревізіоністської міфології, яка — попри суперечності — намагатиметься пристосувати реальність до старої ідеології. Передбачаючи майбутнє, М. Дубинянський стверджує: «розвиватиметься міфологія... покликана усунути протиріччя між традиційною лівою парадигмою та подіями 2022–2025 років». Це є метадискурсивним жестом — критика вже не лише фактів, а й самої логіки мислення, яка відмовляється адаптуватися до емпіричних даних.

Нарешті, важливою є історико-культурна перспектива, яку подає «Українська правда» через інтерпретацію минулого у світлі нинішньої війни. У публікаціях про Мазепу, історика Сокирка, ціну життя, критерії перемоги звучить спроба рефлексії над історичними аналогіями та моральною складовою війни. Це — інтелектуальна рамка осмислення подій, яка не зводиться до констатації фактів, а апелює до глибших символічних сенсів.

Жанрова палітра публікацій УП демонструє різноманіття форматів — від глибоких аналітичних текстів і політичних коментарів до розлогих інтерв'ю, лаконічних колонок та емпатійних репортажів. Таке поєднання забезпечує багаторівневе сприйняття війни: як події глобальної політики, особистої трагедії, структурної кризи та національного випробування. Видання зберігає баланс між емоційним і раціональним викладом, між фактами та емоціями, між поточним і перспективним.

Таким чином, медійне висвітлення війни в «Українській правді» у січні 2025 року вирізняється тематичною глибиною, структурною різноманітністю та системною спробою зафіксувати війну як всеосяжне соціальне явище. Це не

лише фронтові зведення, а й рефлексія про суспільство, державу, людину та її місце у великій історичній драмі.

Окрім аналізу журналістських матеріалів, розміщених на вебсайті Української правди, ми проаналізували появу публікацій на тему війни в Україні у соцмережах медіа. У межах одного календарного місяця (01–31 січня 2025 р.) було вручну зібрано всі публікації з офіційних акаунтів «Української правди» у трьох найбільших платформах:

- X/Twitter (@ukrpravda_news, 1,3 млн підписників);
- Instagram (@ukrpravda, 0,46 млн);
- Facebook (@pravda.com.ua, 0,93 млн).

Таблиця 3.1

Частка матеріалів, присвячених війні РФ проти України, у соцмережах Української правди за січень 2025 р.

| Платформа | Загальна кількість постів | Згадки війни | Частка (%) | Середній engagement воєнних* | Середній engagement невоєнних* |
|------------------|---------------------------|--------------|---------------|------------------------------|--------------------------------|
| X/Twitter | 932 | 611 | 65,5 % | 5 150 переглядів (середн.) | 4 320 переглядів |
| Instagram | 51 | 12 | 23,5 % | 10 080 лайків (середн.) | 7 020 лайків |
| Facebook | 187 | 103 | 55,1 % | 2 070 реакцій (середн.) | 1 240 реакцій |

У січні 2025 року «Українська правда» продемонструвала високий рівень активності в цифрових медіа, з особливим акцентом на висвітленні війни. Кількісні показники контенту, зібрані з трьох ключових платформ — X (колишній Twitter), Instagram та Facebook — свідчать про значну частку воєнної тематики, яка в середньому охоплює близько 60 % усіх публікацій. Це становить разючий контраст із міжнародними ЗМІ, такими як The New York Times, у стрічках яких тематика війни в Україні становить не більше 4 % загального обсягу контенту. Цей дисбаланс зумовлений не лише географічною та політичною близькістю конфлікту, а й очікуванням локальної аудиторії, що

розглядає соціальні медіа як оперативне джерело інформації про фронтову ситуацію.

На платформі X «Українська правда» підтримувала стабільний темп публікацій — близько 30–35 твітів на день, з яких понад дві третини були пов'язані з війною. Формат цих дописів здебільшого зводився до коротких заголовків із гіперлінками на основний матеріал, із рідкісним додаванням візуального контенту. Попри високу насиченість стрічки, воєнні твіти стабільно демонстрували на 19 % вищий середній показник переглядів (5150 проти 4320), що свідчить про наявність сталої, зацікавленої у темі ядрової аудиторії.

Instagram, навпаки, характеризувався меншою кількістю публікацій (51 пост за місяць), однак демонстрував вищу емоційну інтенсивність і візуальну складність подачі. Воєнні дописи — зокрема портрети рятувальників, відео про F-16, репортажі з місць обстрілів — генерували майже вдвічі більше залучення (у середньому 10 080 лайків) порівняно з невоєнним контентом (7020 лайків). Це вказує на важливу роль сторітелінгу та драматургії зображення в підвищенні емоційної реакції підписників.

На Facebook редакція діяла за логікою агрегатора — понад половина публікацій були посиленнями на сайт з короткими описами подій. Таке використання платформи як RSS-дзеркала забезпечувало помірну, але стабільну залученість аудиторії у віковому сегменті 35+. У пікові моменти — наприклад, під час ракетного обстрілу Києва 17 січня — кількість реакцій на окремі дописи зростала втричі, що свідчить про високу подієву чутливість аудиторії Facebook.

Аналіз залученості (engagement) показав системне підвищення інтересу до теми війни на всіх платформах. Рівень реакцій на воєнний контент перевищував відповідні показники для невоєнного: на Facebook на 15 %, на X — на 19 %, а на Instagram — на вражаючі 44 %. Це підтверджує, що попри ризики інформаційної втоми, аудиторія продовжує активно реагувати на

якісний контент, пов'язаний з війною, особливо коли він супроводжується емоційною або візуальною подачею.

У структурному вимірі контент-стратегія «Української правди» будується на платформній диференціації. X виступає каналом для короткої фактографії, Instagram — простором для емоційного сторітелінгу з візуальним ухилом, а Facebook — джерелом для систематизації та трансляції гіперпосилань. Така модель дозволяє ефективно охоплювати різні когнітивні й вікові сегменти аудиторії, мінімізуючи дублювання контенту і зберігаючи тематичну сталість.

Окремо варто зазначити реактивну логіку редакційної роботи: у відповідь на подієві сплески (наприклад, атаки на Курськ, Волгоград, чи транзитний конфлікт із РФ) команда масштабно висвітлює подію, після чого повертається до рутинного темпу. Це підтверджує адаптивну модель цифрової журналістики в умовах війни, де гнучкість у форматах і синхронність з новинною цінністю стають критичними чинниками ефективності.

Загалом соцмережевий профіль «Української правди» в січні 2025 року вказує на перевагу «воєнно-центричного» інформаційного порядку денного, що відповідає запитам внутрішньої аудиторії. Водночас це створює ризик монотематичної втоми, що потребує балансування через мультиформатну подачу, тематичні спецпроекти та ретельну платформну оркестрацію контенту. Стратегія, за якої фактографічна X-стрічка, емоційний Instagram і функціональний Facebook працюють у синергії, видається оптимальною для досягнення стійкого інформаційного впливу в умовах тривалого конфлікту.

3.2 Війна в об'єктиві The New York Times: між глобалізацією конфлікту і дипломатією сенсів

У січні 2025 року газета The New York Times опублікувала низку матеріалів, присвячених війні Росії проти України. Ці публікації становлять цінне джерело для аналізу того, як провідне американське медіа висвітлює

збройний конфлікт у Європі, які аспекти війни опиняються в центрі уваги міжнародної аудиторії, та якими є домінуючі рамки інтерпретації подій. Аналіз 17 статей, що вийшли упродовж місяця, дозволяє виявити кілька ключових тематичних векторів: фронтову динаміку, внутрішні українські виклики, зовнішньополітичні контексти, гуманітарні наслідки та культурну війну як новий вимір протистояння (Додаток Б).

Провідною тематикою січневих публікацій NYT стало висвітлення бойових дій як на території України, так і за її межами. У матеріалах «Russia Claims Control of Key Town as Ukraine Renews Push in Kursk» та «Russia Seizes Another Ukrainian Town in Push to Take All of Donetsk» акцент зроблено на динаміці лінії фронту, а також на зміні контролю над важливими населеними пунктами. Окремі статті — зокрема «Battles Rage Inside Russia...» і «Ukraine Launches New Attack in Kursk Region of Western Russia» — підкреслюють винесення бойових дій за межі України, вказуючи на нову фазу війни, коли українські сили намагаються завдати ударів у глибокому тилу ворога. Важливим нововведенням у дискурсі є поява теми участі солдатів з КНДР у бойових діях на боці Росії («Fighting Alongside Russia, North Koreans Wage Their Own War»), що розширює уявлення про війну як конфлікт глобального масштабу з небезпечною мережею міжнародної військової співпраці авторитарних режимів.

У двох розлогіх статтях NYT — «Battles Rage Inside Russia, With Waves of Tanks, Drones and North Koreans» (13.01.2025) та «Fighting Alongside Russia, North Koreans Wage Their Own War» (22.01.2025) — війна постає не лише як локалізоване протистояння між Росією та Україною, а як глобалізована конфронтація, що втягує третіх акторів, передусім авторитарні держави.

У статті The New York Times «Battles Rage Inside Russia, With Waves of Tanks, Drones and North Koreans» (13.01.2025) простежується формування унікального дискурсу війни як багатовимірного конфлікту, що виходить за рамки класичного міждержавного протистояння. Через добір лексики, цитування учасників бойових дій, структурування сюжету та географічну

розгортку подій, автори репрезентують війну як багатоаспектну, багаторівневу і транснаціональну подію.

Передусім, у тексті чітко маркується історична винятковість подій: «the first ground invasion of Russia since World War II». Така риторика задає масштаб конфлікту, підкреслюючи, що Україна не просто борониться, а проводить стратегічну операцію, яка порушує історичну інерцію та демонструє зміну балансу сил. Одночасно з цим вживаються фрази на кшталт «most furious clashes of the war», що емоційно підсилює сприйняття бойових дій як безпрецедентно інтенсивних і виснажливих.

Змістовий поворот до участі північнокорейських військ виводить конфлікт за межі двостороннього протистояння. Солдати прямо вказують, що ситуація стала «significantly worse» після прибуття північнокорейських сил. Використання такого прийому — голос з окопу — легітимізує заяву, роблячи її правдоподібною та невідворотною в уяві читача. При цьому North Koreans постають у тексті як «disciplined, dedicated and fearless force», яка діє методично, не зважаючи на втрати, чим контрастує із зниженим моральним тлом частини українських підрозділів. Такий образ викликає не лише страх, але й підкреслює масштаби та глибину коаліції, що формується навколо Росії.

Риторично важливим є вживання геополітичної перспективи: участь КНДР інтерпретується не лише як факт, а як тривожний сигнал для Заходу. Пряма цитата українського військового «North Korea's entry into the war should alarm European nations and their allies» виконує функцію стратегічного звернення до глобальної аудиторії NYT, заохочуючи інтернаціоналізацію підтримки України. У такий спосіб війна трактується як конфронтація між авторитарними режимами і демократичним світом, що виводить її в рамки ідеологічної війни, подібної до Холодної.

Окрему увагу слід звернути на просторову метафорику та динаміку території. Автори підкреслюють значення Курської області Росії не лише у військовому, а й у політичному вимірі: «for the territory's potential to play a role in any cease-fire negotiations». Україна, за словами авторів, намагається

використати здобуту територію як «bargaining chip» — переговорний актив, що вводить нову рамку розуміння наступу як не стільки наступальної, скільки дипломатично орієнтованої операції. Це істотно змінює уявлення про мотивацію українських військових дій: йдеться не про експансію, а про забезпечення безпеки для мирного населення (наприклад, захист Сум), створення буферної зони та тиску на дипломатичному фронті.

Нарешті, дискурс насильства та дегуманізації ворога (відчутний через опис тіл, що «torn and twisted and piled in ways that made it hard to count the dead») посилює наратив екзистенційного виживання: «Stopping will mean our death, that's all.» Тут війна подається не як політичний вибір, а як безальтернативна необхідність, що репрезентує Україну як морального суб'єкта, який діє з примусу, а не з агресивних мотивів.

Стаття The New York Times «Fighting Alongside Russia, North Koreans Wage Their Own War» (22.01.2025) репрезентує війну Росії проти України як транснаціональний і поліетнічний конфлікт, у якому задіяні не лише регулярні збройні сили держав-учасниць, а й зовнішні союзники, зокрема Північна Корея. Текст створює дискурс війни нового типу — не як «між двома державами», а як гібридного багатовекторного зіткнення, в якому авторитарні режими діють скоординовано, але з власною внутрішньою логікою та конфліктами.

У тексті північнокорейські військові змальовані як окремий бойовий суб'єкт, із власною тактикою, культурою, мотивацією та навіть філософією війни. Автори наводять приклади тактик, які є відмінними від російських: «They advance with almost no armored vehicles... They do not pause to regroup or retreat... They are assigned their own patches of land to assault.» Цей опис створює враження про автономність та винятковість дій північнокорейських підрозділів — у фізичному, психологічному та організаційному сенсах.

Особливу увагу привертає ритуал самознищення: «If they are gravely wounded, they have been instructed to detonate a grenade to avoid being captured alive.» Це формує в уяві читача образ солдата, що керується не лише

військовою дисципліною, а й ідеологічною самопожертвою, що відсилає до фанатизованих армійських кодексів типу камікадзе.

Центральною ідеєю тексту є не лише участь КНДР, а й невдалі спроби Росії інтегрувати корейців у власну військову систему. Згадується про випадки обстрілу своїх через брак комунікації, потребу у перекладачах, проблеми з розмірами одягу. Це створює дискурс фрагментованого авторитарного союзу, де нібито союзники не довіряють одне одному: «Russian military culture... is not highly respectful of the abilities... of partner forces.» Таким чином, NYT демонструє, що авторитарна коаліція є радше тактичною, ніж стратегічною, і що в її основі лежать інструменталізація і недовіра.

Особливо вражає фрагмент із щоденника одного з північнокорейських солдатів, де він описує свою мотивацію: «I betrayed the Party that trusted me... but my homeland has given me a path to redemption.» Це вводить у текст релігійно-покутний наратив, у якому війна — це не лише обов'язок, а шлях до очищення і повернення гідності через службу тоталітарному режиму. Така риторика має глибоку пропагандистську функцію в північнокорейському наративному арсеналі, і її включення в статтю NYT підкреслює не лише психологічну складність противника, а й глибину ідеологічної мотивації, яка суперечить західним уявленням про раціональність війни.

Стаття побудована як мозаїка джерел: цитати українських солдатів, американських чиновників, фрагменти відео, щоденники полонених. Така структура не тільки підсилює достовірність викладу, а й ілюструє поліфонію наративів, характерну для війни нового типу — інформаційної, візуалізованої, багатоголосої. Через це читач сприймає війну не як лінійний конфлікт із чіткими сторонами, а як простір зіткнення гетерогенних воєнних культур і практик.

Через фразу «Fighting one of the world's largest armies was hard enough, but fighting two was on the edge of what was possible», автори здійснюють риторичне масштабування конфлікту, перетворюючи його на глобальний виклик. Таким чином, дискурс «двох армій» — російської та

північнокорейської — розмиває кордони національного конфлікту та позиціонує Україну як форпост Заходу проти глобального альянсу автократій.

Не менш важливою є увага до внутрішніх викликів, з якими стикається Україна, зокрема дисциплінарні проблеми в армії («Facing Setbacks and Desertions at the Front, Ukraine Detains Commanders») або наслідки обстрілів енергетичної інфраструктури («Missile Attack Prompts Emergency Power Cuts in Ukraine»). У цих публікаціях проявляється спроба NYT поєднати об'єктивну журналістику з критичним поглядом на українську сторону, не ідеалізуючи її, але водночас і не вдаючись до релятивізму. Такий підхід свідчить про прагнення медіа створити комплексну картину війни, у якій жертва агресії також змушена ухвалювати складні та неоднозначні рішення.

Матеріал The New York Times «Facing Setbacks and Desertions at the Front, Ukraine Detains Commanders» (Maria Varenikova, 21.01.2025) формує складний дискурс про внутрішні виклики, з якими стикається українська армія на тлі тривалої війни. Авторка поєднує оперативний репортаж із глибшими суспільно-політичними акцентами, демонструючи, що внутрішні слабкості й управлінські прорахунки можуть бути не менш небезпечними для воюючої держави, ніж атаки ззовні.

Центральним акцентом матеріалу є арешт трьох колишніх українських командирів — двох генералів і полковника — яких звинувачують у нездатності захистити Харківську область під час наступу російських сил у 2024 році. Авторка повідомляє, що затриманим закидають недбале укріплення оборонних позицій та інші прорахунки, які, за словами Служби безпеки України, призвели до втрати території. Цей факт відкриває широку дискусію про відповідальність і підзвітність у Збройних силах України. Сама побудова повідомлення — від юридичних формулювань до згадок про запобіжні заходи — підкреслює, що йдеться не про внутрішні армійські процедури, а про процес, який відбувається у межах правової держави.

Окремий риторичний акцент зроблено на темі дезертирства — згадується, що багато військових залишають свої частини без дозволу через

незгоду з командирами. Така фокусна зв'язка між недовірою до керівництва та моральним занепадом бойових підрозділів посилює відчуття системної кризи. Українська армія постає не лише як структура, що потерпає від ресурсного виснаження, а й як спільнота, в якій починає руйнуватися вертикаль авторитету. Для міжнародної аудиторії, зокрема читачів NYT, це може сигналізувати про потребу не лише військової допомоги, а й інституційної підтримки у сфері менеджменту, лідерства й дисципліни.

Важливо, що стаття не обмежується лише питанням командування. У другій половині тексту йдеться про затримання головного військового психіатра, якого звинувачують у збагаченні на понад мільйон доларів під час війни, володінні нерухомістю та елітними автомобілями. Згадка про хабарництво в медичних комісіях, які видають звільнення від призову, розширює проблему до масштабів системної корупції. У такий спосіб NYT поєднує два типи критики — бойову неефективність і тилову корупцію — створюючи образ багатовекторної кризи, яка підриває боєздатність армії зсередини.

Однак важливою особливістю матеріалу є введення альтернативного голосу — зокрема військових із 125-ї бригади, які публічно підтримали свого командира і висловили обурення його затриманням. У їхньому повідомленні на Facebook йдеться про те, що вони «воювали до останнього» попри нестачу людей і ресурсів, і робили це «під керівництвом саме цього командира». Цей голос виконує дві функції: по-перше, вказує на розрив між юридичною оцінкою дій і моральною легітимністю на місцях; по-друге, демонструє внутрішню складність ситуації в армії, де лінія між провиною і героїзмом часто розмита.

У результаті сформований NYT дискурс не є суто критичним чи підривним. Він виважений, поліфонічний, відкритий до різних інтерпретацій. Авторка подає українську армію не як монолітну структуру, а як живий організм із внутрішніми суперечностями, точками напруги та потенціалом до самоочищення. Для західного читача така подача зміцнює довіру: вона

показує, що навіть у найважчих обставинах Україна здатна притягати до відповідальності посадовців і офіцерів, вести боротьбу не лише з ворогом, а й із внутрішніми порушеннями.

Водночас значну частину публікацій присвячено зовнішньополітичному виміру війни та реакції Заходу, передусім США. У статті «Ukraine Braces for Trump's Return, Eager for Peace, but Wary of the Terms» порушується важлива для України тема ймовірного повернення Дональда Трампа до влади, що викликає тривогу в українському політикумі через його неоднозначну риторику щодо підтримки Києва. Питання про єдність західної коаліції, потенційні зрушення у військовій допомозі та роль США як ключового союзника залишаються наскрізними в дискурсі NYT. Матеріали цього блоку демонструють, що війна в Україні не є ізольованим конфліктом, а частиною ширшої глобальної гри інтересів, у якій змінна політична кон'юнктура в США може мати вирішальне значення.

У січневій публікації The New York Times «Ukraine Braces for Trump's Return, Eager for Peace, but Wary of the Terms» конфлікт в Україні набуває нової інтерпретації: не лише як війна на полі бою, а як дипломатична гра, в якій доля країни потенційно вирішується поза її межами. Дискурс цього матеріалу концентрується на напрузі між прагненням до миру та страхом перед несправедливим компромісом, уособленим у фігурі новообраного президента США Дональда Трампа. Через послідовну зміну голосів — солдатів, учителів, митців, вдови — автори статті створюють складну мозаїку української перспективи, у якій мир не є абсолютною цінністю, а навпаки — може бути інструментом капітуляції, якщо ним маніпулювати ззовні.

У матеріалі ключове смислове поле обертається навколо опозиції «мир» vs. «справедливий мир». З перших рядків читач чує емоційно навантажені фрази: «The possibility of peace brings 'tears to my eyes'...» — які контрастують із суворими застереженнями: «Ukrainians will not accept peace at any price.» Тут створюється чіткий дискурсивний поділ між «миром як цінністю» та «миром

як інструментом зовнішнього тиску», що не зважає на національні жертви та суверенну гідність.

Така риторика відсилає до концептів «справедливої війни» та «миру з позиції сили», на які посилається і військовий Майор Ярослав Галаш: «The victory of Russia and the defeat of Ukraine is the defeat of the United States.» Таким чином, текст вводить логіку геополітичної відповідальності, в якій дії Трампа будуть оцінені не лише українцями, а й світовою спільнотою.

У публікації кілька разів повторюється думка, що мирна угода може бути нав'язана Україні без її голосу. Валерія, вчителька англійської, формулює це найпряміше: «There's a growing sense that the fate of Ukrainian citizens is often being discussed without our participation.» Ця репліка є дискурсивним ядром тексту, яке демонструє не лише недовіру до Трампа, а й до ширшої практики міжнародної політики, в якій голос жертви часто заглушується.

Це особливо виразно простежується у фразах солдата Андрія: «If Mr. Trump withholds military support... it will turn into a guerrilla war. We won't give up.» Такі висловлювання продукують дискурс екзистенційного спротиву, в якому навіть мир не сприймається як альтернатива, якщо ціною є втрачена суб'єктність.

Видимість війни в публікації не обмежується фронтом — автори виводять читача у простори пам'яті та втрати, де війна триває навіть після смерті. У сцені біля могили Івана, учасника партизанського спротиву, прозвучала сентенція дружини: «There are so many familiar people here.» Це вкорінює війну в тілесний, локальний, травматичний досвід, який, у свою чергу, задає моральну планку будь-яким перемовинам.

Поряд з цим у публікації звучить концепт асиметричного болю, коли живі (як Валерія) вже «прощаються» з близькими, які формально живі, але перебувають у недосяжному просторі окупації. Її слова «even though he is alive, part of me has already said goodbye» підкреслюють не тільки психологічне спустошення, але й трансформацію війни у досвід внутрішнього розриву з втраченими територіями.

Фігура Трампа у тексті не має чіткого морального маркування — він не змальовується ані як ворог, ані як союзник. Проте, він є риторично дестабілізованим персонажем, про якого говорять із підозрою, надією та побоюванням водночас: «I consider him an unstable person... But maybe Trump will do something about it.» Ця амбівалентність створює дискурс політичної непевності, в якому роль США як головного союзника — під питанням, а суб'єктність України залежить від особистісних рис окремого лідера.

Особливу увагу газета приділяє гуманітарним та соціальним наслідкам війни. У публікаціях «For Many Returning Russian Veterans, a Long Road of Recovery Awaits» і «Russian Strike Kills 13 in Zaporizhzhia, Ukraine» висвітлюються травми, яких зазнають як українські, так і російські громадяни — фізичні, психологічні, соціальні. Такий підхід демонструє спробу NYT зберегти гуманітарний фокус навіть у політичному конфлікті, наголошуючи на універсальності людських страждань, але без порушення морального балансу — агресор і жертва залишаються чітко ідентифікованими. Інший важливий гуманітарний аспект — це криза правди і відповідальності, про що йдеться у статті «Did Ukraine Kill Its Own by Downing a Russian Plane?», яка порушує болюче питання внутрішньої комунікації української влади у випадках неоднозначних трагедій.

Окреме місце посідає тематизація культурного фронту, що відображено в публікації «The Painting, the Photograph and the War for Ukraine's Culture». Тут війна постає не лише як боротьба за території, а й за ідентичність, культурну спадщину, символічний простір наративів. Таке висвітлення наближає NYT до європейського підходу, в якому війна трактувалася як загроза самому існуванню культурної європейської України. Це свідчить про розширення розуміння війни в американському медіа — від військово-політичного конфлікту до битви за смисли.

У жанровому плані більшість матеріалів є репортажами, оперативною аналітикою та фронтовими зведеннями. Частина з них включає елементи журналістських розслідувань, інтерпретативних інтерв'ю, а також культурних

есеїв. Багато публікацій написано в співавторстві, що вказує на міжрегіональну та міждисциплінарну кооперацію журналістів. Особливо варто відзначити активність кореспондента Марка Сантори, який фігурує як автор або співавтор у значній частині текстів.

Соціальні медіа стали рівноцінним, а подекуди й пріоритетним каналом поширення редакційного контенту глобальних інформаційних брендів. Для з'ясування того, як тема російсько-української війни позиціонується на платформах The New York Times після трьох років повномасштабного вторгнення, було проведено кількісний і якісний аналіз публікацій NYT у X/Twitter, Instagram та Facebook за січень 2025 р. Метою було визначити частку воєнної тематики у загальному потоці контенту, виявити платформні відмінності у форматах подачі та окреслити потенційну «втому» аудиторії від цієї теми.

Відібрано усі пости, опубліковані з 1 до 31 січня 2025 р. на верифікованих акаунтах The New York Times:

- X/Twitter (@nytimes, 19,3 млн підписників);
- Instagram (@nytimes, 18,7 млн);
- Facebook (@nytimes, 18,4 млн).

У січні 2025 року тема війни в Україні була помірно представлена на офіційних сторінках The New York Times у соціальних мережах X (колишній Twitter), Instagram та Facebook. Аналіз публікацій за цей період засвідчив, що частка дописів, які прямо або опосередковано стосуються російсько-української війни, не перевищує 4–5% у загальному потоці контенту. Це свідчить про обережне дозування цієї теми в редакційній стратегії NYT, що, ймовірно, пов'язане з інформаційною втомою аудиторії, а також із конкуренцією за увагу з іншими міжнародними сюжетами.

Частка матеріалів, присвячених війні РФ проти України, у соцмережах New York Times за січень 2025 р.

| Платформа | Загальна кількість постів | Згадки війни | Частка (%) | Середній engagement воєнних* | Середній engagement невоєнних* |
|-----------|---------------------------|--------------|------------|------------------------------|--------------------------------|
| X/Twitter | ≈ 1 450 | 16 | 1,1 | 74 362 перегляди | 68 410 переглядів |
| Instagram | 88 | 3 | 3,4 | 18 970 лайків | 21 410 лайків |
| Facebook | 122 | 5 | 4,1 | 4 760 реакцій | 5 020 реакцій |

У соціальній мережі X (Twitter) найнижча частка публікацій про Україну — лише близько 1,1% від загального числа дописів за січень. Ці пости здебільшого мають новинний характер і супроводжуються лаконічними повідомленнями або гіперпосиланнями на повноформатні статті на сайті NYT. Водночас, навіть за низької кількості публікацій, пости про війну отримували вищу залученість (engagement) у вигляді переглядів і репостів порівняно з публікаціями на інші теми. Це свідчить про те, що ядро зацікавленої аудиторії зберігається, і тема війни залишається релевантною, особливо в контексті ескалації або геополітичних зрушень.

На Instagram NYT опублікував лише кілька дописів, пов'язаних із війною, однак вони вирізнялися емоційною насиченістю та візуальною якістю. Зокрема, фоторепортажі з лінії фронту або портрети цивільних українців, які постраждали від війни, мали довгі текстові підписи, що створювали глибокий ефект залучення. Цей формат тяжіє до сторітелінгу та викликає емпатію у підписників, навіть якщо кількість таких публікацій є незначною. На Facebook контент про війну здебільшого представлений у вигляді лінк-постів на аналітичні чи репортажні матеріали, без додаткової візуальної обробки або супровідного контексту.

Тематика публікацій варіювалася залежно від платформи та подій. Сплески уваги до війни в соціальних мережах NYT відбувалися в дні важливих або символічних подій: новини про можливу участь Північної Кореї у бойових діях, балістичні атаки на Київ, підписання безпекових угод з Великою

Британією. Таким чином, NYT використовує принцип подійної релевантності — війна в Україні з'являється у стрічках тоді, коли це має потенціал вплинути на глобальну безпеку або американську зовнішню політику.

Загалом, редакційна стратегія NYT у соцмережах демонструє свідоме прагнення утримувати баланс: зберігати інтерес до теми України, водночас не перевантажуючи аудиторію надмірною кількістю публікацій. Такий підхід поєднує фактографічні повідомлення (у X) із глибоким емоційним сторітелінгом (на Instagram) та архівним доступом (на Facebook). Для українських комунікаторів це може бути корисним індикатором: один і той самий меседж варто адаптувати під логіку кожної платформи, обираючи відповідну форму та тональність.

Аналіз цифрових медіа-практик «Української правди» та The New York Times у січні 2025 року демонструє контрастні підходи до висвітлення війни Росії проти України. Українське медіа функціонує в умовах інформаційної надзвичайної ситуації, що формує «воєнно-центричну» редакційну стратегію. Понад 60 % загального контенту УП присвячено війні, причому це охоплює як політичні й стратегічні аспекти, так і соціальні, гуманітарні, економічні, історичні й культурні виміри. УП демонструє жанрову і стилістичну гнучкість, зберігаючи баланс між фактами і переживанням, аналітикою і репортажем, емоцією і структурною рефлексією.

На противагу, NYT демонструє стратегічне дозування теми війни в Україні: лише 4–5 % публікацій у соцмережах і обмежена кількість матеріалів на сайті. Проте ці тексти вирізняються високою якістю, дискурсивною багатовекторністю й орієнтацією на глобальну аудиторію. У фокусі — війна як геополітична подія, як частина глобального конфлікту між демократіями та автократіями, як моральна дилема і виклик для ліберального порядку. NYT прагне дати «макрокартину» — структурну, багатоголосну, аналітичну.

Соцмережеві стратегії обох медіа відображають їхню аудиторну орієнтацію. УП веде активну, багатоформатну присутність із високою концентрацією на темі війни. NYT — обережно, подієво й обмежено. У цьому

контрасті виявляється не лише різниця в географії та ціннісній рамці, а й відмінні підходи до комунікації в умовах тривалого конфлікту.

Таким чином, війна в медіа-проявах постає не просто як інформаційна тема, а як тест на спроможність журналістики бути аналітичною, відповідальною, гнучкою і — водночас — емоційно чесною.

ВИСНОВКИ

У роботі обґрунтовано, що традиційне розуміння міжнародної комунікації як передачі новин від ЗМІ до пасивної аудиторії більше не відображає сучасну реальність. Сьогодні глобальний інформаційний обмін відбувається в умовах мережевої екосистеми, де роль акторів постійно змінюється. Аудиторія стала не лише споживачем, а й активним учасником комунікаційного процесу: користувачі соціальних мереж, блогери, громадські активісти часто першими повідомляють про міжнародні події.

Теорії фреймінгу, медіатизації, інформаційної екосистеми, agenda-setting у цифровому середовищі надали дослідницькі інструменти для виявлення механізмів інтерпретації, легітимації та формування глобального порядку денного. Зокрема, фрейми, що циркулюють у цифрових платформах, часто створюють альтернативні наративи щодо однієї й тієї самої події, що посилює інформаційні конфлікти та ускладнює суспільне порозуміння.

Скорочення традиційних кореспондентських мереж, що раніше забезпечували професійне й збалансоване висвітлення міжнародних подій, відкрило шлях до домінування нестабільних, емоційних або фрагментарних джерел інформації. Громадянська журналістика, з одного боку, дала голос локальним свідкам, але, з іншого, створила ризики некоректного, упередженого або неетичного репортажу.

Водночас зростання ролі інфлюенсерів, блогерів і нативної реклами означає, що значна частина міжнародного порядку денного формується не через редакційну політику ЗМІ, а через соціальні алгоритми та персональні бренди. Це підриває сталі етичні стандарти журналістики й веде до переваги емоційних або сенсаційних повідомлень над аналітичними.

Алгоритмічні платформи стали ключовими гравцями у формуванні порядку денного міжнародних подій. Поширення контенту дедалі більше залежить не від його змісту або суспільної значущості, а від технічних характеристик — як-от клікабельність, тривалість перегляду, емоційний

резонанс. Алгоритми TikTok, Facebook, Instagram, X (Twitter) та YouTube визначають, що бачить користувач, формуючи персоналізовані інформаційні бульбашки.

Це ускладнює побудову спільного інформаційного поля в глобальному масштабі, а також сприяє радикалізації суспільної думки, коли різні групи споживають контент, що підтверджує вже наявні переконання. Журналісти ж змушені підлаштовувати подачу матеріалів під алгоритмічні вимоги, що знижує глибину та якість аналізу.

Дослідження вказує на те, що сучасні цифрові платформи не мають вбудованих механізмів етичної фільтрації інформації — їхні алгоритми орієнтовані виключно на залучення. Це створює потребу у нових формах цифрової етики, освітніх ініціатив і відповідальності як з боку платформ, так і з боку користувачів.

Глобальний інформаційний простір став ареною боротьби за геополітичний вплив. Інформаційна політика сьогодні є частиною дипломатії та воєнної стратегії. Цифрова медіадипломатія дозволяє державам просувати свої інтереси без фізичної присутності, впливаючи на громадську думку інших країн через YouTube, TikTok, Telegram, X. Приклади — промови українських лідерів перед парламентами світу через онлайн, кампанії на підтримку України 2022–2024 років, дезінформаційні атаки РФ у соціальних мережах.

Практичний аналіз висвітлення повномасштабного вторгнення РФ в Україну засвідчив, що цифрові медіа виконують як інформативну, так і мобілізаційну функцію. Контент українських онлайн-медіа, таких як «Українська правда», вирізняється системністю, високою частотою публікацій про війну, акцентом на героїзмі українських військових, драматизмі подій і стражданнях цивільного населення. Заголовки в основному фокусуються на безпосередніх наслідках бойових дій, атаках, перемогах і жертвах. При цьому часто використовуються емоційно насичені формулювання, що сприяють збереженню уваги аудиторії та формуванню національної солідарності.

Водночас прослідковується якісне жанрове розмаїття: від новин і репортажів до інтерв'ю, аналітики, розслідувань та відеоформатів, що свідчить про намагання не лише інформувати, а й пояснювати контекст, формувати довіру та залучати аудиторію до критичного сприйняття інформації.

У публікаціях провідних західних медіа (на прикладі The New York Times) домінує стратегічний, аналітичний та міжнародно-політичний підхід до висвітлення війни. NYT висвітлює українсько-російську війну в контексті безпеки Європи, політики США, НАТО, а також як приклад боротьби демократії з авторитаризмом. Матеріали часто побудовані на геополітичному фреймінгу, в якому Україна виступає як форпост західних цінностей. У стрічці Facebook і X/Twitter цього видання тема війни фігурує стабільно, але не є домінантною — вона конкурує з іншими глобальними сюжетами (Ізраїль, вибори, клімат).

Українські та західні медіа суттєво відрізняються за рівнем емоційного забарвлення, типами джерел та стилістикою подачі. «Українська правда» оперує переважно внутрішніми джерелами — повідомленнями ЗСУ, волонтерів, державних органів, очевидців. Її риторика емоційно насичена, із виразним патріотичним фокусом. У публікаціях часто використовуються прямі звернення до читачів, заклики, емоційні заголовки, що підсилюють відчуття близькості до подій.

Натомість NYT та інші провідні англomовні медіа будують тексти на аналітиці, посиланнях на міжнародні інституції, цитатах експертів і представників урядів. Тональність здебільшого стримана, з ухилом у пояснення і прогнозування, що відповідає редакційним стандартам «аналітичної дистанції».

Дослідження контенту соціальних мереж продемонструвало високий рівень візуалізації, короткоформатності та платформної залежності висвітлення. Контент про війну в Instagram та Facebook «Української правди» і NYT суттєво відрізняється. У УП — це візуальні серії фото з фронту,

скріншоти повідомлень, короткі відео з прямим зверненням до аудиторії. У NYT — візуалізовані аналітичні матеріали, інфографіка, цитати, що адаптовані до західного стандарту подачі складної теми.

Це свідчить, що платформи впливають не лише на форму подачі, але й на логіку відбору контенту: Instagram стимулює емоційний, візуальний підхід, а Facebook дозволяє більш розгорнуту аналітику.

Виявлено, що в умовах цифрової війни міжнаціональна журналістика перебуває під впливом багаторівневої конкуренції між інформаційними фреймами, джерелами та інтерпретаціями. Інформаційне висвітлення війни в цифрову епоху не є нейтральним відображенням реальності — воно формується через складну взаємодію між редакційними лініями, політичними установками, платформними алгоритмами та очікуваннями аудиторії. Українські ЗМІ у воєнний час відіграють роль не лише інформаторів, а й мобілізаторів, а західні — інтерпретаторів.

Цифрова комунікація — це не просто новий інструмент подачі інформації, а принципово інший режим існування міжнародних новин. Війна РФ проти України стала першим масштабним збройним конфліктом, де цифрові платформи відіграють критичну роль: Telegram — як канал оперативних повідомлень, TikTok — як інструмент емоційної дистрибуції, Twitter — як поле інформаційного протистояння держав і лідерів думок. Це трансформує структуру міжнародної журналістики, зміщує межі між новинами, пропагандою та активізмом. Аудиторії потребують нових навичок цифрової грамотності, а самі журналісти — адаптації до умов гібридної інформаційної реальності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Батуревич І. В. Громадська журналістика в контексті сучасних інформаційних технологій (Дослідження системи Web 2.0 на основі українських електронних видань). Наукові записки інституту журналістики. 2007. Т. 27 квітень-червень. С. 152–158.
2. Лисенко В. Громадянська журналістика та реалізація права на інформацію. Публічне право. 2020. № 3 (39). 45-51.
3. Померанцев, П. Нічого правдивого і усе можливе. Пригоди в сучасній Росії, Український католицький університет, Львів, 2020, 350 с.
4. Харченко О. Громадянська журналістика в Україні та глобалізаційні медіапроцеси в період російсько-української війни. Інтегровані комунікації. 2023. №2 (16). 63-66.
5. Andrejevic M. The Big Data Divide. *International Journal of Communication*. 2014. Vol. 8. 1673–1689. URL: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2161/1163>
6. Asquith K., Fraser E.M. A Critical Analysis of Attempts to Regulate Native Advertising and Influencer Marketing. *International Journal of Communication*. 2020. Vol.14. 5729-5749. URL: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/16123>
7. Ball-Rokeach S. J., DeFleur M. L. A Dependency Model of Mass-Media Effects. *Communication Research*. 1976. 3(1), 3–21.
8. Beckett C. *SuperMedia: Saving Journalism So It Can Save the World*. Wiley-Blackwell. 2008. 216 p.
9. Bennett, W. L., Segerberg A. The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, communication & society*. 2012. 15 (5). 739-768.
10. Bowman S. Willis C. *We Media*. How audiences are shaping the future of news and information. URL: http://sodacity.net/system/files/Willis-and-Bowman_We-Media-Ch1.pdf.

11. Bruns A. Gatewatching: Collaborative Online News Production. Peter Lang, 2005. 332 p.
12. Bruns A. Blogs, Wikipedia, Second Life, and beyond: From production to produsage. Vol. 45. Peter Lang. 2008. 420 p.
13. Canada's foreign correspondents are almost extinct. The Hub. March, 2024. URL: <https://thehub.ca/2024/03/12/canadas-foreign-correspondents-are-nearly-extinct/>
14. Carlson M. The Robotic Reporter: Automated journalism and the redefinition of labor, compositional forms, and journalistic authority. *Digital Journalism*. 2015. 3(3). 416–431. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976412>
15. Castells M. Communication power. OUP Oxford, 2013.
16. Castells M. The new public sphere: Global civil society, communication networks, and global governance. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*. 2008. 616(1), 78-93.
17. Chadwick A. The Hybrid Media System: Politics and Power. Oxford University Press. 2017.
18. Chouliaraki L. The Spectatorship of Suffering. SAGE. 2006.
19. Cohen D. The Case for Foreign Correspondents. Globe-trotting reporters bring the world into focus. *NorthWestern Magazine*. 2022. URL: <https://magazine.northwestern.edu/voices/deborah-cohen-foreign-correspondents-semafor-bloomberg-media-buzzfeed-last-call-at-the-hotel-imperial>
20. Couldry N., Hepp A. The Mediated Construction of Reality. Polity Press. 2017. 256 p.
21. Couldry N., Mejias U. A. The Costs of Connection: How Data is Colonizing Human Life and Appropriating It for Capitalism. Stanford University Press, 2019. 352 p.
22. Covington P., Adams J., Sargin E. Deep Neural Networks for YouTube Recommendations. Proceedings of the 10th ACM Conference on Recommender Systems . Association for Computing Machinery, New York. 2016. 191–198. <https://doi.org/10.1145/2959100.2959190>

23. Cull N. J. *Public diplomacy: Lessons from the past*. Vol. 12. Los Angeles: Figueroa Press, 2009.
24. DeButts M., Pan J. Reporting after removal: the effects of journalist expulsion on foreign news coverage. *Journal of Communication*. 2024. 00. 1–14. <https://doi.org/10.1093/joc/jqae015>
25. Deuze M. *Media work*. Polity. 2007.
26. Engström A., Perry M., Juhlin O. Amateur vision and recreational orientation: Creating live video together. *Proceedings of the ACM 2012 Conference on Computer Supported Cooperative Work*. Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, 2012. 651–660. <https://doi.org/10.1145/2145204.2145304>
27. Entman R. M. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*. 1993. Vol. 43(4). 51–58.
28. Flew T. *New Media*. Oxford University Press. 2014. 304 p.
29. Fraser N. *Transnationalizing the public sphere*. John Wiley & Sons, 2014.
30. Gilboa E. Diplomacy in the media age: Three models of uses and effects. *Diplomacy & Statecraft*. 2001. 12(2), 1–28. <https://doi.org/10.1080/09592290108406201>
31. Gillespie T. *Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media*. London: Yale University Press, 2018.
32. Habermas J. Political communication in media society: Does democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research. *Communication theory*. 2006. No 16.4. 411-426.
33. Hall S. *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Sage Publications, Inc; Open University Press. 1997.
34. Isaak J., Hanna M. J. User Data Privacy: Facebook, Cambridge Analytica, and Privacy Protection. *Computer*. 2018. 51(8), 56–59. <https://doi.org/10.1109/MC.2018.3191268>

35. Kingma D. An EU solution to a Chinese app: Regulatory approaches towards TikTok's risks. Leiden Asia Centre. 2023. URL: <https://leidenasiacentre.nl/wp-content/uploads/2023/09/Kingma-Daan-TikTok-report-.pdf>
36. Kperogi F. A. Nigeria's digital diaspora: Citizen media, democracy, and participation. Vol. 87. University of Rochester Press, 2020.
37. Lotan G. Graeff E., Ananny M., Pearce I., Boyd D. The Revolutions Were Tweeted: Information Flows During the 2011 Tunisian and Egyptian Revolutions. *International Journal of Communication*. 2011. No5. 1375-1405.
38. Marwick A., Lewis R. Media Manipulation and Disinformation Online. *Data & Society*. 2017. URL: https://datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety_MediaManipulationAndDisinformationOnline.pdf
39. Mattelart A. Mapping World Communication. War, Progress, Culture. 1994. 294 p.
40. McCombs M., Shaw D. L. The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*. 1972. 36(2), 176–187.
41. McPhail T.L., Phipps S. *Global Communication: Theories, Stakeholders, and Trends*, 5th Edition. 2019. 336 p.
42. Meraz S., Papacharissi Z. Networked Gatekeeping and Networked Framing on #Egypt. *The International Journal of Press/Politics*. 2013. 18(2), 138–166.
43. Mosco V. *The Political Economy of Communication (Second Edition)*: London: Sage Publications Ltd. 2009. 268pp.
44. Napoli P. M. *Social Media and the Public Interest: Media Regulation in the Disinformation Age*. Columbia University Press. 2019. 296 p.
45. Noble S. U. *Algorithms of oppression: How search engines reinforce racism*. New York University Press, 2018.
46. Nye J.S., JR. Soft Power and American Foreign Policy. *Political Science Quarterly*. 2004. 119. 255-270.

47. Papacharissi Z. *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press, 2015.
48. Pariser E. *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. Penguin. 2011. 304 p.
49. Pavlik J. V. *Journalism and new media*. Columbia university press, 2001.
50. Pew Reserach Centre. *State of the News Media 2016*. June 15, 2016. URL: <https://www.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/8/2016/06/state-of-the-news-media-report-2016-final.pdf>
51. Pop L.M, Iorga M., Iurcov R. *Body-Esteem, Self-Esteem and Loneliness among Social Media Young Users*. *International journal of environmental research and public health*, 2022. No19(9). 5064. <https://doi.org/10.3390/ijerph19095064>
52. Reese S. D. *Prologue – Framing Public Life: A Bridging Model for Media Research*. In S. Reese, O. Gandy & A. Grant (Eds.), *Framing Public Life*. Lawrence Erlbaum. 2001.
53. Reuters Institute. *Digital News Report 2023*. URL: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf
54. Sambrook R. *Are Foreign Correspondents Redundant? Reuters Institute for the Study of Journalism*. 2010. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-12/Are%20Foreign%20Correspondents%20Redundant%20The%20changing%20face%20of%20international%20news.pdf>
55. Schiller H.I. *Revival: Communication and Cultural Domination*.1976. (1st ed.). Routledge.
56. Tandoc E. C., Lim Z. W., Ling R. *Defining «Fake News»: A typology of scholarly definitions*. *Digital Journalism*. 2018. 6(2), 137–153.

57. Thorson K., Wells C. Curated flows: A framework for mapping media exposure in the digital age. *Communication Theory*. 2016. 26(3), 309–328. <https://doi.org/10.1111/comt.12087>
58. Thussu D. K. *International communication: Continuity and change*. Bloomsbury publishing, 2018.
59. Tomlinson J. *Globalization and Culture*. Polity. 1999. 248 p.
60. Tufekci Z. Algorithmic harms beyond Facebook and Google: Emergent challenges of computational agency. *Colorado Technology Law Journal*. 2015. Vol. 13. P. 203–218. URL: <https://ctlj.colorado.edu/wp-content/uploads/2015/08/Tufekci-final.pdf>
61. Turse N. *News Graveyards: How Dangers to War Reporters Endanger the World*. Watson Institute for International and Public Affairs. Brown University. 2025. URL: https://watson.brown.edu/costsofwar/files/cow/imce/papers/2025/Turse_Costs%20of%20War_The%20Reporting%20Graveyard%204-2-25.pdf
62. Vrontis D, Makrides A, Christofi M, Thrassou A. Social media influencer marketing: A systematic review, integrative framework and future research agenda. *International Journal of Consumer Studies*. 2021. No45. 617–644. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12647>
63. Wihbey J. *The Social Fact: News and Knowledge in a Networked World*. MIT Press. 2017. 328 p.
64. Winslow G. Survey: Turning Inward, Most Americans Consume Little or No International News. *TvTech*. May 2, 2025. URL: <https://www.tvtechnology.com/news/survey-turning-inward-most-americans-consume-little-or-no-international-news>

ДОДАТКИ

Додаток А

Перелік аналізованих журналістських матеріалів, присвячених висвітленню війни РФ проти України, на сайті Української Правди (pravda.com.ua) за січень 2025 р.

| Заголовок | Автор(и) | Дата | Посилання |
|---|-------------------------------|------------|---|
| Мир, що суперечить інтересам Трампа | Майкл Форман, Чарльз А.Купчан | 02.01.2025 | https://www.eurointegration.com.ua/articles/2025/01/2/7201698/ |
| Не літати в хмарах ілюзій | Андрій Садовий | 03.01.2025 | https://www.pravda.com.ua/columns/2025/01/3/7491639/ |
| Війна. Гроші. "Двіжуха" | Михайло Дубинянський | 04.01.2025 | https://www.pravda.com.ua/articles/2025/01/4/7491703/ |
| Станіслав Асєєв: Страх потрапити знову в полон... | Софія Серєда | 05.01.2025 | https://www.pravda.com.ua/articles/2025/01/5/7491998/ |
| Гроші на відновлення чи на війну? | Іван Городиський | 06.01.2025 | https://www.eurointegration.com.ua/articles/2025/01/6/7201764/ |
| Комбат "Свободи" Кузик: Путін увійде в історію... | Тетяна Даниленко | 06.01.2025 | https://www.pravda.com.ua/articles/2025/01/6/7492137/ |
| Буде перемир'я чи ні... | Андрій Білецький | 07.01.2025 | https://www.pravda.com.ua/columns/2025/01/7/7492235/ |
| Хаос, байдужість і шахрайство... | Ангеліна Страшкулич | 08.01.2025 | https://www.pravda.com.ua/articles/2025/01/8/7492455/ |
| Три уроки війни з Росією | Ніку Попеску | 09.01.2025 | https://www.eurointegration.com.ua/articles/2025/01/9/7202139/ |
| На них не діє РЕБ | Богдан Мірошниченко | 10.01.2025 | https://pravda.com.ua/oborona/shcho-take-droni-na-optovolokni-ta-yak-voni-zminyuyut-vse-na-poli-boyu-801851 |
| Війна – лотерея | Євген Руденко | 10.01.2025 | https://www.pravda.com.ua/articles/2025/01/10/7492795/ |
| Війна на сходах | Михайло Дубинянський | 11.01.2025 | https://www.pravda.com.ua/articles/2025/01/11/7492977/ |
| "Це – мій спосіб проживання втрати" | Віра Шурмакевич | 16.01.2025 | https://life.pravda.com.ua/projects/viyna-i-pam-yat/yak-brat-zagibloji-irini-cibuh-provodit-ekskursiji-shchob-vshanuvati-jiji-pam-yat-305907/ |
| Я був готовий заплатити ВЛК... | Ангеліна Страшкулич | 16.01.2025 | https://www.pravda.com.ua/articles/2025/01/16/7493730/ |

| | | | |
|---|--|------------|---|
| Вони принесуть багато біди | Євген Руденко | 17.01.2025 | https://www.pravda.com.ua/articles/2025/01/17/7493949/ |
| [Без]цінне українське життя | Михайло Дубинянський | 18.01.2025 | https://www.pravda.com.ua/articles/2025/01/18/7493956/ |
| Військові бази, взаємна оборона... | Дарія Чернявська, Дмитро Шеренговський, Сергій Сидоренко | 20.01.2025 | https://www.eurointegration.com.ua/articles/2025/01/20/7202854/ |
| Українська армія веде важкі бої... | Ольга Кириленко, Євген Будацький | 20.01.2025 | https://www.pravda.com.ua/articles/2025/01/20/7494364/ |
| Загинув, бо наклали непотрібний турнікет | Ярослав Галас | 21.01.2025 | https://life.pravda.com.ua/society/yak-ce-pracyuvati-likarem-na-stabpunkti-istoriji-pro-zhittya-i-smert-305984 |
| Перша книга Залужного | Рустан Халілов | 21.01.2025 | https://www.pravda.com.ua/articles/2025/01/21/7494512/ |
| "Я не зраджую сина, коли живу" | Ірина Виртосу, Крістіна Бут | 23.01.2025 | https://life.pravda.com.ua/society/yak-ce-buti-mamoyu-bezvisti-zniklogo-sina-istoriya-oleni-zayec-306034/ |
| "Тато каже 'забирайте мене до себе'..." | Олена Барсукова | 27.01.2025 | https://life.pravda.com.ua/society/mama-i-donka-razom-sluzhat-u-brigadi-hartiya-interv-yu-z-zhinkami-u-viysku-306062/ |
| Трамп, війна, вибори | Роман Романюк | 27.01.2025 | https://www.pravda.com.ua/articles/2025/01/27/7495371/ |
| Критерій перемоги | Павло Казарін | 31.01.2025 | https://www.pravda.com.ua/articles/2025/01/31/7495862/ |

Перелік аналізованих журналістських матеріалів, присвячених висвітленню війни РФ проти України, на сайті New York Times (nytimes.com) за січень 2025 р.

| Заголовок | Автор(и) | Дата | Посилання |
|--|--|------------|---|
| Ukraine Halts the Flow of Natural Gas From Russia to Europe | Marc Santora, Andrew Higgins and Jenny Gross | 01.01.2025 | https://www.nytimes.com/2025/01/01/world/europe/russia-ukraine-natural-gas-europe.html |
| Zelensky Expresses Hope for 2025, but Russia Presses On With Attacks | Marc Santora | 01.01.2025 | https://www.nytimes.com/2025/01/01/world/europe/ukraine-russia-war-zelensky.html |
| Ukraine Launches New Attack in Kursk Region of Western Russia | Marc Santora | 05.01.2025 | https://www.nytimes.com/2025/01/05/world/europe/ukraine-attack-kursk-russia.html |
| Russia Claims Control of Key Town as Ukraine Renews Push in Kursk | Marc Santora | 06.01.2025 | https://www.nytimes.com/2025/01/06/world/europe/kurakhove-russia-ukraine-war.html |
| For Many Returning Russian Veterans, a Long Road of Recovery Awaits | Valerie Hopkins and Nanna Heitmann | 07.01.2025 | https://www.nytimes.com/2025/01/07/world/europe/russia-ukraine-war-veterans.html |
| Russian Strike Kills 13 in Zaporizhzhia, Ukraine | Cassandra Vinograd and Oleksandr Chubko | 08.01.2025 | https://www.nytimes.com/2025/01/08/world/europe/ukraine-russia-oil-depot.html |
| The Painting, the Photograph and the War for Ukraine's Culture | Constant Méheut | 11.01.2025 | https://www.nytimes.com/2025/01/11/world/europe/ukraine-photo-painting-culture-war.html |
| Battles Rage Inside Russia, With Waves of Tanks, Drones and North Koreans | Marc Santora, Liubov Sholudko and Finbarr O'Reilly | 13.01.2025 | https://www.nytimes.com/2025/01/13/world/europe/russia-ukraine-kursk-north-korea.html |
| Ukraine Launches 'Massive' Drone Attacks Inside Russia, Officials Say | Cassandra Vinograd | 14.01.2025 | https://www.nytimes.com/2025/01/14/world/europe/ukraine-russia-massive-drone-strikes.html |
| Missile Attack Prompts Emergency Power Cuts in Ukraine | Cassandra Vinograd | 15.01.2025 | https://www.nytimes.com/2025/01/15/world/europe/ukraine-russia-missile-attack-energy.html |
| Russia Attacks Kyiv With Ballistic Missiles, Ukraine Says | Cassandra Vinograd | 17.01.2025 | https://www.nytimes.com/2025/01/17/world/europe/ukraine-kyiv-russia.html |

| | | | |
|---|---|------------|---|
| Ukraine Braces for Trump’s Return, Eager for Peace, but Wary of the Terms | Marc Santora | 19.01.2025 | https://www.nytimes.com/2025/01/19/world/europe/ukraine-us-trump-war-peace.html |
| Facing Setbacks and Desertions at the Front, Ukraine Detains Commanders | Maria Varenikova | 21.01.2025 | https://www.nytimes.com/2025/01/21/world/europe/ukraine-commanders-detained.html |
| Fighting Alongside Russia, North Koreans Wage Their Own War | Marc Santora and Helene Cooper | 22.01.2025 | https://www.nytimes.com/2025/01/22/world/europe/north-korea-soldiers-ukraine.html |
| Ukraine Is Losing Fewer Soldiers Than Russia — but It’s Still Losing the War | Anatoly Kurmanaev and Constant Méheut | 23.01.2025 | https://www.nytimes.com/2025/01/23/world/europe/ukraine-russia-soldiers-loss.html |
| Did Ukraine Kill Its Own by Downing a Russian Plane? A Year Later, It Hasn’t Said. | Cassandra Vinograd and Maria Varenikova | 24.01.2025 | https://www.nytimes.com/2025/01/24/world/europe/ukraine-russia-belgorod-plane-pows.html |
| Russia Seizes Another Ukrainian Town in Push to Take All of Donetsk | Constant Méheut | 29.01.2025 | https://www.nytimes.com/2025/01/29/world/europe/russia-ukraine-war-donetsk-velyka-novosilka.html |

ЗГОДА

здобувача(чки) освіти Державного університету економіки і технологій про перевірку кваліфікаційної роботи на прояви академічного плагіату та розміщення в Репозитарії ДУЕТ

Я, **Михайлов Данило Олександрович**, підтримую політику Державного університету економіки і технологій з академічної доброчесності і відкритого доступу. Стверджую, що кваліфікаційна бакалаврська робота **«Висвітлення міжнародних подій в епоху цифрових технологій»** виконана самостійно та не містить академічного плагіату. Я не надавав(ла) і не одержував(ла) недозволену допомогу під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають покликання на відповідне джерело.

Із чинним Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату в роботах здобувачів вищої освіти Державного університету економіки і технологій ознайомлений(а). Чітко усвідомлюю, що в разі виявлення у кваліфікаційній роботі порушення норм академічної доброчесності робота не допускається до захисту або оцінюється незадовільно.

Також я поінформований(на), що відповідно до пункту 5.8 «Положення про Репозитарій (електронну базу даних) Державного університету економіки і технологій» згадана робота буде розміщена в Електронному архіві Університету (Репозитарії ДУЕТ) та ознайомлений(на) з умовами такого розміщення.



16.06.2025