



МІНІСТЕРСТВО
ОСВІТИ І НАУКИ
УКРАЇНИ



III Всеукраїнська студентська науково-практична онлайн конференція

ІНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛІСТИКА ТА НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СУЧАСНИХ МЕДІА

5 травня 2026 р. , м. Вінниця



На нашу думку, саме така взаємодія є однією з головних переваг авторського формату сьогодні.

Особливо помітним є вплив авторських програм у складні часи. Коли я працюю над своєю передачею, намагаюся не лише інформувати чи розважати, а й підтримувати слухачів, створювати відчуття єдності та допомагати знаходити опору навіть у непростій реальності.

Отже, що ми маємо? Авторська радіопрোগрама в сучасній Україні – це не просто передача. Це складний, багатошаровий феномен. Її створення потребує не лише технічних знань, а й сформованого світогляду, мовного чуття, вміння рефлексувати. Як показують роботи В.Лизанчука та О.Гояна, успішний авторський проєкт неможливий без поваги до слухача і без глибокого розуміння того, що таке радіо. Вплив таких програм охоплює емоції, думки й почуття ідентичності. У майбутньому варто було б дослідити, чим відрізняється ефективність авторських програм на FM-радіо та в подкастах, а також розробити чіткі критерії якості для воєнного часу. Бо зараз це дуже потрібно.

Список використаних джерел

1. Лизанчук В. В. Радіожурналістика: засади майстерності. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2016. 240 с.
2. Гоян О. Я. Основи радіожурналістики і радіоменеджменту. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2004. 190 с.

Науковий керівник: Житарюк М.Г., кандидат філологічних наук, доктор наук із соціальних комунікацій, професор.

Артем Пантюшенко

*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ВНЗ
«Університет економіки та права «КРОК»*

КОНВЕРГЕНТНИЙ ТЕКСТ В УКРАЇНСЬКІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ: ПОЄДНАННЯ ІНФОРМУВАННЯ ТА ЕМОЦІЙНОЇ ПІДТРИМКИ

Розкрито особливості сучасного конвергентного тексту, його функції в інформаційному середовищі. Акцентовано увагу на поєднанні новинної інформації з емоційною підтримкою, що має захисний характер і сприяє стабілізації емоційного стану аудиторії.

Ключові слова: конвергентний текст, новинний контент, емоційна підтримка, стабілізація, клікбейт.

Актуальність дослідження. Повномасштабна війна росії проти України змінила не лише інформаційний порядок денний, а й саму логіку споживання новин. Українська аудиторія живе в умовах постійного інформаційного тиску: щоденний потік новин про обстріли, втрати, руйнування, а тепер ще й нестабільність наших партнерів формує високий рівень тривожності та інформаційної втоми. У таких умовах традиційний новинний текст, орієнтований лише на передачу фактів, втрачає ефективність.

Об'єкт нашого дослідження – конвергентний текст як інструмент одночасного інформування, поширення та емоційної стабілізації аудиторії.

Мета дослідження – проаналізувати процес трансформації новинного контенту в конвергентний текст, який виконує функцію не лише передачі інформації, а й психологічної підтримки.

В умовах повномасштабної війни українське інформаційне середовище функціонує в стані постійного перевантаження, що безпосередньо впливає на поведінку аудиторії. За даними дослідження Media Development Foundation (зазначено у новині від 5 листопада 2025 року), 46,2% українців уникали новин про війну, при цьому основними причинами стали психологічне виснаження та інформаційне перевантаження: 54% респондентів зазначили, що отримують більше новин, ніж здатні опрацювати, а 36,9% відчувають тривогу через новинний контент. Водночас таке уникнення має не деструктивний, а захисний характер і сприяє стабілізації емоційного стану аудиторії. Показово, що найвища схильність до уникнення зафіксована серед молоді (65% у віковій групі 18–24 років), яка водночас дедалі більше споживає інформацію через неформальні канали, зокрема YouTube та соціальні зв'язки [1]. У цих умовах традиційна модель новин втрачає ефективність, адже аудиторія більше не потребує лише фактів – вона потребує зрозумілого і психологічно безпечного контенту. Це формує запит на конвергентний текст як формат, що поєднує інформування, пояснення та емоційну підтримку. Українські онлайн-платформи фактично відмовилися від “чистого” тексту: новина подається як поєднання відео, коротких підписів, візуальних елементів і структурованих блоків. Це не питання формату, а відповідь на зміну поведінки аудиторії. Як ми вже зазначали раніше, аудиторія потребує не лише оперативної інформації, а й контенту, що пояснює події, структурує реальність та виконує функцію психологічної підтримки [2]. Одним із найпоширеніших форматів є короткі пояснювальні відео. Наприклад, Телебачення Торонто в «TikTok» публікує ролики тривалістю близько хвилини, де складні політичні теми подаються через поєднання відео, швидкого монтажу та іронії. Такий формат дозволяє швидко донести суть події, не втрачаючи уваги глядача, щоб він не прогорнув завчасно. Важливо, що відео не просто інформує, а

пояснює і знижує напругу через гумор [3]. Іншим прикладом є формат медіа «Ґрунт», що проговорює складні теми (мобілізація, міжнародна підтримка, внутрішні процеси), але робить це у «затишній» розмові на 40-60 хвилин з Нотевським, або через історичні паралелі з Ковжуном. Результат завжди один – глядач отримує цільну історію без накруту [4].

Конвергентний текст також змінює саму структуру новини. Усе частіше матеріали будуються за принципом: “що сталося – чому це важливо – що далі”. Така логіка дозволяє не лише повідомити факт, а й одразу дати інтерпретацію. У контексті війни це критично важливо, оскільки невизначеність є одним із ключових факторів тривожності. Важливою характеристикою сучасного контенту є персоналізація. Новини дедалі частіше подаються через історії конкретних людей: військових, волонтерів, переселенців. Це змінює сприйняття – війна перестає бути абстрактною і стає “проживаною”.

Окремо варто зазначити використання гумору як інструменту роботи з травматичним контентом. У практиці вищезгаданого Телебачення Торонто гумор не заперечує серйозність подій, а виступає способом їх осмислення. Це дозволяє утримувати увагу аудиторії та знижувати психологічне навантаження.

Водночас конвергентний текст має і ризики. Спрощення складних тем може призводити до втрати глибини. Крім того, алгоритми соціальних платформ просувають емоційно насичений контент, що створює спокусу переходу до клікбейту. Згадати хоча б УНІАН з їх клікбейтними вставками [5]. У таких умовах ключовим стає принцип емоційної відповідальності, здатність медіа впливати на аудиторію без маніпуляцій.

Практика українських медіа демонструє чіткі тенденції: використання коротких пояснювальних відео, візуалізованих форматів, персоналізованих історій та позитивних кейсів. Усі ці підходи спрямовані не лише на передачу інформації, а й на зниження рівня тривожності та формування відчуття контролю. Це свідчить про поступову трансформацію журналістики у більш відповідальну та орієнтовану на людину практику.

Водночас важливо, що аудиторія не відмовляється від новин повністю вона шукає інший формат їх подачі. Навіть в умовах інформаційної втоми зберігається запит на змістовний, чесний і зрозумілий контент. Це створює можливість для розвитку якісної журналістики, яка здатна не лише інформувати, а й підтримувати.

Список використаних джерел

1. Інформаційна втома як вікно можливостей: шанс для регіональних медіа в умовах війни та після неї. *Mediadevelopmentfoundation*. URL: <https://news-fatigue-research.mediadevelopmentfoundation.org/> (дата звернення: 12.04.2026).

2. Сучасна українська інформаційна кон'юнктура: проблеми та перспективи.

3. KROK : Головна. URL: <https://dspace.krok.edu.ua/items/132a22a3-820f-4738-aeee-dd40a7503fb9> (дата звернення: 12.04.2026).

4. TikTok. *TikTok*. URL: <https://www.tiktok.com/@toronto.tv?lang=en-GB> (дата звернення: 12.04.2026).

5. ГРУНТ. *YouTube*. URL: <https://www.youtube.com/@grntmedia> (дата звернення: 12.04.2026).

6. УНІАН. *YouTube*. URL: <https://www.youtube.com/@unian> (дата звернення: 12.04.2026).

Науковий керівник: Момот Н.М., кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри журналістики ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК».

Валерія Хрептус

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти Вінницького державного педагогічного університету імені М. Коцюбинського

ТРАНСФОРМАЦІЯ РЕГІОНАЛЬНИХ ОНЛАЙН-МЕДІА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ НА ПРИКЛАДІ ВИДАННЯ «ВІДА»

Досліджено процес трансформації регіонального онлайн-медіа в умовах воєнного стану на прикладі вінницького інтернет-видання «ВіДа». Проаналізовано зміну контентної політики: перехід від розважально-соціальної моделі до безпекової та суспільно значущої тематики. Висвітлено специфіку функціонування медіа як мультиплатформеної екосистеми (сайт, Telegram, Facebook, Instagram) та його роль у протидії ворожим ІПСО і верифікації інформації. Доведено, що трансформація проявилася у зростанні оперативності інформування, зміні тональності матеріалів та посиленні сервісної функції медіа. Обґрунтовано роль регіональних видань як ключового інструменту забезпечення інформаційної стійкості територіальних громад у кризовий період.

Ключові слова: *регіональні медіа, онлайн-видання «ВіДа», воєнна проблематика, інформаційна безпека, трансформація контенту, мультиплатформенність, ІПСО, Вінниччина.*

Повномасштабне вторгнення росії в Україну у 2022 році суттєво трансформувало функціонування національного медіапростору, зокрема онлайн-видань. В умовах воєнного стану регіональні медіа опинилися