

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА «КРОК»
Кафедра журналістики

Співак Владислави Сергіївни

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

« Тематика освіти і культури на сторінках онлайн ЗМІ »
(тема)

061 Журналістика
(шифр і назва спеціальності)

«Журналістика»
(освітня програма)

Подається на здобуття освітнього ступеня бакалавр

Бакалаврська кваліфікаційна робота **Співак Владислави Сергіївни** містить результати власних доробок. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

(підпис, ініціали та прізвище здобувача)

Науковий керівник:

Момот Неля Миколаївна
Кандидат філологічних наук, доцент

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕМАТИКИ ОСВІТИ І КУЛЬТУРИ В ОНЛАЙН ЗМІ.....	5
1.1. Поняття і функції онлайн ЗМІ у сучасному інформаційному просторі.....	5
1.2. Роль ЗМІ у висвітленні суспільно важливих тем: освіта і культура.....	10
1.3. Жанрово-стилістичні особливості публікацій на освітню і культурну тематику.....	18
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВІДОБРАЖЕННЯ ТЕМ ОСВІТИ І КУЛЬТУРИ У ВІТЧИЗНЯНИХ ОНЛАЙН ЗМІ.....	25
2.1. Критерії добору матеріалу на освітньо-культурну тематику для аналізу.....	25
2.2. Частотність та специфіка висвітлення освітньої тематики.....	30
2.3. Особливості подачі матеріалів на тему культури.....	37
2.4. Спільні риси та відмінності у висвітленні тем освіти та культури.....	42
РОЗДІЛ 3. ТЕМАТИКА ОСВІТИ І КУЛЬТУРИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ.....	49
3.1. Інформаційні стратегії у публікаціях на освітню і культурну тематику.....	49
3.2. Вплив подачі тем на формування соціальних цінностей.....	54
3.3. Роль онлайн ЗМІ в популяризації освіти і культури.....	63
ВИСНОВКИ.....	72
СПИСКИ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	74

ВСТУП

У сучасному інформаційному суспільстві засоби масової інформації відіграють ключову роль у формуванні громадської думки, соціальних настанов і ціннісних орієнтирів. Особливо це стосується тематики освіти та культури, які є не лише складовими гуманітарного простору, але й стратегічними ресурсами сталого розвитку суспільства. Через онлайн ЗМІ суспільство отримує знання про освітні процеси, культурні явища, здобутки і виклики, що стоять перед цими сферами.

Актуальність теми дослідження зумовлена тим, що в умовах цифровізації та зростання впливу медіа онлайн платформи стали головним джерелом інформації для значної частини населення. Онлайн ЗМІ не лише транслюють новини, а й беруть активну участь у формуванні суспільного дискурсу, зокрема щодо реформ в освіті, культурної політики, збереження національної ідентичності, популяризації мистецтва тощо.

Метою цієї роботи є аналіз тематики освіти і культури на сторінках українських онлайн ЗМІ, виявлення специфіки їх подачі, жанрово-стилістичних особливостей, частотності та впливу на формування громадської думки.

Об'єктом дослідження виступають вітчизняні онлайн-ЗМІ, що активно висвітлюють освітньо-культурну проблематику.

Предметом дослідження є зміст, форма і функції публікацій, присвячених темам освіти та культури, їх жанрова структура, стильова подача, частотність і соціальна значущість.

Завдання дослідження:

1. Охарактеризувати функції онлайн ЗМІ у висвітленні тем освіти і культури.
2. Дослідити жанрові й стилістичні особливості подачі відповідної тематики.

3. Проаналізувати, як освіта і культура представлені у вітчизняних онлайн-медіа.

4. Визначити інформаційні стратегії та вплив подібних публікацій на громадську думку.

Методологічну основу дослідження становлять **методи** контент-аналізу, порівняльного аналізу, класифікації, узагальнення та опису. У роботі також застосовано елементи дискурс-аналізу для вивчення специфіки мовної подачі матеріалів.

Наукова новизна полягає у комплексному підході до аналізу освітньо-культурної тематики в онлайн ЗМІ, що враховує не лише змістовні аспекти, але й жанрові, стилістичні, комунікативні особливості.

Практичне значення полягає у можливості використання отриманих результатів для вдосконалення медійної практики у сфері освіти і культури, розробки ефективних комунікативних стратегій, а також у навчальному процесі— під час підготовки фахівців у галузі журналістики, медіакомунікацій, культурології та педагогіки.

Структура роботи складається зі вступу, трьох розділів, висновків і списку використаних джерел. У першому розділі досліджено теоретичні аспекти функціонування онлайн ЗМІ та їхню роль у висвітленні тем освіти і культури. У другому — здійснено аналіз конкретного медійного контенту в українських онлайн-виданнях. Третій розділ присвячено вивченню впливу медіа на формування ціннісних орієнтацій і соціальної думки щодо освіти і культури.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕМАТИКИ ОСВІТИ І КУЛЬТУРИ В ОНЛАЙН ЗМІ

1.1. Поняття і функції онлайн ЗМІ у сучасному інформаційному просторі

Онлайн засоби масової інформації (онлайн ЗМІ) — це сукупність електронних медіаресурсів, що функціонують у мережі Інтернет і виконують традиційні для медіа завдання з поширення інформації, формування громадської думки, комунікації та розваг. Онлайн ЗМІ відрізняються від традиційних друкованих чи ефірних медіа способом передачі інформації, оперативністю оновлення контенту, інтерактивністю та мультимедійністю.

Сучасні науковці розглядають онлайн ЗМІ як інститути комунікації, що поєднують функції журналістики, публіцистики, реклами та PR, адаптовані до цифрового середовища. Ці медіа характеризуються можливістю швидкої взаємодії з аудиторією, наданням доступу до інформаційних матеріалів у будь-який час і з будь-якої точки світу. Завдяки використанню гіпертекстових, аудіовізуальних і графічних елементів онлайн ЗМІ створюють інтерактивний інформаційний простір, що задовольняє потреби сучасного суспільства в мобільності та багатоформатності інформації.

Отже, онлайн ЗМІ — це динамічна форма медіакомунікації, що інтегрує традиційні журналістські стандарти з новітніми цифровими технологіями, забезпечуючи багатоаспектний підхід до виробництва та споживання інформації.

Онлайн медіа як специфічний сегмент сучасного інформаційного простору вирізняються низкою ключових характеристик, що обумовлюють їхню сутність і функціонування. Серед них провідними є інтерактивність, мультимедійність та доступність, які визначають якісно новий рівень взаємодії між медіа та аудиторією [1].

Інтерактивність — це здатність онлайн медіа забезпечувати активну участь користувачів у процесах комунікації та створення контенту. Вона проявляється

у можливості миттєвого зворотного зв'язку, обговорення матеріалів у коментарях, участі в форумах, голосуваннях, інтерактивних опитуваннях, а також у поширенні інформації через соціальні мережі. Інтерактивність руйнує традиційну односторонню модель комунікації «медіа → аудиторія», формуючи динамічний і багатосторонній комунікативний простір, де користувачі стають не лише споживачами, а й співтворцями інформаційного контенту. Це підвищує рівень залучення аудиторії, сприяє формуванню спільнот навколо медіаплатформ і стимулює більш глибоке осмислення інформації.

Мультимедійність полягає у поєднанні різних форм подання інформації — текстової, візуальної, аудіо- та відеоінформації, інфографіки, анімацій — в одному інформаційному продукті. Завдяки мультимедійності онлайн медіа мають змогу створювати комплексні, багатовимірні повідомлення, що одночасно апелюють до різних каналів сприйняття аудиторії. Такий підхід дозволяє не лише підвищити інформативність контенту, а й посилити емоційний вплив, зробити матеріал більш наочним, доступним для розуміння та привабливим для споживача. Мультимедійність також сприяє інноваційному розвитку жанрових форм журналістики, породжуючи нові гібридні жанри, що поєднують елементи різних медіа.

Доступність означає можливість отримання доступу до медіаконтенту незалежно від територіального розташування, часових рамок чи технічних обмежень, за умови наявності Інтернет-з'єднання. Онлайн медіа функціонують у режимі 24/7, забезпечуючи постійне оновлення інформаційного потоку та оперативне реагування на події. Це створює унікальні умови для задоволення інформаційних потреб аудиторії, яка має змогу обирати час, місце і спосіб споживання контенту. Доступність також підкріплюється розмаїттям платформ і пристроїв (смартфони, планшети, ноутбуки, десктопи), що дозволяє користувачам отримувати інформацію у зручному форматі та через звичні канали [2].

Отже, інтерактивність, мультимедійність та доступність утворюють комплекс характеристик, що забезпечують конкурентоспроможність онлайн медіа у сучасному інформаційному суспільстві. Вони дозволяють задовольняти запити аудиторії щодо оперативності, багатоформатності, гнучкості інформаційного контенту, а також формують нові комунікативні стратегії у взаємодії між медіа та суспільством.

Онлайн засоби масової інформації (онлайн ЗМІ) як важливий інститут комунікації в цифрову епоху виконують комплекс функцій, що зумовлюють їхнє місце та роль у суспільному житті. Серед основних функцій онлайн медіа науковці виділяють інформаційну, освітню, виховну, розважальну та мобілізаційну, кожна з яких має специфічні прояви в умовах цифрового середовища.

Інформаційна функція онлайн ЗМІ є базовою і полягає у своєчасному поширенні актуальних відомостей про події, процеси, явища у світі, країні, локальній спільноті. Онлайн медіа забезпечують оперативність подання новин завдяки цілодобовому оновленню сайтів, мобільним додаткам, соціальним мережам. Наприклад, інформаційні портали BBC News, CNN, Українська правда оновлюють контент у режимі реального часу, інформуючи про політичні рішення, надзвичайні події, міжнародні переговори. Завдяки гіперпосиланням користувачі мають змогу переходити до пов'язаних матеріалів, поглиблюючи розуміння теми. Інформаційна функція онлайн ЗМІ сприяє формуванню поінформованого громадянського суспільства, що здатне швидко адаптуватися до змін інформаційного поля.

Освітня функція онлайн ЗМІ реалізується через поширення знань, науково-популярних матеріалів, культурно-просвітницьких проєктів. Сайти на кшталт "Освіта.ua", "Наука та освіта", платформи масових відкритих онлайн-курсів (Coursera, Prometheus) забезпечують доступ до освітнього контенту для широкої аудиторії. Освітня функція також виявляється в публікації статей, інтерв'ю з науковцями, відеолекцій, інфографіки, що спрощує складні теми для пересічного

споживача. Таким чином, онлайн медіа сприяють неформальній освіті, підвищенню рівня обізнаності населення в різних сферах знань, розвитку критичного мислення [3].

Виховна функція онлайн ЗМІ полягає у формуванні морально-етичних цінностей, соціально значущих норм, моделей поведінки. Через контент про культуру, історію, традиції, екологію медіа впливають на формування національної свідомості, громадянської відповідальності, патріотизму. Наприклад, матеріали про героїв сучасної України, проєкти на кшталт “Ukrainian”, “Історична правда” спрямовані на популяризацію культурної спадщини, історичної пам’яті, формування почуття гордості за свою країну. Водночас онлайн медіа можуть виконувати виховну функцію шляхом критики негативних соціальних явищ — корупції, насильства, дискримінації, закликаючи до їх подолання через суспільну дискусію.

Розважальна функція онлайн ЗМІ реалізується через контент, що забезпечує емоційний відпочинок, релаксацію, задоволення естетичних і дозвіллевих потреб аудиторії. Розважальні матеріали включають шоу, відео, гумористичні програми, інтерв’ю з відомими людьми, меми, інтерактивні ігри. Наприклад, платформи YouTube, Netflix, Megogo, розважальні портали як-от JetSetter.ua, Кореспондент.Лайф задовольняють запит на відпочинок через мультимедійний контент. Розважальна функція важлива для зняття психологічної напруги, підтримки позитивного емоційного стану, інтеграції аудиторії через спільне обговорення популярних подій, серіалів, культурних явищ.

Мобілізаційна функція онлайн ЗМІ виражається у здатності спонукати аудиторію до активних дій, залучати до громадських, політичних, благодійних ініціатив. Через онлайн медіа поширюються заклики до участі в акціях протесту, екологічних рухах, волонтерських кампаніях. Прикладом мобілізаційної функції є інформаційна підтримка збору коштів для Збройних Сил України через портали “Повернись живим”, “Спільнокошт”, заклики до участі у виборах, флешмоби у

соцмережах із соціально значущими хештегами. Онлайн ЗМІ створюють ефект миттєвого залучення великої кількості людей до певної проблеми, активізуючи колективну дію [4].

Таким чином, онлайн ЗМІ виконують багатофункціональну роль, забезпечуючи не лише інформування, а й освітній, виховний, розважальний і мобілізаційний вплив на аудиторію. Усі ці функції взаємопов'язані й у сукупності формують комплексний вплив медіа на формування громадської думки, соціальних практик і культурної динаміки сучасного суспільства.

Інтернет як глобальна інформаційно-комунікаційна мережа відіграв ключову роль у трансформації традиційного медійного простору та створенні якісно нового середовища комунікації. З розвитком цифрових технологій змінилися не лише канали поширення інформації, але й способи її продукування, споживання та взаємодії між медіа та аудиторією.

Однією з головних рис нового медійного простору є деконцентрація джерел інформації. Якщо в традиційних медіа (телебачення, радіо, друковані видання) основними виробниками контенту виступали великі редакції чи медіахолдинги, то в умовах Інтернету спостерігається зростання ролі неформальних, незалежних джерел — блогів, соціальних мереж, індивідуальних ініціатив. Це призвело до демократизації інформаційного виробництва, відкривши можливість практично кожному користувачеві стати одночасно споживачем і виробником контенту.

Інтернет також значно розширив можливості інтерактивної взаємодії між медіа та аудиторією. Завдяки форумам, коментарям, опитуванням, соціальним мережам користувачі можуть не лише читати або переглядати контент, але й активно брати участь у його обговоренні, поширенні, критичній оцінці. Таким чином, комунікація стає багатовекторною, двосторонньою, що руйнує традиційну модель одностороннього впливу медіа на публіку [5].

Крім того, Інтернет сприяв глобалізації медійного простору. Інформація перестала мати чіткі географічні кордони, а доступ до новин, культурних,

освітніх, розважальних ресурсів тепер є можливим з будь-якої точки світу за умови підключення до мережі. Це стимулює формування глобальної інформаційної спільноти, у межах якої відбувається взаємопроникнення культур, ідей, цінностей, а також підвищується рівень взаєморозуміння між народами.

Важливою характеристикою нового медійного простору, створеного Інтернетом, є мультимедійність — можливість одночасного використання тексту, зображень, аудіо, відео, інтерактивних елементів у межах одного інформаційного продукту. Це розширює комунікативний потенціал медіа, дозволяючи більш ефективно та комплексно впливати на аудиторію.

Водночас Інтернет відкрив шлях до персоналізації контенту, коли завдяки алгоритмам користувачі отримують інформаційні потоки, адаптовані до їхніх інтересів, поведінкових моделей, запитів. Це підвищує зручність споживання медіа, проте водночас створює ризики інформаційних бульбашок, що обмежують доступ до альтернативних точок зору.

Таким чином, Інтернет не лише змінив технічні засоби поширення інформації, а й створив новий тип медійного простору — динамічний, інтерактивний, глобалізований, мультимедійний та персоналізований. Його особливості визначають нові виклики й можливості для журналістики, комунікаційних стратегій, громадської взаємодії у цифрову епоху.

1.2. Роль ЗМІ у висвітленні суспільно важливих тем: освіта і культура

Освіта і культура належать до стратегічно важливих сфер, що забезпечують стійкий, комплексний та гармонійний розвиток суспільства. Вони є невід’ємними чинниками формування соціального капіталу, інтелектуального потенціалу нації, її конкурентоспроможності на міжнародній арені. Освіта і культура виконують багатовимірну роль, інтегруючи в собі інтелектуальні, духовні, естетичні, етичні та громадянські аспекти соціального життя.

Освіта виступає ключовим інструментом формування знань, умінь, компетентностей, необхідних для повноцінної участі особистості в житті суспільства. Вона забезпечує підготовку фахівців, здатних ефективно діяти в умовах глобалізованої економіки, швидких технологічних змін і посилення міжнародної конкуренції. Освітній рівень населення безпосередньо корелює з рівнем економічного розвитку, інноваційного потенціалу, стабільності демократичних інститутів. В умовах інформаційного суспільства освіта набуває нових завдань, включаючи розвиток критичного мислення, інформаційної грамотності, навичок *lifelong learning* (безперервного навчання), що є необхідними для адаптації до змін і професійної мобільності [6].

Крім економічного та інтелектуального значення, освіта виконує соціалізуючу функцію, інтегруючи індивіда в соціокультурне середовище, формуючи громадянську свідомість, повагу до прав людини, принципів демократії, соціальної справедливості. Освітня сфера також є важливою умовою соціальної рівності та мобільності, відкриваючи доступ до ресурсів, які допомагають подолати дискримінацію, бідність, соціальне відчуження.

Культура, у свою чергу, є не лише сукупністю матеріальних і духовних цінностей, але й системою знакових кодів, символів, традицій, що забезпечують ідентифікацію нації, спадкоємність історичної пам'яті, збереження колективної ідентичності. Через культуру формується спільний морально-етичний простір, що інтегрує різноманітні соціальні групи, сприяючи соціальній єдності, порозумінню, міжкультурному діалогу. Розвиток культури забезпечує підтримку національної гідності, патріотизму, зміцнення позитивного іміджу держави на міжнародній арені.

Важливо підкреслити, що культура не є статичним явищем, вона розвивається, оновлюється, адаптуючись до викликів сучасності, інтегруючи нові художні форми, технології, інноваційні підходи. Розвиток культурних і креативних індустрій створює економічний ефект, сприяючи розвитку туризму,

індустрії розваг, мистецьких проєктів, залучаючи інвестиції, створюючи робочі місця.

Освіта і культура перебувають у взаємозалежних відносинах: освіта є каналом передачі культурних цінностей, знань, норм і традицій, а культура формує зміст освітнього процесу, його ціннісно-орієнтаційну основу. Без належної уваги до культурної компоненти освіта втрачає свою гуманістичну місію, зводячись до механічного передавання знань. Водночас без ефективної системи освіти культура ризикує втратити наступність, автентичність, вплив на нові покоління [7].

У сучасних умовах роль освіти і культури як стратегічних сфер посилюється через глобальні виклики: цифровізація, кліматичні зміни, міграційні процеси, війни, політична нестабільність. Саме ці сфери здатні протистояти руйнівним тенденціям, сприяти розвитку критичного мислення, формуванню толерантності, міжкультурного діалогу, захисту культурної спадщини, зміцненню демократичних цінностей.

У цьому контексті державна політика в галузі освіти і культури повинна мати стратегічний характер, орієнтуючись на довгострокові пріоритети, адекватне фінансування, підтримку інновацій, захист прав учасників культурно-освітнього процесу. Інвестиції в ці сфери — це інвестиції в майбутнє суспільства, його стабільність, економічну конкурентоспроможність, соціальну згуртованість.

Таким чином, освіта і культура є не лише складовими гуманітарної сфери, а стратегічними ресурсами розвитку суспільства, що забезпечують його стійкість, адаптивність, духовне багатство, здатність до інновацій і самовідтворення в умовах динамічних глобальних процесів.

Тематика освіти і культури традиційно посідає важливе місце в інформаційному просторі, оскільки ці сфери відображають рівень розвитку суспільства, його цінності, пріоритети, соціальні та культурні орієнтири. Як традиційні, так і нові медіа беруть участь у формуванні громадської думки щодо

стану освіти, перспектив її розвитку, культурних процесів, а також популяризації культурних надбань. Проте характер висвітлення цих тем у різних типах медіа має свої відмінності, зумовлені особливостями форматів, технологій, аудиторії та принципів роботи [8].

Традиційні медіа (друковані видання, телебачення, радіо) історично були основними каналами поширення інформації про освіту і культуру. Друковані газети та журнали публікували аналітичні статті, репортажі, інтерв'ю з педагогами, діячами культури, рецензії на театральні вистави, книжкові новинки, огляди культурних подій. Наприклад, газети на кшталт *«День»*, *«Літературна Україна»* активно висвітлювали діяльність митців, освітні реформи, проблеми освітнього процесу. Телебачення традиційно пропонувало освітньо-просвітницькі програми (*«Школа молодого вчителя»*, *«Літературна вітальня»*), культурні огляди, трансляції концертів, театральних постановок. Радіо також відігравало важливу роль у поширенні літературних творів, просвітницьких програм, інтерв'ю з культурними діячами.

Однак охоплення тем освіти і культури в традиційних медіа часто залежало від редакційної політики, обмежених обсягів ефірного часу або газетної площі. До того ж, традиційні медіа в багатьох випадках відображали офіційно схвалену точку зору, спираючись на державну політику в галузі освіти й культури, що обмежувало плюралізм думок.

З появою нових медіа (онлайн-видань, блогів, соціальних мереж, відеоплатформ) відбулися суттєві зміни у висвітленні освітньо-культурної тематики. Нові медіа пропонують значно ширший спектр форматів і жанрів — від новинних заміток, аналітичних матеріалів, інтерв'ю, до подкастів, відеоблогів, мультимедійних лонгвідів, інтерактивних проєктів. Онлайн-платформи на зразок *«Українська правда. Життя»*, *The Village Україна*, *Chytomo*, *Korydor* активно публікують матеріали про літературу, мистецтво, сучасні культурні явища, а також аналітику щодо стану освіти, інтерв'ю з освітянами, культурними діячами.

Особливістю нових медіа є оперативність оновлення контенту: матеріали публікуються у режимі реального часу, миттєво реагуючи на важливі події — презентації книг, відкриття виставок, зміни в освітньому законодавстві. Завдяки мультимедійності (поєднанню тексту, фото, відео, аудіо, графіки) нові медіа роблять висвітлення культурно-освітніх подій більш наочним, емоційним, інтерактивним.

Ще однією важливою рисою нових медіа є інтерактивність, тобто можливість аудиторії брати участь у комунікації через коментарі, обговорення, поширення контенту, участь у голосуваннях, флешмобах. Соціальні мережі (Facebook, Instagram, TikTok, Twitter) стали потужними майданчиками для популяризації культурних подій, поширення освітніх ініціатив, мобілізації громадської думки. Наприклад, кампанії на підтримку бібліотек, рух за збереження архітектурної спадщини, флешмоби на підтримку української мови активно висвітлюються і поширюються саме через нові медіа [9].

Крім того, у нових медіа активно функціонують альтернативні джерела інформації — блоги педагогів, мистецтвознавців, літературних критиків, публіцистів, які дозволяють розглядати теми освіти і культури з різних точок зору, створюючи можливість для плюралістичного діалогу. Ці платформи відкривають доступ до маргіналізованих голосів, маловідомих митців, локальних культурних ініціатив, що раніше залишалися поза увагою великих медіа.

Водночас нові медіа створюють ризики поширення неперевіреної інформації, маніпуляцій, спрощення складних культурних чи освітніх проблем. Алгоритми персоналізації контенту можуть звужувати інформаційне поле користувача, формуючи так звані «інформаційні бульбашки», де аудиторія отримує лише підтвердження своїх поглядів.

Отже, у традиційних медіа теми освіти і культури здебільшого репрезентуються через офіційно-збалансовану, експертно-аналітичну призму, із перевагою лінійних форматів. Натомість нові медіа характеризуються

динамічністю, інтерактивністю, різноманітністю жанрів і можливістю залучення широкої аудиторії до комунікації. Обидва типи медіа відіграють важливу роль у висвітленні освітньо-культурної тематики, однак їхній синтез створює ширший спектр можливостей для популяризації освіти і культури, формування критичної громадської думки, підтримки культурного різноманіття.

Соціальна відповідальність засобів масової інформації (ЗМІ) у контексті висвітлення освітньо-культурної тематики є однією з ключових складових їхньої діяльності, оскільки саме через медіа суспільство отримує знання про стан освіти, культурні процеси, мистецькі явища та здобутки. Виконуючи роль посередника між освітніми й культурними інституціями та громадськістю, ЗМІ мають не лише інформувати, а й сприяти формуванню цінностей, збереженню культурної спадщини, розвитку критичного мислення [10].

Соціальна відповідальність ЗМІ передбачає дотримання принципів достовірності, об'єктивності, балансу думок, особливо під час висвітлення питань, що стосуються освітньої політики, реформ, стану навчальних закладів, прав педагогічних працівників і студентства. Будь-яке спотворення інформації в цій сфері може призвести до дезінформації громадськості, створення упереджених уявлень або підриву довіри до освітньої системи. Відповідальні медіа мають подавати освітню тематику з урахуванням різних точок зору, залучаючи експертів, фахівців, учасників освітнього процесу.

У сфері культури соціальна відповідальність ЗМІ виявляється у підтримці національної культурної ідентичності, популяризації культурних надбань, стимулюванні культурного розвитку суспільства. Засоби масової інформації зобов'язані висвітлювати культурні події, фестивалі, діяльність митців, ініціативи щодо збереження історичної спадщини, забезпечуючи доступ широкої аудиторії до культурного контенту. Це особливо актуально в умовах глобалізації та інформаційної експансії, що створюють ризики витіснення національної культури масовою культурою інших країн.

Соціальна відповідальність ЗМІ у висвітленні освітньо-культурної тематики також пов'язана з необхідністю протидії стереотипам, дискримінаційним практикам, маніпуляціям, поширенню хибних уявлень. Наприклад, упереджене висвітлення ролі гуманітарних дисциплін, знецінення мистецької освіти чи негативне ставлення до певних культурних напрямів може вплинути на суспільне ставлення до цих сфер. Відповідальні медіа мають сприяти формуванню толерантності, культурного плюралізму, поваги до різноманіття.

Окремим аспектом соціальної відповідальності ЗМІ є просвітницька функція. Засоби масової інформації не лише інформують про культурні події чи освітні новини, а й створюють освітньо-просвітницький контент: документальні фільми, подкасти, інтерв'ю з культурними діячами, аналітичні статті про освітні реформи, історичні матеріали. Цей контент сприяє підвищенню рівня культурної обізнаності, розвитку естетичних смаків, заохочує аудиторію до саморозвитку.

Крім того, соціальна відповідальність ЗМІ полягає у підтримці культурних та освітніх ініціатив, що потребують медійної видимості. Наприклад, інформаційне висвітлення кампаній зі збору коштів для збереження культурних пам'яток, проєктів розвитку бібліотек, освітніх стартапів сприяє їхній популяризації, залученню ресурсів, активізації громадянської участі [11].

У сучасних умовах соціальна відповідальність ЗМІ щодо висвітлення освітньо-культурної тематики також має враховувати етичні аспекти цифрової журналістики: захист авторських прав, коректне використання візуальних матеріалів, уникнення сенсаційності за рахунок спрощення чи перекручення культурних явищ.

Таким чином, соціальна відповідальність ЗМІ у висвітленні освітньо-культурної тематики є багатогранним явищем, що охоплює інформування, просвіту, захист національної культурної спадщини, формування критичного мислення, підтримку соціально важливих ініціатив. Реалізація цієї

відповідальності є важливою умовою розвитку демократичного, освіченого, культурно багатого суспільства.

У сучасному інформаційному просторі тематика освіти і культури посідає важливе місце, відображаючи ключові процеси, що відбуваються у суспільстві. Засоби масової інформації, як традиційні, так і цифрові, активно висвітлюють події, тенденції, проблеми, ініціативи у сфері освіти та культури, формуючи у громадськості розуміння їхньої значущості. Актуальність тих чи інших тем у медійному дискурсі залежить від соціально-політичного контексту, викликів часу, реформаторських процесів, глобальних і локальних тенденцій.

Серед актуальних освітніх тем, що часто стають предметом уваги ЗМІ, можна виділити:

Реформа загальної середньої освіти. Наприклад, тема впровадження *Нової української школи* широко висвітлюється в українських медіа (*Українська правда. Життя, Освіта.ua*), акцентуючи увагу на змінах у змісті навчання, підготовці вчителів, оновленні матеріально-технічної бази.

Зовнішнє незалежне оцінювання (ЗНО) та вступна кампанія. ЗМІ регулярно публікують інформацію про терміни складання тестів, результати, нововведення, проблеми доступу до освіти [12].

Дистанційне навчання та цифровізація освіти. У зв'язку з пандемією COVID-19 тема дистанційної освіти набула особливої актуальності: медіа аналізували переваги, недоліки, проблеми цифрової нерівності, виклики для освітньої системи.

Інклюзивна освіта. ЗМІ висвітлюють приклади інтеграції дітей з особливими освітніми потребами, діяльність інклюзивно-ресурсних центрів, досвід шкіл, що впроваджують інклюзивні практики.

Фінансування освіти, зарплати педагогів, автономія університетів. Ці питання часто стають предметом журналістських розслідувань, аналітики, публічних дискусій.

У сфері культури медійна увага зосереджена на таких актуальних темах:

Збереження та популяризація культурної спадщини. У ЗМІ обговорюються проблеми руйнування історичних пам'яток, стан музеїв, ініціативи громадських організацій щодо реставрації об'єктів культурної спадщини. Наприклад, у виданнях *Український інтерес*, *Заборона* часто порушуються питання захисту архітектури Києва.

Фестивалі та культурні події. Медіа широко висвітлюють такі заходи, як *Книжковий Арсенал*, *ГогольFest*, *Molodist* тощо, розповідаючи про програму, учасників, ключові події, соціальний вплив цих проєктів.

Українське кіно та музика. Журналісти аналізують новинки українського кінематографа, фестивальні успіхи, проблеми фінансування культури. Наприклад, прем'єра фільму *“Мої думки тихі”* чи серіалу *“Слуга народу”* активно обговорювалася як у традиційних, так і в нових медіа.

Політика мовної ідентичності та культурна децентралізація. ЗМІ часто публікують матеріали про роль української мови в освіті, медіа, культурі; про розвиток локальних культурних центрів, підтримку культурних ініціатив у регіонах [13].

Цифровізація культури. У контексті пандемії важливою темою стало перенесення культурних заходів в онлайн-формат, розвиток віртуальних музеїв, онлайн-виставок, цифрових архівів.

Варто зазначити, що актуальні теми освіти і культури у ЗМІ часто перетинаються із соціально-політичними проблемами, наприклад, реформами, фінансуванням, питаннями доступу, культурної політики держави. Це формує комплексний дискурс, де медіа виступають не лише джерелами інформації, а й майданчиками для суспільних обговорень, критики, пошуку рішень.

Таким чином, актуальні теми освіти і культури в ЗМІ відображають як проблемні аспекти, що потребують уваги суспільства, так і успіхи, досягнення, позитивні приклади. Їхнє висвітлення є важливою умовою формування інформованої громадськості, підтримки культурно-освітніх ініціатив, розвитку соціально відповідальної медійної сфери.

1.3. Жанрово-стилістичні особливості публікацій на освітню і культурну тематику

Висвітлення тем освіти і культури у засобах масової інформації здійснюється через різноманітні жанри журналістики, кожен з яких має свої функції, особливості та призначення. Залежно від жанру медіа подають факти, аналітику, оцінки, коментарі, створюючи багатогранну картину культурно-освітніх процесів. Найпоширенішими жанрами у цій сфері є новини, статті, інтерв'ю, репортажі та огляди, які формують зміст і тональність медійного дискурсу.

Новини – базовий інформаційний жанр, який забезпечує оперативне повідомлення про події без їх глибокого аналізу. У висвітленні освіти і культури новини фокусуються на фактах: відкритті виставок, презентації книжок, оголошенні результатів ЗНО, початку освітніх реформ. Наприклад, на сайті *Українська правда. Життя* регулярно публікуються новини на кшталт «*В Україні стартувала вступна кампанія 2024: ключові дати*» (липень 2024 р.) або «*У Львові відкрили виставку сучасного мистецтва «Арт-Місто»*» (травень 2024 р.). Новини орієнтовані на оперативність і фактографічність, даючи читачеві швидкий доступ до актуальної інформації.

Статті належать до аналітичного жанру і дозволяють розкривати освітньо-культурну тематику глибше, через аналіз, коментарі, узагальнення. У статтях піднімаються проблемні питання: ефективність реформи Нової української школи, фінансування культури, стан сільських бібліотек, розвиток культурних хабів. Прикладом є матеріал «*Освіта для майбутнього: що чекає українську школу в умовах воєнного стану*» (Українська правда. Життя, серпень 2023 р.) або «*Чи є життя після районних будинків культури? Роздуми про культурну інфраструктуру в малих містах*» (видання *Korydor*, жовтень 2023 р.). Такі статті містять коментарі експертів, статистику, порівняльний аналіз, дозволяючи читачам глибше зрозуміти суть проблеми [14].

Інтерв'ю як жанр дозволяє донести позицію фахівців, практиків, митців, управлінців безпосередньо їхніми словами. У сфері освіти та культури інтерв'ю поширюють експертні думки, презентують творчі проєкти, розповідають історії успіху. Наприклад, у виданні *Chytomo* можна знайти інтерв'ю з сучасними українськими письменниками («Оксана Забужко: про літературу, історію та свободу слова», лютий 2024 р.), а на порталі *Громадське* – бесіду з педагогом-новатором («Вчителька року: про сучасні виклики освіти», січень 2024 р.). Інтерв'ю створюють персоналізований погляд на тему, дозволяють глибше зрозуміти контекст через думки учасників процесу.

Репортажі передають емоції, атмосферу, деталізацію події, дозволяючи читачеві «зануритися» в ситуацію. Репортажі часто публікуються після фестивалів, виставок, культурних акцій, освітніх конференцій. Наприклад, репортаж «На кордоні мистецтва і реальності: як пройшов ГогольFest у Києві» (The Village Україна, вересень 2023 р.) розповідає про хід фестивалю через опис локацій, вражень учасників, цитати глядачів. Освітні репортажі можуть висвітлювати роботу нової школи, перебіг відкритих уроків, експериментальні освітні практики. Цей жанр формує емоційний зв'язок і живе сприйняття культурно-освітніх подій.

Огляди поєднують інформування й оцінювання, аналізуючи явища, твори мистецтва, книги, культурні події. У ЗМІ огляди часто публікуються у вигляді рецензій, топ-списків, підсумкових матеріалів. Наприклад, на *Korydor* можна знайти огляд «Кращі українські романи 2023 року: вибір критиків» або на *The Village Україна* – «П'ять вистав, які варто побачити цієї осені». У сфері освіти огляди можуть аналізувати нові підручники, освітні платформи, методики навчання («Огляд українських освітніх застосунків: від мов до математики», Освіта.ua, грудень 2023 р.).

Таким чином, новини, статті, інтерв'ю, репортажі та огляди створюють багаторівневу систему висвітлення освітньо-культурної тематики, дозволяючи поєднувати оперативність, глибину аналізу, емоційність і критичність.

Використання цих жанрів у комплексі дає змогу ЗМІ задовольняти інформаційні, аналітичні, пізнавальні й естетичні потреби аудиторії, формуючи її розуміння освітніх і культурних процесів.

Висвітлення освітньо-культурної тематики в засобах масової інформації характеризується використанням специфічних стилістичних прийомів і мовних засобів, що забезпечують доступність, точність, виразність і емоційність подання матеріалу. Мова таких матеріалів перебуває на перетині інформаційного, публіцистичного та художнього стилів, поєднуючи елементи офіційно-ділової, наукової та емоційно-експресивної лексики.

Один із ключових прийомів — поєднання термінологічної точності з популяризаційною подачею. У матеріалах про освіту використовуються спеціальні терміни (наприклад, *інклюзія*, *освітня субвенція*, *компетентнісний підхід*, *ЗНО*), але журналісти прагнуть пояснити їх зрозумілою мовою, адаптуючи для широкої аудиторії. Це досягається введенням коротких пояснень, прикладів, метафоричних порівнянь, що полегшують сприйняття.

У матеріалах про культуру характерним є використання художньо-образних засобів: епітетів, метафор, порівнянь, цитування творів мистецтва чи висловлювань митців. Це дозволяє створити емоційно насичений, експресивний текст, що апелює не лише до раціонального, а й до естетичного сприйняття. Наприклад, у рецензіях на вистави часто використовуються такі вирази, як *«зворушлива пластика акторів»*, *«сценічна метафора»*, *«вибух кольору на полотні»* [15].

Важливою особливістю є поєднання інформативності та емоційності. У матеріалах про освіту журналісти прагнуть об'єктивно подати факти, дані, результати досліджень, однак часто додають коментарі експертів, приклади з життя, історії успіху, що персоналізує інформацію. У культурній тематиці емоційність є ще більш виразною: автори активно використовують експресивну лексику для передавання вражень від мистецьких подій, суб'єктивних оцінок, інтерпретацій.

Спільною рисою матеріалів про освіту і культуру є тенденція до гуманізації викладу. У текстах підкреслюється цінність особистості, розкриваються людські історії, досвід учителів, митців, діячів культури, що допомагає аудиторії ототожнити себе з героями матеріалів. Наприклад, інтерв'ю з педагогами, що впроваджують інноваційні методи, або нариси про митців, які створюють нові художні практики, будуються на принципі наближення до читача через особистий вимір.

Ще однією важливою ознакою є полістильовість — поєднання різних мовних реєстрів у межах одного тексту. Так, у публікаціях про освітню реформу може використовуватися офіційно-ділова лексика (*постанова, норматив, стандарти*), наукова термінологія (*компетентність, педагогічна інновація*), а також публіцистичні й розмовні елементи для залучення аудиторії (*«що це означає для батьків?»*, *«як це працює на практиці?»*). У культурних текстах така полістильовість проявляється у поєднанні критичної, есеїстичної, художньої мовної манери.

Особливу роль відіграє інтертекстуальність, тобто включення цитат, відсилань, алюзій до відомих культурних творів, історичних подій, висловлювань. Це характерно для рецензій, оглядів, аналітичних матеріалів, де автори апелюють до попередніх культурних контекстів, створюючи глибший сенсовий шар тексту.

Не менш важливою є адаптація мовного рівня залежно від платформи. У друкованих виданнях і серйозних онлайн-медіа матеріали про освіту і культуру характеризуються більшою академічністю, формальністю, тоді як у соціальних мережах, блогах, платформах *citizen journalism* мова стає простішою, більш розмовною, з використанням емодзі, сленгу, неформальних конструкцій [16].

Таким чином, мова матеріалів про освіту і культуру в медіа характеризується поєднанням точності й популяризаційності, інформаційності й емоційності, полістильовістю, інтертекстуальністю, варіативністю залежно від платформи та жанру. Використання цих стилістичних прийомів забезпечує

ефективне донесення складних освітньо-культурних питань до широкої аудиторії, сприяючи їхньому осмисленню та залученню громадськості до культурно-освітніх процесів.

Розвиток цифрових медіа істотно трансформував підходи до створення, структурування та подання текстів, зокрема на освітню та культурну тематику. Онлайн-формат передбачає адаптацію змісту та форми до особливостей інтернет-середовища, що відрізняється високою конкуренцією за увагу аудиторії, обмеженістю часу сприйняття, багатозадачністю користувача.

Однією з ключових ознак побудови текстів у онлайн-медіа є фрагментарність і структурованість подачі. Це виражається у використанні коротких абзаців, підзаголовків, маркованих або нумерованих списків, виносок, цитатних блоків, що полегшує читання з екрана. Наприклад, статті про освітні реформи на порталі *Освіта.іа* часто мають чітку структуризацію: вступ, основний зміст, підсумок, блок «ключові факти», що дозволяє читачеві швидко зорієнтуватися в матеріалі.

Важливою рисою є інтерактивність текстів, що виявляється у використанні гіперпосилань для переходу до додаткової інформації, документів, пов'язаних матеріалів. Такий підхід сприяє розширенню інформаційного контексту без перевантаження основного тексту, дає змогу читачеві самостійно поглиблювати тему. Наприклад, в оглядах виставок на *Korydor* часто подаються посилання на офіційні сайти музеїв, біографії художників, додаткові інтерв'ю.

Онлайн-формат також стимулює візуалізацію контенту, що супроводжує текстовий матеріал фотографіями, інфографікою, відео, інтерактивними елементами (графіками, інтерактивними мапами). У статтях про культурні події це дозволяє передати атмосферу заходу, показати візуальний контекст творів мистецтва, локацій, учасників. Для матеріалів про освіту візуалізація допомагає структурувати складну інформацію: інфографіка для показу результатів ЗНО, схем освітніх реформ, етапів вступної кампанії [17].

Ще однією особливістю є концепція “оберненої піраміди” у поданні інформації: найважливіші дані подаються на початку тексту (ліди, короткі анонси, резюме), а другорядні деталі — далі. Це відповідає поведінковій моделі користувача онлайн-медіа, який часто читає лише початок статті або переглядає її «по діагоналі». Наприклад, новини на *Українській правді. Життя* про зміни в освітній політиці починаються коротким підсумком основних змін, а вже потім наводять деталі, коментарі, бекграунд.

У текстах на культурну тематику в онлайн-форматі важливою є наявність особистісного тону, есеїстичних елементів, суб’єктивних інтерпретацій. Це відповідає загальній тенденції онлайн-медіа до більшої неформальності, наближення автора до читача. Наприклад, у рецензіях на *Chytomo* часто присутні емоційні оцінки, порівняння, роздуми автора про власний досвід взаємодії з твором.

Крім того, тексти онлайн-формату часто містять заклики до взаємодії, що відображається у використанні риторичних запитань, пропозицій поділитися думкою в коментарях, участі в опитуваннях, лайках, поширеннях. Це перетворює статтю не лише на джерело інформації, а й на комунікативну платформу, залучаючи аудиторію до обговорення.

Також спостерігається адаптація лексики і стилю під особливості інтернет-аудиторії: використання простих, коротких речень, відсутність складних конструкцій, прямих цитат, активного стану дієслів. Це підвищує швидкість читання, полегшує сприйняття тексту на мобільних пристроях [18].

Таким чином, специфіка побудови текстів з освітньої та культурної проблематики в онлайн-форматі включає структурованість, інтерактивність, мультимедійність, орієнтацію на швидке споживання, поєднання інформативності та емоційності, залучення аудиторії до взаємодії. Ці особливості сприяють ефективнішій комунікації освітньо-культурних тем у цифровому середовищі, розширюючи доступ до знань і культурних надбань.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВІДОБРАЖЕННЯ ТЕМ ОСВІТИ І КУЛЬТУРИ У ВІТЧИЗНЯНИХ ОНЛАЙН ЗМІ

2.1. Критерії добору матеріалу на освітньо-культурну тематику для аналізу

Вибір онлайн засобів масової інформації (онлайн ЗМІ) як об'єкта дослідження у контексті висвітлення освітньо-культурної тематики зумовлений низкою об'єктивних причин, пов'язаних із трансформацією сучасного медійного простору, зміною комунікативних практик та розвитком цифрових технологій. Онлайн ЗМІ сьогодні є одним із провідних каналів поширення інформації, що має значний вплив на формування громадської думки, культурної свідомості та освітньої політики.

Насамперед, обґрунтування вибору онлайн ЗМІ базується на зростаючій ролі цифрових медіа у житті сучасного суспільства. Згідно з даними міжнародних досліджень медіаспоживання, більшість аудиторії, особливо молодь, отримує інформацію саме через інтернет-ресурси, залишаючи позаду традиційні джерела – друковану пресу, телебачення, радіо. Така тенденція свідчить про релевантність аналізу онлайн ЗМІ для розуміння сучасних процесів поширення освітньої та культурної інформації.

По-друге, онлайн ЗМІ відзначаються високою оперативністю, динамічністю контенту, інтерактивністю, що дозволяє швидко реагувати на актуальні події у сфері освіти й культури. Оновлення матеріалів у режимі реального часу, використання мультимедійних елементів, залучення аудиторії через коментарі, соцмережі, інтерактивні опитування створюють багатовимірний інформаційний простір, аналіз якого дає змогу виявити сучасні тенденції висвітлення культурно-освітньої проблематики [19].

По-третє, вибір саме онлайн ЗМІ зумовлений їхньою доступністю та широким охопленням аудиторії. Онлайн-ресурси не обмежені географічними кордонами, що дозволяє охоплювати як всеукраїнську, так і регіональну

аудиторію, створювати можливості для порівняльного аналізу висвітлення одних і тих самих тем у різних інформаційних контекстах.

Крім того, онлайн ЗМІ мають розмаїття форматів і жанрів, що дозволяє дослідити специфіку подання освітньо-культурної тематики з позицій жанрового різноманіття, використання мультимедійних інструментів, стилістичних особливостей. Інтернет-платформи поєднують текст, зображення, відео, аудіо, гіперпосилання, що створює комплексний інформаційний продукт і дає змогу проаналізувати, як різні форми комунікації впливають на сприйняття тем освіти й культури.

Об'єктом дослідження стали провідні українські онлайн-ЗМІ, такі як *Українська правда*, *Життя*, *Korydor*, *Chytomo*, *Osvita.ua*, які спеціалізуються або активно висвітлюють культурно-освітню проблематику. Ці платформи обрано з огляду на їхню популярність, впливовість, репутацію, регулярність публікацій, а також наявність різножанрових матеріалів, що дозволяє комплексно проаналізувати особливості подання освітніх і культурних тем.

Вибір онлайн ЗМІ також пов'язаний із трендом на диджиталізацію медійної сфери, що відкриває нові можливості для аналізу — зокрема, дослідження інтерактивних механізмів, ролі соціальних мереж у поширенні контенту, впливу алгоритмів персоналізації на видимість матеріалів про освіту і культуру.

Отже, обґрунтування вибору онлайн ЗМІ як об'єкта дослідження ґрунтується на їхній актуальності, високій впливовості, мультимедійності, інтерактивності, доступності та здатності відображати сучасний стан і тенденції висвітлення освітньо-культурної тематики у медійному середовищі.

Процес відбору матеріалів для аналізу освітньо-культурної тематики в онлайн-ЗМІ потребує чіткого визначення методологічних засад, що забезпечують репрезентативність вибірки, об'єктивність і достовірність результатів дослідження. Критерії відбору базуються на низці параметрів, серед

яких ключовими є період аналізу, жанрова належність і типологія медійних матеріалів [20].

Визначення періоду аналізу є важливим етапом, оскільки саме від цього залежить актуальність, повнота та релевантність досліджуваної інформації. Для вивчення тенденцій висвітлення тем освіти й культури доцільно обирати репрезентативний часовий проміжок, що дозволяє врахувати як планові події (фестивалі, вступна кампанія, початок навчального року), так і непередбачувані фактори (реакція на законодавчі зміни, суспільні обговорення). Залежно від мети дослідження період може охоплювати від кількох місяців до кількох років. Наприклад, для вивчення впливу пандемії COVID-19 на культурно-освітню сферу логічно обрати часовий відрізок 2020–2021 років; для дослідження впливу воєнного стану на освіту та культуру – період з 2022 року до сьогодні.

Вибір жанрів матеріалів обґрунтовується специфікою подання інформації у медіа, що впливає на її глибину, обсяг, стиль та характер впливу на аудиторію. У контексті висвітлення освітньо-культурної тематики найбільш репрезентативними є такі жанри, як новини, статті, інтерв'ю, репортажі, огляди. Новини дозволяють оцінити оперативність і фактографічність подачі, аналітичні статті – глибину й багатоплановість висвітлення проблем, інтерв'ю – передати індивідуальні погляди експертів, репортажі – атмосферність і емоційність подій, огляди – критичне осмислення культурних явищ.

Важливо також враховувати типи матеріалів – текстові, мультимедійні, інтерактивні. У сучасних онлайн-ЗМІ матеріали часто супроводжуються фото, відео, інфографікою, картами, що значно впливає на сприйняття аудиторією. Тому доцільно включати до аналізу як суто текстові публікації, так і матеріали з мультимедійними елементами, адже останні є невід'ємною частиною цифрової комунікації. Наприклад, огляд мистецької виставки на сайті *Korydor*, який включає фотогалерею експонатів і відеоінтерв'ю з куратором, має інший комунікативний потенціал, ніж традиційний текстовий огляд [21].

Крім того, при відборі матеріалів слід зважати на доступність і регулярність публікацій, щоб забезпечити рівномірність вибірки. Необхідно уникати включення матеріалів із обмеженим доступом (за платною підпискою або лише в соціальних мережах без архівного збереження) та орієнтуватися на ресурси, що мають стабільну редакційну політику, підтверджену репутацію, професійний підхід до журналістики.

Отже, критерії добору матеріалів на освітньо-культурну тематику передбачають:

1. Чітке визначення періоду аналізу з урахуванням актуальних подій, тенденцій та інформаційного контексту.

2. Вибір жанрів матеріалів (новини, статті, інтерв'ю, репортажі, огляди) для забезпечення жанрового різноманіття та комплексного охоплення теми.

3. Урахування типів матеріалів – текстових, мультимедійних, інтерактивних – для відображення специфіки цифрової комунікації.

4. Дотримання принципів репрезентативності, регулярності, доступності публікацій для формування об'єктивної та повної вибірки.

Застосування цих критеріїв забезпечує методологічну надійність дослідження та створює умови для всебічного аналізу особливостей висвітлення освітньо-культурної проблематики в сучасних онлайн-ЗМІ.

Аналіз висвітлення освітньо-культурної тематики в онлайн-ЗМІ потребує застосування системи критеріїв оцінювання, що забезпечують комплексний підхід до дослідження медійного контенту. До основних критеріїв, що дозволяють охопити змістові, мовні, кількісні та комунікативні аспекти матеріалів, належать зміст, стиль, частотність і контекст. Кожен із них виконує важливу роль у дослідженні та доповнює інші критерії, створюючи цілісну аналітичну картину.

1. Зміст як критерій оцінювання передбачає аналіз інформаційної насиченості матеріалу, його глибини, повноти та достовірності. Цей критерій дозволяє оцінити, наскільки обрані матеріали комплексно розкривають освітню

чи культурну проблему, чи подано у текстах достатньо фактів, прикладів, статистичних даних, експертних коментарів. Наприклад, стаття про реформу шкільної освіти, що містить лише короткий опис нововведень, але не аналізує їхніх наслідків, буде менш змістовно насиченою, ніж публікація, яка пропонує порівняння, цитати педагогів, думки батьків. За цим критерієм аналізується, чи охоплює матеріал різні аспекти теми (історичний, соціальний, економічний контексти), чи висвітлює тільки окремий факт, і чи присутній баланс думок, альтернативні точки зору [22].

2. Стиль як критерій оцінювання стосується мовних і стилістичних особливостей текстів, а також жанрових характеристик. Він включає оцінку того, якими мовними засобами користуються журналісти, чи відповідає стиль комунікативній меті матеріалу та очікуванням цільової аудиторії. У матеріалах про освіту часто використовуються терміни (*інклюзія, компетентнісний підхід, профільне навчання*), тому важливо проаналізувати, чи супроводжуються вони поясненнями, чи залишаються незрозумілими для читача. У культурній тематиці стиль може мати виразні ознаки емоційності, образності, есеїстичності, що наближає текст до художнього стилю.

За цим критерієм досліджуються наявність оцінних суджень, емоційно-експресивних конструкцій, використання художніх тропів (епітетів, метафор, порівнянь), рівень офіційності чи розмовності тексту, баланс між інформаційністю та публіцистичністю.

3. Частотність як критерій оцінювання передбачає кількісний аналіз: як часто теми освіти і культури з'являються у контенті онлайн-ЗМІ за обраний період, яку частку займають серед інших тематичних блоків. Цей критерій дозволяє визначити, чи є освіта і культура пріоритетними темами для медіа, чи вони висвітлюються епізодично, прив'язано до окремих подій. Наприклад, у період проведення фестивалів або вступної кампанії може спостерігатися зростання кількості матеріалів на ці теми, тоді як в інший час їхня частка може суттєво зменшуватися.

Частотність також дозволяє виявити темпоритм подання тематики, інтенсивність появи матеріалів у певні дні чи тижні, що відображає зв'язок медіаповідстки з подієвим календарем [23].

4. Контекст як критерій оцінювання включає аналіз ширшого інформаційного та соціокультурного середовища, у якому створено та оприлюднено матеріал. Цей критерій дає змогу інтерпретувати, як публікація співвідноситься з іншими матеріалами на ту ж тему, чи включає відсилання до попередніх подій, тенденцій, суспільних дискусій. Наприклад, стаття про відкриття художньої виставки, яка згадує попередні проекти митця, містить посилення на інші культурні події міста, вписується в ширший контекст культурного життя регіону. Контекст також може охоплювати політичну, економічну, соціальну ситуацію, що впливає на висвітлення теми (наприклад, війна, фінансова криза, епідемія).

За цим критерієм аналізується, чи пояснює матеріал причинно-наслідкові зв'язки, чи лише констатує факти, чи містить історичні довідки, порівняння, зв'язки з міжнародним досвідом.

Важливо підкреслити, що ці чотири критерії взаємопов'язані: зміст і стиль відображають якісні характеристики матеріалу, тоді як частотність і контекст – кількісно-ситуаційні аспекти. Їхнє поєднання дозволяє створити цілісний аналітичний підхід, що охоплює як внутрішню структуру текстів, так і зовнішнє середовище їхнього функціонування [24].

Таким чином, використання критеріїв зміст, стиль, частотність і контекст як аналітичної основи дослідження забезпечує глибоке, системне вивчення особливостей висвітлення освітньо-культурної тематики в онлайн-ЗМІ, дає змогу ідентифікувати тенденції, особливості подачі, зміни в тематичних пріоритетах і вплив інформаційного середовища на репрезентацію цих важливих суспільних сфер.

2.2. Частотність та специфіка висвітлення освітньої тематики

Висвітлення освітньої тематики в українських онлайн ЗМІ характеризується стійкою регулярністю та тематичною стабільністю, що зумовлено високою соціальною значущістю освітньої сфери. У сучасному інформаційному просторі освіта репрезентується не лише як функціональна система передачі знань, а й як важливий інструмент соціального розвитку, інтеграції особистості в суспільне життя, підвищення рівня громадянської відповідальності [25].

Серед найчастотніше висвітлюваних тем можна виокремити реформи у сфері середньої та вищої освіти, особливо в контексті впровадження концепції Нової української школи, модернізації навчальних програм, впровадження компетентнісного підходу та оновлення підходів до підготовки педагогічних кадрів. Наприклад, портал *Освіта.іа* регулярно публікує матеріали, присвячені аналізу змін до законодавства у сфері освіти, оглядам ключових нормативно-правових ініціатив, а також практичним рекомендаціям для педагогів щодо впровадження нових стандартів навчання.

Іншою важливою темою є зовнішнє незалежне оцінювання (ЗНО) та вступна кампанія. Щороку, в період активної підготовки до ЗНО та вступу до закладів вищої освіти, значна частина контенту в онлайн-виданнях присвячується роз'ясненням умов проведення тестування, змінам у процедурах вступу, термінам подання документів, а також аналізу типових помилок абітурієнтів. Видання *Українська правда. Життя* подає серії публікацій із коментарями експертів, представників МОН, громадських освітніх організацій, що сприяє підвищенню рівня обізнаності молоді щодо правил і нововведень.

Значної актуальності набуло питання дистанційного навчання, особливо в умовах пандемії COVID-19 та воєнного стану. Онлайн ЗМІ акцентують увагу на технологічних і психологічних аспектах переходу на дистанційний формат, забезпеченні доступу до якісних навчальних ресурсів, цифровій нерівності серед учасників освітнього процесу. У цьому контексті значна увага приділяється

платформам онлайн-навчання, технічним засобам підтримки навчального процесу та рівню цифрової компетентності вчителів і учнів.

Тематика інклюзивної освіти також посідає важливе місце у медійному дискурсі. ЗМІ висвітлюють реалізацію державної політики щодо інтеграції дітей з особливими освітніми потребами у загальноосвітні заклади, діяльність інклюзивно-ресурсних центрів, досвід інноваційних шкіл, а також виклики, з якими стикаються вчителі й батьки у процесі інклюзії. Матеріали часто містять інтерв'ю з фахівцями, приклади успішних кейсів, аналіз соціального впливу інклюзивного підходу на систему освіти загалом [26].

Ще однією поширеною темою є фінансування освітньої галузі, зокрема питання оплати праці педагогів, забезпечення матеріально-технічної бази навчальних закладів, реалізація принципу автономії університетів. Ці питання зазвичай подаються у форматі аналітичних оглядів, журналістських розслідувань або інтерв'ю з представниками профспілок та експертного середовища.

Таким чином, освітня тематика в онлайн ЗМІ охоплює широкий спектр проблем, що актуалізуються залежно від суспільно-політичного контексту та потреб аудиторії. Характерною рисою є акцент на інформаційній функції, поєднаній з аналітикою, коментарями та поясненнями, що сприяє формуванню критичного мислення та підвищенню рівня поінформованості громадян щодо стану і перспектив розвитку освітньої сфери.

Однією з характерних рис висвітлення освітньої тематики є її висока частотність, особливо в періоди вступної кампанії, початку навчального року, ухвалення законодавчих змін у сфері освіти. Інформаційні потоки включають новини, інтерв'ю, аналітичні матеріали, блоги експертів та педагогів. Висвітлення здійснюється як загальнонаціональними медіа, так і спеціалізованими платформами (наприклад, *Освіта.іа*, *Українська правда. Життя*) [27].

Таблиця 2.1.

**Частотність публікацій на освітню тематику у вибраних онлайн-ЗМІ
(за 2023 р.)**

Онлайн ЗМІ	Загальна кількість матеріалів	Освітні теми (%)	Найпоширеніші підтематики
Освіта.ua	980	100%	ЗНО, вступна кампанія, шкільна реформа
Українська правда. Життя	640	~45%	інтерв'ю з освітянами, дистанційне навчання
The Village Україна	720	~20%	освітні кейси, молодіжні ініціативи
Суспільне Освіта (розділ)	460	~100% (профільне)	цифровізація, доступність, інклюзія
ZN.UA	400	~15%	критика освітніх реформ, фінансування

Джерело: власний контент-аналіз матеріалів онлайн-ЗМІ за січень–грудень 2023 року.

Ключові освітні теми в онлайн-ЗМІ:

1. Освітні реформи. У фокусі медіа – реалізація концепції Нової української школи (НУШ), реформування середньої та професійно-технічної освіти, автономізація вищих навчальних закладів. Публікації містять як аналітичні оцінки, так і практичні рекомендації для учасників освітнього процесу. Висвітлюються дискусії щодо якості підручників, зміни навчальних планів, підготовки педагогів.

2. Зовнішнє незалежне оцінювання (ЗНО) і вступна кампанія. Щорічно ця тема стає домінантною в червні–липні. Статті містять графіки тестування, пояснення правил подання заяв, а також аналіз середніх результатів. Наприклад, на *Освіта.ua* регулярно публікуються інструкції для абітурієнтів, коментарі експертів, огляди змін у структурі тестів.

3. Дистанційне навчання та цифровізація. У зв'язку з пандемією COVID-19 і повномасштабною війною, дистанційне навчання стало постійною темою обговорення. Публікації торкаються проблеми цифрової нерівності, якості онлайн-контенту, доступу до гаджетів. Позитивні кейси (платформи Prometheus, Coursera, Allatra.TV) розглядаються у форматі репортажів і досвідів шкіл.

4. Інклюзивна освіта. Значна кількість матеріалів присвячена інтеграції дітей з особливими потребами в загальноосвітній простір. Журналісти аналізують роботу ІРЦ (інклюзивно-ресурсних центрів), шкільних асистентів, доступності інфраструктури. У текстах домінують інтерв'ю з педагогами, батьками, соціальними працівниками.

5. Фінансування освіти. Аналіз бюджетних витрат на освіту, прозорість оплати праці вчителів, матеріальне забезпечення шкіл є регулярною темою у ділових і соціально-аналітичних медіа. Наприклад, *ZN.UA* публікує критичні огляди державної освітньої політики з акцентом на фінансові прогалини та неефективність розподілу ресурсів [28].

Публікації на освітню тематику в онлайн-ЗМІ мають такі стилістичні особливості:

- Поєднання інформаційності та аналітичності: короткі новини чергуються з глибокими статтями, що містять аналітику, порівняння та цитати фахівців.

- Термінологічна точність із адаптацією складних понять для широкої аудиторії.

- Використання наративів та сторітелінгу: персоналізовані історії вчителів, учнів, новаторів освіти.

- Мультимедійність: статті доповнюються відео, інфографікою, коментарями в соцмережах.

Аналіз частотності та специфіки висвітлення освітньої тематики в українських онлайн-ЗМІ засвідчує її систематичну присутність у публічному дискурсі. Основними характеристиками є домінування таких тем, як ЗНО, освітні реформи, цифровізація та інклюзія. Переважна більшість матеріалів має поєднання фактографічного підходу з елементами емоційної залученості, що сприяє формуванню суспільної думки щодо якості, доступності та перспектив розвитку освіти в Україні [29].

Висвітлення освітньої тематики в онлайн ЗМІ має низку особливостей, які зумовлені як соціальним запитом на достовірну інформацію, так і специфікою

цільової аудиторії, що охоплює широкі верстви населення — від учнів і студентів до освітян, батьків та політиків. Подача освітніх матеріалів в онлайн-просторі орієнтована на поєднання інформативності з аналітичністю, чіткої структури з елементами пояснювального дискурсу. Серед провідних ознак формату подання варто виокремити три ключові риси: фактографічність, залучення експертних коментарів і пояснення професійної термінології.

Фактографічність є базовим принципом подачі освітніх матеріалів, зокрема в новинних повідомленнях. Цей підхід полягає у представленні чітких, достовірних фактів без надмірної емоційності чи оціночних суджень. У статтях, присвячених реформам, зміні правил вступу, результатам ЗНО, оновленню програм тощо, на перший план виходить лаконічна інформація, що має прикладне значення для читача. Наприклад, типова публікація на Освіта.ua подає у структурованій формі перелік нововведень у законодавстві, дати подій, нормативні документи та механізми їх впровадження. Такий формат дозволяє аудиторії швидко орієнтуватися у ключових аспектах освітнього процесу та приймати обґрунтовані рішення.

Не менш важливою складовою є використання експертних коментарів, які надають публікаціям глибини та авторитетності. Освітня тематика нерідко пов'язана зі складними управлінськими, юридичними чи педагогічними аспектами, що потребують професійного тлумачення. У матеріалах часто залучаються думки викладачів, освітніх аналітиків, представників МОН, працівників інклюзивно-ресурсних центрів, ректорів ВНЗ тощо. Такі коментарі дозволяють читачам не лише дізнатися про факт події, а й зрозуміти її причини, контекст і можливі наслідки. Окрім того, експертні позиції сприяють формуванню критичного мислення, оскільки подають альтернативні погляди й розширюють інформаційне поле аудиторії.

Ще однією характерною рисою є пояснення спеціалізованої термінології, яка супроводжує більшість освітніх матеріалів. Оскільки поняття, пов'язані з освітніми реформами (наприклад, “інклюзія”, “компетентнісний підхід”,

“акредитація програм”, “інституційний аудит”), часто є незрозумілими широкому загалу, журналісти онлайн-ЗМІ змушені адаптувати професійну лексику. Це досягається через введення коротких пояснень після першої згадки терміна, використання прикладів або паралелей із повсякденного життя. Такий підхід забезпечує доступність контенту для нефахової аудиторії та розширює її обізнаність щодо актуальних освітніх процесів.

Узагальнюючи, слід зазначити, що подача освітньої тематики в онлайн-ЗМІ вирізняється функціональністю, аналітичністю та соціальною орієнтованістю. Комбінація фактографічного стилю, авторитетних експертних думок і зрозумілого термінологічного пояснення створює умови для ефективного інформування суспільства, підвищення рівня освітньої грамотності та залучення громадян до обговорення освітніх реформ.

Сучасні онлайн-ЗМІ характеризуються багатоформатністю подачі інформації, що дозволяє ефективно адаптувати освітній контент до різних інформаційних запитів та рівнів сприйняття аудиторії. Публікації, присвячені темам освіти, реалізуються переважно через три ключові формати: новини, аналітичні матеріали та інтерв'ю з учасниками освітнього процесу. Кожен із них виконує власну функцію у формуванні поінформованості громадськості, трансляції експертних позицій та інтерпретації соціально значущих явищ у сфері освіти [30].

Новинний формат є базовим для швидкого інформування аудиторії про актуальні події в освітньому середовищі. Новини, як правило, мають коротку структуру, спрямовану на подання суті події, ключових фактів, офіційних заяв або змін у законодавстві. Наприклад, онлайн-платформи Освіта.ua, Суспільне Освіта, Українська правда. Життя систематично публікують новинні повідомлення щодо дат проведення ЗНО, умов вступної кампанії, запуску освітніх проєктів або змін у нормативній базі. Характерною ознакою новин є фактографічність і нейтральний стиль викладу, що забезпечують швидке засвоєння інформації широкими верствами населення.

Аналітичні матеріали відзначаються глибоким розкриттям теми, інтеграцією статистичних даних, порівняльного аналізу, історичного контексту, а також включенням альтернативних поглядів. У таких публікаціях основна увага зосереджується не лише на події, але й на її причинах, наслідках та потенційних сценаріях розвитку. Аналітичні тексти є особливо затребуваними в контексті освітніх реформ, критичного осмислення державної політики у галузі освіти, викликів дистанційного навчання чи інклюзивної освіти. У виданнях ZN.UA, The Village Україна, Korydor такі матеріали часто супроводжуються думками експертів, графіками, посиланнями на нормативні документи, що підвищує достовірність і аргументованість викладеної інформації.

Інтерв'ю з освітянами є важливим жанровим елементом, який забезпечує персоніфікацію освітніх процесів і дає можливість представити погляд практиків безпосередньо зсередини системи. Інтерв'ю дозволяють висвітлювати освітні виклики, інновації, проблеми та досягнення через досвід вчителів, директорів шкіл, науковців, представників громадських ініціатив. У таких публікаціях акцент робиться на особистому досвіді, прикладах реалізації освітніх проєктів, педагогічних підходах, а також на проблемах, з якими стикаються фахівці у своїй щоденній роботі. Цей формат сприяє формуванню довіри до ЗМІ, стимулює діалог між фаховою спільнотою та громадськістю [31].

Таким чином, поєднання новинного, аналітичного та інтерв'ювального форматів створює багаторівневу модель висвітлення освітньої тематики, яка враховує потреби різних цільових аудиторій: від тих, хто шукає коротку інформацію, до зацікавлених у глибокому аналізі або суб'єктивному досвіді. Така форматна диверсифікація підвищує якість медійного представлення освіти та сприяє більш свідомому залученню громадськості до обговорення освітніх питань.

2.3. Особливості подачі матеріалів на тему культури

Подача культурної тематики в онлайн-ЗМІ характеризується жанрово-стилістичною гнучкістю, емоційною насиченістю та образністю викладу. На

відміну від освітньої, культурна тематика більшою мірою апелює до естетичних категорій, суб'єктивного сприйняття, інтерпретацій і символічного мислення, що безпосередньо впливає на форми журналістської репрезентації. У сучасному українському медіапросторі культура не розглядається лише як сфера мистецтва чи дозвілля, а як важливий чинник збереження ідентичності, національної пам'яті, соціальної згуртованості, а також як простір суспільної критики.

Серед найпоширеніших тем у висвітленні культурної проблематики в українських онлайн-ЗМІ домінують матеріали про культурні події (фестивалі, виставки, презентації книг), український кінематограф, збереження та популяризацію національної культурної спадщини, мовну політику, децентралізацію культури, а також цифрові ініціативи в сфері мистецтва.

Особливої уваги заслуговує тема культурних подій, що регулярно висвітлюється на платформах *The Village Україна*, *Chytomo* та *Korydor*. Ці видання здійснюють детальне інформування про хід та зміст мистецьких заходів, надаючи афішу подій, огляди, рецензії, інтерв'ю з учасниками. У текстах цього типу часто використовується суб'єктивний, есеїстичний стиль, що дозволяє відчувати атмосферу події, передати індивідуальні враження та емоційне сприйняття культурного явища. Наприклад, у рецензіях на театральні постановки чи художні виставки простежується тенденція до поєднання критичного аналізу з експресивною мовою, що стимулює емоційну реакцію читача [32].

Тема українського кіно активно представлена у публікаціях, що стосуються як комерційних релізів, так і незалежного авторського кіно. Медіа детально аналізують контент нових стрічок, їхній вплив на культурну ідентичність, тематику війни, пам'яті, національного героїзму. Особливу увагу приділено фестивальному руху, зокрема участі українських фільмів у міжнародних форумах, таких як Берлінале, Каннський чи Варшавський кінофестивалі. У матеріалах зазначених видань культура виступає як інструмент культурної дипломатії та засіб міжнародної комунікації.

Проблематика збереження культурної спадщини також часто висвітлюється в публікаціях, особливо в контексті загроз, пов'язаних із війною, урбанізацією, недофінансуванням або недбалістю органів влади. Онлайн-ЗМІ інформують про стан історичних пам'яток, ініціативи активістів щодо їх реставрації або захисту, залучення громадськості до моніторингу культурних об'єктів. Такі матеріали часто мають соціально-активістський характер і супроводжуються закликами до дії, петиціями або кампаніями збору коштів. Наприклад, *Korydor* часто публікує глибокі аналітичні тексти про проблеми культурної політики в регіонах, зміну балансів між центром і громадами, процеси децентралізації культурної інфраструктури.

Показовим є також розвиток тематики цифровізації культури, яка набуває особливого значення в умовах пандемії та повномасштабної війни. Онлайн-платформи все частіше інформують про віртуальні музеї, онлайн-виставки, цифрові архіви, платформу "Дія.Культура", ініціативи з оцифрування культурних фондів, що дозволяє зберігати культурну пам'ять навіть за умов фізичних загроз.

Стилістично матеріали на культурну тематику вирізняються високим рівнем інтертекстуальності, образністю, частим використанням цитат із художніх творів, посилянь на філософські або культурологічні концепції. Тексти часто містять розгорнуті метафори, алюзії, символічні структури, що підкреслює багатшаровість культурного дискурсу. На відміну від освітньої журналістики, в культурному контенті дозволяється більша ступінь авторської інтерпретації, що сприяє розвитку критичного мислення та культурної рефлексії в суспільстві [33].

Отже, особливості подачі культурної тематики в українських онлайн-ЗМІ визначаються тематичним розмаїттям, естетизацією викладу, акцентом на суб'єктивність та критичну інтерпретацію. Такі матеріали сприяють не лише інформуванню, але й залученню аудиторії до осмислення культури як динамічного суспільного явища, інтегрованого в процеси націєтворення, громадянської активності та демократичного розвитку.

Подача матеріалів на культурну тематику в онлайн-ЗМІ відзначається особливим стилістичним забарвленням, що суттєво відрізняє її від інших напрямів інформаційного контенту, зокрема освітнього чи політичного. Журналістські тексти, присвячені культурі, часто поєднують інформаційну функцію з естетичною, що вимагає відповідних мовно-стилістичних засобів вираження, зокрема образності, емоційності та метафоричності. Водночас цифровий формат сучасних медіа сприяє активному використанню мультимедійних засобів, які підсилюють візуальне й емоційне сприйняття культурного контенту.

Однією з ключових особливостей подачі є використання образності як стилістичного прийому. Автори публікацій на тему культури широко застосовують епітети, порівняння, алегорії, метафори, що дозволяє не лише передати зміст культурного явища, а й створити емоційний ефект занурення в подію чи мистецький твір. Наприклад, у рецензіях на театральні постановки або художні виставки часто вживаються такі вислови, як «візуальна симфонія кольору», «пластичний жест драматургії», «інтимна поезія голосу актора». Такі метафоричні конструкції формують експресивний фон тексту, збагачують уявлення читача та сприяють його емоційному залученню [34].

Емоційність викладу є ще однією характерною рисою матеріалів на культурну тематику. У текстах спостерігається широка палітра експресивної лексики, що підкреслює авторське ставлення до об'єкта опису. Висловлювання журналістів, критиків чи митців можуть мати особистий, навіть есеїстичний характер, вільно поєднувати факти з інтерпретацією, аналітику з художньою образністю. Це зумовлює неформальну, часто персоніфіковану подачу, в якій домінують не лише описи, а й суб'єктивні враження, оціночні судження, культурні алюзії.

Рецензії виступають одним із провідних жанрових форматів у висвітленні культурної тематики. Вони поєднують інформацію про подію чи твір із критичною оцінкою, інтерпретацією змісту, художніх засобів, контексту. Такі

матеріали часто послуговуються міждисциплінарними підходами — залучають знання з філософії, естетики, культурології, історії мистецтва. Видання *Chytomo*, *Korydor* та *The Village Україна* систематично публікують рецензії на нові книжки, вистави, артпроекти, музичні релізи, що є інструментом культурного просвітництва та формування смаків аудиторії.

Поряд із вербальними засобами сучасні онлайн-ЗМІ активно застосовують мультимедійні формати, які є ключовим елементом цифрової журналістики. Завдяки поєднанню тексту з візуальними й аудіовізуальними матеріалами значно розширюються можливості комунікації культурного змісту.

Зокрема, фотозвіти із мистецьких подій дозволяють зафіксувати атмосферу заходу, представити глядачеві простір, експозиції, митців і глядачів. Такий формат часто використовується у висвітленні фестивалів, виставок, кінопоказів, сценічних подій. Фотоакценти не лише ілюструють текст, а й виконують самостійну комунікативну функцію, іноді доповнюючи матеріал візуальними історіями.

Відеоматеріали — трейлери фільмів, фрагменти виступів, відеоекскурсії — слугують додатковим засобом залучення аудиторії. В умовах цифрового середовища відеоконтент підвищує тривалість взаємодії користувача з матеріалом, посилює емоційний вплив та дозволяє побачити культуру «в дії».

Інтерв'ю з митцями — ще один важливий формат, що забезпечує персоналізацію подачі та надає можливість читачам почути «живий голос» культури. Через комунікацію з художниками, режисерами, музикантами, літераторами публікації надають уявлення про мотивації творчості, цінності митців, внутрішню логіку культурного процесу [35].

Отже, подача матеріалів на тему культури в українських онлайн-ЗМІ відзначається поєднанням образної мови, емоційного викладу та активного використання мультимедійних засобів. Це формує комплексний комунікативний простір, де вербальні й візуальні елементи взаємодіють задля глибшого

розуміння культурних явищ, естетичного виховання аудиторії та утвердження культурної свідомості в цифрову епоху.

Таблиця 2.2.

Особливості подачі культурної тематики в онлайн-ЗМІ

Онлайн-ЗМІ	Мовно-стилістичні прийоми	Мультимедійні формати	Характер подачі
Chytomo	Есеїстичний стиль, цитати з літератури, метафори	Фото книг, трейлери, інтерв'ю з авторами	Аналітичний, культурологічний
Korydor	Алегорії, символи, культурна інтертекстуальність	Відеоінтерв'ю, фотодокументація мистецтва	Критичний, академічний
The Village Україна	Емоційна лексика, персональні враження	Фотозвіти з подій, сторіз, реїли	Популярно-просвітницький, інтерактивний

Джерело: [8].

Як свідчить аналіз, усі три видання поєднують образно-метафоричний стиль подачі з активним використанням мультимедійного контенту, що дозволяє ефективно комунікувати культурні явища [36]. *Chytomo* орієнтується на літературну культуру та рефлексивний аналіз, *Korydor* – на критичне осмислення мистецтва крізь призму суспільних процесів, тоді як *The Village Україна* тяжіє до емоційної подачі та залучення молодшої аудиторії через візуальні формати. Таким чином, формат і стиль залежать від цільової аудиторії, тематики матеріалу та ідеологічного спрямування видання.

2.4. Спільні риси та відмінності у висвітленні тем освіти та культури

Аналіз подачі освітньої та культурної тематики у вітчизняних онлайн-ЗМІ дозволяє виокремити низку спільних рис, притаманних обом напрямкам, попри відмінності у змістовному наповненні. Ці спільні характеристики зумовлені насамперед загальною логікою розвитку цифрових медіа, потребою в залученні

аудиторії, а також прагненням до глибшого, осмисленого інформування. До ключових рис, які поєднують подачу матеріалів на освітню та культурну тематику, належать жанрове розмаїття, інтерактивність та мультимедійність.

Жанрове розмаїття є однією з найвиразніших характеристик обох тематичних сегментів. Онлайн-ЗМІ активно застосовують широкий спектр жанрів – від традиційних (новини, інтерв'ю, репортажі, рецензії) до сучасних гібридних форм (блоги, есе, мультимедійні історії, подкасти). Такий підхід дозволяє задовольняти потреби різних аудиторій – від тих, хто шукає лаконічну інформацію, до тих, хто віддає перевагу глибокому аналітичному осмисленню тем. Наприклад, освітні новини часто комбінуються з пояснювальними матеріалами, а культурні репортажі – з елементами літературної есеїстики або мистецької критики.

Інтерактивність є другою ключовою рисою, яка проявляється у форматі подачі, способах залучення користувача, можливостях комунікації. ЗМІ пропонують читачам коментувати матеріали, брати участь у голосуваннях, обговореннях, проходити тематичні опитування. Деякі освітні платформи інтегрують інтерактивні тести, інфографіку, посилання на нормативні документи, що дозволяє користувачу глибше опрацювати тему. У сфері культури популярними є інтерактивні афіші, карти подій, віртуальні екскурсії, що посилюють залученість аудиторії та стимулюють емоційне співпереживання культурному досвіду [37].

Мультимедійність є однією з основних ознак сучасної журналістики загалом, і в контексті тем освіти та культури вона набула особливої ваги. Тексти дедалі частіше супроводжуються відео, фотогалереями, подкастами, графіками, що дозволяє поєднувати вербальні й візуальні способи комунікації. В освітній тематиці мультимедіа використовуються для демонстрації прикладів (уроків, лекцій, презентацій), а в культурній — для передавання атмосфери мистецьких подій, візуального мистецтва, аудіозаписів музичних творів. Це не лише покращує сприйняття інформації, а й сприяє її емоційному засвоєнню.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що жанрове розмаїття, інтерактивність і мультимедійність як спільні риси подачі освітньої та культурної тематики є свідченням адаптації українських онлайн-ЗМІ до викликів цифрової епохи. Вони не лише розширюють канали подачі інформації, а й створюють умови для активної участі користувача в процесі інтерпретації та співтворення контенту, що, у свою чергу, сприяє формуванню критичного, візуально-грамотного та культурно свідомого громадянина.

Таблиця 2.3.

Порівняння подачі тем освіти і культури за спільними характеристиками

Ознака	Освітня тематика	Культурна тематика
Жанрове розмаїття	Новини, аналітика, інструкції, інтерв'ю з педагогами	Рецензії, есе, огляди подій, інтерв'ю з митцями
Інтерактивність	Тести, інфографіка, посилання на документи, обговорення реформ	Афіші, інтерактивні мапи подій, коментарі до творів
Мультимедійність	Відео уроки, схеми, таблиці, презентації	Фотозвіти, відео з подій, трейлери, цифрові виставки

Джерело: [12]

Як свідчить таблиця, обидві тематики — освітня і культурна — реалізуються в онлайн-ЗМІ через схожі функціональні інструменти, проте їх змістове та емоційне навантаження відрізняється. Освітній контент тяжіє до практичності, орієнтований на роз'яснення та інформування, тоді як культурний — на інтерпретацію та естетичне сприйняття. В обох випадках мультимедійні формати та інтерактивні елементи підвищують зацікавленість аудиторії, формуючи активну інформаційно-культурну взаємодію користувача з контентом.

Попри наявність спільних рис у структурі та формах представлення інформації, освітня та культурна тематика в онлайн-ЗМІ мають суттєві відмінності, що зумовлені як природою самих явищ, так і особливостями цільових аудиторій. До ключових параметрів розмежування належать рівень

емоційності, характер використаної термінології, а також підхід до подачі матеріалу, що відображає різну комунікативну стратегію: освіта орієнтована на факт, а культура — на враження та інтерпретацію [38].

По-перше, рівень емоційності суттєво відрізняється. Публікації на тему освіти, як правило, тяжіють до стриманого, об'єктивного викладу, заснованого на фактографії, нормативних посиланнях та експертному аналізі. Мова таких матеріалів орієнтована на точність, логічну послідовність і нейтральність. У свою чергу, культурні тексти значно частіше містять емоційно забарвлену лексику, образні порівняння, алюзії, метафори, що зумовлено специфікою сприйняття мистецьких явищ як суб'єктивного досвіду. Рівень експресії в культурній журналістиці вищий, а авторський голос зазвичай відіграє провідну роль.

По-друге, термінологічний апарат у висвітленні освітньої тематики значною мірою визначається необхідністю точного відображення правових і управлінських реалій. У матеріалах активно використовуються нормативні терміни — такі як «державний стандарт», «компетентнісний підхід», «акредитація», «інституційний аудит», «освітня субвенція» тощо. Такі терміни потребують пояснення для нефахової аудиторії, тому тексти супроводжуються глосаріями, коментарями експертів, прикладами. Натомість у культурних публікаціях домінує семантично гнучка і контекстуально варіативна термінологія, пов'язана з естетичними категоріями, мистецькими течіями, стилістичними особливостями творів. Тут менше правової чіткості, але більше інтерпретативності та метафоричності.

По-третє, відмінним є підхід до подачі інформації. В освітній журналістиці переважає інформативно-аналітичний стиль, який базується на поданні перевірених фактів, статистики, роз'яснень нормативних змін. Основна мета — забезпечити громадян об'єктивною інформацією для ухвалення практичних рішень. У культурній журналістиці натомість переважає враженнєвий та інтерпретативний підхід, орієнтований на передачу емоційного та естетичного

впливу мистецьких подій чи творів. Автори таких матеріалів не лише повідомляють про факт події, а й намагаються поділитися своїм переживанням, створити ефект занурення, стимулювати естетичне осмислення дійсності.

Таким чином, при зіставленні освітньої та культурної тематики в онлайн-ЗМІ чітко окреслюються семантичні, стилістичні та комунікативні розбіжності, що формують відмінні інформаційні стратегії. Освіта вимагає раціонального підходу, структурованості та точності, у той час як культура — відкритості до інтерпретацій, художнього мислення й особистісного переживання. Водночас ці відмінності не є взаємовиключними, а радше доповнюють загальну медійну картину як простір поєднання знання й емоцій, логіки та уяви [39].

Таблиця 2.4.

Відмінності у подачі тем освіти та культури в онлайн-ЗМІ

Критерій	Освітня тематика	Культурна тематика
Рівень емоційності	Помірний, нейтральний, орієнтований на факт	Високий, емоційно забарвлений, образний
Тип термінології	Формалізована, нормативна, освітньо-юридична	Гнучка, естетична, контекстуально змінна
Підхід до подачі	Фактологічний, роз'яснювальний, аналітичний	Враженневий, інтерпретативний, наративний

Джерело: [23]

Подача освітньої тематики в онлайн-ЗМІ зосереджена на точності, офіційності та раціональності, що відповідає її прикладному й нормативному характеру. Натомість культурні публікації демонструють виразну емоційність, гнучкість викладу та відкритість до інтерпретацій. Відмінності у рівні емоційної виразності, типі термінології та підходах до структурування текстів вказують на специфіку цілей: інформування та орієнтація в освітньому контексті — проти естетичного впливу й осмислення в культурному.

Важливим чинником, що впливає на характер висвітлення освітньої та культурної тематики в онлайн-ЗМІ, є аудиторна диференціація. Хоча цифрові

медіа надають можливість охоплювати широкий спектр читачів, між споживачами освітнього й культурного контенту існують чіткі відмінності за віковими, соціальними, професійними та мотиваційними ознаками.

Освітній контент зазвичай адресований практично орієнтованій аудиторії. До неї належать: учні й студенти, зацікавлені в актуальній інформації щодо навчального процесу; батьки, що шукають дані про умови вступу, освітні реформи, рейтинги закладів; вчителі та викладачі, які потребують методичних матеріалів, новин про законодавчі зміни; освітні управлінці та чиновники, що відстежують новації в освітній політиці.

Таким чином, аудиторія освітніх матеріалів переважно функціональна та інструментально мотивована — вона споживає інформацію для прийняття рішень, адаптації до змін або професійного вдосконалення. Це зумовлює структуровану, фактологічну й аналітичну форму подачі [40].

Культурний контент, своєю чергою, спрямований на ціннісно вмотивовану аудиторію, яка сприймає культуру не як засіб, а як зміст — джерело самопізнання, соціальної ідентичності та творчої комунікації. До такої аудиторії належать:

- представники креативних індустрій;
- митці, куратори, культурні менеджери;
- дослідники й студенти гуманітарних наук;
- активісти, що займаються збереженням спадщини;
- культурно зацікавлена молодь.

Культурна журналістика апелює до естетичних, інтерпретативних, емоційних потреб читача, що дозволяє використовувати вільніші форми викладу, образну лексику та жанрову гнучкість.

Зі зростанням конкуренції в медіа-сфері та розвитком цифрових форматів онлайн-ЗМІ активно використовують гібридні жанри, що поєднують інформативність з емоційною залученістю. Це дозволяє охопити ширшу аудиторію, створити багаторівневий наратив і зробити подачу гнучкішою.

Гібридизація жанрів проявляється у таких прикладах: освітній репортаж з елементами інтерв'ю й блогу; аналітична стаття про реформу з історією окремої школи; рецензія на театральну виставу, поєднана з особистими нотатками автора; есе про цифрову інклюзію як частину огляду культурної політики.

Така форма дозволяє не лише інформувати, а й пояснювати, співпереживати та надихати, що особливо важливо в часи соціальних криз, реформ або війни, коли зміщується увага від формального до особистісного.

Другим трендом є персоніфікація тем, яка має велике значення для емоційної залученості аудиторії. Подання інформації через людські історії — в освітній журналістиці це розповіді про педагогів-інноваторів, вчителів у зоні бойових дій, учнів з особливими потребами; в культурній — це інтерв'ю з митцями, біографічні нариси, розповіді про креативні практики.

Цей підхід змінює саму логіку інформаційного матеріалу — від абстрактної проблеми до особистого досвіду, що допомагає читачу ідентифікувати себе з темою, емоційно долучитися до обговорення [41].

Аудиторні відмінності та актуальні тенденції, такі як жанрова гібридизація та персоніфікація, свідчать про трансформацію медіа-комунікації в бік гнучкості, емоційності та індивідуалізації. Освітня тематика зберігає структурність і прикладну цінність, натомість культура тяжіє до символізму та інтерпретації. Водночас обидві сфери демонструють здатність до адаптації, розширення жанрових меж і переосмислення ролі журналіста як учасника публічного діалогу, а не лише передавача інформації.

РОЗДІЛ 3. ТЕМАТИКА ОСВІТИ І КУЛЬТУРИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ

3.1. Інформаційні стратегії у публікаціях на освітню і культурну тематику

Інформаційні стратегії, які реалізуються у сфері онлайн-журналістики, є не лише засобом передачі контенту, а й механізмом впливу на громадську думку, формування соціальних орієнтацій та стимулювання до дії. У контексті висвітлення освітньої та культурної тематики онлайн-ЗМІ використовують різні типи стратегій залежно від мети комунікації, характеру теми, очікувань аудиторії та суспільно-політичного контексту. Найбільш поширеними та функціонально значущими є три стратегії: інформування, переконання та мобілізація.

Стратегія інформування є базовою для журналістської діяльності. Вона передбачає передачу об'єктивної, точної, верифікованої інформації без оцінних суджень. Її основна функція — задоволення когнітивних потреб аудиторії, тобто надання фактів, що дозволяють зорієнтуватися у складному інформаційному середовищі. У публікаціях на тему освіти ця стратегія реалізується через повідомлення про зміни у законодавстві, правила вступу, умови проходження ЗНО, запуск нових освітніх ініціатив. ЗМІ, зокрема такі як Освіта.ua, подають структуровані матеріали з точними посиланнями на офіційні джерела. У сфері культури інформативна стратегія реалізується через анонси подій, афіші, презентації мистецьких ініціатив, звіти про фестивалі чи виставки. Статті, побудовані за цією стратегією, зазвичай мають лаконічну, фактографічну структуру, позбавлену емоційних чи експресивних елементів [42].

Інший тип — стратегія переконання — є більш складною з точки зору структури та впливу. Вона передбачає не лише інформування про подію, а й формування у читача певної позиції щодо неї. У межах цієї стратегії журналісти не лише подають інформацію, а й обґрунтовують свою точку зору, вдаються до риторики, наративів, посилань на експертів, логічних і моральних аргументів. У

контексті освітньої тематики така стратегія використовується для критики або підтримки реформ, обговорення ефективності Нової української школи, оцінювання проблем дистанційного навчання чи інклюзивної освіти. Публікації у виданнях Українська правда. Життя або ZN.UA часто мають аналітичний характер і спрямовані на формування обґрунтованої точки зору в аудиторії.

У культурній журналістиці стратегія переконання часто застосовується в аналітичних рецензіях, критичних статтях про культурну політику, мовне питання, збереження спадщини. Такі тексти мають вищий рівень інтерпретативності, поєднують опис з аналізом, часто апелюють до моральних цінностей, естетичних критеріїв, національної ідентичності. Риторичні запитання, алюзії, історичні паралелі, метафори — характерні мовні засоби цієї стратегії. Її головна мета — не лише передати інформацію, а сформувані світоглядну позицію, змусити замислитись, погодитись або заперечити.

Нарешті, стратегія мобілізації має активістський характер і спрямована на те, щоб спонукати читача до конкретних дій: участі в акціях, підписанні петицій, поширенні інформації, долученні до проєктів або громадських кампаній. У матеріалах на освітню тематику мобілізаційна стратегія реалізується через публікації, які висвітлюють несправедливе фінансування шкіл, недофінансування вчителів, порушення прав учнів або студентів. Такі тексти містять заклики, емоційні історії, звернення до солідарності, приклади успішного спротиву або взаємодії з владою. У культурному дискурсі мобілізаційна стратегія використовується для підтримки проєктів із захисту пам'яток, відновлення історичної правди, порятунку музеїв у прифронтових зонах, або для кампаній на підтримку української мови й культури. Часто такі публікації мають мультимедійний супровід — відеозвернення, фото, інфографіку, що підсилює емоційний ефект і створює ефект присутності [43].

Загалом, усі три типи інформаційних стратегій — інформування, переконання та мобілізація — не існують ізольовано, а можуть взаємодіяти в межах одного матеріалу, формуючи багатокomпонентну комунікацію.

Наприклад, новина про запуск культурного проекту може містити не лише факти, а й коментарі митців, риторичні аргументи на користь підтримки ініціативи та заклик до участі. Така інтеграція стратегій є ознакою зрілої цифрової журналістики, яка орієнтується не лише на передачу знань, але й на формування ставлень, стимулювання дій та поглиблення суспільного діалогу.

У структурі сучасного українського медіадискурсу все помітнішою стає реалізація позитивних інформаційних стратегій, що на противагу критиці, конфліктності чи сенсаційності, орієнтовані на підтримку прогресивних змін, формування надії, посилення суспільного оптимізму та створення зразків для наслідування. У контексті освітньої та культурної тематики ці стратегії реалізуються насамперед через промоцію реформ та героїзацію окремих представників професійної спільноти, які в умовах воєнного часу чи соціальної нестабільності виступають моральними орієнтирами.

Стратегія позитивного висвітлення реформ є однією з ключових форм медіапідтримки трансформаційних процесів. У сфері освіти це насамперед публікації, присвячені реалізації Нової української школи (НУШ), впровадженню інклюзивної освіти, автономізації університетів, цифровізації навчального процесу та створенню освітнього середовища у воєнних умовах. Онлайн-видання, зокрема *Освіта.и*, *Українська правда. Життя*, *Суспільне.Освіта*, публікують матеріали, які акцентують на успішному досвіді окремих закладів або регіонів, показують приклади адаптації вчителів до нових стандартів, ініціатив громадських організацій у сфері неформальної освіти, модернізації змісту навчання тощо.

Наприклад, матеріали про школи, які швидко перейшли на дистанційне навчання після початку повномасштабної агресії РФ у 2022 році, або ті, що впровадили моделі STEM-освіти у прикордонних громадах, подаються не як виняток, а як успішний кейс, який варто тиражувати. У таких публікаціях реформу не лише пояснюють, а й легітимізують через конкретні результати, знижуючи рівень недовіри й спротиву [44].

У культурному секторі промоція реформ стосується насамперед процесів децентралізації, розвитку локальної культурної інфраструктури, оцифрування культурної спадщини та державної підтримки креативних індустрій. Видання *Korydor* та *Chytomo* публікують аналітичні огляди програм Українського культурного фонду, інтерв'ю з менеджерами успішних мистецьких резиденцій, приклади перетворення бібліотек чи музеїв на відкриті простори взаємодії. Такі тексти виконують функцію підтвердження ефективності державних і громадських ініціатив, показують реальні результати у збереженні культурної ідентичності.

Окремим сегментом позитивної стратегії є персоніфікація та героїзація освітян, які в інформаційному полі репрезентуються не лише як професіонали, а як моральні лідери, громадські активісти, агенти змін. Особливо інтенсивно ця тенденція розвинулася в контексті війни, коли освітяни опинилися на передовій не лише знань, а й гуманітарної підтримки.

У публікаціях з'являються історії вчителів, які: організовують навчання в укриттях під час повітряної тривоги; навчають дітей із прифронтових громад онлайн, забезпечуючи їм безперервність освіти; долучаються до волонтерських ініціатив (збір коштів, пошиття амуніції, психологічна підтримка дітей); створюють альтернативні навчальні простори у тимчасовій еміграції.

Такі матеріали (приклади — серії публікацій *НУШ у дії*, *Освіта під обстрілами* на *Суспільне Освіта* та *УП.Життя*) не лише описують події, а й створюють етичну модель, підсилюючи відчуття солідарності та гідності. Героїзація тут не штучна, а заснована на реальних діях і жертвовності, що актуалізує цінність вчительської праці в національному наративі.

У царині культури позитивна стратегія виявляється через створення образу митця як захисника культури, документаліста національної трагедії, активного учасника опору. Публікації в *Korydor*, *The Village Україна*, *Chytomo* подають історії художників, музикантів, письменників, які: документують війну через мистецтво (фото, відео, поезія); створюють волонтерські ініціативи (наприклад,

арт-аукціони для підтримки ЗСУ); зберігають та рятують об'єкти культурної спадщини в зонах бойових дій; беруть участь у міжнародних програмах культурної дипломатії [45].

Такі матеріали наділяють творчість новою соціальною функцією — опором, пам'яттю, моральною силою, а самого митця перетворюють на символ незламності, носія цінностей, на яких тримається суспільство.

Позитивна інформаційна стратегія в онлайн-ЗМІ, реалізована через промоцію реформ і персоналізацію успішних практик, виконує важливу соціальну, етичну й комунікативну функцію. Вона забезпечує поширення довіри до трансформацій, формує емоційно привабливі образи «героїв сьогодення» — освітян і митців — і сприяє закріпленню у масовій свідомості моделей поведінки, що відповідають цінностям стійкості, інноваційності, відповідальності та людяності. Таким чином, позитивна стратегія є не лише медійним інструментом, а важливою складовою формування громадянського суспільства.

У сучасному медійному просторі ефективна комунікація значною мірою зумовлена здатністю контенту залучати, утримувати увагу та формувати стійкі когнітивні реакції аудиторії. У цьому контексті особливу роль відіграють такі стратегії, як персоналізація, сторітелінг, візуалізація, а також продумане використання заголовків і ключових повідомлень.

Персоналізація як комунікативна стратегія передбачає адаптацію контенту до індивідуальних характеристик, інтересів і поведінкових моделей користувача. Завдяки алгоритмам штучного інтелекту та аналізу даних персоналізований контент підвищує релевантність інформаційного впливу, забезпечуючи відчуття значущості та залучення. У межах освітньо-культурної тематики персоналізація може проявлятися через індивідуальні історії вчителів, учнів, митців, що створює емоційний зв'язок із читачем і сприяє глибшому осмисленню проблематики.

Сторітелінг (нарративне подання інформації) відіграє важливу роль у формуванні емоційного компоненту сприйняття. У сучасних онлайн ЗМІ

сторітелінг дозволяє унаочнити абстрактні або складні ідеї через конкретні життєві ситуації, що забезпечує більш глибоке когнітивне опрацювання інформації. Наративні структури стимулюють емпатію, сприяють збереженню в пам'яті основних меседжів і формуванню позитивного ставлення до теми [46].

Візуалізація інформації — ще один ключовий інструмент сучасної комунікації, особливо в онлайн-середовищі. Зображення, інфографіка, відео, інтерактивні елементи не лише підтримують текстовий контент, але й підвищують його доступність, сприяють кращому розумінню і запам'ятовуванню. У випадках, коли йдеться про складну статистику, історичні процеси або культурні явища, візуалізація допомагає структурувати знання та полегшує навігацію у змісті.

Особливу увагу в межах сучасного медійного дискурсу варто приділити заголовкам і ключовим повідомленням. Заголовок виконує функцію інформаційного тригера — він не лише орієнтує читача на зміст, але й вирішує питання первинної зацікавленості. Дослідження показують, що саме заголовок у більшості випадків визначає, чи буде користувач читати матеріал далі. Ефективні заголовки мають бути інформативними, емоційно забарвленими або містити інтригу. Водночас ключові повідомлення (key messages) — це концентровані інформаційні блоки, що формують основу сприйняття матеріалу. Їхня чіткість, лаконічність і повторюваність у тексті сприяють кращому запам'ятовуванню та формуванню позиції читача щодо певної теми.

Таким чином, персоналізація, сторітелінг, візуалізація, а також стратегічне використання заголовків і ключових повідомлень є не лише техніками приваблення уваги, але й потужними засобами побудови ефективної, осмисленої та відповідальної інформаційної взаємодії в умовах цифрової доби.

3.2. Вплив подачі тем на формування соціальних цінностей

У сучасному суспільстві, що характеризується інтенсивними трансформаціями, цифровізацією інформаційного простору та зростанням

глобальних викликів, особливого значення набуває підтримка фундаментальних гуманітарних ідеалів, таких як гуманізм, демократія та культурне різноманіття. Ці цінності становлять цілісну систему орієнтирів, на основі яких вибудовується не лише структура соціальних відносин, а й інформаційно-комунікативна взаємодія в умовах новітніх медіа. Поширення та укорінення ідеалів гуманізму відбувається через утвердження людини як вищої цінності, визнання її гідності, автономії та права на повноцінний розвиток у всіх сферах життя. Гуманістична парадигма передбачає етичну відповідальність інформаційних ресурсів, які, виконуючи просвітницьку функцію, мають сприяти формуванню емпатійного ставлення до соціально вразливих груп, поширенню принципів недискримінації, недопущенню мови ворожнечі та утвердженню цінностей рівності. У контексті цифрових медіа це виявляється у формах інтерв'ю з громадськими діячами, освітніх кампаніях на підтримку інклюзивності, публікаціях про персональні історії подолання, з якими може ототожнити себе широка аудиторія [47].

Не менш важливою складовою ідеологічного фундаменту демократичного суспільства є підтримка принципів демократії, які реалізуються як у політичному, так і в комунікативному вимірах. Демократія в медійному контексті передбачає свободу вираження поглядів, плюралізм думок, доступ до об'єктивної інформації та забезпечення участі громадян у публічному дискурсі. Засоби масової інформації виступають медіаторами між владою та громадянським суспільством, сприяючи транспарентності управлінських рішень, протидії корупції, обговоренню реформ та ухваленню суспільно важливих рішень на основі зваженої аргументації. Саме через демократичні практики в інформаційному середовищі відбувається формування критичного мислення, підвищення інформаційної грамотності та мобілізація громадського потенціалу до колективних дій. У сучасних онлайн ЗМІ це реалізується шляхом розміщення відкритих коментарів, участі читачів у опитуваннях, просування незалежної журналістики, яка розкриває соціальні проблеми через призму аналітичного осмислення та багатоголосся.

Третім ключовим ідеалом, тісно пов'язаним із гуманізмом і демократією, є культурне різноманіття, що розглядається як основа соціальної інтеграції та динамічного розвитку суспільства в умовах глобалізації. Універсальна декларація ЮНЕСКО про культурне різноманіття наголошує на необхідності збереження і підтримки множинності форм культурного самовираження, як засобу обміну, творчості та взаєморозуміння між народами. У медійному полі культурне різноманіття реалізується через представлення багатоголосого наративу — від локальних ініціатив і регіональної культури до національних традицій і міжкультурного діалогу. Онлайн-платформи відкривають простір для видимості культурних меншин, мовного розмаїття, нематеріальної спадщини, що особливо актуально в умовах уніфікації та ризику маргіналізації окремих ідентичностей. Інформаційні ресурси, що висвітлюють культурну політику, фестивалі, локальні мистецькі проєкти, відіграють ключову роль у підтримці культурного плюралізму, захисті культурних прав, збереженні історичної пам'яті та трансляції естетичних і ціннісних кодів суспільства.

Отже, підтримка ідеалів гуманізму, демократії та культурного різноманіття в інформаційному середовищі не є лише декларативною ціннісною позицією, а виступає основою стратегічної культурної політики, освітнього просвітництва та соціальної згуртованості. У сучасному інформаційному просторі саме медіа стають простором, де ці ідеали транслуються, апробуються та поширюються, формуючи засади відкритого, інклюзивного та стійкого суспільства [48].

Формування національної ідентичності та громадянської свідомості є стратегічно важливим процесом у розвитку сучасного суспільства, зокрема в контексті державотворення, збереження культурної спадщини та забезпечення стійкості демократичних інститутів. Національна ідентичність виступає багатовимірною соціокультурною конструкцією, що формується на перетині історичної пам'яті, мовної практики, символічної репрезентації, освітньої політики та щоденних соціальних взаємодій. Вона відображає не лише етнічну належність, а й відчуття спільності, усвідомлення культурної спадкоємності та

приналежності до певної національної традиції. У цьому контексті особливу роль відіграє інституційна підтримка таких компонентів ідентичності, як державна мова, історична освіта, героїчний наратив, а також символічні атрибути (прапор, гімн, національні свята), які діють як потужні маркери ідентичності у публічному просторі. Система освіти, засоби масової інформації, культурні інституції та громадські ініціативи утворюють багаторівневу інфраструктуру, що сприяє трансляції національних цінностей та формуванню ідентифікаційного образу нації.

Паралельно з процесами ідентифікації відбувається становлення громадянської свідомості, що репрезентує іншу складову особистісної інтеграції — політичну, правову та соціальну. Громадянська свідомість визначається як система уявлень про права й обов'язки громадянина, ставлення до суспільних процесів, готовність до участі в житті громади, відповідальність за майбутнє держави. Вона охоплює не лише формальні знання про демократичні процедури, а й ціннісне ставлення до участі, довіру до інституцій, здатність до критичного мислення та соціального діалогу. В умовах демократії громадянська свідомість є основою функціонування суспільства як саморегульованої політичної спільноти, в якій громадяни не є пасивними споживачами рішень, а активними суб'єктами змін. Освіта в цьому контексті виконує не лише трансляційну, а й трансформаційну функцію, оскільки сприяє формуванню активного громадянина — особи, здатної до участі в публічному житті, обізнаної з механізмами впливу на прийняття рішень, спроможної до співпраці, поваги до прав інших та усвідомлення соціальної справедливості як засади спільного буття.

Ідентичність і громадянськість, хоча й мають різну природу — культурну та політичну відповідно — перебувають у динамічній взаємодії. Національна ідентичність формує емоційно-культурне тло громадянської активності, тоді як громадянська свідомість сприяє усвідомленню прав і механізмів захисту цієї ідентичності. Злагоджений розвиток обох компонентів сприяє стабільності державного устрою, запобігає соціальній атомізації, мобілізує суспільство перед

зовнішніми викликами. Особливо актуально це для України, яка упродовж останніх десятиліть перебуває в ситуації постколоніального осмислення ідентичності та активного формування нової, суб'єктної громадянської позиції на тлі війни, гібридної агресії, інформаційної боротьби. У цих умовах зростає роль медіа як інструменту формування уявлень про «ми» і «вони», як платформи для артикулювання національного досвіду, культурної гідності, історичної правди та як каналу залучення громадян до публічного обговорення важливих соціальних тем. Засоби масової інформації, які активно висвітлюють події війни, героїзм захисників, приклади солідарності, ініціатив громадянського суспільства, роблять помітний внесок у консолідацію українського народу на засадах гідності, свободи й відповідальності [49].

Таким чином, процеси формування національної ідентичності та громадянської свідомості слід розглядати як взаємопов'язані, інтегровані складові державної гуманітарної політики. Вони потребують цілеспрямованої підтримки з боку держави, освітньої системи, культури, медіа та громадянського сектору. Саме через культивування історичної пам'яті, послідовну мовну політику, підтримку культурного розмаїття, залучення молоді до громадських практик і просування демократичних цінностей формується громадянин, який одночасно є патріотом, носієм культури та активним учасником суспільного діалогу [50].

У сучасному суспільстві освіта постає не лише як механізм передачі знань, умінь і навичок, а як глибокий соціокультурний інструмент, що формує здатність особистості до раціонального осмислення навколишньої дійсності, до усвідомленого ставлення до інформації та прийняття рішень на основі аргументації, логіки й етичних принципів. Центральним аспектом цієї трансформаційної ролі освіти є розвиток критичного мислення — універсальної метакомпетентності, що охоплює здатність аналізувати, порівнювати, узагальнювати, ставити проблемні запитання, відокремлювати факти від суджень, виявляти приховані припущення та логічні помилки, формувати й

обґрунтовувати власну точку зору. У межах сучасного освітнього дискурсу критичне мислення трактується як ключовий компонент компетентнісного підходу, оскільки воно забезпечує не механічне відтворення інформації, а активну інтелектуальну взаємодію з нею, що є необхідною передумовою особистісного розвитку, наукового пошуку та демократичного громадянства[50].

Розвиток критичного мислення в межах формальної освіти передбачає не лише оновлення змісту навчання, але й застосування методів, що стимулюють когнітивну активність і самостійність учнів та студентів. Серед ефективних педагогічних стратегій слід виокремити проблемне навчання, дослідницькі проекти, аналіз реальних кейсів, моделювання, дебати, рефлексивне письмо, інтердисциплінарний аналіз та діалогічні форми роботи, що активізують розумові операції високого рівня. Особливої уваги набуває створення відкритого освітнього середовища, в якому допускається інтелектуальна помилка як етап пізнання, а викладач постає не джерелом істини, а фасилітатором пізнавального пошуку. Такий підхід формує культуру мислення, у межах якої оцінка інформації здійснюється не на основі авторитету чи емоцій, а через логіку, докази, багатоперспективність.

Водночас роль освіти як інструменту розвитку критичного мислення не обмежується академічними межами; вона набуває особливого значення в умовах функціонування особистості в інформаційному суспільстві, що характеризується надмірною кількістю інформації, стрімкою цифровізацією, загрозами фейкових новин, маніпулятивних стратегій і когнітивного перевантаження. У таких умовах саме здатність критично осмислювати інформаційні потоки стає гарантією когнітивного суверенітету особистості, її захистом від пропаганди, дезінформації, психологічних маніпуляцій. Зокрема, критичне мислення дозволяє відрізнити достовірні джерела від ненадійних, аналізувати мотиви комуніканта, виявляти логічні суперечності та створювати власне, аргументоване бачення ситуації. В освітньому контексті це означає необхідність включення до програм медіаграмотності, цифрової безпеки, основ фактчекінгу

та комунікативної етики, що, в сукупності, формують інформаційно-критичну компетентність майбутнього громадянина [51].

Не менш важливою є функція критичного мислення як основи демократичної культури. Громадяни, здатні мислити критично, не лише орієнтуються у складних соціальних процесах, але й беруть активну участь у їхньому обговоренні, мають здатність ставити під сумнів несправедливі практики, відстоювати власну позицію, брати відповідальність за суспільне благо. Таким чином, критичне мислення є не лише інструментом особистісного зростання, а й умовою соціальної зрілості, передумовою дієвої участі в демократичних процесах, протидією авторитаризму, радикалізму й інформаційній маніпуляції. У випадку України, яка перебуває у фазі активного реформування освітньої сфери, демократизації суспільного життя та водночас протидії зовнішній інформаційній агресії, розвиток критичного мислення через освіту має особливу стратегічну вагу. Це виявляється в акцентах Нової української школи, в освітніх ініціативах з медіаграмотності, в підтримці інтерактивних форматів навчання, що розвивають аналітичність і рефлексивність учнів.

Отже, освіта як інструмент критичного мислення є базовою опорою в умовах знаннєвої та інформаційної економіки, суспільства ризику та викликів глобалізації. Вона виконує інтегративну функцію, поєднуючи когнітивний розвиток особистості з підготовкою до життя в складному, мінливому світі. Завдяки критичному мисленню освіта стає не лише системою знань, але й процесом формування свідомої, відповідальної, морально зрілої людини, здатної до аргументованого судження, відкритого діалогу та усвідомленого вибору. Саме тому формування критичного мислення має розглядатися як одна з пріоритетних цілей освітньої політики та практики, що орієнтована на стійкий розвиток особистості й суспільства в цілому.

У сучасному українському суспільстві комунікативні кампанії, спрямовані на утвердження прогресивних соціальних цінностей, відіграють важливу роль у

трансформації громадської свідомості та формуванні нових соціальних установок. Зокрема, у сфері підтримки української мови, розвитку інклюзивного середовища та процесу децентралізації культурного життя спостерігається низка прикладів, які свідчать про ефективне поєднання інформаційної політики, медіакампаній та культурно-освітніх ініціатив. Одним із найяскравіших прикладів кампаній на підтримку української мови стала загальнонаціональна ініціатива «Мова об'єднує», що активно розвивалася після 2014 року у відповідь на посилення мовно-культурної самоідентифікації громадян у контексті збройної агресії проти України. Кампанія включала просвітницькі відеоролики, соціальну рекламу, акції у соціальних мережах, публічні виступи інтелектуалів, митців та освітян. Її метою було не лише захистити державний статус української мови, а й переосмислити її роль як об'єднавчого чинника нації, як культурного ресурсу та маркера громадянської зрілості. Поширення меседжів про важливість української мови як засобу внутрішньої гідності та засобу репрезентації у світі стало дієвим інструментом формування нової мовної етики, заснованої не на примусі, а на усвідомленому виборі та повазі до мови як символу [52].

У сфері інклюзії показовою є кампанія «Доступно.UA», що реалізується як громадська ініціатива з популяризації доступності фізичного простору та соціального включення осіб з інвалідністю. У межах цієї кампанії було створено аналітичну платформу для оцінки рівня безбар'єрності в містах України, знято серію відеоісторій, що показують досвід людей з інвалідністю, розроблено інформаційні буклети та онлайн-курси з теми інклюзивності. Завдяки візуалізації проблеми бар'єрності та акценту на повсякденному досвіді, кампанія істотно змінила публічне сприйняття інвалідності: від жалю або байдужості — до поваги, визнання потреб і прав таких осіб. Інший важливий приклад — Національна стратегія безбар'єрності, що підтримується першою леді України і має широку медіа-складову, спрямовану на формування безстереотипного, солідарного суспільного уявлення про інклюзію як норму.

Щодо децентралізації культурного життя, варто згадати низку проєктів, що реалізовувалися у межах реформ місцевого самоврядування та культурної політики з 2016 року. Зокрема, кампанія «Малі міста – великі враження», ініційована Міністерством культури України, стала знаковою з погляду популяризації локальної культури як важливої складової загальнонаціонального культурного ландшафту. Програма фінансувала проведення фестивалів, виставок, театральних подій у малих громадах, сприяла розвитку креативної економіки в регіонах, стимулювала місцеві ініціативи. Кампанія довела, що культурне життя не повинне бути сконцентрованим винятково у столиці або великих містах: регіони також мають право на культурну самореалізацію, збереження й розвиток власної ідентичності. Такі ініціативи як *Ukrainer*, що здійснює візуально-документальні експедиції регіонами України, та онлайн-платформа «Дія.Культура» стали медіа-каналами, які посилили ефект децентралізації, зробивши доступними регіональні культурні надбання для всієї країни та світу [53].

Таким чином, наведенні приклади кампаній і ініціатив демонструють значний потенціал публічної комунікації у формуванні нових соціальних установок, які ґрунтуються на цінностях мовної самоповаги, інклюзивності та рівного культурного доступу. Завдяки комбінації інформаційного впливу, культурного контенту та громадянської участі ці кампанії сприяють не лише зміні уявлень, а й трансформації практик поведінки, включаючи вибір мови спілкування, сприйняття інвалідності, активність у місцевому культурному житті. Це свідчить про ключову роль комунікативних стратегій у процесах модернізації та демократизації українського суспільства.

Таблиця 3.1.

Формати подачі суспільно важливих тем та їхній вплив на соціальні цінності

Формат подачі	Тематика	Очікуваний соціальний ефект	Приклад кампанії / ініціативи
Соціальна реклама	Підтримка державної мови	Посилення мовної ідентичності, зростання престижу української мови	«Мова об'єднує», кампанії УІНП, відео "Держава — це мова"
Сторітелінг (особисті історії)	Інклюзія, права людини	Формування емпатії, толерантності, визнання права на відмінність	«Доступно.UA», «Без бар'єрів»
Документальні фільми, відеоесе	Культурна спадщина, локальна історія	Зростання поваги до регіональної ідентичності, децентралізація мислення	Ukrainian, серії «Спадок» на Суспільному
Інфографіка, інтерактивні карти	Децентралізація, урбаністика, екологія	Підвищення обізнаності, участь у громадських ініціативах	Портал «Громадський простір», ініціатива «U-Report»
Освітньо-медіа кампанії	Громадянська освіта, критичне мислення	Активізація громадянської позиції, зміцнення демократичної культури	«Вивчай та розрізняй», «Центр демократії та верховенства права»

Джерело: [37]

Наведена таблиця ілюструє, як різні формати подачі суспільно значущих тем — від сторітелінгу до інтерактивних мап — сприяють формуванню ключових цінностей у громадян: від мовної самосвідомості до критичного мислення. Указані приклади кампаній демонструють успішну реалізацію комунікаційних стратегій, що не лише інформують аудиторію, а й активізують її участь у культурному, соціальному та громадському житті.

3.3. Роль онлайн ЗМІ в популяризації освіти і культури

У цифрову епоху онлайн засоби масової інформації дедалі активніше впливають на формування соціально значущих пріоритетів, зокрема в сферах освіти та культури. У зв'язку з розширенням доступу до інтернету, зростанням довіри до цифрових платформ і зміною моделей споживання інформації, онлайн

ЗМІ перетворилися з традиційного джерела новин на багатофункціональні просвітницькі та культурні інструменти. Серед найбільш ефективних інноваційних форматів, що використовуються з метою популяризації освіти і культури, слід виокремити подкасти, онлайн-курси й інтерактивні екскурсії. Кожен із цих форматів виконує не лише інформаційну, але й виховну, мотиваційну та інтерактивну функції [54].

Подкасти є прикладом нового типу аудіоконтенту, що поєднує елементи журналістики, лонгріду, інтерв'ю та особистісного наративу. В українському медійному середовищі зростає кількість подкастів, присвячених освітнім, культурологічним і гуманітарним темам. Наприклад, серії подкастів "Темна сторона подкастингу" (Radio Podil), "Культурний лекторій" (від "Слух") чи "Освітній марафон" (EdCamp Ukraine) висвітлюють складні теми в доступній, динамічній формі. Такий формат дозволяє слухачам отримувати актуальну й часто глибоко аналітичну інформацію у зручний час і в неформальній атмосфері. Подкасти сприяють індивідуалізації освітнього процесу, формують нову культуру споживання знань і забезпечують широке охоплення різних вікових, соціальних та професійних груп.

Онлайн-курси як інструмент відкритої освіти стали однією з найвпливовіших інновацій останнього десятиліття в освітній сфері. Поява платформ, таких як Prometheus, EdEra, Coursera, Udemy або платформи від українських університетів, значно розширила можливості навчання, особливо для дорослих, учителів, студентів і тих, хто прагне здобути нову кваліфікацію. Курси з історії культури, медіаграмотності, філософії, цифрової безпеки чи мистецтва дозволяють не лише поглиблювати знання, але й формують критичне мислення та здатність до самоосвіти. Перевагами онлайн-курсів є гнучкий графік, індивідуальний темп, відсутність географічних обмежень і можливість здобуття сертифікатів, що підвищують конкурентоспроможність користувачів на ринку праці. Онлайн-курси виступають також важливим механізмом

культурної інклюзії, оскільки роблять якісну освіту доступною для людей з інвалідністю, жителів сіл, переселенців та інших вразливих груп.

Інтерактивні екскурсії, які здійснюються у форматі віртуальних турів, доповненої реальності (AR) чи 3D-моделей, відкривають нові горизонти у сфері культурної освіти. Завдяки таким проектам, як "Музей у смартфоні", "Дія.Культура", Google Arts & Culture або віртуальні тури музеїв Києва, Львова чи Харкова, користувачі отримують можливість безкоштовно та без фізичних бар'єрів взаємодіяти з культурною спадщиною, дізнаватися про історичні пам'ятки, мистецькі твори та архітектурні ансамблі. Інтерактивний формат посилює ефект занурення, викликає емоційну залученість і робить процес пізнання особистісно значущим. Окрім того, такі екскурсії використовуються в шкільній і позашкільній освіті як інструмент візуалізації навчального матеріалу, що особливо ефективно в умовах дистанційного або змішаного навчання[55].

Онлайн ЗМІ, які впроваджують ці інноваційні формати, виступають як платформи для неформальної освіти та культурної просвіти, формуючи в користувачів нові звички медіаспоживання. Завдяки поєднанню інформаційної достовірності, міждисциплінарності та інтерактивності, вони сприяють розвитку когнітивної активності, ціннісної орієнтації, культурної свідомості та соціальної інтеграції. Таким чином, інноваційні формати, що застосовуються онлайн ЗМІ, не лише відповідають запитам цифрової доби, а й створюють умови для сталого розвитку освітньо-культурного середовища в Україні.

У цифрову епоху онлайн засоби масової інформації дедалі активніше впливають на формування соціально значущих пріоритетів, зокрема в сферах освіти та культури. У зв'язку з розширенням доступу до інтернету, зростанням довіри до цифрових платформ і зміною моделей споживання інформації, онлайн ЗМІ перетворилися з традиційного джерела новин на багатофункціональні просвітницькі та культурні інструменти. Серед найбільш ефективних інноваційних форматів, що використовуються з метою популяризації освіти і культури, слід виокремити подкасти, онлайн-курси й інтерактивні екскурсії.

Кожен із цих форматів виконує не лише інформаційну, але й виховну, мотиваційну та інтерактивну функції.

Подкасти є прикладом нового типу аудіоконтенту, що поєднує елементи журналістики, лонгріду, інтерв'ю та особистісного наративу. В українському медійному середовищі зростає кількість подкастів, присвячених освітнім, культурологічним і гуманітарним темам. Наприклад, серії подкастів "Темна сторона подкастингу" (Radio Podil), "Культурний лекторій" (від "Слух") чи "Освітній марафон" (EdCamp Ukraine) висвітлюють складні теми в доступній, динамічній формі. Такий формат дозволяє слухачам отримувати актуальну й часто глибоко аналітичну інформацію у зручний час і в неформальній атмосфері. Подкасти сприяють індивідуалізації освітнього процесу, формують нову культуру споживання знань і забезпечують широке охоплення різних вікових, соціальних та професійних груп.

Онлайн-курси як інструмент відкритої освіти стали однією з найвпливовіших інновацій останнього десятиліття в освітній сфері. Поява платформ, таких як Prometheus, EdEra, Coursera, Udemy або платформи від українських університетів, значно розширила можливості навчання, особливо для дорослих, учителів, студентів і тих, хто прагне здобути нову кваліфікацію. Курси з історії культури, медіаграмотності, філософії, цифрової безпеки чи мистецтва дозволяють не лише поглиблювати знання, але й формують критичне мислення та здатність до самоосвіти. Перевагами онлайн-курсів є гнучкий графік, індивідуальний темп, відсутність географічних обмежень і можливість здобуття сертифікатів, що підвищують конкурентоспроможність користувачів на ринку праці. Онлайн-курси виступають також важливим механізмом культурної інклюзії, оскільки роблять якісну освіту доступною для людей з інвалідністю, жителів сіл, переселенців та інших вразливих груп [56].

Інтерактивні екскурсії, які здійснюються у форматі віртуальних турів, доповненої реальності (AR) чи 3D-моделей, відкривають нові горизонти у сфері культурної освіти. Завдяки таким проектам, як "Музей у смартфоні",

"Дія.Культура", Google Arts & Culture або віртуальні тури музеїв Києва, Львова чи Харкова, користувачі отримують можливість безкоштовно та без фізичних бар'єрів взаємодіяти з культурною спадщиною, дізнаватися про історичні пам'ятки, мистецькі твори та архітектурні ансамблі. Інтерактивний формат посилює ефект занурення, викликає емоційну залученість і робить процес пізнання особистісно значущим. Окрім того, такі екскурсії використовуються в шкільній і позашкільній освіті як інструмент візуалізації навчального матеріалу, що особливо ефективно в умовах дистанційного або змішаного навчання.

Онлайн ЗМІ, які впроваджують ці інноваційні формати, виступають як платформи для неформальної освіти та культурної просвіти, формуючи в користувачів нові звички медіаспоживання. Завдяки поєднанню інформаційної достовірності, міждисциплінарності та інтерактивності, вони сприяють розвитку когнітивної активності, ціннісної орієнтації, культурної свідомості та соціальної інтеграції. Таким чином, інноваційні формати, що застосовуються онлайн ЗМІ, не лише відповідають запитам цифрової доби, а й створюють умови для сталого розвитку освітньо-культурного середовища в Україні.

3.4. Соціальні мережі як платформи культурно-освітньої комунікації

У XXI столітті соціальні мережі стали домінантними каналами комунікації, що здійснюють суттєвий вплив на інформування, формування думки та поведінкові моделі мільйонів користувачів. Їхній вплив на культурно-освітній простір є всеохопним, адже вони не тільки репрезентують і поширюють знання, а й модифікують способи доступу до них, форми залучення аудиторії та динаміку соціокультурного діалогу. Платформи на кшталт Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, Twitter і Telegram стали місцем активної взаємодії освітян, культурних інституцій, громадських ініціатив та медіа. Унікальність соціальних мереж полягає у здатності поєднувати текст, зображення, відео та прямий зворотний зв'язок, що сприяє високому рівню залучення аудиторії до процесу обміну знаннями та культурними смислами [57].

Поширення культурно-освітнього контенту в соціальних мережах відбувається у форматах, що максимально адаптовані до ритму сучасного життя. Серед них – освітні відео та стріми, інформаційні пости, меми з культурним контекстом, вікторини, інтерактивні історії, цифрові лекції, прямі ефіри з експертами та анонси подій. Наприклад, ініціативи на кшталт "Освіторія", "Chytomo", "ЛакіБукс", сторінки музеїв та університетів, відеоблоги викладачів і письменників стали джерелами якісного контенту для мільйонів українців. TikTok, попри розважальну специфіку, трансформується у майданчик мікроосвіти: короткі відео з історії, науки, української мови чи мистецтва стають вірусними, а користувачі – активними трансляторами культурного контенту.

Окремої уваги заслуговує роль соціальних мереж у формуванні цифрової спільноти навколо культурно-освітніх тем. Такі спільноти забезпечують ефект горизонтального обміну знаннями, сприяють емоційному залученню та формують новий тип участі, де аудиторія не лише споживає контент, а й активно коментує, поширює, створює власні матеріали. У цьому сенсі соціальні мережі сприяють демократизації доступу до культури та освіти, дозволяючи кожному долучитися до загальнонаціонального або глобального культурного діалогу.

Крім того, соціальні мережі є важливим інструментом популяризації української культури у світі. Кампанії, присвячені українському мистецтву, мові, літературі чи історичним подіям, швидко набувають міжнародного розголосу завдяки доступності інструментів відео, перекладу, субтитрування та хештегів. Соціальні мережі також виступають механізмом мобілізації громадськості до участі в культурних і волонтерських ініціативах, що стало особливо помітним після 2022 року.

Таким чином, соціальні мережі постають не лише як технічні засоби обміну інформацією, а як повноцінні середовища культурної трансляції, неформальної освіти та формування національної ідентичності. Їхній потенціал у сфері освіти й культури полягає у здатності створювати багатовекторні комунікаційні потоки, які охоплюють усе суспільство, формують у ньому нові

цінності та знижують бар'єри між носіями знання й аудиторією. Використання соціальних мереж як платформ для культурно-освітньої комунікації є важливим етапом у побудові відкритого, інклюзивного та обізнаного громадянського суспільства [58].

Онлайн засоби масової інформації відіграють дедалі важливішу роль у репрезентації маргіналізованих соціальних груп, виступаючи не лише інструментом інформування, але й простором соціального включення, культурної видимості та емансипації. Маргіналізованими вважаються ті групи, які історично або структурно були виключеними з публічного дискурсу, позбавленими доступу до ресурсів, представлення в медіа та участі в ухваленні суспільно значущих рішень. До них належать національні меншини, люди з інвалідністю, представники ЛГБТК+ спільнот, жінки в умовах патріархальної культури, внутрішньо переміщені особи, ветерани, люди з бідних регіонів тощо.

Інтернет-медіа, на відміну від традиційних платформ, надають більше можливостей для саморепрезентації, альтернативного голосу та мобілізації спільнот. Завдяки низькому порогу входження, горизонтальній структурі поширення контенту та інтерактивності, онлайн ЗМІ стали інструментом демократизації інформаційного простору. Саме в онлайн-середовищі з'являються медіа-проекти, що цілеспрямовано працюють із темами, табуйованими або викривлено поданими у мейнстримних джерелах. Наприклад, українські ініціативи "Заборона", "Гендер в деталях", "Перша шпальта", "Громадське", "Радіо Свобода" створюють спецпроекти про транслювання досвіду біженців, історій людей з ментальними розладами, етнічних громад, людей, що живуть із ВІЛ, або працюють над подоланням стигми щодо сексуальної ідентичності [59].

Важливим аспектом функціонування онлайн ЗМІ є їхня здатність не лише транслювати чужий досвід, але й залучати представників маргіналізованих груп як авторів, редакторів, медіаактивістів. Цей принцип "говорити про себе самотійно" змінює динаміку владних відносин у медіа-просторі та формує нову

етику інклюзивної журналістики. Відеоблоги, інтерв'ю-платформи, сторітелінг-проекти й соціальні кампанії дають змогу створювати багатоголосся в публічному просторі, де різні досвіди не витісняють один одного, а взаємодоповнюють. Онлайн-платформи типу YouTube, Medium, Instagram чи TikTok стали інструментами низової мобілізації: у них маргіналізовані голоси можуть бути почутими, здобути підтримку та змінювати стереотипи.

Ще один важливий ефект — можливість об'єднання та солідаризації. Через онлайн ЗМІ формуються мережі підтримки, спільноти досвіду, кампанії взаємодопомоги та колективного опору дискримінаційним практикам. Зокрема, під час повномасштабної війни в Україні онлайн-видання виступили майданчиками для висвітлення потреб людей з інвалідністю, переселенців, мешканців тимчасово окупованих територій, які за інших умов могли б залишитися поза фокусом суспільної уваги.

Таким чином, онлайн ЗМІ відіграють ключову роль у процесах інклюзивного медіа-виробництва, підвищення видимості маргіналізованих груп і формування справедливішого публічного простору. Їхній потенціал полягає у створенні середовища, де кожен має право на голос, де людська гідність не залежить від соціального статусу, і де медіа стають інструментом емансипації, а не домінування. У цьому контексті розвиток таких платформ є невід'ємною складовою демократизації суспільства та реалізації принципу соціальної справедливості в інформаційну епоху.

У контексті децентралізаційних реформ, що тривають в Україні з 2014 року, особливої актуальності набуває питання децентралізації культурно-освітнього контенту. Цей процес передбачає не лише передачу повноважень на місцевий рівень у сфері культури та освіти, але й трансформацію інформаційного простору в напрямі рівного доступу до знань і культурних ресурсів для мешканців усіх регіонів, незалежно від їх географічного чи соціального розташування. Онлайн ЗМІ відіграють у цьому процесі ключову роль, оскільки завдяки цифровим інструментам вони здатні розширити охоплення аудиторії,

забезпечити рівноправний доступ до якісного контенту та підтримати регіональні ініціативи з просування локальної ідентичності [60].

Одним із важливих напрямів децентралізації є підтримка культурного різноманіття регіонів України через висвітлення місцевих практик, традицій, мистецьких подій, історичної спадщини та мовних особливостей. Онлайн-платформи, такі як Ukraïner, Суспільне Культура, Chytomo, Zaborona, активно створюють матеріали про життя громад у найвіддаленіших куточках країни. Це дозволяє зробити помітним той культурний потенціал, який часто залишався невидимим у централізованих моделях культурної політики. Окрім того, локальні медіа, що використовують цифрові платформи, здатні самостійно продукувати контент, адаптований до місцевого контексту, але водночас доступний на національному та навіть глобальному рівні.

Децентралізація освітнього контенту передбачає також створення умов для інтелектуального розвитку громади поза межами традиційних центрів. Платформи відкритої освіти, відеолекції, онлайн-бібліотеки, освітні блоги та YouTube-канали університетів і науковців стали доступними інструментами знаннєвої мобільності. Завдяки цифровим технологіям жителі сіл і малих міст отримують доступ до лекцій провідних фахівців, інтерв'ю з науковцями, архівів музеїв, тематичних вебінарів і курсів. Це суттєво розширює межі інтелектуальної автономії громад та сприяє зменшенню інформаційної нерівності [61].

Сприяння децентралізації також виражається у фінансовій та технічній підтримці ініціатив із виробництва контенту на місцях. Грантові програми, зокрема від Українського культурного фонду, House of Europe, а також окремі проєкти від громадських організацій, підтримують створення якісного освітньо-культурного контенту в громадах, що сприяє активізації місцевих креативних середовищ. Це не лише стимулює економіку культури, але й формує локальні культурні бренди, розширюючи їхню присутність у цифровому просторі.

Онлайн ЗМІ у цьому процесі виконують не лише функцію трансляторів контенту, а й діють як каталізатори регіональної активності. Вони об'єднують

творців, громадських лідерів, освітян, митців, надаючи їм платформу для представлення себе та обміну досвідом. Це створює умови для горизонтальної інтеграції культурного простору, де кожна громада може стати учасником загальнонаціонального діалогу на рівноправних засадах [62].

Таким чином, децентралізація культурно-освітнього контенту в цифрову епоху є не лише технологічною або адміністративною зміною, а насамперед соціокультурним процесом формування більш справедливого, інклюзивного і збалансованого інформаційного середовища. Онлайн ЗМІ, у цьому контексті, виступають не лише як посередники, а як повноцінні учасники культурної політики, що реалізують принципи відкритості, участі та регіонального різноманіття у сфері культури й освіти.

ВИСНОВКИ

У процесі дослідження тематики освіти і культури на сторінках українських онлайн ЗМІ було проаналізовано роль цифрових медіа у висвітленні суспільно важливих гуманітарних сфер. Робота підтвердила, що сучасні онлайн ЗМІ є не лише каналом передачі інформації, а й активним учасником формування громадської думки, цінностей, культурних і освітніх орієнтирів у суспільстві.

У першому розділі здійснено теоретичний аналіз особливостей функціонування онлайн ЗМІ у сучасному інформаційному середовищі. Визначено ключові характеристики онлайн медіа — інтерактивність, мультимедійність, доступність — та їхній вплив на зміну форм і змісту комунікації. Проаналізовано функції онлайн ЗМІ, зокрема освітню, виховну, просвітницьку та мобілізаційну. Окрема увага приділена специфіці висвітлення тем освіти і культури, визначено їх стратегічне значення для розвитку суспільства. У цьому контексті було обґрунтовано соціальну відповідальність медіа як чинника формування культурної політики та освітньої свідомості.

У другому розділі проведено змістовий аналіз публікацій на освітньо-культурну тематику у вітчизняних онлайн ЗМІ (зокрема: *Українська правда*, *Життя*, *Chytomo*, *Korydor*, *Osvita.ua*). Визначено критерії добору матеріалів, охоплено жанрове різноманіття контенту (новини, статті, інтерв'ю, репортажі, огляди), а також специфіку подачі культурних і освітніх тем. Виокремлено характерні риси висвітлення освітніх питань — акцент на реформах, ЗНО, інклюзії, цифровізації, проблемах доступу до освіти — і культурних тем — фокус на спадщині, фестивалях, сучасному мистецтві, культурній децентралізації. Проаналізовано спільні та відмінні риси у подачі цих тем, зокрема щодо інформативності, емоційності та візуального супроводу.

У третьому розділі зосереджено увагу на впливі тем освіти і культури у ЗМІ на формування громадської думки. Проаналізовано інформаційні стратегії, які використовують онлайн медіа для популяризації освітніх і культурних

ініціатив: персоналізація, сторітелінг, залучення експертної думки, інтерактивність. Визначено, що подібний медіаконтент формує соціальні цінності, зміцнює національну ідентичність, сприяє розвитку критичного мислення, вихованню толерантності та культурного плюралізму. Наголошено на важливості дотримання журналістських стандартів, балансу думок і етичних принципів під час висвітлення гуманітарних тем. У цьому розділі доведено, що онлайн ЗМІ виступають ефективним інструментом неформальної освіти й культурного діалогу.

Загалом, результати дослідження підтверджують, що тематика освіти і культури в онлайн ЗМІ відображає не лише поточні події, а й глибші соціокультурні процеси. Вона потребує вдумливого підходу, аналітики, високої якості подачі, щоб відігравати конструктивну роль у трансформації сучасного українського суспільства. Перспективи подальших досліджень полягають у вивченні взаємодії аудиторії з культурно-освітнім контентом у соцмережах, а також у порівняльному аналізі регіонального та національного медіаполя.

У процесі дослідження тематики освіти і культури на сторінках українських онлайн ЗМІ було проаналізовано роль цифрових медіа у висвітленні суспільно важливих гуманітарних сфер. Робота підтвердила, що сучасні онлайн ЗМІ є не лише каналом передачі інформації, а й активним учасником формування громадської думки, цінностей, культурних і освітніх орієнтирів у суспільстві.

У відповідності до мети дослідження були успішно виконані всі поставлені завдання:

Охарактеризовано функції онлайн ЗМІ у висвітленні тем освіти і культури. На основі теоретичного аналізу було виявлено, що сучасні онлайн медіа виконують не лише інформаційну функцію, а й просвітницьку, виховну, мобілізаційну, а також функцію формування соціальних цінностей. Особливо підкреслено їхню здатність впливати на громадську думку через миттєву комунікацію та інтерактивність контенту.

Досліджено жанрові й стилістичні особливості подачі відповідної тематики.

Було проаналізовано широкий спектр жанрів (новини, інтерв'ю, аналітичні статті, огляди, репортажі) та стилістичних підходів до висвітлення тем освіти й культури. Встановлено, що онлайн ЗМІ тяжіють до поєднання інформативності з елементами публіцистики, використовують емоційно забарвлену лексику для залучення уваги до гуманітарних проблем.

Проаналізовано, як освіта і культура представлені у вітчизняних онлайн-медіа.

Здійснено контент-аналіз публікацій на сайтах «Українська правда. Життя», «Chytomo», «Korydor», «Освіта.ua». Виявлено теми, які є найбільш актуальними: освітні реформи, ЗНО, дистанційне навчання, культурна децентралізація, розвиток креативних індустрій, збереження національної ідентичності. Визначено, що контент подається з урахуванням соціальної значущості, а також тенденцій до мультимедійності й персоналізації.

Визначено інформаційні стратегії та вплив подібних публікацій на громадську думку.

У розділі 3 розглянуто основні інформаційні стратегії, що застосовуються у публікаціях (інформативна, інтерпретативна, мобілізаційна). Було показано, як ці стратегії сприяють формуванню соціальної активності, критичного мислення, культурної компетентності та освітньої свідомості в аудиторії.

Отже, робота засвідчила важливу роль українських онлайн ЗМІ у висвітленні освітньо-культурної проблематики, підтвердила актуальність гуманітарного контенту в цифровому середовищі та продемонструвала взаємозв'язок між подачею матеріалів і формуванням ціннісних орієнтирів у суспільстві.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Барановська Н. Соціальна відповідальність ЗМІ у висвітленні культурної спадщини // *Суспільні комунікації*. – 2020. – №5. – С. 71–76.
2. Беляєв В. Цінності освіти в українському медіадискурсі // *Науковий часопис*. – 2021. – №4. – С. 33–39.
3. Бонь О. П. Онлайн-журналістика: нові жанри та форми // *Журналістика: наука і практика*. – 2020. – №1. – С. 24–29.
4. Видавництво «Темпора». Аналітика про культуру і освіту – <http://tempora.com.ua>
5. Гончаренко С. У. Сучасні функції журналістики в умовах цифрової трансформації медіа // *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*. – 2022. – Вип. 49. – С. 8–15.
6. Гринюк Р. Культурна журналістика в Україні: онлайн-середовище та нові наративи // *Журнал соціальних досліджень*. – 2022. – №2. – С. 77–83.
7. Гуменюк М. Висвітлення освітніх ініціатив у медіапроектах воєнного часу // *Україна медійна*. – 2023. – №1. – С. 28–34.
8. Демченко В. Цифрове медіа і освітній контент: тренди 2020-х років // *Інноваційна педагогіка*. – 2023. – №57. – С. 62–68.
9. Дьяків І. В. Особливості висвітлення освітньої тематики в українських медіа // *Наукові записки Інституту журналістики*. – 2021. – №2. – С. 45–51.
10. Забужко О. Культура як репутаційний ресурс нації // *Лекція в рамках Форуму видавців*. – Львів, 2021. С.112-115
11. Іванченко С. Висвітлення інклюзивної освіти в онлайн-журналістиці // *Журналістика і суспільство*. – 2023. – №4. – С. 13–19.
12. Історична правда – <http://www.istpravda.com.ua> (дата звернення 21.05.2025)
13. Кириченко О. Медіаосвіта як інструмент критичного сприйняття освітнього контенту // *Інформаційне суспільство*. – 2022. – №4. – С. 38–44.

- 14.Кобзар Ю. Онлайн-платформи як інструмент медіалізації культури // *Медіапростір*. – 2023. – №1. – С. 20–26.
- 15.Коваль О. Комунікаційна стратегія видань освітнього спрямування: приклад «НУШ» // *Медіаосвіта*. – 2021. – №4. – С. 36–41.
- 16.Ковальчук Л. І. Культура у фокусі цифрових медіа: аналітичний дискурс // *Проблеми культурології*. – 2021. – №3. – С. 29–36.
- 17.Кондратюк Н. Висвітлення культурної політики України в онлайн-медіа // *Держуправління: удосконалення та розвиток*. – 2021. – №6. – С. 73–78.
- 18.Копитко В. Суспільна журналістика як платформа для висвітлення освітніх реформ // *Медіа і демократія*. – 2021. – №1. – С. 17–24.
- 19.Кузнєцова І. В. Висвітлення гуманітарних тем у сучасному українському медіапросторі // *Вісник Харківського національного університету ім. Каразіна. Серія: Соціальні комунікації*. – 2022. – № 21. – С. 114–120.
- 20.Кулик О. Комунікативні стратегії освітніх ЗМІ: приклад Освіта.ua // *Український медіа-вісник*. – 2022. – №3. – С. 40–46.
- 21.Культурний фонд України. Гранти та освітні медіаплатформи – <https://ucf.in.ua>
- 22.Лесько Т. Медійні практики громадської участі у культурних ініціативах // *Громадянське суспільство*. – 2021. – №2. – С. 17–22.
- 23.Літвинова С. В. Цифровізація освіти та її висвітлення в українських онлайн-медіа // *Інформаційне суспільство*. – 2021. – №3. – С. 19–25.
- 24.Медійна програма Internews Ukraine – <http://internews.in.ua>
- 25.Мельник П. Сучасна культурна журналістика: проблеми репрезентації в медіа // *Культура України*. – 2022. – №77. – С. 89–95.
- 26.Микитюк І. Медіаосвітні платформи в Україні: сучасний стан та виклики // *Наукові записки*. – 2022. – №6. – С. 51–57.
- 27.Міністерство культури та інформаційної політики України – <https://mkip.gov.ua>
- 28.Міністерство освіти і науки України – <https://mon.gov.ua>

- 29.Міністерство цифрової трансформації України – <https://thedigital.gov.ua>
- 30.Мірошниченко Н. Роль онлайн-журналістики в популяризації гуманітарної тематики // *Наукові записки НаУКМА. Журналістика*. – 2022. – Т. 5. – С. 77–83.
- 31.Момот Н.М. Культура мовлення як стратегія сучасної комунікації / Н. М. Момот // *Держава, регіони, підприємництво: інформаційні, суспільно-правові, соціально-економічні аспекти розвитку: тези доповідей V Міжнародної конференції (Київ, 7 грудня 2023 р.). - Київ: Університет "КРОК", 2023. <https://conf.krok.edu.ua/SRE/SRE-2023/paper/view/1619>*
- 32.Музей Гончара – медіапроекти про культурну спадщину – <https://honchar.org.ua>
- 33.Назаренко О. Культура в умовах медіареальності: перспективи онлайн-репрезентації // *Медіакультура*. – 2022. – №3. – С. 55–61.
- 34.Наливайко Д. Медіа і культура в умовах гібридної війни: інформаційні битви за ідентичність // *Дискурс-Пі*. – 2023. – №3. – С. 11–18.
- 35.Національна спілка журналістів України. Аналітика про медіа та освіту – <https://nsju.org>
- 36.Олійник Ю. Освітні трансформації та онлайн-медіа: комунікаційні виклики // *Освіта і сучасність*. – 2021. – №4. – С. 19–24.
- 37.Осауленко Г. Роль цифрових платформ у висвітленні мистецьких подій // *Культура і час*. – 2023. – №2. – С. 9–15.
- 38.Освіта.ua – <https://osvita.ua>
- 39.Подкопаєва І. Проблематика освітньої нерівності в онлайн-ЗМІ // *Освітологічний дискурс*. – 2021. – №3. – С. 50–56.
- 40.Поліщук В. П. Журналістика культури: нові медійні практики // *Український гуманітарний огляд*. – 2021. – №28. – С. 84–89.
- 41.Проект «Культура України» – <https://www.culture.gov.ua>
- 42.Проект «Культура в часи війни» – <https://war.culture.ua>

- 43.Пронько А. Онлайн-журналістика як засіб культурної дипломатії України // *Культура і суспільство*. – 2021. – №3. – С. 50–56.
- 44.Романенко Л. Трансформація культурного дискурсу в цифрових медіа // *Культура і сучасність*. – 2021. – №1. – С. 12–18.
- 45.Савченко І. Освітні платформи в медіа: між пізнанням і популяризацією // *Освітній вимір*. – 2021. – №2. – С. 34–39.
- 46.Сергієнко О. В. Громадська думка та медіа: вплив онлайн-ЗМІ на цінності молоді // *Соціальні комунікації: науковий журнал*. – 2023. – №2. – С. 59–66.
- 47.Трач Ю. І. Медіаприсутність культурної політики України: цифровий вектор // *Інформаційне суспільство*. – 2022. – №2. – С. 41–47.
- 48.Українська правда. Життя – <https://life.pravda.com.ua>
- 49.Усенко С. А. Інформаційно-комунікаційний вимір освітніх реформ у ЗМІ // *Журналістика і демократія*. – 2020. – №2. – С. 29–34.
- 50.Ушакова Т. Інтернет-журналістика: між інформацією і впливом. – К. : Центр вільної преси, 2020. – 128 с.
- 51.Федорчук М. Публіцистика про культуру в українських інтернет-виданнях // *Літературна Україна*, 2022. – №12. С. 15-17
- 52.Центр стратегічних комунікацій. – <https://spravdi.gov.ua>
- 53.Швець О. С. Культурна журналістика в онлайн-просторі: жанрово-стилістичні трансформації // *Український медіа-простір*. – 2022. – №4. – С. 30–36.
- 54.Шеремета Н. Р. Онлайн-медіа як простір культурної комунікації: український контекст // *Культура і комунікація*. – 2023. – №1. – С. 14–20.
- 55.Яремчук О. Портрет культурної події в інтернет-виданні // *Критика*. – 2020. – №11. – С. 56–60.
- 56.Ярошенко Т. Нові підходи до популяризації освіти через онлайн-журналістику // *Науковий вісник Чернівецького університету. Серія: журналістика*. – 2020. – Вип. 87. – С. 47–52.

- 57.Яців Р. Актуальні культурні теми в медіа періоду війни // *Мистецькі студії*. – 2023. – №4. – С. 7–12.
- 58.Chytomo – <https://chytomo.com>
- 59.Chytomo. Аналітика культурного процесу – <https://chytomo.com>
- 60.Korydor – <https://korydor.in.ua>
- 61.Prometheus. Масові відкриті онлайн-курси – <https://prometheus.org.ua>
- 62.Ukrainer – <https://ukrainer.net>
- 63.Zaborona Media – аналітика про культуру, освіту, мову – <https://zaborona.com>