

Більшість рекламодавців відтворює стереотипи не свідомо, а через відсутність альтернативної моделі.

Практичне значення роботи полягає в тому, що її результати можуть бути використані рекламодавцями Житомирщини для перегляду підходів до гендерної репрезентації, журналістами та медіапедагогами для підвищення медіаграмотності аудиторії. Дослідження є першою спробою системного аналізу гендерних стереотипів саме в регіональній рекламі Житомирщини і може слугувати методичним орієнтиром для подібних студій в інших регіонах України.

Список використаних джерел

1. Кімміел М. Гендероване суспільство. Київ : Сфера, 2003. 490 с. URL: https://gender.org.ua/images/lib/genderovane_suspil.pdf
2. Марценюк Т. Гендер для всіх. Виклик стереотипам. Київ : Основи, 2017. 256 с.
3. Марценюк Т. О., Рождественська О. А. Гендерні стереотипи зовнішньої реклами (на прикладі Подолу міста Києва). *Наукові записки НаУКМА. Соціологічні науки*. 2009. Т. 96. С. 62–68. URL: https://genderindetail.org.ua/netcat_files/71/79/Martseniuk_Henderni.pdf
4. Мельник Т., Кобелянська Л. Гендер у термінах, правових актах і практиці перетворень : словник-довідник. Київ : Логос, 2020. 318 с.
5. Bem S. L. *The Lenses of Gender: Transforming the Debate on Sexual Inequality*. New Haven : Yale University Press, 1993. 244 p.

Науковий керівник: Партико З. В., професор, доктор філологічних наук, викладач кафедри журналістики, реклами та PR Житомирського державного університету імені Івана Франка.

Катерина Томаш

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти Карпатського національного університету імені Василя Стефаника

ТРАНСФОРМАЦІЯ НАУКОВО-ПОПУЛЯРНИХ МЕДІА В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ: ТЕМАТИЧНІ ТА ЖАНРОВІ ЗМІНИ

У статті розглянуто ключові тематичні та жанрові зміни українських науково-популярних медіа після початку повномасштабного вторгнення. Проаналізовано трансформацію тематичних пріоритетів, форм подачі матеріалів і вплив цифрових платформ на моделі медіаспоживання.

Ключові слова: науково-популярні медіа, війна, трансформація, фактчекінг, OSINT, дезінформація, цифрові платформи.

Повномасштабне вторгнення Росії в Україну суттєво трансформувало український інформаційний простір, зокрема сферу науково-популярних медіа. Вони були змушені швидко адаптуватися до нових запитів аудиторії, зростання дезінформаційних ризиків та потреби в оперативних поясненнях складних процесів, спричинених війною [1].

Однією з ключових тематичних змін стало збільшення уваги до воєнної проблематики. Матеріали, які раніше охоплювали різноманітні напрями науки – від технологій і медицини до екології – тепер значною мірою фокусуються на питаннях безпеки, військових інновацій, психологічної стійкості та міжнародної підтримки України. Дослідження, проведене виданням «Texty.org.ua», демонструє перехід від переважно суспільно-політичної тематики до детального аналізу військових подій, геополітики та соціальних трансформацій. Авторка дослідження, Христина Янак, наголошує, що після початку вторгнення частина матеріалів на теми екології, корупції та історії істотно скоротилася, поступаючись місцем воєнній проблематиці та аналізу її наслідків [3, с.194–196].

Важливою тенденцією стало переосмислення традиційних науково-популярних тем через призму повоєнної та воєнної реальності. Технології дедалі частіше розглядаються у контексті їхнього застосування на полі бою (дрони, системи зв'язку, кібербезпека), а також у гуманітарних процесах – від евакуації до цифрової документалізації вторгнення. Психологічні матеріали акцентують увагу на подоланні травми та формуванні суспільної підтримки. Значну увагу приділено штучному інтелекту – як інструменту для створення контенту, так і як джерелу ризиків, пов'язаних із дипфейками та маніпулятивними інформаційними кампаніями [1].

Жанрова структура науково-популярних медіа також зазнала помітних змін. Посилилася роль коротких новинних форматів, аналітичних оглядів, фактчекінгових матеріалів та пояснювальних текстів. Українські медіа активно впроваджують методи OSINT, журналістику даних та інструменти перевірки інформації. Дослідження, присвячене діяльності інтернет-видання DOU, показує, що після 2022 року редакція значно збільшила кількість матеріалів, побудованих на аналізі даних та достовірних перевірених джерел [2, с. 11–13].

У структурі медіаспоживання простежуються зміни, пов'язані з воєнним станом та зростанням ролі цифрових платформ. Аудиторія 18-39 років отримує переважну частину інформації через соціальні мережі, передусім Telegram та Instagram, що стимулює медіа адаптувати контент до форматів короткого викладу, інфографіки, відео та візуальних пояснень. Водночас держава активно просуває використання офіційних

ботів для фіксації та передачі інформації про дії ворога, тоді як окремі канали на фронті залишаються обмеженими з міркувань безпеки. Значно підвищилася й роль локальних медіа, які оперативно інформують про ситуацію у громадах та допомагають орієнтуватися в умовах кризових обставин [1].

Отже, українські науково-популярні медіа продемонстрували високу гнучкість і здатність реагувати на виклики війни. Тематичні та жанрові трансформації відображають прагнення забезпечити суспільство точними, аналітичними та актуальними знаннями, а також протидіяти дезінформації, яка стала одним із ключових інструментів агресора.

Список використаних джерел

1. Як змінився український медіаландшафт після повномасштабного вторгнення: аналітичний звіт. Академія викладачів журналістики. URL: <https://www.jta.com.ua/knowledge-base/yak-zminyvsia-ukrainskyu-medialandshaft-pislia-povnomasshtabnoho-vtorhnennia-analitychnyy-zvit/>
2. Цуріна Е. Контентні трансформації інтернет-видання DOU в умовах воєнного стану. Вісник Книжкової палати. 2023. № 11 (328). С. 10–16. URL: <http://visnyk.ukrbook.net/article/view/293980>
3. Янак Х. Як повномасштабне вторгнення змінило видання «Texty.org.ua»: тематичний зріз. Діалог: медіастудії. 2024. № 30. С. 194–201. URL: <https://dms.onu.edu.ua/article/view/318433>

Науковий керівник: Хороб С. С., кандидат філологічних наук, доцентка кафедри журналістики Карпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Анастасія Чуприна

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

ТРАНСФОРМАЦІЯ КОНТЕНТУ ОНЛАЙН-МЕДІА В УМОВАХ КРОСМЕДІЙНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ (НА ПРИКЛАДІ ВИДАННЯ «THE VILLAGE УКРАЇНА»)

Досліджено процеси трансформації контенту сучасних онлайн-медіа під впливом домінування соціальних платформ. На прикладі видання «The Village Україна» проаналізовано стратегії кросплатформенної адаптації матеріалів та використання візуальних інструментів для утримання уваги аудиторії.