

**Національний університет «Запорізька політехніка»**  
**Факультет соціальних наук**  
**Кафедра журналістики**

**Пояснювальна записка**  
**до кваліфікаційної роботи магістра**

**на тему «Особливості медіакритичного теледискурсу періоду повномасштабної війни (за матеріалами сайту «Детектор медіа»)»**

Виконав: студент II курсу, групи СН-314м  
Спеціальності 061 «Журналістика»  
(шифр і назва спеціальності)

Манчевський Дмитро Ігорович  
(прізвище та ініціали)

Керівник: к.ф.н., доц. Волинець Г.М.  
(прізвище та ініціали)

Рецензент: д.н.соц.ком., доц. Ковпак В.А.  
(прізвище та ініціали)

Запоріжжя – 2025 р.

**НУ «ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА»**

Факультет соціальних наук

Кафедра журналістики

Освітній ступінь магістр

Спеціальність: 061 «Журналістика»

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_

Стротокас А.І.  
«29» 08 2025 року

**З А В Д А Н Н Я**

**на кваліфікаційну роботу магістра студента групи СН-314м**

**Манчевського Дмитра Ігоровича**

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Особливості медіакритичного теледискурсу періоду повномасштабної війни (за матеріалами сайту «Детектор медіа»)»  
керівник роботи к.ф.н., доц. Волинець Г.М.  
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)  
затверджені наказом Національного університету «Запорізька політехніка»  
від «28» 08 20 25 року № 372
2. Строк подання студентом роботи 15.11.2025
3. Вихідні дані для роботи: праці таких науковців, як О.Довженко, Н.Загоруйко, А. Миколаєнко, О.Михайлюта, Б.Потятиник, А.Сулім, Н.Фенько та ін.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які належить розробити):
  1. Концептуальні засади сучасної медіакритики
    - 1.1 Поняття «критика» та «медіакритика»: історія становлення й сучасна дефініція
    - 1.2 Багатовекторна функціональність медіакритики
    - 1.3 Методологія медіакритики в роботі сучасного журналіста
  2. Видання «Детектор медіа» як частина медіакритичного українського дискурсу
    - 2.1 Медіакритика в Україні: від критичних статей до спеціалізованих видань
    - 2.2 Динаміка розвитку інтернет-видання «Детектор медіа»
  3. Телевізійна критика як маркер трансформації українського суспільства
    - 3.1 Трансформаційні процеси в телекритиці на зламі ХХ-ХХІ ст
    - 3.2 Телекритика періоду повномасштабної війни на сайті «Детектор медіа»: загальна характеристика

5. Перелік графічного матеріалу: \_\_\_\_\_

6. Консультування розділів роботи

Розділ	Консультант	Завдання видав		Завдання прийняв	
		підпис	дата	підпис	дата
Вступ	Волинець Г.М.	<i>Г. Волинець</i>	27.12.24	<i>Манчевський</i>	27.10.24
I	Волинець Г.М.	<i>Г. Волинець</i>	11.03.25	<i>Манчевський</i>	11.03.25
II	Волинець Г.М.	<i>Г. Волинець</i>	12.05.25	<i>Манчевський</i>	12.05.25
III	Волинець Г.М.	<i>Г. Волинець</i>	09.06.25	<i>Манчевський</i>	09.06.25
Висновки	Волинець Г.М.	<i>Г. Волинець</i>	06.10.25	<i>Манчевський</i>	06.10.25

7. Дата видачі завдання: «06» жовтня 2024 року

### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітки
1	Збір та систематизація матеріалу	жовтень 2024	
2	Аналіз журналістичнознавчого матеріалу	листопад 2024	
3	Написання вступу	грудень 2024	
4	Написання розділу 1	березень 2025	
5	Написання розділу 2	травень 2025	
6	Написання розділу 3	липень 2025	
7	Написання висновків	жовтень 2025	
8	Оформлення роботи	листопад 2025	
9	Захист роботи	грудень 2025	

Студент

*Манчевський*  
(підпис)

Манчевський Д.І.  
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

*Г. Волинець*  
(підпис)

Волинець Г.М.  
(прізвище та ініціали)

## РЕФЕРАТ

Текст магістерської роботи «Особливості медіакритичного теледискурсу періоду повномасштабної війни (за матеріалами сайту «Детектор медіа»)» становить 72 сторінки. Для виконання дослідження опрацьовано 71 джерело.

**Предмет дослідження:** телевізійна медіакритика в інтернет-виданні «Детектор медіа» періоду повномасштабної війни (2022-2025).

**Об'єкт дослідження** – інтернет-видання на «Детектор медіа».

**Мета роботи:** аналіз особливостей медіакритичного теледискурсу періоду повномасштабної війни (за матеріалами сайту «Детектор медіа»).

Реалізація мети передбачає розв'язання таких **завдань:**

- з'ясувати поняття «критика» та «медіакритика»;
- розглянути функціональне навантаження медіакритики;
- окреслити методологічний інструментарій сучасного журналіста;
- узагальнити відомості про історію розвитку медіакритики в Україні;
- охарактеризувати інтернет-видання «Детектор медіа»;
- дослідити жанрову та змістову своєрідність телевізійної медіакритики в інтернет-виданні «Детектор медіа» (періоду повномасштабної війни).

**Методологічну й теоретичну основу роботи** становлять праці таких науковців, як О.Довженко, Н.Загоруйко, А. Миколаєнко, О.Михайлюта, Б.Потятиник, А.Сулім, Н.Фенько та ін.

**Методи дослідження:** аналізу й синтезу під час вироблення наукової концепції, проблемно-тематичний, спостереження, описово-аналітичний.

**Наукова новизна роботи** полягає в тому, що в ній була зроблена спроба детально проаналізувати жанрово-тематичні особливості телевізійної медіакритики в інтернет-виданні «Детектор медіа».

**Сфера застосування:** матеріали кваліфікаційної роботи магістра можуть бути використані під час подальших наукових розробок, при

підготовці лекційних та практичних занять з курсів «Професійний самоаналіз та медіакритика», «Тенденції розвитку тележурналістики».

**КРИТИКА, МЕДІАКРИТИКА, ФУНКЦІЇ МЕДІАКРИТИКИ,  
МЕТОДОЛОГІЯ МЕДІАКРИТИКИ, ДЕТЕКТОР МЕДІА,  
ТЕЛЕВІЗІЙНА МЕДІАКРИТИКА, ТЕЛЕКРИТИКА, ТЕЛЕДИСКУРС**

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	7
РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ СУЧАСНОЇ МЕДІАКРИТИКИ ....	12
1.1. Поняття «критика» та «медіакритика»: історія становлення й сучасна дефініція .....	12
1.2. Багатовекторна функціональність медіакритики .....	18
1.3. Методологія медіакритики в роботі сучасного журналіста .....	30
РОЗДІЛ 2. ВИДАННЯ «ДЕТЕКТОР МЕДІА» ЯК ЧАСТИНА МЕДІАКРИТИЧНОГО УКРАЇНСЬКОГО ДИСКУРСУ .....	42
2.1. Медіакритика в Україні: від критичних статей до спеціалізованих видань .....	42
2.2. Динаміка розвитку інтернет-видання «Детектор медіа».....	49
РОЗДІЛ 3. ТЕЛЕВІЗІЙНА КРИТИКА ЯК МАРКЕР ТРАНСФОРМАЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА .....	55
3.1. Трансформаційні процеси в телекритиці на зламі ХХ-ХХІ ст. ....	55
3.2. Телекритика періоду повномасштабної війни на сайті «Детектор медіа»: загальна характеристика .....	60
ВИСНОВКИ.....	68
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	73

## ВСТУП

Медіакритика є важливим інструментом регуляції / саморегуляції журналістики. Виконуючи ряд функції (аналітична; оціночна; контрольна, або суспільного нагляду; регулятивна, культуротворча та ін.), медіакритика має значний вплив на розвиток і медіа зокрема, і суспільних настроїв у цілому. Поняття «медіакритика» було предметом багатьох досліджень. Так, у вітчизняній науковій думці є низка розробок, що присвячені вивченню медіакритики, це праці таких дослідників, як: О.Довженко [9; 10; 11; 12], Н.Загоруйко [14; 15], А. Миколаєнко [35; 36], О.Михайлюта [38], Б.Потятиник [40; 41; 42], Н.Фенько [53; 54; 55] та ін. Ґрунтовною є дисертація А.Сулім «Медіакритика в Україні: функції, тематика, проблематика» [49], у якій розкрито поняттєвий і термінологічний інструментарій, узагальнено здобутки українських та зарубіжних дослідників, розкрито типологію медіакритики тощо. Б.Потятиник [42] стверджує: «не підлягає сумніву, що прадавня, зародкова критика медій існує так довго, як і самі медії», медіакритика ж у сучасному розумінні почала окреслюватись на початку ХХ ст. За словами науковців (А.Сулім, О.Чекмишев), в Україні медіакритика почала набирати популярності у 90-х роках минулого століття. Наразі медіакритика «стала вагомим обмежувачем деструктивних впливів мас-медіа на психіку людини» [49].

Під тиском сучасних обставин зазнає суттєвих трансформацій, тому сучасні дослідження присвячені новим явищам у сфері медіакритики. Зокрема, Н. Фенько вивчала особливості корпоративної медіакритики на основі дописів закритої Facebook-групи кропивницьких журналістів; досліджувала виміри й перспективи регіональної медіакритики [55]. А. Горчикова та А. Зубарець досліджували блоги локальних онлайн-медіа «як популярний та ефективний канал поширення регіональної медіакритики» [7]. Запорізька дослідниця Л. Чернявська у статті «Соціопросторові параметри медіакритики» [66] обґрунтовує значущість медіакритики як ефективного

інструменту селекції смислів і оздоровлення медіасередовища, що набуває особливої актуальності в умовах інформаційного протистояння та поширення російської пропаганди в Україні; наголошує на зростанні впливу соціальних мереж на процеси соціального конструювання, а також необхідності розвитку якісного українського медіапродукту, здатного протистояти імперським міфам і деструктивним наративам. Акцент авторка робить на аналізі використання соціального медіапростору для конструювання образів сучасного світу, з особливим акцентом на процесах урбанізації та глобалізації.

Дослідження телевізійної медіакритики під час війни є надзвичайно важливим, тому що в умовах збройного конфлікту медіа стають одним із головних інструментів впливу на суспільство, його емоційний стан та політичні процеси. Люди перебувають у ситуації стресу й невизначеності, тому інформація має сильніший ефект, а медіакритика дозволяє зрозуміти, як новини та наративи формують ставлення до війни, влади, ворога й союзників. Під час війни також зростає кількість маніпуляцій, фейків та пропагандистських технік, оскільки інформаційні операції є невід'ємною частиною сучасних конфліктів. Завдяки медіакритиці можна виявляти викривлення реальності та аналізувати, як саме інформацію використовують як інструмент впливу, деморалізації або підтримки. Війна також трансформує медіапростір, спричиняючи появу нових каналів комунікації й зміну ролі традиційних медіа, а медіакритика дає можливість зрозуміти, як ці зміни впливають на якість та достовірність інформації. Нарешті, те, як медіа подають війну сьогодні, формує майбутню історичну пам'ять, тож критичний аналіз допомагає зберегти правдиве відображення подій і зафіксувати маніпуляції, які можуть вплинути на наступні покоління. Тому узагальнення даних, що існують на сьогодні із цієї теми, є надзвичайно важливим. У цьому й полягає **актуальність роботи**.

**Метою роботи** є аналіз особливостей медіакритичного теледискурсу періоду повномасштабної війни (за матеріалами сайту «Детектор медіа»).

Реалізація мети передбачає розв'язання таких **завдань**:

- з'ясувати поняття «критика» та «медіакритика»;
- розглянути функціональне навантаження медіакритики;
- окреслити методологічний інструментарій сучасного журналіста;
- узагальнити відомості про історію розвитку медіакритики в Україні;
- охарактеризувати інтернет-видання «Детектор медіа»;
- дослідити жанрову та змістову своєрідність телевізійної медіакритики в інтернет-виданні «Детектор медіа» (періоду повномасштабної війни).

**Об'єктом дослідження** є інтернет-видання на «Детектор медіа».

**Предмет дослідження** – телевізійна медіакритика в інтернет-виданні «Детектор медіа» періоду повномасштабної війни (2022-2025).

У процесі дослідження застосовувалися такі **методи**: аналізу й синтезу під час вироблення наукової концепції, проблемно-тематичний, спостереження, описово-аналітичний.

**Методологічна і теоретична основа дослідження.** В українському журналістикознавстві є низка розробок, що присвячені вивченню медіакритики, це праці таких дослідників, як О.Довженко, Н.Загоруйко, А. Миколаєнко, О.Михайлюта, Б.Потятиник, А.Сулім, Н.Фенько та ін.

**Наукова новизна одержаних результатів.** Наукова новизна дослідження полягає в тому, що у роботі була здійснена спроба детально проаналізувати жанрово-тематичні особливості телевізійної медіакритики в інтернет-виданні «Детектор медіа».

**Теоретичне значення роботи:** матеріали кваліфікаційної роботи магістра можуть бути використані під час подальших наукових розробок, які пов'язані з вивченням медіакритичного теледискурсу, а також телевізійного ландшафту сучасної України.

**Практичне значення роботи:** матеріали кваліфікаційної роботи магістра можуть бути використані при підготовці лекційних та практичних

занять з курсів «Професійний самоаналіз та медіакритика», «Тенденції розвитку тележурналістики», при написанні курсових та кваліфікаційних робіт студентів.

**Основні положення й результати роботи доповідалися й обговорювалися на конференції:**

Манчевський Д., Волинець Г. Культурологічні рецензії у виданні «Детектор медіа»: жанрово-тематичні особливості. *Науково-практична конференція викладачів, науковців, молодих учених, аспірантів та студентів НУ «Запорізька політехніка» «Тиждень науки-2025»*, 14–18 квітня 2025 року. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2025.

Манчевський Д. Жанрова реалізація сучасної масової медіакритики в Україні. *Всеукраїнська студентська наукова онлайн-конференція «Актуальні проблеми журналістики»*, 30 квітня 2025 р. Полтава : Полтавський національний педагогічний університет імені В.Г. Короленка, 2025.

Манчевський Д. Телевізійна медіакритика в умовах повномасштабної війни: загальний огляд. *VII Всеукраїнська заочна науково-практична студентська конференція «Українська мова на порубіжжі XX–XXI сторіч: мовознавчий та лінгводидактичний аспекти»*, 07 листопада 2025. Запоріжжя : Бердянський державний педагогічний університет, 2025.

**За темою дослідження було опубліковано тези:**

Манчевський Д., Волинець Г. Культурологічні рецензії у виданні «Детектор медіа»: жанрово-тематичні особливості. *Тиждень науки-2025. Факультет соціальних наук. Тези доповідей науково-практичної конференції, Запоріжжя*, 14–18 квітня 2025 р. [Електронний ресурс] / Редкол. : Вадим ШАЛОМЄЄВ (відпов. ред.) Електрон. дані. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2025. С. 131–132.

Манчевський Д., Волинець Г. Методологія медіакритики в роботі сучасного журналіста. *Матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції «Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі»*, 15 жовтня 2025 р. / редкол.: В.Л. Погребна, Н.В. Островська, Т.О.

Серга, С.С. Щербина, В.О. Коваль та ін. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2025. С. 285–287.

**Структура роботи:** дослідження складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел.

У вступі виявляється ступінь вивченості заявленої теми, окреслюються мета, завдання, об'єкт та предмет дослідження, його наукова новизна, теоретичне та практичне значення, називаються методи дослідження.

У першому розділі розглядаються засади сучасної медіакритики. У першому підрозділі цього розділу окреслюються поняття «критика» та «медіакритика», у другому – визначаються функції медіакритики, у третьому – узагальнюється інформація про методи медіакритики.

Другий розділ присвячено аналізу інтернет-видання «Детектор медіа». У першому підрозділі цього розділу розглядається розвиток медіакритики в Україні, у другому – визначається динаміка розвитку «Детектор медіа».

Третій розділ присвячено висвітленню особливостей телевізійної критики, розміщеної на сайті «Детектор медіа». У першому підрозділі цього розділу розглядаються трансформаційні процеси новітньої телекритики, в другому – висвітлюються особливості телекритики періоду повномасштабної війни. У висновках підводяться підсумки дослідження.

Обсяг роботи – 72 сторінки. Список використаної літератури включає 71 найменування.

## РОЗДІЛ 1

### КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ СУЧАСНОЇ МЕДІАКРИТИКИ

#### 1.1. Поняття «критика» та «медіакритика»: історія становлення й сучасна дефініція

У сучасному науковому дискурсі поняття «критика» уживається надзвичайно широко, часто втрачаючи чіткість своїх меж. Це зумовлює необхідність звернення до історії його становлення та уточнення змістових характеристик у контексті сучасного знання. Слово «критика» походить від грецького *kritikn* – «розрізняти», «судити», що вже на етимологічному рівні окреслює його аналітичну природу. Онлайн-словник «Енциклопедія сучасної України» подає таке визначення: критика – це «розгляд, аналіз та оцінка явищ для популяризації передового, кращого і виправлення недоліків; засіб перевірки судження на предмет його виправданості стосовно домагання значущості; судження щодо предмета або дії відповідно до певного масштабу, що утворює фундаментальну функцію розуму і, оскільки вона пов'язана з мисленням, є суттєвою ознакою судження, що претендує на значущість» [13]. На різних етапах розвитку європейської думки поняття «критика» мало різні смислові акценти: від судження й оцінки до саморефлексії та деконструкції. Критика тісно пов'язана з розвитком європейської філософії – від античної традиції судження до кантівської теорії пізнання. Простеження еволюції цього поняття дає змогу глибше зрозуміти його сучасну дефініцію та роль у гуманітарному дискурсі.

Поняття «критика» є одним із фундаментальних у формуванні європейської культури мислення. Від античних суджень про мистецтво до сучасних форм теоретичного аналізу, воно виступає показником рівня рефлексивності суспільства та науки. Критика функціонує на перетині філософії, естетики, літературознавства, соціології та культурології. Така

міждисциплінарність ускладнює його однозначне визначення, водночас збагачуючи спектр його інтерпретацій. Найчастіше цей термін пов'язують у першу чергу із філософією та літературознавством. Сьогодні – і з медіа. Так, Б. Потятиник зазначає: «Не підлягає сумніву, що прадавня, зародкова критика медій існує так довго, як і самі медії. Заглиблюючись в історію до часів першої комунікаційної революції – винайдення письма, згадаємо, до прикладу, що завзятим критиком письма був Сократ. Причому настільки послідовним, що не залишив нам жодного власноруч написаного речення. Проте заледве чи ми би мали змогу про це довідатись, якби не існування писемної культури, у цьому випадку – знаменитого трактату Платона «Федр», де автор власне й переказує аргументи Сократа проти письма» [42, с.54].

Загалом, критику визначають, як «1) розгляд, аналіз явища з метою його оцінки і виправлення вад; 2) оцінка художніх творів; літературний жанр, присвячений аналізу таких творів; 3) негативна думка про що-небудь» [58, с.31]. Д. Харамурза узагальнила досвід наукових визначень поняття «критика»: у словнику-довіднику з журналістики критика розуміється як «розгляд, аналіз, обговорення яких-небудь явищ життя чи мистецьких творів з метою дати оцінку, з'ясувати сутність і природу явища»; у суспільному житті критика – це метод виявлення і пошуку шляхів дійсності. Вона є важливим складником журналістики і виявляється у всіх її тематичних напрямках (політичному, соціальному, економічному, культурному тощо) [58, с.31]. Поняття «критика» було не просто як оцінювання чогось, а еволюціонувало як складне історико-культурного явище, що розвивалося разом із людською думкою, філософією, мистецтвом і наукою. Предметом критики в різні епохи були різні явища: мистецтво, знання, мораль, віра, література, політика, економіка, медіа, мова, культура, технології та ін.

Науковці наголошують на тісному зв'язку медіакритики з мистецькою критикою. Втім, як зазначає О. Довженко, «специфіка об'єкта різнить медійну критику від мистецької (літературної, театральної, кінокритики),

адже процес і продукт виробництва у медіа є насамперед утилітарним – покликаним задовільняти потреби суспільства в інформації – й лише почасти творчим. Це робить медіакритику менш залежною від жанрових канонів публіцистики. Позаяк медіа не існують окремо від реалій, що їх вони висвітлюють, відображають та осмислюють, медійну критику також неможливо повністю відокремити від прилеглих жанрово-тематичних масивів журналістики. В найширшому розумінні медіакритичний дискурс може об'єднувати не лише матеріали різних жанрів та видів ЗМІ, але також їхні фрагменти, окремі висловлювання чи ідеї [11, с.132].

К. Госвами [70] зазначає, що медіакритика має ранні корені – зі Стародавньої Греції: філософи, такі як Платон та Арістотель, критикували зображення публічних діячів у мистецтві та літературі. Втім, науковці погоджуються в думці, що поняття медіакритики (англ. media criticism) виникло як реакція на бурхливий розвиток засобів масової інформації у XIX–XX століттях під час «Промислової революції». Перші форми критичного осмислення медіа з'являються паралельно з розвитком преси: масове виробництво газет забезпечило ширший доступ до новин та інформації. Уже в середині XIX століття журналісти, письменники та філософи почали аналізувати вплив газет на суспільство, достовірність інформації та роль журналіста як посередника між подією та аудиторією. У Франції, Німеччині та Великій Британії формується традиція «преси про пресу»: у газетах публікуються колонки, що аналізують роботу конкурентів і розмірковують про етичні стандарти. На поч. XX ст. у США медіакритика стає частиною академічного середовища. Університети починають викладати журналістику як окрему дисципліну, а в наукових журналах з'являються перші статті, що досліджують медіа як соціальний інститут [3]. За спостереженням К. Госвами, «Першим газетним критиком був Вільям Коббетт, який у своєму памфлеті «The Register» стверджував, що журналісти повинні нести відповідальність за свої репортажі» [70]. Середовищем, у якому зродилася медіакритика, була газетно-журнальна публіцистика. Спроби осмислення

значення преси та оцінки якості публікацій можна знайти вже в літературі та публіцистиці XVIII та XIX століть. Найдавніша з відомих дослідникам медіакритична стаття в американській пресі була опублікована 1836 року (*American Quarterly Review*). У 1860-х роках матеріали, що містили критику ЗМІ, публікувала вже низка американських видань, таких як *Scribner's Monthly*, *Harper's Monthly Magazine*, *The Nation*, *Forum*, *Collier's Weekly*. Потребу в регулярній медіакритиці зумовила дедалі більша масовість преси та, як наслідок, посилення впливу медіа на громадську думку та свідомість людей [70].

Після Другої світової війни медіа стають основним інструментом впливу на громадську думку, і саме тоді критика ЗМІ перетворюється на самостійну галузь гуманітарних наук. Так, Франкфуртська школа (Т.Адорно, М.Горкгаймер, Г.Маркузе) розробляє теорію індустрії культури: масові медіа розглядаються як механізм стандартизації культури та маніпуляції масовою свідомістю. Канадська школа комунікації (М.Маклюєн, Г.Ініс) аналізує вплив медіатехнологій на мислення і соціальні відносини. Американська соціологічна традиція (Л.Лазарсфельд, Г.Лассуелл) вивчає, як медіа формують політичні настрої, і розробляє моделі комунікації. У цей період формується поняття “медіакритика” як аналітичної практики, що поєднує: аналіз змісту медіа (контент-аналіз); оцінку журналістських стандартів; вивчення впливу медіа на аудиторію; етичні аспекти та питання маніпуляції [19]. Протягом першої половини ХХ століття журнали, як-от «*Collier's Weekly*» та «*The New Yorker*», почали публікувати критичні огляди фільмів та телевізійних шоу.

З появою телебачення (у 1950-1980-х роках) акцент зміщується до візуальних медіа. Зростає роль телевізійних оглядів і програм, які самі аналізують роботу ЗМІ (наприклад, “*Media Watch*” у США чи “*Panorama*” у Великій Британії). У цей час активно розвивається журналістська медіакритика – огляди преси, телевізійна аналітика, розбір маніпуляцій та пропаганди [36]. Регулярні медіакритичні колонки почали з'являтися в

американських та європейських виданнях у середині ХХ століття, коли телебачення почало витіснити радіо та газети як найбільш всеохопний засіб масової комунікації. За словами К. Госвами, перше спеціалізоване медіакритичне видання *Columbia Journalism Review* виникло у Сполучених Штатах Америки 1961 року. У середині ХХ століття, коли телебачення стало домінуючим медіа, критики (такі як Мілтон Берл і Дороті Кілгаллен) аналізували його вплив на американську культуру [70].

Кінець ХХ ст. ознаменувався появою Інтернету взагалі та соціальних мереж зокрема, у зв'язку з цим медіакритика стає демократичнішою – до неї долучаються не лише журналісти, а й блогери, аналітики, науковці. Виникають онлайн-платформи, що спеціалізуються на перевірці фактів (*fact-checking*) та медіааналітиці – наприклад, *Media Matters*, *Poynter Institute*, *Snopes*. Як зазначають науковці, «Сьогодні медіакритика продовжує відігравати важливу роль у формуванні публічного дискурсу та дебатів навколо таких питань, як цензура, приватність та політична пропаганда» [70]. Сьогодні медіакритика інтегрує методи соціальних наук, лінгвістики, культурології та цифрової аналітики. Головними напрямками сучасної медіакритики є такі: критика алгоритмів та штучного інтелекту в медіа; аналіз інформаційних бульбашок і дезінформації; розвиток медіаграмотності як суспільної компетенції; етична критика контенту та комерційних моделей ЗМІ. Медіакритика (англ. *Media Criticism*), у своїй найбільш фундаментальній суті, – це систематичне дослідження роботи та ефектів комунікаційних медіа. Методи медіакритики здебільшого розглядаються як набір «якісних» методологій. Вона дозволяє досліджувати медіа, повідомлення, що ними поширюються, способи виробництва та споживання цих повідомлень, а також їхні ефекти, особливо соціальні, пов'язані з використанням медіа [70].

Поняття «медіакритика» має безліч визначень та тлумачень, залежно від методологічного підходу та сфери застосування, але загалом воно пов'язане з аналізом, оцінкою та інтерпретацією медіа. На сучасному етапі

розвитку журналістики науковці пропонують такі дефініції поняття «медіакритика»:

- 1) це академічна галузь, що досліджує засоби масової інформації (ЗМІ), такі як телебачення, радіо, газети, журнали та онлайн-платформи [70];
- 2) нова галузь сучасної журналістики (що швидко розвивається), яка систематично вивчає роботу та ефекти масмедіа [70];
- 3) напрямок журналістики, який аналізує та оцінює медіа [11];
- 4) аналіз умов, змісту діяльності та впливу масмедіа, що здійснюється у ЗМІ [2, с.41];
- 5) це оцінка, аналіз та інтерпретація медіапродуктів, медіаконтенту, медіапрактик, медіаіндустрії та медіасистем з різних методологічних позицій з метою виявлення їхніх соціальних, політичних, культурних наслідків; це аналіз та оцінка функціонування медіа та їхнього впливу на суспільство [30].

Отже, медіакритика – це не просто оцінка якості журналістських матеріалів, а комплексна система аналізу медіа як соціального феномену. Вона пройшла шлях від газетних оглядів до цифрових платформ, від етичних питань до глобальних інформаційних воєн, і сьогодні є невід’ємною частиною демократичного суспільства. Медіакритикою можна назвати комплексну діяльність (що поєднує аналітику, етику, соціальну відповідальність і громадянську свідомість), спрямована на оцінювання та вдосконалення медіа як інструменту суспільної комунікації. У сучасному світі медіакритика постає як важливий інструмент осмислення інформаційної реальності. Вона поєднує функції аналізу, контролю та просвіти, допомагаючи суспільству орієнтуватися в потоках медіаконтенту та протидіяти маніпуляціям. Медіакритика спрямована не лише на оцінювання професійності журналістів чи достовірності новин, а й на глибше розуміння соціального, етичного й культурного впливу медіа. У добу цифрових технологій і соціальних мереж вона стає невід’ємною складовою

медіаграмотності та громадянської відповідальності. Саме завдяки розвитку медіакритики формується свідомий, відповідальний споживач інформації – людина, здатна мислити критично та робити самостійні висновки.

## 1.2. Багатовекторна функціональність медіакритики

Критика, як один із ключових методів наукових дисциплін гуманітарного циклу, стала основою для сучасної журналістики. Втім, не всі журналістські тексти є медіакритичними. Власне, оцінка, аналіз, прогноз – застосовуються в жанрах аналітичної групи; натомість медіакритика використовує комплекс методів і має відмінну від інших сфер журналістики мету.

О.Довженко підкреслює, що «медіакритика – це сегмент журналістики, що аналізує та оцінює медійний продукт. Її предметом може бути форма і зміст медійного продукту, а також тенденції та обставини його виробництва, їхнє значення, вплив на суспільство, взаємодія з ним тощо». Дослідник зауважує, що «жанрові й тематичні межі медіакритики розмиті: вона дифузно межує з критикою різних родів мистецтва, політичною та соціальною публіцистикою, есеїстикою, навіть художньою літературою. В Україні та загалом на пострадянському просторі традиційно більш розвинена критика телебачення («телекритика»), в тому числі телевізійного кіно та реклами; меншою мірою – друкованих видань та радіо; критика онлайн-видань, сайтів та new media поширена переважно в інтернеті, зокрема у блогосфері» [9].

Про важливість медіакритики для сьогодення говорить і В. Михайлюта: «Моніторинги порушень журналістських стандартів з одного боку перевіряють медіапродукт на професійність, а з іншого – намагаються змінити свідомість і суспільства, і працівників медіасфери, доводячи, що дотримання професійних стандартів – це риси професійної діяльності, без

яких журналістика неможлива. журналістські стандарти у поєднанні з кодексом етики журналіста є тим фактором, який характеризує демократичні принципи українського медіасередовища» [38, с.77].

Медіакритикою також називають академічну галузь, яка досліджує засоби масової інформації, такі як телебачення, радіо, газети, журнали та онлайн-платформи. Вона включає аналіз та оцінку різних аспектів цих медіа, зокрема їхнього змісту, процесів виробництва, структур власності та впливу на суспільство. На думку К. Госвами, «Мета медіакритики – забезпечити критичний аналіз та коментарі щодо медіаіндустрії для сприяння більшій прозорості, підзвітності та демократичній участі у медіаполітиці та прийнятті рішень» [70, с.1].

Медіакритика, яка виступає важливим елементом саморегуляції у сфері масової комунікації й фактично виконує роль «п'ятої влади» в суспільстві, має цілу низку суттєвих функцій. Саме завдяки цим функціям вона здатна впливати як на роботу засобів масової комунікації, так і на їхню аудиторію, спрямовуючи діяльність медіа та формуючи ставлення споживачів інформації. За спостереженням А. Сулім, виконує інформаційно-комунікаційну, пізнавально-оціночну, регулятивну, коригувальну, просвітницьку та фільтруючу функції [49].

Узагальнивши досвід українського журналістикознавства (О. Довженко, Б. Потятиник, А. Сулім та ін.), можемо виокремити кілька ключових функцій медіакритики.

1. Інформаційно-комунікаційна функція полягає в тому, щоб передавати аудиторії актуальну інформацію та відстежувати зміни у сфері медіа. Вона передбачає формулювання й поширення спостережень про конкретні медіапродукти та особливості їхнього створення, налагодження діалогу між ЗМК і суспільством, а також забезпечення зворотного зв'язку між аудиторією та професійними комунікаторами. Завдяки цьому знання й оцінки медіакритиків стають доступними широкому загалу.

2. Пізнавально-оціночна функція реалізується через комплекс аналітичних дій: спостереження, аналіз, інтерпретацію, оцінювання та прогнозування. Вона ґрунтується на тому, що критика завжди пов'язана з оцінкою медіапродуктів, висвітленням спірних питань у медіасфері та формуванням суспільної думки щодо них. Медіакритики аналізують зміст і подачу матеріалів, взаємини ЗМК з аудиторією та інформаційні процеси загалом, допомагаючи споживачам правильно сприймати й осмислювати повідомлення. Інтерпретація сприяє глибшому розумінню медійних смислів, а прогнозування дає можливість передбачити майбутні тенденції в медіапросторі. Усе це спирається на науковий підхід.

3. Регулятивна функція проявляється у прагненні медіакритики впорядкувати діяльність медіа. Професійна медіакритика виконує роль внутрішнього саморегулятора, контролюючи дотримання творчих і етичних норм, а також удосконалюючи медійні стандарти. Академічна медіакритика аналізує чинні норми, обговорює їх і пропонує нові рішення для медійної практики. Масова медіакритика регулює сферу опосередковано – шляхом формування суспільної думки.

4. Коригувальна функція активізується тоді, коли ЗМК подають викривлену інформацію, маніпулюють чи створюють негативний вплив на суспільство. Вона дозволяє визначити, наскільки медійна картина світу відповідає реальності, виявляє інформаційні спотворення та прогалини. В українському контексті ця функція також спрямована на стримування надмірно комерційної логіки медіабізнесу, який інколи жертвує етикою заради рейтингів.

5. Просвітницька функція допомагає формувати уявлення аудиторії про роботу ЗМК. Вона покликана роз'яснювати механізми медійного впливу й маніпулювання, розвивати навички самостійного аналізу повідомлень. Завдяки цьому підвищується рівень медійної грамотності, формується критичне мислення й здатність збалансовано оцінювати інформацію.

Підсумковим результатом є культура усвідомленого сприйняття та поширення медійних повідомлень.

6. Фільтруюча функція передбачає відбір інформації, що потрапляє до аудиторії. Медіакритика має відсіювати шкідливий, ненадійний або зайвий контент, а також перешкоджати поширенню небезпечних медіатекстів, зменшуючи вплив інформаційних загроз.

Науковці визначають низку функцій, що мають подібний змістовий характер. Оціночна функція полягає у визначенні рівня якості, достовірності та збалансованості медіапродуктів. Контролююча функція забезпечує прозорість діяльності медіа та дає змогу виявляти порушення професійних стандартів. Освітня (медіаграмотнісна) функція спрямована на формування в аудиторії здатності до критичного мислення та розпізнавання маніпулятивних впливів. Реформаторська функція стимулює медіаорганізації до підвищення рівня професійних і етичних норм. Діалогова функція створює умови для комунікації між журналістами, експертним середовищем та аудиторією, сприяючи формуванню відкритого публічного дискурсу.

Таким чином, сукупність цих функцій забезпечує системний вплив медіакритики на якість медійної продукції та на формування свідомої, обізнаної аудиторії. Перш за все, медіакритика зосереджується на аналізі медійного продукту – тобто змісту, який створюють і поширюють засоби масової інформації. Головною темою її уваги є якість цього продукту. У межах своєї діяльності медіакритика розглядає різноманітні аспекти функціонування медіа: їхній зміст, особливості виробничих процесів, структури власності, а також соціальний вплив, зокрема ті наслідки, які виникають у суспільстві внаслідок використання медіа.

Основна мета медіакритики – здійснювати ґрунтовний критичний аналіз медійної індустрії та давати фахові коментарі щодо її функціонування. Через це вона сприяє підвищенню рівня прозорості та підзвітності медіа, а також розширює можливості демократичної участі громадськості у формуванні медіаполітики та ухваленні рішень. Її провідною функцією

дослідники вважають критичне пізнання й оцінювання важливих соціальних, культурних, етичних, правових, економічних і технологічних аспектів роботи ЗМІ, при цьому особлива увага приділяється творчому компоненту створення медійного контенту. Водночас медіакритика виконує роль одного з ключових механізмів саморегуляції медіапростору [52].

На відміну від мистецьких видів критики – літературної, театральної чи кінокритики – медіакритика має іншу природу. Медіапродукт є здебільшого утилітарним: його головне призначення – задовольняти суспільну потребу в інформації, а творчий елемент у цьому процесі є присутнім, але менш визначальним. Втім, О. Довженко наголошує: «хоча першочерговим об'єктом медіакритики є продукт (зміст) ЗМІ, а предметом – якість цього продукту, її не слід зводити до звичайних відгуків або рецензій. Вона аналізує та відображає медіа як явище, процес і середовище у всій множині аспектів: якість продукту, обставини його створення, економічні механізми функціонування медіапідприємств, політичні чинники, психологія аудиторії, а також ідеї та цінності, що поширюються медіа» [11].

До основних рис сучасної медіакритики науковці зараховують такі: аналіз медіаконтенту за різними параметрами (зокрема й фактчек); комплексність методичних та наукових підходів; масштабування й увага до медійної екосистеми; швидка реакція на соціальні виклики; набуває просвітницького характеру та ін.

Так, сучасна медіакритика зосереджена на всебічному аналізі контенту ЗМІ – його достовірності, повноті, збалансованості, етичності та відповідності суспільним потребам. Вона оцінює не лише зміст повідомлень, а й способи їхнього подання, логіку структурування матеріалів і потенційні маніпулятивні техніки. Медіакритика використовує різні методи дослідження: від традиційного текстового аналізу до соціологічних, психологічних, культурологічних та комунікативних підходів. Це дозволяє охопити весь цикл медіавиробництва – від створення матеріалу до його сприйняття аудиторією. Сучасна медіакритика розглядає медіа в їхньому

широкому контексті: економічні умови роботи медіа, структури власності, політичні впливи та залежності, редакційну політику, технологічні особливості (цифровізація, алгоритми, соціальні мережі). Такий підхід дозволяє не лише оцінити продукт, а й зрозуміти, як і чому він був створений [61].

Крім змістового аналізу, медіакритика охоплює вивчення умов, у яких створюється медіапродукт, аналізує людей, що беруть участь у його виробництві, економічні засади роботи медіапідприємств і політичні чинники, які впливають на формування медійного порядку денного. Вона також бере до уваги особливості сприйняття аудиторією та ті ідеї й цінності, які медіа транслюють у суспільство. Для цього застосовується комплекс якісних методологічних підходів, що дозволяють досліджувати як зміст повідомлень, так і процеси їхнього створення та споживання [63].

Також медіакритика зосереджується на соціальних наслідках, аналізує вплив медіа на суспільство: формування громадської думки, соціальні конфлікти, ціннісні орієнтації, політичну активність та культурні процеси. Особлива увага приділяється питанням відповідальності медіа та етичним стандартам.

Сучасна медіакритика виконує функцію саморегуляції медійного простору діє як механізм контролю та корекції діяльності ЗМІ. Вона вказує на порушення професійних, етичних і правових норм, стимулює медіа до покращення якості роботи, а також допомагає суспільству оцінювати дії медійних інституцій. Останнім часом медіакритика набуває виразно окресленого просвітницького характеру; одним із ключових завдань сучасної медіакритики стало формування медіаграмотності. Вона навчає аудиторію розуміти принципи роботи медіа, розпізнавати маніпуляції, критично мислити й відповідально ставитися до інформаційних потоків [41].

Серед основних ознак сучасної медіакритики виокремлюють також діалогічність та відкритість: прагнення встановлювати постійний діалог між медіа та аудиторією. Це передбачає зворотний зв'язок, публічні дискусії,

залучення різних груп громадськості до аналізу медіа, а також комунікацію через соціальні мережі й онлайн-платформи. Медіакритика реагує на швидкі зміни в медіасфері: появу нових платформ, розвиток штучного інтелекту, алгоритмічні рекомендації, інфлюенсерів, вірусні явища. Вона постійно адаптується до нових умов інформаційної екосистеми. Однією з провідних рис є акцент на дотриманні журналістських стандартів, питанні прозорості, чесності та запобіганні дезінформації. Етичність стає не лише нормою, а й критерієм оцінки роботи медіа [36].

Загалом, предметом медіакритики є весь процес функціонування медіа, а саме:

- 1) зміст і якість інформаційних матеріалів;
- 2) редакційна політика ЗМІ;
- 3) способи маніпуляції, фейки, дезінформація;
- 4) мовні, етичні та візуальні стандарти журналістики;
- 5) роль медіа у формуванні громадської думки;
- 6) алгоритми соціальних мереж і «інформаційні бульбашки»;
- 7) економічні та політичні чинники впливу на медіа.

Науковці спостерігають динамічну трансформацію української сучасної медіакритики. Так, В. Михайлюта пише: «Слід зазначити, що останніми роками – стан війни, в якому перебуває Україна, – збільшилася кількість моніторинрів на тему російської агресії, російської пропаганди. контент медіакритики помітно посилюється мотивами державотворення, патріотичними аналітичними матеріалами і, таким чином, ціннісні пріоритети української журналістики посилитися надзвичайно важливим і необхідним суспільству контентом» [38, с.77].

Дослідники означають сучасний період як «медіакритика в цифрову епоху» [70], підкреслюючи, що сьогодні поняття медіакритики значно розширилося: воно охоплює цифрову журналістику, соціальні мережі, інтернет-платформи, відеоконтент і штучний інтелект. Сучасна медіакритика аналізує алгоритмічну цензуру (як платформи визначають, що ми бачимо);

викриває дезінформацію, пропаганду, маніпуляції; досліджує роль медіа у війнах, виборах, формуванні громадської думки; підтримує розвиток медіаграмотності як ключової навички XXI століття. На думку А. Сулім, медіакритика є одночасно і своєрідним способом рефлексії, самопізнання сучасної друкованої та електронної преси, і громадським дзеркалом, яке має відображати «блиск і злидні» засобів масової інформації, що опинилися у ринковому середовищі [52].

Відповідно до функцій та мети, предмета й об'єкта критичних матеріалів дослідники пропонують різні типологічні класифікації медіакритики. Найбільш поширеним в Україні є розподіл на академічну, професійну й масову медіакритику. Так, за словами А. Сулім [49], академічна медіакритика формується у межах наукового дискурсу та орієнтується передусім на фахівців і дослідників у сферах журналістикознавства та соціальних комунікацій. Її ключовим призначенням є систематична ревізія чинних професійних нормативів, стандартів і аксіологічних засад журналістської діяльності. Цей різновид медіакритики зосереджується на аналізі складних і масштабних явищ масово-інформаційної сфери, що потребують глибокого теоретичного осмислення та високого рівня компетентності. Для академічної медіакритики характерні зваженість, аналітична строгість і тактовність. Вона перебуває у тісному зв'язку з медіафілософією та розширює інструментарій професійної критики за рахунок теоретичних концепцій і наукових підходів. Крім того, наукова медіакритика досліджує маніпуляції, пропаганду, фреймування, дискурсивні стратегії та ін.

Професійна медіакритика, за спостереженням дослідників [49], здійснюється переважно представниками медійного середовища або авторами, які тісно пов'язані з медіаорганізаціями. Вона спрямована на суб'єктів виробництва медійного контенту й зосереджується на конкретних питаннях функціонування медіакомунікацій у їхньому практично-прикладному вимірі. Основними її функціями є регулятивна, корекційна та

соціально-організаторська. Зокрема, регулятивна функція реалізується через виконання ролі внутрішньокорпоративного контролера, що акцентує увагу на дотриманні професійно-творчих і професійно-етичних норм. Загалом – аналізує професійні стандарти, достовірність, дотримання балансу думок, етичність у висловлюваннях тощо.

Масова медіакритика, на думку науковців [49], адресована одночасно широким аудиторіям медіаспоживачів і творцям медійного змісту. Її основною метою є забезпечення сталого зворотного зв'язку між медіа та аудиторією. Такий тип медіакритики привертає суспільну увагу до актуальних проблем функціонування засобів масової інформації та сприяє формуванню суспільного консенсусу щодо дискусійних питань. Масова медіакритика також створює підґрунтя для розвитку медіаосвіти та корелює з медіадидактикою, беручи участь у формуванні медіаграмотності. Її проявами є різноманітні форми онлайн-комунікації, зокрема звернення аудиторії до редакцій, а також коментарі, відгуки та рецензії на форумах, блогах та інших інтернет-ресурсах. Також аналізує активність користувачів соцмереж, блогерів, фактчекерів; оцінює медіа з позицій громадських інтересів.

Натомість О.Довженко пропонує дещо інший погляд на типи «масової» медіакритики: «Загалом поділяючи цей підхід до типологізації медіакритики, критику, адресовану широкій аудиторії споживачів медійного продукту, назвімо популярною (адже «масовість» забезпечують радше механізми поширення, які далеко не завжди доступні навіть для тексту, написаного з розрахунком на найширшу аудиторію), а адресовану вузькій цільовій аудиторії – спеціалізованою. Популярна медіакритика тяжіє радше до провокування емоцій, аніж до глибокого осмислення подій та явищ. Це може бути «лист обуреного глядача», емоційна репліка, рефлексивна реакція на певну медійну подію, полемічний виступ, бесіда в радіо- або телеєфірі тощо. автор такого матеріалу зазвичай не претендує на статус критика, експерта, та часто не є професійним журналістом. спеціалізована медіакритика може бути адресована працівникам медіа та/або суміжних

гуманітарних сфер, прихильникам тих чи інших жанрів або навіть окремих змі, «кваліфікованим глядачам (читачам, слухачам)» – людям, для яких притаманне глибоке сприйняття й аналіз медійного продукту. У співставленні з популярною, спеціалізована медіакритика ставить вищу планку вимог до особистої компетентності автора. зазвичай це досвідчений фахівець-медійник, і нерідко серйозність сприйняття аудиторією його матеріалів пропорційна вагомості особистого авторитету в професійних колах. Також це може бути визнаний експерт у галузі, суміжній із журналістикою – наприклад, кінокритик Сергій Тримбач, театральний критик Олег Вергеліс, соціальний психолог Олег Покальчук» [11].

Загалом, О. Довженко [11] пропонує розрізнати два типи медіакритики:

- 1) популярна – критика, адресована аудиторії ЗМІ «загального інтересу»;
- 2) спеціалізована критика, адресована вузькій цільовій аудиторії (працівникам медіа чи кваліфікованим глядачам/читачам).

Відповідно, ці два різновиди корелюють із масовою та професійною медіакритикою.

За типом медіаканалу розрізняють критику друкованих ЗМК, радіокритику, телекритику, критику мережевої комунікації [49]. За словами А. Сулім, «Медіакритика генетично й функціонально споріднена з іншими галузями критико-журналістської творчості – кінокритикою, літературною, музичною, художньою критикою. Медіакритика є формою самопізнання і саморегуляції медіакультури. Впливовість медіакритики на сферу функціонування ЗМК забезпечується її властивістю аналізувати, виносити судження й оцінки на розгляд медіаспільноти, ініціювати багатосторонній обмін думками, в процесі якого долаються вузькі рамки індивідуального або групового пізнання, формуються суспільно узгоджені й професійно виважені позиції з обговорюваних проблем» [49, с.208]. Наприклад, культурна медіакритика аналізує медіа як частину масової культури, способи формування ідентичності, естетики, ідеології.

На сьогодні об'єкт уваги медіакритики змінюється. Так, Б. Потятиник вважає, що медіакритику можна розглядати як важливий обмежувач нестримного зростання потоків масової комунікації, яке часто є небезпечним для людської психіки й дестабілізуючим для ноосфери. Її можна назвати своєрідною природною внутрішньою противагою (ноосферним екобалансом чи нооценозом) [41]. У цьому контексті поняття «медіакритика» набуває ширшого змістового наповнення. Воно охоплює не лише створення критико-журналістських матеріалів, але й передусім систематичний критичний аналіз медіатекстів і функціонування медійних організацій, здійснюваний у рамках освітнього процесу. Такий підхід підкреслює методологічну спрямованість медіакритики як інструмента фахового осмислення й оцінювання медіапродукції.

Цікавими є й зарубіжні підходи щодо визначення ролі сучасної медіакритики. Узагальнивши іноземний науковий досвід, А. Сулім зазначає, що зарубіжні теоретики медіаосвіти розглядають медіакритику як складову частину діяльності, націленої на освіту й розвиток особистості за допомогою і на матеріалі масмедіа [52]. Мета такої діяльності – формування культури спілкування зі ЗМІ, творчих, комунікативних здібностей, критичного мислення, вміння самостійно аналізувати, інтерпретувати й оцінювати медіатексти, а також володіння різними формами самовираження за допомогою медіатехніки. В англійській літературі термін «media criticism» застосовується для позначення:

1. Наукового аналізу діяльності засобів масової інформації (що фактично є сегментом науки про журналістику й масові комунікації).
2. Журналістської критики, медійного контенту й проблематики функціонування ЗМІ в суспільстві.

Таким чином, медіакритика є комплексною діяльністю, що охоплює як науковий аналіз, так і журналістську практику, спрямовану на критичне осмислення, оцінку та вдосконалення функціонування медіа в суспільстві.

Сучасна медіакритика характеризується низкою ознак, що відображають її змістові та функціональні особливості. Аналітичність полягає у всебічному вивченні не лише фактичного матеріалу, а й ширших контекстів, ідеологічних настанов та способів подання інформації. Соціальність проявляється в орієнтації на суспільні інтереси та у сприянні здатності громадян орієнтуватися в інтенсивному інформаційному потоці. Рефлексивність зумовлена увагою до процесів виробництва, циркуляції та сприйняття медіаконтенту. Етичність охоплює питання професійної відповідальності журналістів, достовірності, маніпулятивних практик і дотримання свободи слова. Нарешті, медіаосвітня функція виявляється у формуванні в аудиторії навичок критичного мислення та медіаграмотності.

Отже, медіакритика виконує ряд функцій для суспільства, а також є своєрідним дороговказом щодо викликів, що стоять перед журналістикою в умовах конфлікту та інформаційної війни. Серед основних функцій, які виконує медіакритика, науковці акцентують саме на впливі на медіакомунікацію, а також на її ролі в просуванні медіаграмотності та соціальної справедливості (зокрема, щодо представництва маргіналізованих груп). Серед іншого українська медіакритика реагує на такі проблеми, як монополізація та політичний тиск, а також потенціал інтеграції в нові медіа та блогосферу. Потребують уваги й окремі типи медіакритики (телевізійна, радіокритика; арт-журналістика, літературна критика в якості фільтраційної функції та ін.): особливо в умовах воєнного стану. Журналістикознавці підкреслюють необхідність журналістського контролю новинного контенту, правила безпеки та етичні аспекти інтерв'ю з постраждалими.

### 1.3. Методологія медіакритики в роботі сучасного журналіста

Медіатизація суспільства спричиняє серед іншого й потребу в критичному осмисленні масивних інформаційних потоків. Медіакритика є своєрідним компасом для як пересічних громадян, так і для журналістів. Поняття «медіакритика» визначається як «галузь творчої критико-журналістської та профільно-дослідницької діяльності» [49, с.6]; як «пізнавальна діяльність, у процесі якої з суспільних, морально-етичних та професійних позицій надається оцінка окремим медіапродуктам та системі медіавиробництва у цілому» [49, с.57-58]. Науковці зауважують, що медіакритика – «це не тільки «набір методів», але також сама медіадіяльність, принаймні частина цієї медіаактивності, яка спрямована на інші медіа, що загалом можна означити словами «медіа про медіа»» [42]. Західноєвропейські та американські дослідники визначають медіакритику ще ширше, включаючи до її складу зокрема й медіаграмотність [69].

Загалом медіакритика, у своїй фундаментальній формі, є систематичним дослідженням функціонування та впливу медіа. Медіа можна досліджувати з різних точок зору, використовуючи різноманітні методи, але методи медіакритики найчастіше розглядаються як набір «якісних» методологій, які дозволяють нам досліджувати ЗМІ та їх меседжі, а також наслідки, особливо соціальні, які можна обґрунтовано пов'язати з використанням цього медіасередовища. Медіакритика – це академічна галузь, яка досліджує засоби масової інформації, такі як телебачення, радіо, газети, журнали та онлайн-медіа. Вона включає аналіз та оцінку різних аспектів цих медіа, включаючи їхній контент, виробничі процеси, структури власності та вплив на суспільство. Мета медіакритики – забезпечити критичний аналіз та коментарі щодо медіаіндустрії з метою сприяння більшій прозорості, підзвітності та демократичній участі в медіаполітиці та прийнятті рішень. Медіакритика охоплює широкий спектр підходів та

методів, включаючи культурологічні дослідження, вивчення аудиторії та її реакцій.

За словами зарубіжних науковців, «одним із ключових викликів, з якими сьогодні стикаються медіакритики, є швидкі темпи технологічних змін та глобалізації, які трансформували медіаландшафт і зробили його регулювання та моніторинг дедалі складнішим. Однак, незважаючи на ці виклики, критика медіа залишається важливим інструментом для просування медіаграмотності, громадянської активності та соціальної справедливості. Критично досліджуючи медіаіндустрію, ми можемо краще зрозуміти її вплив на наше життя та працювати над створенням більш різноманітних, інклюзивних та демократичних медіасистем» [70].

Науковці [49] розрізняють декілька засадничих підходів, на яких сьогодні побудована медіакритика: етичний, ідеологічний, соціокультурний, технологічний. Етичний підхід передбачає аналіз ступеня дотримання журналістами професійних, морально-етичних норм та принципів, що регулюють відповідальну й суспільно орієнтовану медіадіяльність. Ідеологічний підхід спрямований на вивчення способів, за допомогою яких медіа конструюють, транслюють та підтримують політичні, культурні або світоглядні наративи, а також впливають на формування суспільних уявлень. Соціокультурний підхід зосереджується на аналізі впливу медійного контенту на систему цінностей, моделі поведінки, стилі життя та процеси формування масової культури. Технологічний підхід охоплює критичне вивчення цифрових технологій, включно з алгоритмічними системами, штучним інтелектом, комунікаційними платформами, а також феноменом персоналізованих інформаційних середовищ («фільтрових бульбашок»).

Як зазначає І. Байда [1], трансформація споживання медіа в умовах цифрової культури створює низку складних викликів для аналізу медіа та медіакритики, які стосуються як методології досліджень, так і природи самого медіасередовища. Основні виклики, які постають перед дослідниками та критиками медіа, ґрунтуються на змінах, спричинених цифровізацією.

Насамперед ідеться про методологічні та концептуальні труднощі, пов'язані з переглядом валідності традиційних аналітичних рамок, які у цифрову добу дедалі частіше виявляються недостатніми для пояснення динаміки онлайн-культури. Складність аналізу крос-культурних контекстів зумовлюється необхідністю одночасного врахування моделей споживання, особливостей контентотворення та взаємодії з цифровими платформами, що функціонують у різних культурних середовищах і дискурсах. У цих умовах актуалізується потреба адаптації дослідницьких підходів до швидкоплинних технологічних і комунікаційних змін, які характеризують сучасну цифрову культуру.

Паралельно посилюються виклики, пов'язані зі зміною природи медійного контенту та цифрових платформ. Конвергенція традиційних і нових медіаформатів – таких як телебачення, радіо, інтернет-сервіси та мобільні застосунки – спричиняє формування уніфікованого медіасередовища, що ускладнює його диференційоване дослідження. Персоналізація контенту, забезпечена алгоритмічними механізмами, створює додаткові труднощі для аналізу загальних тенденцій та оцінювання впливу на масову аудиторію. Крім того, цифрова екосистема актуалізує питання доступності та різноманітності медіавмісту, що потребує поглибленого наукового та медіакритичного аналізу [1].

Значущими є також виклики, пов'язані з трансформацією ролі споживача та медійних посередників. Інтерактивність і залученість користувачів стали стандартом цифрової комунікації, що змінює фокус медіакритики з оцінювання діяльності виробника на дослідження процесів співучасті й співавторства, у межах яких аудиторія створює, модифікує та поширює контент. Важливою постає й роль блогерів як нових медійних посередників, які активно формують культурний обмін між різними спільнотами, адаптують контент до різноманіття аудиторії та здійснюють реінтерпретацію культурних символів, продукуючи нові культурні гібриди. Це розширює поле медіакритики, ставлячи перед нею завдання дослідження механізмів впливу таких діячів на структуру та динаміку сучасного

медійного простору [1]. Таким чином, цифрова культура створює виклики, які стосуються необхідності глибокого розуміння механізмів взаємодії між культурою та медіа і визначення ключових тенденцій у розвитку цифрової культури.

Щодо вивчення й викладання методології медіакритики, то в цьому, за рекомендацією Б. Потятиника, «українським викладачам є чому повчитися в закордонних колег» [42]. Так, у NYU Steinhardt's (університет у Нью-Йорку, США) у силабусі з медіакритики пропонуються для вивчення такі методи: семіотичний, ідеологічний (зокрема, марксистський), дискурс-аналіз, психоаналітичний аналіз, феміністичний аналіз, постколоніальний аналіз [цит. за 42]. За словами А.Сулім, «медіакритика спирається на науковий аналіз діяльності ЗМК в аспектах створення й реценції медіатекстів, яким передбачено застосування загально-наукових, а також спеціальних методів дослідження – якісного та кількісного моніторингу ЗМК, контент-аналізу, семіотичного аналіз, концептуального аналізу, дискурсивного аналізу, аксіологічного аналізу» [49, с.51]. Науковці зазначають, що медіакритика не має специфічних, унікальних, притаманних лише їй методів; натомість використовуються методи таких наукових дисциплін, як «соціологія масових комунікацій (контент-аналіз, моніторинг, опитування), медіапсихологія, медіалінгвістика (семіотичний аналіз), медіааксіологія (концептуальний аналіз)» [49, с.51]. Крім названих методів, медіакритики використовують методики оцінки, прогнозу, дискурс-аналізу; біографічний, історичний, літературний методи; феноменологічний аналіз. Про кожен із цих методів можна провести окреме дослідження, тож у цій науковій роботі викладено лише загальні тенденції.

Загалом, медіакритика не має власного автономного методу вивчення досліджуваних об'єктів. Її пізнавально-оціночна функція реалізується шляхом інтеграції низки взаємопов'язаних когнітивних операцій, зокрема моніторингу, аналізу, інтерпретації, оцінювання та прогнозування, а також через залучення методологічного інструментарію суміжних наукових

дисциплін. У контексті спеціальних методів, що застосовуються в медіакритичних студіях, у наукових джерелах виокремлюють контент-аналіз. Підсумовуючи здобутки А. Сулім [49], зазначимо, що контент-аналіз (Content Analysis) постає як кількісно-якісний метод дослідження, який забезпечує можливість опрацювання значних масивів текстового матеріалу, упорядкованого за формалізованими ознаками. Його застосування охоплює насамперед вивчення документів та змістових характеристик масової комунікації, що дозволяє виявляти проблемно-тематичні структури й визначальні смислові блоки медіакритичного дискурсу. Методологічна специфіка контент-аналізу полягає у зменшенні ролі суб'єктивних чинників інтерпретації: індивідуальні враження дослідника замінюються стандартизованою процедурою аналізу, що підвищує рівень об'єктивності та відтворюваності результатів. Метод може реалізовуватися на основі індуктивного підходу, коли теми виокремлюються шляхом безпосереднього аналізу текстів; дедуктивного підходу, що передбачає формування категорій відповідно до теоретичної моделі; або комбінованої стратегії, яка інтегрує обидва типи узагальнення. У межах контент-аналітичного дослідження також можливе застосування відкритого кодування, що полягає в ідентифікації та маркуванні всіх релевантних тематичних елементів тексту як аналітичних категорій, що сприяє більш глибокому та системному охопленню семантичної структури досліджуваного матеріалу.

Важливим методом медіакритичної діяльності є моніторинг ЗМК: використовується для дослідження реального стану ЗМК та визначення актуальних аспектів їхнього функціонування. Цей метод науковці розуміють як систематичне, цілеспрямоване та безперервне спостереження за діяльністю засобів масової комунікації з метою фіксації, аналізу та оцінювання їхнього змісту, структурних характеристик і тенденцій розвитку. На відміну від разових аналітичних процедур, моніторинг передбачає тривале відстеження медійних процесів у динаміці, що дає змогу виявляти стабільні закономірності, повторювані моделі та зміни у функціонуванні

ЗМК [63]. У рамках медіакритичного дослідження моніторинг виконує кілька ключових функцій. По-перше, він дозволяє встановити актуальний стан медіасфери, зокрема визначити панівні тематичні напрями, домінантні форми подання інформації, стилістичні й жанрові особливості контенту. По-друге, моніторинг сприяє виявленню проблемних аспектів роботи медіа, таких як тенденційність, маніпулятивні практики, порушення професійних стандартів, трансляція стереотипів чи політична заангажованість. По-третє, він забезпечує можливість порівняльного аналізу між різними медіаплатформами або між різними часовими періодами, що особливо важливо для вивчення динаміки комунікаційних процесів та оцінки якості медіавиробництва. Метод моніторингу ґрунтується на чітко визначених критеріях і параметрах спостереження: тематика, жанрова структура, джерела інформації, інтонаційно-оцінні характеристики, частотність появи певних смислових блоків, візуальні та аудіальні маркери тощо. Організація такого спостереження може бути як суцільною (охоплення всього релевантного контенту), так і вибірковою (аналіз окремих типів або сегментів медіа) [63]. Так, цей метод забезпечує науково обґрунтоване спостереження та фіксацію реальних процесів у медіапросторі, створюючи емпіричну основу для подальших аналітичних, інтерпретаційних та оцінних процедур. Він є незамінним інструментом для формування критичного знання про медіа як соціокультурний інститут і як учасника публічної комунікації.

Семіотичний аналіз (Semiotic Analysis), за словами А. Сулім [49], використовується для дешифрування аудіовізуальних образів; також використовується у кінокритиці для аналізу елементів та рівнів кіномови. Науковці підкреслюють, що семіотичний аналіз спрямований на виявлення, інтерпретацію та систематизацію знакових структур, через які медіатексти формують смисли, передають культурні коди та здійснюють комунікативний вплив. Він базується на принципах семіотики – науки про знаки та знакові системи – і передбачає аналіз того, як інформація подається, які знаки використовуються та які значення вони конструюють у свідомості

реципієнта. У межах медіакритики семіотичний аналіз дозволяє досліджувати медіатексти не лише як фактичні повідомлення, а як складні комунікативні структури, де кожен елемент – слово, зображення, колір, композиція кадру, звук, інтонація – виконує певну знакову функцію. Це особливо важливо для аналізу аудіовізуальних медіа (телебачення, кіно, цифрових платформ), де смисли створюються через поєднання різнорідних систем знаків: вербальної, візуальної, акустичної, просторової [18].

Семіотичний аналіз у медіакритиці спрямований на розкриття прихованих або імпліцитних значень, що можуть бути неочевидними для непідготовленого глядача чи читача. Метод дозволяє виявити, як через певні образи або композиційні рішення медіа транслують ідеологічні настанови, культурні моделі, соціальні стереотипи чи ціннісні орієнтації. Таким чином, семіотичний підхід забезпечує глибше розуміння механізмів смислотворення та медіавпливу. Процедура семіотичного аналізу зазвичай включає ідентифікацію знаків, визначення їхнього типу (іконічні, індексальні, символічні), дослідження способів їхньої комбінації та взаємодії, а також аналіз культурних і контекстуальних кодів, які формують інтерпретацію медіаповідомлення. Особлива увага приділяється взаємозв'язку між денотативним рівнем (буквальним змістом) і конотативним рівнем (додатковими значеннями, асоціаціями та ціннісними нашаруваннями). Семіотичний аналіз у медіакритиці є інструментом, що дозволяє дослідити медіапродукцію як складну систему знаків і значень, розкрити механізми формування смислів і виявити ідеологічні, культурні та соціальні виміри медіатекстів, які впливають на формування уявлень, оцінок і поведінки аудиторії [18].

Як зазначає А. Сулім [49], концептуальний аналіз застосовується в аксіологічних дослідженнях для вивчення аксіологічної інформації, оскільки концепт розглядається як «резервуар» сукупності смислів-цінностей. У медіакритиці концептуальний аналіз розуміють як метод дослідження, спрямований на виявлення, опис і систематизацію концептів – ключових

смилових одиниць, які структурують медіадискурс і виконують функцію носіїв цінностей, культурних моделей та ідеологічних установок. Концепт у цьому контексті розглядається не лише як поняття, а як багатовимірне ментальне утворення, що поєднує когнітивні, емоційні, ціннісні та культурні складники. Саме тому концептуальний аналіз набуває особливої значущості в медіакритиці, де важливо простежити, які смисли формують інформаційне середовище, як вони структуруються і які цілеспрямовані смислові акценти транслуються медіа. Застосування концептуального аналізу передбачає дослідження того, як певні концепти представлені в медіатекстах, у які семантичні зв'язки вони вступають, які емоційні й аксіологічні нашарування їм притаманні та як вони впливають на інтерпретацію інформації реципієнтом. Метод дозволяє встановити, яким чином медіа конструюють образи соціальних явищ, політичних подій, культурних феноменів або суспільних груп, – тобто які концептуальні «матриці» використовуються для організації публічного дискурсу [65]. У процесі концептуального аналізу увага приділяється не лише прямій вербальній репрезентації концепту, а й асоціативним, метафоричним, інтертекстуальним та контекстуальним аспектам його функціонування. Таким чином, аналіз охоплює як експліцитні, так і імпліцитні смислові структури. Особливою сферою застосування методу є аксіологічні дослідження, адже концепти часто містять у собі ціннісно-смилові елементи, які визначають характер оцінок та інтерпретацій у медіапросторі. Оскільки концептуальний аналіз спрямований на виявлення глибинних смислових структур, він дозволяє встановити не лише те, що саме повідомляють медіа, а й те, як вони це роблять: які когнітивні схеми актуалізують, які емоційні й аксіологічні акценти підсилюють, які ідеологічні інтенції реалізують. Це робить метод ефективним інструментом для виявлення системних смислових трансформацій, реконструкції медіакартин світу та розуміння того, як медіа впливають на формування ціннісних орієнтацій суспільства. Концептуальний аналіз у медіакритиці є методологічним підходом, що дозволяє дослідити медіатексти на рівні

глибинних смислів, реконструювати ціннісні, культурні та ідеологічні структури медіадискурсу та визначити механізми формування суспільно значущих концептів у масовій комунікації.

У роботах українських науковців дискурсивний аналіз розглядається як важливий метод медіакритичних досліджень, спрямований на вивчення медіадискурсу як складної системи висловлювань, комунікативних практик та соціальних значень, що формують спосіб подання інформації та структурують взаємодію між медіа й аудиторією [61]. На відміну від методів, орієнтованих лише на зміст повідомлень, дискурсивний аналіз досліджує медіатексти в їхньому соціальному, культурному та ідеологічному контекстах, зосереджуючись на тому, як смисли конструюються, які правила організації мовлення діють у межах конкретного дискурсу та які владні відносини і соціальні позиції відтворюються через медійну комунікацію. У межах дискурсивного аналізу медіа розглядаються не як нейтральні передавачі інформації, а як активні учасники виробництва знання та формування суспільних уявлень. Метод дозволяє з'ясувати, які мовні та позамовні засоби використовуються для створення певних образів, оцінок чи ставлень, які наративні схеми структурують медійні повідомлення, а також які комунікативні стратегії домінують у публічному просторі. Особливу увагу приділяють механізмам легітимації тих чи інших позицій, нормалізації певних ідеологічних рамок та маргіналізації альтернативних поглядів.

Дискурсивний аналіз охоплює кілька взаємопов'язаних рівнів. На текстовому рівні він досліджує лексичні, синтаксичні та риторичні засоби, що визначають структуру повідомлень. На інтертекстуальному рівні – виявляє зв'язки між різними медіатекстами, аналізує запозичення, цитування, повторювані моделі та культурні сценарії. На соціальному рівні метод орієнтований на інтерпретацію того, як медіадискурсивні практики відтворюють або трансформують соціальні відносини, нерівності та владні конфігурації [61; 63].

У медіакритиці дискурсивний аналіз є важливим інструментом для виявлення ідеологічних механізмів, що стоять за процесами смислотворення, а також для критичної оцінки того, як медіа конструюють громадську думку, формують образи соціальних груп, визначають межі «нормального» чи «допустимого» та впливають на політичні й культурні процеси. Метод дозволяє дослідити не тільки зміст, а й структуру влади, що опосередковується через мову та комунікацію, роблячи видимими приховані смисли та інституційні інтереси, які визначають характер медійних повідомлень [33]. Дискурсивний аналіз у медіакритиці є комплексним підходом, що поєднує лінгвістичний, соціологічний, культурологічний та ідеологічний виміри дослідження і забезпечує глибоке розуміння механізмів формування та функціонування медіадискурсу в сучасному соціокультурному середовищі.

Аксіологічний аналіз у медіакритиці – це метод, спрямований на виявлення й інтерпретацію ціннісних орієнтацій, що лежать в основі медіатекстів, медіапрактик і медіадискурсу [33]. Він ґрунтується на припущенні, що будь-яке медійне повідомлення не є нейтральним: воно містить ціннісні оцінки, відображає певні світоглядні позиції, соціальні норми, ідеологеми та моральні пріоритети, які впливають на формування громадської думки. У межах цього методу дослідник аналізує, які цінності медіа просувають, які – замовчують або маргіналізують, а також як саме ці цінності вбудовуються у структуру медіатексту. Особлива увага приділяється інтенційності повідомлень, емоційно-оцінним характеристикам, стереотипам, етичним орієнтирам та культурним кодам, що визначають інтерпретацію контенту аудиторією. Загалом, теоретичний базис з аксіології та філософії цінностей представлено в роботах західноєвропейських науковців – М. Шелера, Н. Гартмана, В. Франкла, Дж. Томпсона, Дж. Фіске та ін. Українські науковці (наприклад, В. Різун, О. Зернецька, Л. Найдьонова, О. Потапенко) створили праці з теорії масової комунікації та медіадискурсу,

де розглядаються ціннісні параметри медійного контенту; проводили окремі дослідження медіавпливів та ціннісної складової медійного середовища.

Аксіологічний аналіз у медіакритиці охоплює такі аспекти, як: дослідження ціннісних смислів, експліцитно чи імпліцитно закладених у медіатекстах; виявлення аксіологічних домінант, що структурують медіадискурс; оцінку відповідності медійних практик суспільно значущим етичним та професійним стандартам; аналіз ідеологічного та морального впливу медіа на суспільство. Цей метод дозволяє простежити, як у медіатекстах конструюються ціннісні уявлення про соціальні групи, державні інституції, політичні явища, культурні норми або глобальні процеси. Також він допомагає встановити, які моделі поведінки, погляди чи моральні орієнтири медіа нормалізують, а які – підважують чи піддають критиці. Завдяки цьому аксіологічний аналіз є ключовим інструментом для критичного осмислення ролі медіа в суспільстві, адже дозволяє зрозуміти, яким чином медіа формують систему цінностей аудиторії та у який спосіб впливають на соціальні й культурні трансформації.

Отже, медіакритика є одним із фільтрів сучасного медіапростору, своєрідним дороговказом для людей, які перевантажені інформацією, які шукають якісні медіапродукти. Медіакритика відіграє важливу роль у боротьбі з інформаційним шумом – надлишком суперечливої, неперевіреної, маніпулятивної або банально нерелевантної інформації. Вона не тільки критикує медіа, але й виконує функцію фільтра, орієнтира й інструменту захисту свідомості. Медіакритика від 90-х років до сьогодні значно трансформувалася: змінюються підходи для аналізу, вдосконалюється методологія, з'являються нові предмети дослідження (онлайн-медіа, соцмережі; соціально-політичні наративи, меседжі; пропаганда, дезінформація в їх нових трансформаціях; мультимедійні технології та їх вплив на аудиторію і под.); посилюється використання фактчекінгу. Під потреби сучасності модифікується й методологія медіакритики.

Таким чином, журналісти, які займаються медіакритикою, використовують низку методів, щоб професійно аналізувати, оцінювати й пояснювати, як працюють інші медіа, де є порушення стандартів, які є маніпуляції тощо. Ці методи мають спільне з науковими підходами, але часто подаються у доступній, публіцистичній формі. Серед найбільш затребуваних: метод контент-аналізу, фактчекінг (текстів та візуального контенту), порівняльний аналіз, інтерпретативний та дискурсивний аналіз.

## РОЗДІЛ 2

### ВИДАННЯ «ДЕТЕКТОР МЕДІА» ЯК ЧАСТИНА МЕДІАКРИТИЧНОГО УКРАЇНСЬКОГО ДИСКУРСУ

#### 2.1. Медіакритика в Україні: від критичних статей до спеціалізованих видань

Медіакритика як інституціоналізований напрям аналізу та оцінки діяльності засобів масової інформації в Україні пройшла складний шлях становлення, тісно пов'язаний із суспільно-політичними трансформаціями та розвитком медіаринку. Хоч сучасна медіакритика сформувалася вже в період незалежної України, її витoki простежуються у попередніх етапах розвитку вітчизняного інформаційного простору. У дорадянську добу окремі елементи критичного аналізу преси виявлялися в публіцистиці та літературній критиці, де увагу зосереджували на ролі періодичних видань у суспільних процесах, особливостях їхньої мовної політики та змістовому наповненні. У радянський період критика засобів масової інформації була переважно інструментом внутрішньопартійного контролю, цензури та регламентованої «самокритики», що слугували забезпеченню ідеологічної відповідності та виконанню директив партійного керівництва, а можливість незалежного публічного аналізу медіа була фактично відсутня. Лише в часи Перебудови (1985–1991) спостерігалося помітне послаблення цензурних обмежень і розширення свободи слова, що дало змогу з'явитися публікаціям, спрямованим на критику стагнаційних явищ та формалізму офіційної преси й стало важливою передумовою появи відкритої публічної медіакритики [59].

Зі здобуттям Україною незалежності постала потреба у всебічному переосмисленні функцій і ролі засобів масової інформації в умовах демократичного суспільства. На початковому етапі медіакритика мала фрагментарний характер і була здебільшого зорієнтована на правові аспекти

діяльності медіа, зокрема на питання свободи слова та дотримання законодавства, а також на виявлення етичних порушень, зокрема практик замовчування та прихованої реклами. У цей період формуються перші громадські організації й спеціалізовані журналістські видання, що займаються моніторингом медіасфери; вагому роль відіграють журналістсько-практики, які порушують проблематику власності на медіа та впливу бізнесово-політичних груп на редакційну політику. Поступово зростає й академічний інтерес: у журналістикознавстві та філологічних дослідженнях з'являються праці, присвячені аналізу мовних особливостей медіадискурсу, жанрових трансформацій та засад професійної етики [59].

Упродовж 2000–2014 років медіакритика трансформується у більш системну сферу завдяки підтримці міжнародних донорів та розвитку місцевих громадських інституцій, що започатковують регулярні моніторингові програми. Важливим чинником стає поява спеціалізованих інтернет-ресурсів, які виконують функції майданчиків для професійної рефлексії та публічної дискусії, поєднуючи журналістську критику з науковим аналізом. Після 2014 року, у зв'язку зі збройною агресією Росії, медіакритика набуває стратегічного виміру: її фокус зміщується до питань протидії дезінформації, розпізнавання фейкових повідомлень, пропагандистських технік і небезпечних наративів. Паралельно інтенсивно розвивається просвітницький напрям медіаграмотності, у межах якого громадські активісти та медіааналітики здійснюють навчальні ініціативи, спрямовані на формування критичного мислення серед широких аудиторій. На тлі цифровізації увага медіакритики охоплює нові комунікаційні платформи, включно із соціальними мережами та месенджерами, що зумовлює дослідження впливу інфлюенсерів, алгоритмічних механізмів поширення контенту та особливостей «нових медіа» [57]. У цих умовах посилюється інституційна складова: зростає значення професійних етичних органів та державних регуляторів, які в умовах воєнного стану відіграють ключову роль у забезпеченні інформаційної стійкості держави.

Поступово медіакритика опанувала радійні, телевізійні формати, а з поширенням всесвітньої мережі з'явилася в онлайн-виданнях і стала мультимедійною. Утім, в українських умовах популярна медіакритика в традиційних ЗМІ (наприклад, на телебаченні чи FM-радіо) залишається нерозвиненою. Найбільшу частку медіакритичних текстів сьогодні публікують інформаційні інтернет-видання та блоги, оскільки вони мають гнучкий формат і мультимедійність.

Про сучасні шляхи представлення інформації і про важливість блогів для медіакритики говорять дослідники А. Горчикова та А.Зубарець: «сучасний критик часто користується зручним способом для поширення медіа продукту – блогами. Це дає можливість поширювати та популяризувати медіакритику серед широкого загалу. Тому вважаємо, що журналістські блоги є новітньою платформою професійної регіональної медіа критики» [7, с.172]. Науковці зазначають, що «жанрові особливості медіакритичних блогів журналіста визначаються своєю тріадністю, тобто поєднують ознаки інформаційних, аналітичних жанрів та публіцистику. Текст публікацій є простим та зрозумілим, автор веде оповідь в розповідному стилі, це забезпечує доступність і легке сприйняття інформації» [7, с.175].

Медіакритика в журналістських колонках, блогах та інших персональних майданчиках є важливою складовою так званої «популярної медіакритики». Вона функціонально доповнює аналітичну роботу спеціалізованих медіаорганізацій (як-от «Детектор медіа» або ІМІ), але має свої унікальні особливості. У 2010 році О.Довженко писав [10], що в друкованих засобах масової інформації критичні матеріали, спрямовані на аналіз медійного продукту, з'являються нерегулярно та переважно мають реактивний характер, виникаючи у відповідь на окремі інформаційні приводи або в межах публічних полемік. Науковець узагальнює, що попри наявність у низці видань, зокрема в газетах «День» чи «Україна молода», спеціальних рубрик або шпальт, присвячених медіатематиці, їхній зміст здебільшого представлений інформаційними публікаціями та інтерв'ю, тоді як аналітична

чи публіцистична медіакритика залишається кількісно обмеженою. Відносно більша, хоча також незначна, концентрація медіакритичних текстів спостерігається в інтернет-виданнях і блогах, які забезпечують більш гнучкі умови для оперативної та рефлексивної оцінки медійного контенту.

Українські медіа мають низку впливових журналістів та блогерів, які активно займаються медіакритикою у своїх колонках, блогах та соціальних мережах. Їхні публікації є частиною публічного дискурсу щодо якості та етики ЗМІ. У сучасному українському медіапросторі персональні формати медіакритики посідають важливе місце, оскільки дозволяють авторам поєднувати професійну експертизу з аналітичною глибиною та індивідуальною манерою викладу. Представники спеціалізованих медіааналітичних інституцій, зокрема «Детектор медіа» та Інституту масової інформації, використовують авторські колонки як майданчики для більш розгорнутих оцінок явищ, які у формалізованих звітах подаються стисло й стримано. Так, публіцистика Отара Довженка вирізняється ґрунтовним і часто сатирично забарвленим аналізом етичних порушень, пропагандистських технологій, тенденцій трансформації медіаринку та суспільної ролі журналістики; його тексти регулярно з'являються у колонках «Детектор медіа» та на персональних онлайн-ресурсах. Наталія Лигачова зосереджується на системному дослідженні олігархічного впливу на медіасферу, питаннях незалежності суспільного мовника та регулювання інформаційної політики держави, публікуючи свої аналітичні матеріали у формі колонок та інтерв'ю. Роман Шутов орієнтує свої дослідження на проблематику російської дезінформації та інформаційної безпеки, також переважно в авторському форматі на «Детекторі медіа».

Важливим сегментом персональної медіакритики є журналісти-практики й публіцисти, які, будучи безпосередніми учасниками медіапроцесів, звертаються до критики професійних стандартів, галузевих тенденцій та системних дисфункцій. Зокрема, Ярослав Зубченко відомий регулярними оглядами телевізійного контенту з акцентом на мовних

порушеннях, стандартах новин та рівні маніпулятивності, нерідко застосовуючи сатиричні прийоми; його матеріали представлені у відповідних рубриках «Детектор медіа». Інші публіцисти, серед яких Андрій Баштовий та Вахтанг Кіпіані, зосереджуються на критиці політичної заангажованості медіа, викритті корупційних практик та захисті свободи слова, використовуючи блоги на великих інформаційних порталах і соціальні мережі для оперативного реагування на події. Авторські матеріали з критикою медіа часто публікують видання «Українська правда», «NV.ua», «Лівий берег» – у розділах «Блоги» або «Думки».

З розвитком цифрових комунікацій значна частина медіакритики перемістилася в простір неформальних платформ, зокрема блогів і Telegram-каналів, де автори зосереджуються на розборі конкретних випадків дезінформації та маніпуляцій, що поширюються в соціальних мережах і на російських інформаційних ресурсах, наближаючи цей сегмент до фактчекінгу, який, хоча й не є медіакритикою у вузькому розумінні, перебуває з нею у тісному взаємозв'язку.

Спеціалізована медіакритика представлена такими найбільш відомими в Україні виданнями, як «Медіакритика», «Телекритика», «MediaSapiens», «Detector Media». Утім, О. Довженко підкреслює, що «неможливо провести чітку межу між популярною та спеціалізованою медійною критикою, позаяк існує чимало перехідних форм» [10]. Науковець резюмує: публіцистичні тексти відомих українських письменників та блогерів характеризуються високим рівнем інтелектуальної насиченості й передбачають від читача обізнаність із сучасними медійними та культурними контекстами, володіння відповідною термінологією та загалом вищий за середній рівень культурної компетентності. Водночас спеціалізована медіакритика не обмежується суто професійним дискурсом і не завжди вимагає підготовки медіафахівця для її розуміння: значна частина матеріалів у профільних виданнях подається доступною, чіткою мовою й орієнтована на ширшу читацьку аудиторію, що

сприяє розширенню суспільного інтересу до проблем функціонування медійної сфери.

У сучасному українському медіапросторі ключовими осередками спеціалізованої медіакритики виступають інституції та видання, які забезпечують системний, методологічно обґрунтований аналіз функціонування медіа. Найвідомішою та найвпливовішою платформою є «Детектор медіа», яка виросла з проєкту «Телекритика», заснованого у 2001 році, що фактично започаткував в Україні формат професійної медіакритики. «Детектор медіа» здійснює комплексний моніторинг українського медіапростору, аналізує політичні ток-шоу, оцінює дотримання журналістських стандартів, досліджує прояви пропаганди та дезінформації, а також регулярно оглядає телебачення, радіомовлення й інтернет-контент [8]. Структурно ресурс складається з основного порталу Detector Media, який зосереджений на аналітиці та моніторингу, та підпорталу MediaSapiens, орієнтованого на розвиток медіаграмотності та критичного мислення.

Вагому роль у сфері професійної медіакритики відіграє також громадська організація «Інститут масової інформації» (ІМІ) [23], одна з найстаріших і найавторитетніших у цій галузі. Її діяльність спрямована на моніторинг свободи слова, фіксацію злочинів проти журналістів, виявлення прихованої реклами («джинси») у медіа та аналіз дотримання ключових стандартів журналістики, зокрема балансу думок, достовірності та повноти подання інформації. Регулярні аналітичні звіти та інфографіка ІМІ становлять вагому фактологічну основу для численних медіакритичних досліджень та публікацій. Як зазначено на сайті ІМІ: «Інститут масової інформації – медійна громадська організація, яка працює з 1996 року. ІМІ відстоює права журналістів, аналізує медіасферу та висвітлює пов'язані з медіа події, протидіє пропаганді та дезінформації, забезпечує медіа засобами захисту для відряджень у зону бойових дій під час російсько-української війни починаючи з 2014 року. ІМІ робить єдиний в Україні моніторинг свободи слова та список прозорих і відповідальних онлайн-медіа, документує

медійні злочини Росії у війні проти України. ІМІ має представників у 20 регіонах України і мережу хабів “Медіабаза” для безперебійної підтримки журналістів» [23].

До кола провідних спеціалізованих ресурсів належить і MediaLab, видання, орієнтоване на фахову аудиторію та студентів-журналістів; його контент охоплює аналіз журналістських практик, освітні матеріали, огляд міжнародного досвіду та питання медіаетики й медіаосвіти. MediaLab – це проєкт Львівського медіафоруму; як зазначено на сайті: «Наша робота – розповідати українською мовою про найцікавіше й найцінніше зі світу медіа» [71].

Отже, інституційна структура сучасної медіакритики охоплює як провідні спеціалізовані організації («Детектор медіа», ІМІ, MediaLab), так і персональні формати аналізу, представлені матеріалами медіаекспертів, журналістів-практиків та блогерів. Ця багатокомпонентна екосистема характеризується поєднанням професійного моніторингу, публіцистики та просвітницьких ініціатив, що забезпечує баланс між глибокою фаховою експертизою та доступністю для широких аудиторій. Водночас інтеграція традиційних і нових медіа сприяє розширенню арсеналу критичних підходів, дозволяючи охопити як класичні ЗМІ, так і цифрові комунікаційні середовища, включно з соціальними мережами й месенджерами. У результаті медіакритика постає не лише як інструмент оцінки професійних стандартів, а й як механізм формування медіаграмотного суспільства, здатного протистояти викликам сучасного інформаційного простору. Сукупно ці ресурсні платформи становлять інституційний фундамент професійної медіакритики в Україні, яка відрізняється від популярних блогових чи колонкових форматів акцентом на методологічному підході, системному моніторингу та експертній оцінці.

## 2.2. Динаміка розвитку інтернет-видання «Детектор медіа»

Інтернет-видання в Україні з'явилися наприкінці 90-х – на початку 2000-х років, і всі наступні роки відбувався початковий етап формування цієї групи медіа як такої. Видання почало свою роботу з 2016 року і працює до сьогодні, пропонуючи читачам детальний огляд ключових політичних, економічних та соціальних подій, що відбуваються на території України та у всьому світі. Загалом, «Детектор медіа» – це українська громадська організація, яка є власником однойменного інтернет-видання та є правонаступником ГО «Телекритика». Головою ГО «Детектор медіа» та шеф-редактором порталу «Детектор медіа» є Наталія Лигачова (Наталія Львівна Лигачова-Чернолуцька).

На сайті «Детектор медіа» представлена історія створення й розвитку цього проєкту: «Громадська організація «Детектор медіа» заснована у січні 2004 року командою Наталії Лигачової. Історія ДМ (до 27 квітня 2016 року – громадської організації «Телекритика») – це історія перетворення авторського нішевого онлайн-проєкту на головне медіа про медіа в Україні, розбудови багатофункціональної платформи та фахової спільноти медіаекспертів, які обстоюють демократичні стандарти роботи засобів масової інформації в Україні. Ця історія розпочалася 2001 року» [24].

У вересні 2001 року було запущено сайт [telekritika.kiev.ua](http://telekritika.kiev.ua) – проєкт організації «Інтерньюз-Україна», створений за фінансової підтримки Фонду розвитку українських ЗМІ при Посольстві США в Україні. До редакційної команди, очолюваної шеф-редакторкою Наталією Лигачовою, увійшли також Ганна Шерман, Сергій Черненко та Тетяна Акімова. Команда «Телекритики» активно включилася у процес утвердження демократичних стандартів журналістики. Наталія Лигачова брала участь у створенні Комісії журналістської етики, а восени 2002 року, під час протестів журналістів проти цензурних темників, вона разом з Іриною Чемерис на зборах у Будинку вчителя запропонувала ідею створення медійної профспілки, яка була

підтримана більшістю учасників. Представники «Телекритики» увійшли до організаційного комітету зі створення Київської незалежної медіа-профспілки, а згодом стали членами її комітету, а також брали участь в організації парламентських слухань з питань цензури у 2003 році. Сайт «Телекритики» водночас слугував важливим майданчиком для дискусій та поширення інформації про спротив політичному тиску та цензурним практикам [24].

У січні 2004 року команда сайту відокремилася від ГО «Інтерньюз-Україна» та заснувала власну громадську організацію «Телекритика». Окрім роботи сайту, редакція почала видавати щомісячний журнал, який виходив до початку 2011 року і став своєрідним друкованим літописом українських медіа. У грудні 2015 року за участю Інституту масової інформації, Інституту медіаправа, «Інтерньюз-Україна», Фондації «Суспільність» та ГО «Телекритика» було створено Незалежну медійну раду, яку очолила Наталія Лигачова [24].

Наприкінці 2000-х «Телекритика» стала унікальним ресурсом для Східної Європи та пострадянського простору, що висвітлював медіа як комплексне явище, включно з процесами, середовищем, спільнотою, ринком та продуктом, при цьому аналізуючи українські реалії у світовому контексті. Одночасно співробітники редакції та члени громадської організації виступали як «агенти впливу», залучені до всіх ключових процесів розвитку та оздоровлення українських медіа, серед яких роздержавлення ЗМІ та створення суспільного мовлення, вдосконалення медійного законодавства, протидія прихованій рекламі та контроль за дотриманням законодавчих норм під час виборів.

Посилення суспільної ролі ГО «Телекритика» спонукало команду припинити співпрацю з холдингом «Главред-медіа», який уже кілька років належав бізнесмену і політику Ігорю Коломойському, адже партнери заявили свої права на бренд «Телекритика». Восени 2015 року Наталія Лигачова ухвалила ішення: разом із командою залишити сайти «Телекритика» і «Дуся»

та заснувати нове видання. Тому в лютому 2016 року було створено новий сайт [detector.media](http://detector.media), а в квітні 2016 року громадська організація «Телекритика» змінила назву на «Детектор медіа».

«Детектор медіа» – це одна з найвпливовіших українських громадських організацій, яка спеціалізується на моніторингу та аналізі українських медіа. Головна мета «Детектор медіа» – це сприяння розвитку якісної журналістики, підвищення медіаграмотності суспільства та боротьба з маніпуляціями та дезінформацією. Організація здійснює моніторинг українських ЗМІ, проводить дослідження, організовує тренінги для журналістів та громадських активістів, а також публікує аналітичні матеріали на своєму сайті.

«Детектор медіа» відіграє важливу роль у формуванні медіаландшафту України. Організація не лише викриває маніпуляції та фейки, але й пропонує альтернативні погляди на актуальні проблеми, сприяє розвитку критичного мислення в суспільстві та захищає свободу слова. Детектор медіа є незамінним помічником для всіх, хто цікавиться українською журналістикою та хоче отримувати достовірну інформацію. Це не просто інформаційний портал, а справжнє джерело глибокого аналізу медіа-ринку, що дозволяє зануритися у події, тенденції та проблеми медіапростору України.

Основний напрямок його діяльності є інформування читачів про найважливіші події в українському і світовому інформаційному просторі та на медіаринку в контексті політичних та соціальних процесів. Важливою складовою «ДМ» є також аналіз і критика роботи вітчизняних ЗМІ з метою підвищення якості їхнього продукту, а також сприяння медіаграмотності широких верств населення. Пріоритетними темами «Детектора медіа» є провадження медіареформ, створення та зміцнення незалежного суспільного мовлення, викриття фактів корупції у медіасфері, моніторинг діяльності державних та регулятивних органів у галузі, сприяння підвищенню медіаграмотності населення, протидія перетворенню ЗМІ у засоби пропаганди.

Одна з основних причин читацького інтересу до «Детектор медіа» полягає в його здатності здійснювати глибокий аналіз медіаринку. Ресурс не обмежується поверхневими повідомленнями, а пропонує детальний огляд подій, вивчає їх контекст та наслідки. Завдяки цьому можна краще зрозуміти, що відбувається у сфері, які тенденції зараз домінують і які проблеми потребують вирішення.

Ще одна важлива особливість «Детектор медіа» – це його фокус на журналістиці. Ресурс приділяє багато уваги питанням етики, професійних стандартів та якості журналістики. Це особливо важливо у сьогоднішній час. Додатково варто згадати про різноманітність форматів, що пропонує «Детектор медіа». Крім традиційних текстових матеріалів, на сайті можна знайти подкасти, відео та інші формати, які роблять контент більш доступним та цікавим. Це дозволяє користувачам обирати той формат, який найбільше відповідає їхнім потребам та вподобанням.

Крім того, «Детектор медіа» – це український медіаресурс, що спеціалізується на перевірці фактів, аналізі медіа та боротьбі з дезінформацією. Сайт пропонує різноманітні матеріали, такі як новини, статті, дослідження та думки експертів, які стосуються актуальних проблем медійної сфери.

Одна з ключових функцій цього ресурсу – фактчекінг, що дозволяє користувачам перевіряти інформацію і підвищувати рівень медіаграмотності. Це надзвичайно корисно для журналістів, адже допомагає уникати розповсюдження неправдивих відомостей та підтримувати професійні стандарти. «Детектор медіа» також займається дослідженнями впливу медіа на громадську думку, що є дуже актуальним для навчання в журналістиці: можна використовувати матеріали цього ресурсу для підготовки навчальних проєктів, досліджень і статей. Зокрема, цікавими є аналіз медіаматеріалів, які ілюструють приклади медійних маніпуляцій. Цей ресурс також містить аналіз дезінформації, яку поширюють як місцеві, так і міжнародні медіа, а також активно висвітлює теми інформаційної безпеки та медіаграмотності. У

розділі «Фактчек» перевіряються конкретні новини, заяви та публікації, що дозволяє зрозуміти, які факти є правдою, а які – частиною маніпуляцій. Крім того, ресурс надає корисні поради та рекомендації для журналістів, що сприяють покращенню їхньої роботи.

Ще однією перевагою є постійно оновлюваний контент, який дозволяє залишатися в курсі актуальних медіа-ситуацій. Тут можна знайти не лише перевірку фактів, а й статті про тренди в галузі медіаосвіти та медіаграмотності. Загалом, це важливий інструмент для журналістів, які прагнуть підвищити свою медіаграмотність і забезпечити якість інформації, що вони надають своїм читачам.

Не менш важливою є і громадянська позиція ресурсу. «Детектор медіа» не боїться висловлювати свою думку з актуальних питань, що робить його ресурсом для тих, хто шукає не лише інформацію, а й різні погляди на події. В епоху інформаційної перенасиченості важливо мати платформу, яка не боїться давати критичну оцінку подіям та явищам.

«Детектор медіа» є незамінним ресурсом для журналістів та всіх, хто цікавиться медіа. Сайт є джерелом актуальних даних, статистичних показників та експертних оцінок, що є надзвичайно корисним для створення власних аналітичних матеріалів. Сайт допомагає слідкувати за змінами, що відбуваються в українських медіа, і оцінювати якість журналістських матеріалів. Це важливо для розуміння загальної картини медіа-простору та адаптації до нових викликів.

Таким чином, «Детектор медіа» є важливим і корисним ресурсом, який не тільки надає якісну інформацію, але й сприяє розвитку професійних навичок та знань. Завдяки цьому ресурсу я зможу краще розуміти сучасний медіа-ландшафт та успішно працювати в галузі журналістики. Новини на сайті «ДМ» стосуються не лише медіа, але й життя журналістів, політв'язнів, соцмереж, кіно, книжок тощо.

Отже, інтернет-видання «Детектор медіа» має більше переваг, ніж паперові видання. У першу чергу, це гіпертекстові посилання, що

забезпечують доступ до архівів та інших електронних ресурсів, а також мультимедійність, що слугує додатковим прийомом популяризації інформації. Таким чином, читач має справу не з лінійним текстом, а з розширеним обсягом інформації.

### РОЗДІЛ 3

## ТЕЛЕВІЗІЙНА КРИТИКА ЯК МАРКЕР ТРАНСФОРМАЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

### 3.1. Трансформаційні процеси в телекритиці на зламі ХХ-ХХІ ст.

Телекритика в Україні на початку ХХІ століття пройшла шлях від фрагментованого та переважно етичного обговорення до інституціоналізованого, політично орієнтованого моніторингу, що став каталізатором суспільних змін. Як зазначають науковці, ключовий період трансформації охоплює 2001–2005 роки.

На початку 2000-х років, з моменту заснування спеціалізованого видання «Телекритика» у 2001 році, яке пізніше перетворилося на ГО «Детектор медіа», формування медіакритики в Україні стало системним та професійним процесом. Саме в цей період почала формуватися спеціальність «медіакритик», а аналіз телебачення зосереджувався на якості контенту, жанрових особливостях, дотриманні професійної етики та мовних характеристиках українських телеканалів.

На етапі політизації та протидії цензурі (2002–2004) телекритика кардинально змінила свій фокус у відповідь на введення владою «темників» – негласних директив щодо висвітлення подій, що суттєво обмежувало свободу слова. Критики почали системно моніторити порушення балансу думок, маніпуляції, замовчування тем та цензуру на центральних телеканалах, перетворюючи аналіз на політично гострий інструмент. «Телекритика» відіграла ключову роль у мобілізації журналістської спільноти, надаючи майданчик для обговорення протестів проти цензури та публікації викривальних матеріалів, що стало одним із чинників, що передували Помаранчевій революції. Після 2004 року, у період суспільної легітимізації та розширення, телекритика набула високої суспільної ваги та

офіційного визнання. Аналіз почав охоплювати проблеми олігархічної власності медіа та вплив власників на редакційну політику, а також розширився у жанровому плані: з'явилися регулярні моніторингові звіти, гумористичні та сатиричні огляди телепрограм, активне обговорення медіа у блогах та соціальних мережах. У результаті, на початку XXI століття українська телекритика трансформувалася від аналізу того, «що показують і як», до глибокого критичного розгляду питань «хто це показує і з якою метою» [24].

Як зазначає А. Миколаєнко [36], українська медіакритика виразно відрізняється від європейської та американської традицій як за своєю основною функцією, так і за рівнем впливу на громадянське суспільство. У західному контексті медіакритика виконує роль потужного інструмента громадського контролю та моніторингу медіасфери, тобто є насамперед праксеологічним, орієнтованим на практичну дію чинником, що сприяє сталому функціонуванню демократичних інститутів. Натомість у вітчизняних умовах її роль істотно інша: вона меншою мірою підтримує механізми громадянського суспільства і більше виступає засобом репрезентації взаємозв'язків між медіа та аудиторією. Українська медіакритика функціонує переважно як когнітивно-рефлексивний інструмент, спрямований на оцінювання медіапрактик і різноманітних форм взаємодії між медіапідприємствами та споживачами контенту.

Масштаби охоплення аудиторії в Україні залишаються незначними, оскільки більшість медіакритичних публікацій зорієнтовані передусім на фахове середовище, зокрема на журналістів та інших працівників медійної сфери. Однією з характерних тенденцій, на думку А. Миколаєнко, є низький рівень поширення таких матеріалів серед широкого загалу, що обмежує їхній суспільний вплив. Водночас українська медіакритика значною мірою зосереджена на аналізі національного медіапростору, тоді як інформація про глобальні процеси в медіаіндустрії представлена в незначному обсязі. Хаотичність внутрішніх процесів, що відбуваються у вітчизняних ЗМІ,

ускладнює не лише їхнє глибоке осмислення, а й можливість системного порівняння із світовими тенденціями.

Попри наявні відмінності й обмеження, безперервний розвиток критичної медіадумки в Україні створює умови для поступового розширення її впливу на суспільство та поглиблення розуміння медійного простору, що, ймовірно, сприятиме зміцненню ролі медіакритики у формуванні зрілої громадянської культури.

А. Миколаєнко [36] вважає, що перспективними напрямками для розвитку української медіакритики є такі:

1. Вивчення впливів медіа на психічне здоров'я аудиторії. Зокрема, аналіз і вивчення цих впливів є перспективним у рамках медіакритики.

2. Формування інформаційного імунітету в суспільстві. Це також розглядається як перспективний напрям.

3. Питання компетентності авторів. Варто приділяти увагу питанням авторської компетентності, оскільки це є проблемним аспектом сучасної критики.

4. Розширення читацької аудиторії. Збільшення масштабів охоплення аудиторії є однією з перспектив медіакритики, оскільки наразі її рівень поширення серед широкого загалу є низьким, а зацікавленість виявляє переважно фахова аудиторія.

Постійний розвиток та вдосконалення критичних медіа дають можливість прогнозувати подальше розширення її впливів на суспільство та розуміння ним медійного простору.

Українська телекритика, як частина медіакритики, постійно трансформується під впливом суспільних, політичних та технологічних змін, особливо в умовах повномасштабної війни. Однією з ключових функцій сучасних медіакритичних ресурсів є підвищення медіаграмотності населення, навчання розпізнаванню маніпуляцій, фейків та пропаганди.

За нашими спостереженнями, українська телекритика поступово переходить від фрагментарних оглядів до системнішого аналізу

телепродукту, зосереджуючись не лише на оцінюванні змісту програм, а й на вивченні виробничих процесів, стандартів журналістики та впливу власників медіа на контент. Однією з ключових тенденцій є зростання ролі аналітичних форматів, орієнтованих на розкриття маніпулятивних технік телемовлення, використання пропагандистських підходів і виявлення порушень професійних стандартів. Значний вплив на розвиток телекритики має суспільно-політичний контекст, зокрема російсько-українська війна: критики дедалі більше уваги приділяють питанням інформаційної безпеки, стійкості аудиторії до пропаганди та відповідальності мовників у кризових ситуаціях.

Телекритика в Україні також характеризується активним переходом у цифрові середовища: з'являється більше спеціалізованих YouTube-каналів, подкастів, Telegram-каналів та онлайн-платформ, які оперативно реагують на зміни в телепросторі й залучають ширшу аудиторію, ніж традиційні друковані видання. Аудиторія традиційних медіа (включно з телебаченням) скорочується, а вплив соціальних мереж та Telegram-каналів зростає (особливо в умовах воєнного стану). Телекритика (й ширше – медіакритика) тепер також відбувається на YouTube, Facebook, Telegram та інших платформах. Це дозволяє оперативно реагувати на контент, але водночас створює виклики щодо глибини аналізу та верифікації інформації. Розширюється коло й авторів – до професійних медіадослідників та журналістів долучаються незалежні коментатори, фактчекери й медіааналітики. Попри це, охоплення все ще залишається порівняно низьким, а телекритика орієнтована переважно на медіафахівців, хоча поступове зростання інтересу з боку широкої аудиторії все ж спостерігається.

Важливою тенденцією є зміщення фокусу з аналізу художніх і розважальних форматів на дослідження інформаційного телебачення, новин, політичних ток-шоу та суспільно значущих програм. Телекритика дедалі частіше звертається до питань етики, якості інформації, дотримання стандартів і прозорості редакційної політики. Зростає інституціоналізація сфери – активніше працюють громадські організації, аналітичні центри та

моніторингові ініціативи. Загалом розвиток української телекритики демонструє рух у бік професіоналізації, посилення аналітичної складової та зростання впливу на формування медіаграмотності аудиторії.

Вторгнення Росії суттєво трансформувало український медіаландшафт і, відповідно, змінило характер телекритики. У телемовленні, зокрема в межах формату «Єдині новини», домінують інформаційні жанри, спрямовані на констатацію фактів, оперативне інформування населення та підтримання патріотичного настрою. В умовах воєнного стану загострилися питання саморегуляції, дотримання професійних стандартів і журналістської етики, що стало важливим об'єктом критичного аналізу, зокрема з боку Комісії з журналістської етики. Одним із центральних напрямів сучасної медіакритики є протидія російській пропаганді та викриття дезінформації, яку поширюють як традиційні, так і цифрові медіа. Водночас актуальною залишається проблема прозорості та незалежності українських медіа, зокрема їхньої залежності від власників і впливу олігархічних груп на редакційну політику, що продовжує бути предметом системної критичної уваги.

Досліджуючи сучасні тенденції розвитку медіакритики в Україні, Н. Загоруйко зазначає: «Серед перспектив розвитку вітчизняної медіакритики є залучення до осмислення цього дискурсу більшої частини читацької аудиторії, підвищення рівня медіаграмотності та медіакультури у суспільстві. Характерною ознакою вітчизняної медіакритики є те, що вона головно виступає механізмом саморегуляції ЗМІ, адже її матеріали присвячені інтерпретації тенденціям і проблемам розвитку медіаринку» [15, с. 265].

Незважаючи на поступовий розвиток, українська медіакритика стикається з низкою проблемних аспектів, серед яких особливо помітними є питання компетентності та незалежності авторів, адже нерідко спостерігається схильність до суто критичного підходу замість конструктивного аналізу. Значну частину доступного контенту становлять популярні матеріали, тоді як академічно обґрунтованих, глибоких

медіакритичних досліджень бракує. Крім того, проблемою залишається обмеженість жанрової палітри, особливо в регіональних засобах масової інформації, де переважають пресрелізи й відчутно бракує повноцінних аналітичних матеріалів.

Отже, сучасна телекритика (медіакритика) в Україні еволюціонувала від аналізу телевізійних програм до системного моніторингу та критичного оцінювання всього медіапростору, з акцентом на безпеку. Сучасна українська медіакритика стала багатовекторним, професійно інституціоналізованим процесом: вона є не просто галуззю знань, а невід'ємним елементом демократичної та інформаційної оборони країни, що активно працює над підвищенням колективного імунітету суспільства до інформаційних вірусів та маніпуляцій. Незважаючи на успішну еволюцію, перед медіакритикою / телекритикою стоять значні виклики, наприклад: робота з новим медіа-полем (порушення блогерами традиційних стандартів журналістики).

### **3.2. Телекритика періоду повномасштабної війни на сайті «Детектор медіа»: загальна характеристика**

Телекритика на платформі «Детектор медіа» є найбільш системною, професійною та впливовою в Україні. Вона охоплює широкий спектр програм, але головний акцент змістився з естетичної критики на критику дотримання стандартів, етики та протидії пропаганді.

Критика телевізійних програм, яку здійснює «Детектор медіа» (ДМ), є наріжним каменем української медіакритики, і ця діяльність з часом еволюціонувала від естетичної оцінки до функції інформаційної безпеки та моніторингу професійних стандартів. Головна особливість критики ДМ полягає у її методології та ґрунтуванні на чітких етичних і професійних кодексах. Аналізуючи контент, ДМ не просто висловлює суб'єктивну думку, а детально фіксує порушення, використовуючи конкретні приклади.

Найстарішим і постійним напрямком є моніторинг новинних випусків. Наприклад, у своїх щотижневих або щомісячних звітах ДМ критикує центральні телеканали (до 2022 року, а нині – учасників телемарафону «Єдині новини») за порушення балансу думок та неповноту інформації. Це виявляється, коли телеканали, підконтрольні певним політико-фінансовим групам, надають надмірний хронометраж або виключно позитивне висвітлення діяльності своїх власників чи лояльних до них політиків, ігноруючи критичні позиції або думки опозиції. Так, у періоди виборчих кампаній ДМ наводив конкретні приклади секундного хронометражу, доводячи наявність джинси (прихованої реклами) на користь певних кандидатів, поданої під виглядом новин.

Після початку російської агресії у 2014 році, а особливо після повномасштабного вторгнення 2022 року, критика ДМ сфокусувалася на питаннях протидії дезінформації та пропаганді. «Детектор медіа» активно аналізує ток-шоу та інформаційні ефіри, викриваючи російські наративи, які можуть бути несвідомо чи свідомо ретрансльовані українськими медіа. Наприклад, критикується використання лексики, що розмиває відповідальність агресора, або висвітлення внутрішніх суперечок в Україні через призму, вигідну Кремлю. ДМ постійно публікує матеріали, де детально розбирає, як саме працюють російські ІІСО, та які маніпулятивні прийоми (наприклад, апеляція до емоцій, використання фейкових експертів) застосовуються в ефірі.

Окремий потужний блок критики присвячений телемарафону «Єдині новини». Тут ДМ виступає з позиції необхідності підтримання критичної функції журналістики навіть в умовах війни. Критика стосується надмірної монополії на позитивну думку, відсутності належного представлення опозиційних голосів, а також зацикленості на офіційних звітах, що може призводити до втоми аудиторії та відриву від реальних проблем, які хвилюють суспільство. Наприклад, критики ДМ аналізують, наскільки

глибоко марафон висвітлює теми, пов'язані з корупцією, або проблеми ВПО, порівнюючи це з часом, присвяченим офіційним заходам.

Надзвичайно глибокими є моніторинги від ДМ. Так, системний моніторинг телемарафону «Єдині новини» – це найбільш регулярний та методологічний вид критики. Автор (зазвичай, медіатренер Ігор Куляс) детально розбирає кілька годин ефіру різних каналів-учасників. Основним предметом критики тут залишається порушення журналістських стандартів. Наприклад, «Моніторинг спільного телемарафону «Єдині новини» за 2–3 січня 2024 року»: недотримання стандарту повноти інформації проявлялося в тому, що журналісти інколи не вказували дати на бекграундових кадрах із наслідками обстрілів (наприклад в Одесі), через що у глядача могло складатися враження, ніби події є актуальними саме зараз; подекуди також недостатньо чітко ідентифікували експертів, що ускладнювало розуміння їхньої компетентності. Окремою проблемою була наявність канцеляриту та використання малозрозумілої для широкої аудиторії бюрократичної лексики, зокрема у сюжетах про фінансові зміни, де звучали формулювання на кшталт «юридичні особи» чи «фізичні особи», які без додаткового пояснення робили повідомлення менш доступним. Крім того, фіксувалися порушення стандарту відокремлення фактів від коментарів, коли ведучі або журналісти змішували оціночні судження з фактичним повідомленням, подаючи власні інтерпретації як частину новини.

«Детектор медіа» постійно досліджує, які політичні сили отримують доступ до ефіру марафону «Єдині новини», що є ключовим питанням політичного плюралізму. Так, у звіті за 2024 рік зазначено, що серед гостей-депутатів марафону 87% належали до фракції «Слуга народу», що свідчить про суттєву диспропорцію у представленні парламентських сил та відсутність політичного плюралізму, а також дискримінацію опозиції. Моніторингові дослідження показують, що переважна більшість народних депутатів, запрошених в ефір, представляє провладну фракцію, що, на думку критиків, створює у суспільства спотворене уявлення про політичний

ландшафт і обмежує можливість критичної дискусії. Крім того, «Детектор медіа» опирається на власні соціологічні дані, зокрема «Індекс медіаграмотності українців», який у 2023–2024 роках засвідчив зниження довіри до марафону, особливо серед ветеранів, з яких 82% змушені шукати інформацію в інших джерелах через «прикрашення дійсності та відсутність різних точок зору» у «Єдиних новинах».

Крім новин, ДМ також звертає увагу на розважальний контент, серіали та ток-шоу, критикуючи їх за гендерні стереотипи, мову ворожнечі чи культурну залежність від російського медіапродукту. Наприклад, рецензії на нові українські серіали часто вказують на використання застарілих російськомовних кліше, недостатню репрезентацію української культури чи стереотипне зображення професій та соціальних ролей. Це важливий аспект роботи «Детектора медіа», оскільки неінформаційний контент (розважальні програми, серіали, шоу) відіграє величезну роль у формуванні суспільних цінностей, норм поведінки та культурної ідентичності. Критика ДМ у цій сфері зосереджена на трьох ключових площинах: гендерні та соціальні стереотипи, мова ворожнечі (hate speech) та культурна деколонізація.

«Детектор медіа» регулярно здійснює критику телевізійного контенту за різними напрямками, зокрема за гендерними та соціальними стереотипами, культурною залежністю та русифікацією, а також за етичність і відсутність мови ворожнечі. Так, у матеріалах про романтичні та реаліті-шоу, зокрема у публікаціях, присвячених шоу «Холостяк», автори детально аналізують, як шоу етишизує «жіночу боротьбу» за чоловіка та демонструє залежність жіночих персонажів від чоловічої уваги й ресурсів, при цьому відволікаючи від важливих суспільних проблем та пропонуючи архаїчну модель стосунків. «Детектор медіа» робить висновок, що такі програми транслюють ідеологію, засновану на ієрархії та патріархальних уявленнях, що суперечить європейським цінностям рівності та активної ролі жінки в суспільстві. Утім, критики вбачають і позитивні аспекти цього шоу. Так, журналістка Анна Калюжна у статті «Плюси і мінуси шоу «Холостяк»»

(2024 р.), детально аналізує переваги цього сезону, виокремлюючи сексуалізацію та нормалізацію повноцінного життя ветеранів з інвалідністю, а також постійну інтеграцію соціальних і благодійних місій у побачення. До ключових позитивних моментів також віднесено повну україномовність проєкту та чесність «Терена» у реагуванні на «кринж» серед учасниць. Водночас, вона наводить і недоліки: зокрема, невідповідність деяких вербальних пояснень «Холостяка» справжнім причинам відмови, що провокує хейт у мережі, а також відсутність у шоу «трушних» військових чи волонтерок через їхню зайнятість. Зрештою, авторка високо оцінює вибір телеканалу СТБ, вважаючи «Терена» винятковою особистістю, яка робить значний внесок у ветеранський рух.

Ще одним важливим напрямом є аналіз етики та мови ворожнечі, зокрема у гумористичних та сатиричних програмах; у публікації Юлії Лавришин «Українізований несмак: яким був новорічний концерт від «95-го кварталу»» (2025 р.) увагу привернув номер студії «Квартал 95» про мешканку окупованого Скадовська, де використовувався суржик і висміювалася її манера спілкування, що замість об'єднання суспільства маргіналізувало внутрішньо переміщених осіб та мешканців окупованих територій і закріплювало негативні стереотипи. У цьому критичному огляді від «Детектор медіа» детально аналізується новорічний концерт студії «95-го кварталу», висвітлюючи його суперечливий зміст. Авторка стверджує, що, незважаючи на українізацію шоу, яка тепер включає лише українську мову та пісні, більшість гумору все ще ґрунтується на образливих та застарілих стереотипах про українців, зображуючи їх як алкоголіків, корупціонерів та корисливих невдах. Зокрема, критика зосереджується на постійній нормалізації алкоголізму і корупції, а також на використанні сексистських та принизливих жартів, хоча деякі пародії на ворогів та окремі номери визнаються відносно вдалимими. Зрештою, стаття підсумовує, що концерт є сумішшю непоганих моментів зі збереженням «старого зросійщеного

«Кварталу» з його недоречним гумором, що принижує українське суспільство.

У 2024 році критика ДМ була особливо гострою, оскільки суспільство очікувало від телебачення переходу до нових, якісних, україноцентричних форматів, але зіткнулося із збереженням старих проблем. Зокрема, критика за культурну залежність та русифікацію зосереджувалася на тому, як українські телеканали, незважаючи на законодавчі обмеження та суспільний запит, продовжують закуповувати російськомовні серіали чи фільми або продукувати власні проекти, які є калькою російських шаблонів за ідейним змістом та драматургією, що гальмує розвиток оригінального українського сценарного мистецтва.

Окрему увагу ДМ приділяв етичним провалам і використанню мови ворожнечі у гумористичних шоу, аналізуючи скетчі та виступи, які використовували теми інвалідності чи посттравматичного синдрому ветеранів як джерело жартів; гумор про ветеранів та інвалідність перетворився на неетичну атаку, є не лише неетичним, а й соціально небезпечним, стигматизуючи тих, хто потребує підтримки.

Глибоким критичним оглядом стану української медіасфери через два роки після початку повномасштабної війни, що ставить під сумнів ілюзії швидкого відновлення, є матеріал Отара Довженка «Тримаємось пензля. Кілька спостережень про українську медіасферу у другу річницю початку великої війни» (2024 р.). Автор зазначає, що замість оновлення медіа змушені функціонувати в умовах «бюджетів виживання» на тлі триваючої війни, обмежень, відсутності виборів та залежності від західних ресурсів. Особливо критично оцінюються стосунки між владою та медіа, де адміністрація уникає діалогу з незалежними ЗМІ, покладаючись на телемарафон «Єдині новини» та Telegram-канали, що вказує на «дисконект і здрібніння» комунікації. Крім того, порушуються проблеми неврегульованої військової цензури та «втоми від війни» у світових медіа, що вимагає від українських журналістів адаптації

та відмови від старих економічних моделей, перш ніж вичерпається іноземна фінансова допомога.

Жанровий спектр медіакритики характеризується синкретизмом та динамічністю, що зумовлено швидкою еволюцією медіасередовища та необхідністю комплексного аналізу медіатекстів і діяльності засобів масової інформації. У контексті наукового дискурсу та професійної медіакритики домінують жанри, орієнтовані на глибокий аналіз, оцінку та концептуальне осмислення явищ. Основними жанровими формами, що найчастіше застосовуються, є аналітична стаття або огляд, призначенням яких є систематичне вивчення конкретного медіапродукту чи діяльності ЗМІ загалом; це включає контент-аналіз, дискурс-аналіз, оцінку з позицій професійної етики, соціальної відповідальності та впливу на суспільну думку, з метою виявлення прихованих смислів та ідеологічних установок. Іншим ключовим жанром є рецензія або критичний відгук, що забезпечує оперативну, але кваліфіковану експертну оцінку медіапродукту, вимагаючи обґрунтування, посилаючись на стандарти журналістики. Також активно використовується колонка (особистий коментар/блоги), де виражається авторська позиція щодо актуальних проблем функціонування медіа, при цьому у професійній критиці цей жанр виходить за рамки простого висловлювання думки, використовуючи логічну аргументацію та посилання на теоретичні засади. Важливо відзначити, що медіакритичний дискурс часто об'єднує елементи різних жанрів, не обмежуючись суворою рамкою; різноплановість медіакритики забезпечується не лише вибором жанру, а й глибиною проникнення у сутність проблеми та використанням методологій (таких як соціологічні, мовознавчі), що відрізняє її від повсякденної критики.

Таким чином, протягом 2022-2025 рр. «Детектор медіа» зберігав фокус на захисті суспільної моралі, боротьбі з російськими культурними впливами та утвердженні етичної відповідальності навіть у сфері розважального контенту. Критика «Детектора медіа» перетворилася на важливий інструмент саморегуляції медіагалузі та підвищення

медіаграмотності українського суспільства. Телекритика на цій платформі «Детектор медіа» є конструктивною та методологічною. Вона завжди ґрунтується на чітких професійних стандартах і спрямована не стільки на знищення репутації, скільки на покращення якості медіасередовища України. Критика розважального контенту на «Детекторі медіа» відіграє важливу роль у формуванні медіаосвіченості та критичного сприйняття інформації у суспільстві. Вона дозволяє не лише виявляти та аналізувати прояви гендерних та соціальних стереотипів, а й оцінювати культурну самобутність контенту, його відповідність українським цінностям та мовним нормам. За допомогою таких оглядів аудиторія отримує інструменти для усвідомленого споживання медіапродукту, здатність розпізнавати маніпуляції, недобросовісне використання мовних кліше та приховані культурні впливи, що особливо важливо в умовах гібридної війни та інформаційної агресії. Завдяки критичному аналізу шоу, реаліті-програм і гумористичних проєктів платформа стимулює суспільну дискусію про актуальні соціальні проблеми та сприяє усвідомленому переосмисленню медійних наративів.

## ВИСНОВКИ

Основні виклики, що постають перед дослідниками та критиками медіа в умовах цифровізації, зумовлені радикальною трансформацією медійного середовища. Сучасна українська медіакритика сформувалася як багаторівневе явище, коріння якого простежується від поодиноких елементів критичного аналізу преси у дорадянський і радянський періоди до становлення системних підходів у добу незалежності. Її розвиток зумовлений трансформаціями політичного та інформаційного середовищ, розширенням свободи слова, активізацією громадянського суспільства та появою інституцій, що забезпечують методологічно обґрунтований аналіз медіапростору. Поступовий перехід від фрагментарних публіцистичних рефлексій до структурованих моніторингових програм і спеціалізованих видань сприяв формуванню професійної культури критичного осмислення медіапроцесів, яка включає як академічні дослідження, так і журналістську практику. Особливе значення цей процес набув після 2014 року, коли потреба протидії дезінформації та забезпечення інформаційної безпеки держави перетворила медіакритику на один із ключових інструментів суспільної стійкості.

Українська медіакритика, зокрема телекритика, формується в умовах специфічних соціально-політичних обставин і суттєво відрізняється від західних традицій як за своїм функціональним призначенням, так і за рівнем впливу на громадянське суспільство. На відміну від європейської та американської моделей, де медіакритика виконує чітко виражену праксеологічну, тобто дієву й суспільно контрольну функцію, в Україні вона виступає переважно когнітивно-рефлексивним інструментом, орієнтованим на осмислення взаємодії медіа та аудиторії. Її охоплення залишається обмеженим і спрямованим здебільшого на професійне середовище, а фокус аналізу концентрується переважно на внутрішньому медіапросторі. Попри це, розвиток цифрових платформ, поява нових форматів аналізу й поступове

розширення авторського кола сприяють посиленню інституціоналізації та професіоналізації медіакритики.

Повномасштабне вторгнення Росії прискорило трансформаційні процеси: інформаційні жанри стали домінуючими, посиленої уваги набули стандарти журналістики, етичні норми, питання саморегуляції та інформаційної безпеки. Телекритика активно реагує на виклики війни, зосереджуючись на виявленні пропаганди, фейків та маніпуляцій, а також на аналізі залежності медіа від власників і прозорості редакційної політики. Сукупність цих процесів свідчить про поступовий рух української медіакритики до більшої суспільної вагомості та здатності впливати на формування медіаграмотності й стійкості громадян до інформаційних загроз, що дає підстави прогнозувати подальше зміцнення її ролі в розвитку демократичних інституцій.

Сучасна українська телекритика дійсно демонструє суттєву еволюцію: від локального аналізу окремих телевізійних програм вона перетворюється на комплексний інструмент осмислення й оцінювання всього медіапростору, що охоплює як традиційне телебачення, так і цифрові платформи. Ця трансформація пов'язана не лише з технологічними змінами чи поширенням нових форматів комунікації, а й із глибокими соціально-політичними викликами, зокрема російською агресією, яка актуалізувала питання інформаційної безпеки, стійкості аудиторії до маніпуляцій та відповідальності медіа перед суспільством. У цих умовах телекритика отримує нову суспільну місію – не просто оцінювати якість контенту, а й виявляти загрози, пояснювати інформаційні процеси та сприяти формуванню критичного мислення.

Водночас розширення функцій медіакритики свідчить про її поступову інституціоналізацію та зростання впливу на інформаційний простір. Вона дедалі більше працює в інтересах громадянського суспільства, допомагаючи орієнтуватися у складній та динамічній медійній екосистемі, де межа між інформацією, пропагандою та розважальним контентом часто є

доволі розмитою. Посилення ролі медіакритиків у викритті фейків, оцінюванні відповідності стандартам журналістики, аналізі редакційної політики медіа та розкритті впливу власників на контент робить її важливим елементом демократичної інфраструктури. Таким чином, українська телекритика поступово набуває стратегічного значення: вона не лише забезпечує інформованість і захищеність аудиторії, а й формує більш відповідальну, свідому та критично мислячу медіаспільноту.

В онлайн-виданні «Детектор медіа» репрезентовано повний спектр традиційних журналістських жанрів, які умовно поділяють на інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні, однак домінантне місце в цій структурі посідають аналітичні жанри, що кількісно й змістовно переважають над іншими. Найпоширенішим жанром у всіх провідних медіакритичних ресурсах є стаття, оскільки саме вона найбільшою мірою відповідає ключовим завданням медіакритики, зокрема корекції та нейтралізації негативних практик у діяльності засобів масової інформації, а також орієнтації аудиторії в сучасному інформаційному просторі. За допомогою аналітичних матеріалів актуалізуються проблеми об'єктивності та заангажованості медіаконтенту, рівня суспільної довіри до ЗМІ, поширення фейкової інформації та замовних публікацій, а також питання, пов'язані з українсько-російською інформаційною війною. Аналітичні жанри сприяють розширенню публічної дискусії з проблем масових комунікацій, виводячи її за межі професійного середовища, і водночас виконують важливу освітню функцію, адже аналітична стаття розглядається фахівцями як ключовий інструмент масової медіаосвіти, що дозволяє комплексно висвітлити проблему та стимулювати самостійні висновки аудиторії. Поряд зі статтею активно використовуються такі аналітичні жанри, як огляд і рецензія: огляди, зокрема в межах постійних рубрик моніторингу, формують цілісне уявлення про стан і динаміку медіапростору, тоді як рецензія, особливо кінорецензія, сприяє осмисленню суспільної та культурної цінності медіатворів і формуванню естетичних орієнтирів аудиторії. Інформаційні

жанри в медіакритиці представлені переважно класичними формами замітки, анонсу та інтерв'ю, однак навіть у цих фактографічних матеріалах простежується наявність аналітичних елементів. Художньо-публіцистичні жанри, зокрема фейлетон і памфлет, нині використовуються рідше, проте зазнають трансформації в умовах онлайн-журналістики й функціонують переважно у форматі блогів, які забезпечують відкритість і різноманіття поглядів, водночас допускаючи нижчий рівень об'єктивності та аргументованості. Загалом жанрова система медіакритики має динамічний і умовний характер, оскільки в контексті розвитку інформаційного суспільства та цифрових медіа відбувається постійне зміщення жанрових меж і процес дифузії жанрів.

Критика розважального контенту, яку проводить «Детектор медіа», є стратегічною ланкою у процесі культурної деколонізації України. Телебачення, через серіали, шоу та ситкоми, є потужним каналом для інтервенції російських культурних матриць, які часто влітають у себе архаїчні соціальні норми, патріархальні моделі поведінки та, що найважливіше, комплекс меншовартості української мови та культури. Аналізуючи контент, ДМ виступає як інструмент культурного імунітету, виявляючи, наприклад, спроби використання суржику чи регіональних особливостей для висміювання, а не для репрезентації різноманіття. Боротьба з гендерними стереотипами, які проявляються у романтичних реаліті-шоу чи комедіях, є, по суті, боротьбою за модернізацію суспільної свідомості та утвердження європейських цінностей рівності, тоді як протидія мові ворожнечі у гумористичних програмах (як у випадку з висміюванням ВПО чи інших вразливих груп) захищає суспільну єдність від внутрішнього розколу, що є критично важливим в умовах зовнішньої агресії.

Крім того, діяльність «Детектора медіа» у цій сфері виступає важливим механізмом соціальної відповідальності телевізійної індустрії. Висвітлюючи етичні порушення, прояви дискримінації та відтворення патріархальних або застарілих моделей поведінки, критика створює тиск на

виробників контенту, спонукаючи їх до підвищення стандартів і врахування суспільних потреб. Вона допомагає зміцнити україноцентричну ідентичність, підтримує культурну деколонізацію та розвиток власного медійного продукту, а також формує більш толерантне і критично мисляче суспільство. Таким чином, критика розважального контенту стає не лише інструментом оцінки окремих програм, а й стратегічним елементом розвитку демократичної, культурно самодостатньої та інформаційно захищеної медіасфери в Україні.

Отже, критика розважальних телевізійних програм набуває національного значення, перетворюючись із простого рецензування на формування культурної політики. Вона змушує виробників контенту – від сценаристів до продюсерів – відмовлятися від зручних, але токсичних російських шаблонів, шукати нові, україноцентричні та етично відповідальні наративи. Сприяючи критичному сприйняттю контенту, ДМ допомагає глядачеві усвідомити, що «легкий» розважальний продукт не є нейтральним, а завжди несе ідеологічний заряд. У довгостроковій перспективі ця критика сприяє вихованню толерантного, свідомого та культурно самодостатнього суспільства, яке спроможне не лише протистояти зовнішній військовій загрозі, але й будувати сучасну українську ідентичність, вільну від колоніальних нашарувань.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Байда І. Трансформація споживання медіа в цифровій культурі: крос-культурний аналіз. *Культурологічний альманах*. 2024. Вип. 2 (10). С. 324–328.
2. Баришполец О. Український словник медіакультури. Київ : Міленіум, 2014. 196 с.
3. Білецький Л. Основи української літературно-наукової критики. Київ : Либідь, 1998. 408 с.
4. Вайшенберг З. Журналістика та медіа : довідник / за заг. ред. В. Іванова. Київ : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2011. 529 с.
5. Голік О. Жанрова система друкованих ЗМІ: новітні підходи до класифікації та перспективи розвитку. URL : <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2386>
6. Горіна Ж. Освітні тренди й комунікативно-візуальне середовище нових медіа. *Стратегічні напрями розвитку сучасної української лінгводидактики* : колективна монографія. Тернопіль : Підручники і посібники, 2021. С. 77–86.
7. Горчикова А., Зубарець А. Блоги як джерело регіональної медіакритики (на прикладі рівненського онлайн медіа «Четверта влада»). *Вчені записки ТНУ ім. В.І.Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2024. Т. 35 (74). № 2. Ч. 2. С.172–177.
8. Детектор медіа : офіційний сайт. URL : <https://detector.media>
9. Довженко О. Дискурс української медіакритики: від маргіналій до чинника саморегуляції. *Медіакритика*. 03.03.2011. URL : <http://mediakrytyka.lnu.edu.ua/ohlyady-analytyka/dyskurs-ukrayinskoyi-mediakrytyky-vid-marhinaliy-do-chynnyka-samorehulyatsiyi.html>
10. Довженко О. Медіакритика в Україні: недоросла й недооцінена. *Детектор медіа*. 08.11.2010. URL :

<https://ms.detector.media/mediaosvita/post/10923/2010-11-08-mediakrytyka-v-ukraini-nedorosla-y-nedootsinena/>

11. Довженко О. Сучасна українська медіакритика: чинники формування, проблеми та перспективи. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*. 2013. Випуск 37. С.131–138.
12. Довженко О. Як писати критичні тексти. 10.08.2018.  
<https://medialab.online/news/critique/>
13. Єрмоленко А. Критика і самокритика. Енциклопедія сучасної України : багатотомне науково-енциклопедичне видання Інституту енциклопедичних досліджень НАН України. URL : <https://esu.com.ua/article-1622>
14. Загоруйко Н. Стан та перспективи розвитку медіакритичних інтернет-ресурсів в Україні. *Scientific Notes of the Institute of Journalism : наукові записки Інституту журналістики*. 2022. Т. 2 (81). С. 110–122.
15. Загоруйко Н. Тенденції розвитку сучасного медіакричного дискурсу в Україні. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка* : збірник за підсумками звітної наукової конференції викладачів, докторантів і аспірантів. Кам'янець-Подільський : Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2022. Вип. 21. С. 264–265.
16. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості : підручник. Львів : ПАІС, 2004. 320 с.
17. Зінькевич О. Музична критика. Теорія та методика : навчальний посібник. Чернівці : Книги ХХІ, 2007. 424 с.
18. Зражевська Н. Використання семіотичного методу в аналізі медіакультури. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2013. № 3–4 (15–16). С.13–17.
19. Зражевська Н. Критична парадигма досліджень медіакультури (Франкфуртська школа). *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2014. № 1–2 (17–18). С. 91–96.

20. Зражевська Н. Медіа як інструмент медіаконтролю і як засіб соціального примусу. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2022. № 1 (49). С. 122–129.
21. Зражевська Н. Медіаспоживання в Україні під час війни. *Україна в умовах російської агресії: виклики та відповіді* : монографія. Харків : Право, 2024. С. 94–108.
22. Зражевська Н. Феномен медіакультури у сфері соціальних комунікацій : автореф. дис. ... д-ра наук із соц. комунік. : 27.00.01 «Теорія та історія соціальних комунікацій». Київ. 2012. 20 с.
23. Інститут масової інформації : офіційний сайт. URL : <https://imi.org.ua>
24. Історія ГО. *Детектор медіа*. URL : <https://go.detector.media/istoriya-go/>
25. Карпенко В. Журналістика : основи професійної комунікації. Нора-прінт, 2002. 348 с.
26. Квіт С. Масові комунікації. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2018. 352 с.
27. Копистянська Н. Жанр, жанрова система у просторі літературознавства : монографія. Львів : ПАІС, 2005. 368 с.
28. Кузнецова О. Аналітичні методи в журналістиці : навч. посібн. Львів, 2002. 120 с.
29. Кузьменко К. Тональність та міра критики в критичній статті (на прикладі сучасних українських рецензій). URL : <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2294>
30. Кузьмук О. Соціальний аналіз медіа простору : методичні рекомендації для здобувачів освіти спеціальності «Соціологія». Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2024. 54 с.
31. Лаврик О. Основи журналістики : навчально-методичний посібник. Харків : ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2008. 73 с.
32. Левчук І. Комунікативні ознаки рецензійного дискурсу. URL : [https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/902/1/Levchuk\\_Iryna.\\_Komunikativni\\_oznaky\\_retsenzijnogo\\_dyskursu.pdf](https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/902/1/Levchuk_Iryna._Komunikativni_oznaky_retsenzijnogo_dyskursu.pdf)

33. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. Львів : Літопис, 2010. С. 196–197.
34. Медведчук М. Інтернет-ЗМІ : основні функції й особливості. *Гілея : зб. наук. праць*. 2009. № 26. С. 400–405.
35. Миколаєнко А. Жанрові особливості сучасної української медіакритики. *Синопсис: текст, контекст, медіа*. 2021. 27 (1). С. 32–38.
36. Миколаєнко А. Медіакритика в Україні: тенденції та перспективи розвитку. *Український інформаційний простір*. 2020. № 1. С. 118–125.  
URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ukrinfsp\\_2020\\_1\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ukrinfsp_2020_1_11)
37. Михайлин І. Основи журналістики : підручник. Київ : ЦУЛ, 2002. 284 с.
38. Михайлюта В. Концептуальні засади медіакритичного аналізу в «Детектор медіа». *Publishing House “Baltija Publishing”* : Wloclawek, Republic of Poland. February 26–27, 2021. С. 74–77.
39. Монич Л. Рецензія як специфічний жанр на сторінках літературно-художніх журналів. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. Том 53. С. 87–90.
40. Потятиник Б. Інтернет-журналістика: межі професії. Медіакритика. 09.04.2010. URL : [www.mediakrytyka.info/za.../internet-zhurnalistyka-mezhi-profesiyi.html](http://www.mediakrytyka.info/za.../internet-zhurnalistyka-mezhi-profesiyi.html)
41. Потятиник Б. Медіа: ключі до розуміння (Медіакритика). Львів : ПАІС, 2004. 312 с.
42. Потятиник Б. Медіакритика в системі журналістської освіти України: Львів – Київ – транзит. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. 2017. Вип. 42. С. 54–61.
43. Рижко О. Жанр рецензії у виданнях української греко-католицької церкви. *Гуманітарна освіта у технічних вищих навчальних закладах*. 2011. Вип. 22. С. 296–301. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/gotvnz\\_2011\\_22\\_31](http://nbuv.gov.ua/UJRN/gotvnz_2011_22_31)
44. Різун В., Трачук Т. Нарис з історії та теорії українського журналістикознавства : монографія. Київ : Либідь, 2005. 232 с.

45. Романенко К. Публіцистичність рецензії як результат взаємопроникнення аналітики і художньої публіцистики (на прикладі театральних монорецензій О. Вергеліса в газеті Дзеркало тижня). *Наукові записки Інституту журналістики*. 2017. № 3-4. С. 45–53.
46. Словник журналіста: терміни, мас-медіа, постаті. Ужгород: ВАТ «Видавництво “Закарпаття”», 2007. 224 с.
47. Слюсаренко М. Жанрові особливості кінорецензії. *Проблеми сучасного літературознавства*. 2016. № 23. С. 53–62.
48. Степанюк Н. До питання впливу мас-медіа на соціум. Контрольні функції мас-медіа. *Теле-та радіожурналістика*. 2014. № 13. С. 123–126.
49. Сулім А. Медіакритика в Україні: функції, тематика, проблематика : дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Дніпропетр. нац. ун-т ім. О.Гончара. Дніпропетровськ, 2015. 242 с.
50. Сулім А. Основні підходи до типологізації медіакритичних досліджень. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2014. Випуск 39. С. 115–120.
51. Сулім А. Особливості формування критичного мислення як результату медіакритики та медіаосвіти. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. № 53. С. 348–353.
52. Сулім А. Типологія напрямів медіакритичних досліджень. *Наукові записки Інституту журналістики: збірник наукових праць*. 2013. Т. 50. С. 49–52. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh\\_2013\\_50\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2013_50_11)
53. Фенько Н. Проблеми становлення регіональної медіакритики. *Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серія «Филология. Социальные коммуникации»*. 2012. Т. 25 (64). № 4. Часть 1. С. 310–314.
54. Фенько Н. Регіональна медіакритика: в пошуках об'єкта. URL: <https://ms.detector.media/mediakritika/post/6608/2012-07-26>

55. Фенько Н. Регіональна медіакритика в контексті сучасної культури медіаспоживання. *Медіакультура в контексті міждисциплінарних досліджень* : монографія. Запоріжжя : Кераміст, 2017. С. 43–58.
56. Фенько Н. Специфіка становлення і розвитку регіональної медіакритики в Україні. *Актуальні проблеми медіаосвіти в Україні та світі* : збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції. Запоріжжя, 2016. URL:  
[http://personal.pu.if.ua/depart/hanna.marchuk/resource/file/Zbirnik\\_Dorob\\_1\(1\).pdf](http://personal.pu.if.ua/depart/hanna.marchuk/resource/file/Zbirnik_Dorob_1(1).pdf)
57. Фенько Н. Стан і перспективи мережевої медіакритики: регіональний вимір. *Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации»*. 2013. Т. 26 (65). № 3. С. 130–134.
58. Харамурза Д. Літературна критика в площині соціальних комунікацій: поняття, завдання, функції. *Соціокомунікаційне середовище: теорія та історія*. Образ. 2021. № 2 (36). С. 30–39.
59. Харамурза Д. Масмедійний чинник літературної критики України (1995–2015 рр.) : дис. ... д-ра філософії : 061«Журналістика» / Сумський державний університет. Суми, 2022. 209 с.
60. Харитоненко О., Савенкова Л., Шевчук С. Огляди закордонних медіа та інформаційна політика України під час війни в 2022–2023 рр.: погляд редактора. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Філологія*. 2023. № 1 (49). С. 200–207.
61. Хотюн Л. Медіакритичні наративи сучасного комунікативного простору. *Медіанаративи* : колективна монографія. Дніпро : ЛПРА, 2022. С. 16–29.
62. Чабаненко М. В. Модель Інтернет-видання, що є складовою одиницею системи ЗМІ. *Держава та регіони : науково-виробничий журнал. Серія: Соціальні комунікації*. 2010. № 2. С. 96–100.

63. Чекмишев О. Моніторинг ЗМІ та медіакритика в контексті термінології та методології системи сучасних соціальних комунікації. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2011. Т. 42. С. 93–97.
64. Чекмишев О. Основи професійної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики. Київ : ВПЦ "Київський університет", 2004. 129 с.
65. Чернявська Л. Польовий підхід у медіакритиці. *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*. 2015. № 2. С. 43–46.
66. Чернявська Л. Соціопросторові параметри медіакритики. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2014. № 3. С. 42–46.
67. Чернявська Л. Соціопросторові параметри медіакритичного дискурсу. *Стиль і текст*. 2014. Вип. 15. С. 7–15.
68. Чернявська Л. Форми медіа-критики у світовому контексті й перспективи її розвитку в Україні. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2017. № 4. С. 201–206. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk\\_2017\\_4\\_38](http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2017_4_38)
69. Charles D. What's Media Criticism? URL: <https://dcharl2.wordpress.com/2016/10/09/whats-media-criticism/>
70. Goswami K. Media criticism / From the compiling desk of Dr. Sanjib Kumar Goswami. Kamrup College. URL: <https://www.kamrupcollege.co.in/upload/econtent/1729301089.pdf>
71. MediaLab : офіційний сайт. URL : <https://medialab.online/>