

СОЦІОЛОГІЯ

ІНТЕРАКТИВНІ МЕДІА У СУСПІЛЬНОМУ ТА КОМУНІКАТИВНОМУ
ПРОСТОРИ МІСТА**Шкуров Є. В.***кандидат філологічних наук, доктор філософії з соціології, доцент**докторант кафедри журналістики та реклами**Державного торговельно-економічного університету*ORCID:  0000-0001-5947-599Xyevhen.shkurov@gmail.com**Єнін М. Н.***кандидат соціологічних наук, доцент**завідувач кафедри соціології**Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*ORCID:  0000-0002-3835-2429yeninmaksym@gmail.com**Крохмаль Н. В.***кандидат філософських наук, доцент**доцент кафедри філософії, соціології та політології**Державного торговельно-економічного університету*ORCID:  0000-0001-5585-6349n.krokhmal@knute.edu.ua

У статті проаналізовано роль інтерактивної журналістики як складника міських комунікацій та публічності в умовах цифровізації та медіатизації. Теоретичну рамку становлять уявлення про місто як «медіаполіс», у якому медіакомунікації нашаровуються на міську тканину та організують повсякденну координацію, а також концепції платформного суспільства, що фокусується на наслідках алгоритмічного ранжування, персоналізації та розподілу видимості. Мета дослідження — з'ясувати соціально-комунікаційні особливості функціонування інтерактивних медіа в міському середовищі та показати, як властива цьому типу медіа можливість зворотного зв'язку змінює роль аудиторії. Показано, що за умов інфраструктурної нестабільності інтерактивні канали комунікації стають компонентом міської резильєнтності, підтримуючи режими взаємодії, взаємодопомоги та оперативної орієнтації в подіях. Розкрито, що наявність інструментів, які потребують менших зусиль від реципієнтів, зокрема реакції, короткі опитування, інтерактивна інфографіка, інтерактивні мапи тощо, підштовхує редакції до мобільних сценаріїв контакту з новинами та до жанрів реального часу. При цьому інтерактивна журналістика розширює участь і водночас підсилює ризики сегментації уваги, ехо-камер та дезінформації, бо правила видимості часто задають платформи й алгоритми. Водночас, платформізація переносить частину владних функцій у алгоритми відбору та персоналізації, через що редакції орієнтуються на платформні метрики й траєкторії уваги.

У підсумку інтерактивні формати сприяють переходу від пасивного споживання до активної участі містян у публічному діалозі. Інтерактивна журналістика набуває значення як форма міського полілогу: новини функціонують як процес узгодження значень через читання, коментування та поширення. При цьому жанри реального часу підтримують ефект колективної присутності при події, а масштаб і публічність дедалі частіше визначаються темпом оновлень і залученістю аудиторії.

Ключові слова: інтерактивні медіа, інтерактивна журналістика, диджиталізоване місто, медіаполіс, платформізація, месенджери, диджиталізація, резильєнтність, території, медіа

Вступ. За часів диджиталізації та інтенсивної медіатизації міста формуються нові способи взаємодії та комунікації. У диджиталізованих містах медіа проникають у побутове життя та стають невід'ємною частиною комунікаційного простору. Досвід України під час повномасштабної війни висвітлює цю залежність від зв'язку, що стала особливо помітною в умовах блекаутів, коли порушення доступу до мережі прямо відбивалося на використанні інтерактивних каналів — месенджерів, соціальних мереж і доступу до новин (RIPE NCC, 2023a; United Nations Development Programme in Ukraine, 2025a; КМІС, 2022). Сучасне місто виступає комунікативним вузлом, у якому взаємодія соціальних акторів відбувається через широкий спектр каналів — від локальних традиційних медіа до мережевих цифрових платформ. За умов інформаційного суспільства міський простір перетворюється на арену паралельних дискурсів і потоків повідомлень, тому циркуляція інформації набуває мережевого та самовідтворюваного характеру в оптиці Е. Парсонса, М. Кастельса й Н. Лумана. У структурно-функціональній логіці Т. Парсонса медіа в місті забезпечують адаптацію (орієнтацію в змінах), сприяють досягненню колективних цілей, підтримують інтеграцію через спільний інформаційний простір і відтворюють ціннісні зразки, синхронізуючи політичні, економічні, культурні та повсякденні процеси (Shkurov, 2025a).

В Україні емпіричні індикатори повсякденних комунікацій зрушили в бік мережевих практик. За даними КМІС, у 2022 році, в якому почалася повномасштабна війна, 78% опитаних українців користувалися месенджерами протягом останніх 7 днів (КМІС, 2022), тож месенджери постають буденною інфраструктурою зв'язку навіть у надзвичайних умовах. Водночас у дослідженнях про користування інтернетом в Україні під час війни зафіксовано, що 73% респондентів мали проблеми з доступом до інтернету під час блекаутів, а серед труднощів воєнного часу вказували недоступність мережі (RIPE NCC, 2023a).

З огляду на концепцію МакКвайра, сучасне місто можна осмислювати як медіаполіс — комплекс архітектури та медіакомунікацій, у якому фізичні й комунікаційні виміри утворюють реляційний простір постійного взаємообміну інформацією (McQuire, 2008a). Інфраструктура міста не відокремлена від мережевих диджиталізованих комунікацій в реаліях початку XXI ст. Вони разом продукують простір повсякдення, де архітектурні форми, суспільні практики та медіа взаємно поєднані в повсякденності міста.

У XXI ст. важливою формою таких комунікацій стали інтерактивні медіа. У широкому значенні це сукупність цифрових систем і сервісів, прямо залежних від участі користувача: користувач виконує дію або вводить дані (натискання, текст), а система відповідає реакцією й зворотним зв'язком (Vicente, 2020a). Історично поняття інтерактивності пов'язане із засадничими ідеями кібернетики, науки про обмін інформацією та зворотний зв'язок між людиною й комп'ютерною

системою, тому інтерактивні медіа охоплюють мультимедійні формати, що дозволяють активну взаємодію — від доповненої реальності до мобільних застосунків, месенджерів і вебплатформ, де учасник здатний формувати власний досвід, а не лише споживати готовий контент (Vicente, 2020a). Таким чином, інтерактивні медіа можна розуміти як цифрові медіасистеми, у яких перебіг сприйняття й форма подання змісту залежать від дій користувача, а сама система відповідає на ці дії — змінює зображення, текст, послідовність матеріалу, пропонує вибір, уточнює, підказує, фіксує реакції тощо.

Комп'ютерні технології наразі постають як медіуми нового типу. К. Фукс говорить про комп'ютер як особливий вид інтерактивного медіума, що уможливує нові форми кооперації та відносин на просторово-часових відстанях (Fuchs, 2008a). За цією логікою комп'ютер принципово відрізняється від традиційних медіа здатністю забезпечувати масово-багатоканальну комунікацію, коли кожен вузол мережі водночас споживає й продукує інформацію, що у функціонуванні міста означає розширення можливостей для участі та соціальної взаємодії — від громадських онлайн-форумів до мережових форматів обговорення та взаємодії з інституціями.

У контексті сучасних соціальних комунікацій інтерактивна журналістика постає як нове явище, яке синтезує традиційну журналістську творчість з можливістю зворотного зв'язку та участі аудиторії. У таких медіа участь аудиторії є фундаментальним принципом проектування: дизайн та розробка систем обов'язково передбачає участь користувача. З цих позицій інтерактивність стає ключовою властивістю функціонування інтерактивної журналістики, адже вона змінює роль реципієнта інформації на роль співтворця медіатексту.

Об'єктом дослідження виступає суспільно-комунікаційний простір сучасного міста як диджиталізованого середовища, у якому інтерактивні медіа стають однією з провідних форм обміну інформацією й суспільної координації.

Предметом дослідження є механізми, через які інтерактивні медіа впливають на суспільно-комунікаційні процеси у місті.

Наукова проблема дослідження полягає у відсутності цілісного соціально-комунікаційного аналізу ролі інтерактивних медіа в організації міської публічності та координації повсякденних практик в умовах цифровізації, особливо у кризових і воєнних контекстах. Попри зростання уваги до інтерактивної журналістики та платформних медіа, недостатньо з'ясованими залишаються механізми впливу інтерфейсів і алгоритмічного ранжування на участь містян, видимість суспільних подій і соціальну диференціацію доступу до публічності.

Мета дослідження — з'ясувати соціально-комунікаційні особливості функціонування інтерактивних медіа в міському середовищі та показати, як зворотний зв'язок змінює роль аудиторії, переводячи її в позицію співучасника публічного узгодження значень.

Аналіз попередніх досліджень і публікацій. Явище інтерактивних медіа зацікавило низку дослідників. Наприклад, Д. Солодовник зосереджує увагу на тому, що в українських конвергентних медіа візуалізація даних працює як елемент інфографічної подачі інформації, та визначає характеристики візуальних елементів разом із пов'язаними перевагами й викликами (Солодовник, 2023). На матеріалах кейс-стаді Guardian.co.uk Н. Терман і А. Волтерс, базуючись на інтерв'ю з журналістами та редакторами, опитуваннях читачів, контент-аналізі й вебметриках, реконструюють виробництво, споживання та формальні ознаки формату Live Blog («живого блогу») як онлайн-хроніки з частими короткими оновленнями (Thurman & Walters, 2013a). У ґрунтовному аналітичному звіті Н. Ньюмен, А. Росс Аргедас, К. Т. Робертсон, Р. К. Нільсен і Р. Флетчер показують,

що новинне споживання дедалі виразніше зміщується в бік середовищ соціальної взаємодії та відеоформатів: частка тих, хто користується соціальними мережами та мережами онлайнного відео як джерелом новин, за 2020–2025 рр. зросла з 52% до 65%, а перегляд будь-якого відео охоплює 75% респондентів; при цьому новинні відео щотижня дивляться шість із десяти (Newman, Ross Arguedas, Robertson, Nielsen & Fletcher, 2025a).

У контексті осмислення платформного суспільства Ж. ван Дейк, Т. Пулл і М. де Ваал відзначають, що сучасні цифрові платформи слід розуміти як суспільно-вбудовані архітектури, котрі не віддзеркалюють соціальне, а продукують соціальні структури повсякдення й загострюють конфлікт між приватною вигодою та публічним благом, посилюючи тиск на колективні ресурси й публічні послуги (van Dijck, Poell & de Waal, 2018a). У межах своєї монографії К. Фукс обґрунтовує діалектичне бачення взаємодії інформаційно-комунікаційних технологій і суспільства, наполягаючи на динамічному взаємоформуванні суспільства та технологій: соціальні актори проєктують і використовують технології, тоді як технологічні структури водночас уможливають і обмежують людське пізнання, комунікацію та співпрацю (Fuchs, 2008a).

У дослідженнях Дж. В. Кері комунікація осмислюється як культурний процес творення й підтримання спільності, а не як суто технічне надсилання повідомлень. Кері пропонує переорієнтувати дослідження медіа з пошуку універсальних детерміністичних законів медіаповедінки на інтерпретативне розуміння того, як символічні форми організують досвід і роблять можливим спільне життя (Carey, 2009a).

У контексті повсякдення XXI століття С. Макквейр концептуалізує «медіамісто» як явище, у якому зближення мобільних, миттєвих і повсюдних медіа з міським простором стає конститутивною рамкою соціального досвіду, а просторовість сучасного життя постає через співконституювання архітектурних структур міста, територій, соціальних практик та медіа (McQuire, 2008a).

Виклад основного матеріалу дослідження. У XXI столітті медіа стають дедалі більш мобільними та інтерактивними. Медіа і місто співконституують одне одного: архітектурні структури та соціальні практики невіддільні від медійних зворотного зв'язку. Протягом історії різні етапи модернізації міст були тісно пов'язані з новими медійними технологіями, від фотографії й кінематографу до цифрових мереж, а повноцінні наслідки цієї інтеграції стали очевидними саме в епоху цифрових мереж (McQuire, 2008a). З огляду на макквейрову концепцію співконституювання міста й медіа, інтерактивність у міському середовищі можна трактувати як перехід від «повідомлень про місто» до «дії в місті через медіа» — коли комунікативний акт набуває форми керованої послідовності взаємних кроків: запит, відповідь, уточнення, реакція, поширення інформації тощо.

Медіа й онлайн-спільноти конструюють образ міста через стереотипи, романтизуючи одні локації та стигматизуючи інші, що впливає на поведінку мешканців і економічну привабливість районів. Цифрові платформи розширюють участь у міському житті — від коментування до ініціювання рішень і кампаній, роблячи публічність більш діалогічною та креативною (Шкуров, 2025). У глобальній конкуренції культура, івенти й спадщина стають ядром брендингу міста, а соціальні мережі прискорюють формування його репутації та «культурної пропозиції». У цій логіці креативна економіка підтримує соціальний капітал через мережі взаємодії, тоді як міський маркетинг оформлює ці ресурси у стратегії просування й лояльності (Шкуров, 2025).

Оскільки інтерактивність є багатоаспектною характеристикою медіасистем, слід розглянути її конкретні складові. Сантос-Ермоса та співавт. виокремлюють чотири ключові параметри взаємодії в цифровій журналістиці: взаємини «медіа — користувач», власний контент користувачів, взає-

модія між користувачами та персоналізація контенту (Santos-Hermosa, Lopezosa & Codina, 2022a). Іншими словами, інтерактивне медіа можна розуміти через призму того, що воно дозволяє читачеві робити з медіа: від прямого контакту з редакцією та коментування публікацій до створення контенту (фото, відео, текст) і до настроювання інформаційного потоку під власні інтереси. Саме завдяки цим параметрам міський мешканець отримує змогу співтворити медіатексти разом із журналістською спільнотою. Таким чином, інтерактивні медіа стають платформою для суспільного діалогу: вони підтримують багатоступеневе спілкування «людина — медіа — людина», коли взаємодія ґрунтується не тільки на трансляції готового послання, але на осмисленні новин і формуванні суспільної думки.

Прагнення до інтерактивності в новинному медіаконтенті опосередковано фіксується в опитуваннях. Згідно з «Reuters Institute Digital News Report 2025», міленіали і зумери все частіше отримують інформацію через соціальні медіа і відеоплатформи — на рівні чи навіть більше, ніж через традиційні ЗМІ. Так, у США понад половина опитаних вважає соцмережі своїм головним джерелом новин, випереджаючи телебачення та новинні сайти (Newman, Ross Arguedas, Robertson, Nielsen & Fletcher, 2025a). Це означає, що сучасне середовище новин стає значно інтерактивнішим: споживачі можуть лайкати, коментувати, ділитися і навіть створювати новинний контент, зокрема у жанрах інтерв'ю, репортажів у формі стрімів тощо. Зазначений звіт Reuters також висвітлює, що все більше людей використовують алгоритмічні стрічки соцмереж і мобільні пуш-повідомлення, де контент адаптується під індивідуальні інтереси користувачів. Завдяки інтерактивності медіа виникла інтерактивна журналістика — як журналістська практика й спосіб подання матеріалу, за якого взаємодія аудиторії зі змістом закладена в структуру повідомлення та редакційний задум. Такі медіатексти дозволяють реципієнту простіше досліджувати та відгукуватися на дані, змінювати масштаб карти на новинному сайті, відкривати пояснення тощо, а інколи — передавати свідчення чи уточнення, які редакція в подальшому може перевіряти та інтегрувати у матеріал.

Водночас це породжує питання ехо-камер і фейкових новин. Журналісти, згідно опитувань, усвідомлюють подвійний характер сучасних медіа, наприклад, більшість вбачають у штучному інтелекті, що все більше інтегрується в виробництво контенту, фактор підвищеного ризику дезінформації (Peña-Alonso, Peña-Fernández & Meso-Ayerdi, 2025b). Іншими словами, інтерактивна трансмедіальність інформації викликає як ентузіазм завдяки можливості більшій персоналізації та участі аудиторії, так і тривогу через збільшення фальшивок і маніпуляцій.

У дослідженні Reuters зафіксовано зсув новинного споживання у бік соціальних і відеоплатформ. Згідно звіту за 2025 рік, у США вперше більше людей повідомили, що отримують новини із соціальних та відеомереж, ніж із телебачення, новинних сайтів і застосунків, причому понад половина респондентів віком до 35 років покладається на ці мережі як на головне джерело новин (Newman, Ross Arguedas, Robertson, Nielsen & Fletcher, 2025a). При цьому за Digital News Report 2025 більшість респондентів надає перевагу читанню онлайн-новин (55%), тоді як близько третини повідомляють, що воліють дивитися новини онлайн (31%), і ще 15% — слухати (Newman, Ross Arguedas, Robertson, Nielsen & Fletcher, 2025a). У країнах зі стійкими традиціями читання (зокрема Німеччина, Велика Британія та скандинавські ринки) автори фіксують виразний віковий розрив: молодші групи, особливо 18–24, значно частіше, ніж старші, віддають перевагу перегляду або прослуховуванню новин (Newman, Ross Arguedas, Robertson, Nielsen & Fletcher, 2025a). Редакції звертаються до платформи на кшталт TikTok для візуально привабливої подачі з метою спрощення складних журналістських матеріалів для молодшої аудиторії. Таким чином, аудиторія

наразі віддає перевагу інтерактивним форматам медіа. У дослідженнях Дж. Сантос-Ермос та ін. наголошується, що інтерактивність є критично важливою для цифрової журналістики, оскільки без неї медіа ризикують втратити не тільки читачів, а й найцінніше сьогодні — залученість аудиторії (Santos-Hermosa, Lopezosa & Codina, 2022a).

Стає дедалі помітнішою тенденція платформізації інформаційного середовища міста (van Dijck, Poell & de Waal, 2018a). В ядрі такої екосистеми вирішення соціальних питань дедалі більше формується через рішення, що пропонують приватних корпорацій (van Dijck, Poell & de Waal, 2018a). Фактично, платформи на кшталт соцмереж та мобільних додатків витіснили вільний комунікативний простір, замінивши його алгоритмічно модульованим середовищем.

У звіті Reuters Institute також показано зростання ролі мобільних сповіщень: частка тих, хто отримує новини через сповіщення, піднялася з 6% у 2014 році до 23% у 2024 році (Newman, Ross Arguedas, Robertson, Nielsen & Fletcher, 2025a). У межах описаної платформної логіки добору та персоналізації, що продукує «бульбашки фільтрів», ризики інформаційної сегментації постають як структурна властивість розподілу видимості та уваги в цифрових середовищах (van Dijck, Poell & de Waal, 2018a). У зв'язку з цим у звіті 2025 року окремо зафіксовано зростання занепокоєння щодо того, що є справжнім, а що — підробленим у мережевих інформаційних потоках (Newman, Ross Arguedas, Robertson, Nielsen & Fletcher, 2025a). У цьому ж проблемному полі У. Пенья-Алонсо і співавт., узагальнюючи матеріали проведеного серед журналістів опитування, фіксують домінування оцінки штучного інтелекту як чинника підвищеного ризику дезінформації (Peña-Alonso, Peña-Fernández & Meso-Ayerdi, 2025b).

Цифрові платформи пронизують усі сфери міського життя та створюють нові мережеві структури комунікації. Зокрема, соціальні мережі та мобільні додатки забезпечують жителям міст миттєвий обмін інформацією з набагато ширшим колом учасників: від сусідів і міських спільнот до органів влади та бізнесу. У міському повсякденні подія часто має багато учасників і версій трактування. У цій ситуації інтерактивні медіаформати допомагають аудиторії швидше зібрати розрізнені фрагменти інформації. Роль соціальних мереж як ключового середовища інтерактивної журналістики узгоджується з результатами досліджень мережевої комунікації, які показують, що цифрові платформи здатні формувати нові форми соціальної згуртованості, мобілізації та публічної дії, долаючи просторові та соціальні бар'єри між міськими спільнотами (Єнін & Коржов, 2021).

Коли міська соціокультурна тканина й повсякденні інформаційні потоки взаємно формують одне одного — інфраструктурна нестабільність, на кшталт перебоїв зв'язку чи електрики під час війни, оголює практичну функцію інтерактивних каналів як операційного інструменту міста: через них узгоджуються дії, уточнюється ситуація тощо. З огляду на український досвід воєнного часу, інтерактивні канали передусім утримують зв'язність соціальних контактів у режимі коротких, частих, ситуативних обмінів. Під час віялових відключень електроенергії саме повсякденні медіапрактики практики виявляються чутливими до збоїв через проблеми із інтернет-зв'язком. Інтерактивні медіа стають інструментом, завдяки яким підтримує мінімально достатні режими координації: у них відбувається обмін актуальною інформацією, уточнюються обставини, поширюються попередження і прикладних інструкцій, організується взаємодопомога на рівні мікроспільнот, зокрема у форматі волонтерської допомоги. Таким чином інтерактивні канали комунікації можна розглядати як елемент територіальної резильєнтності.

У культурно-комунікаційній перспективі інтерактивність безпосередньо пов'язана із творен-

ням спільноти. Комунікація тут постає як процес спільного конструювання соціокультурної дійсності, а інтерактивні медіа, відкриваючи можливість виробляти контент і вести зворотний діалог, узгоджуються з ритуальним баченням комунікації як комплексу повторюваних суспільних практик, що формують реальність. Саме тому інтерактивність можна потрактувати як інструмент згуртування в сучасному цифровізованому та місті та як механізм послаблення ізольованості індивідів через спільні комунікаційні практики інтерактивного характеру.

Водночас цифрові платформи, зокрема соціальні мережі та месенджери, обумовлюють видимість суспільних подій, і при цьому алгоритми їхнього поширення можуть підсилювати або обмежувати певні теми. У такому середовищі журналісти й медіаорганізації дедалі сильніше пристосовуються до інтерактивних форматів контенту. У контексті платформізованого новинного середовища видимість суспільних подій дедалі виразніше формується правилами доступу й упорядкування інформації, які задають цифрові посередники — передусім через алгоритмічне ранжування та відбір. Інтерактивність не є нейтральною формою участі — вона організована через інтерфейси. Вибір кнопок, формат реакцій, темп оновлень і алгоритмічне ранжування створюють те, що можна назвати інтерфейсною структурою публічності: вони визначають, які типи дій легкі, які складні, а які практично невидимі. Водночас доступ до інтерактивних форм участі в міській публічності є соціально диференційованим. Дослідження цифрової грамотності в контексті цифровізації міст показують, що цифрові компетентності виступають формою символічного капіталу, який визначає здатність користувачів ефективно взаємодіяти з медіаінтерфейсами (Панченко, Єнін & Кухта, 2025).

Алгоритмічні процедури на кшталт PageRank здатні визначати, що користувачі бачать як «релевантне» й «цінне», тоді як частина матеріалів лишається поза видимістю та де-факто виключається з інформаційного поля (Fuchs, 2008a). З огляду на подіні практики поширення новин, фіксує посилення алгоритмічно керованих механізмів подання інформації, зокрема персоналізованих автоматизованих форматів, а також вказує на ризик того, що алгоритмічне фільтрування здатне відсікати важливі сюжети для частини аудиторій (Newman, Ross Arguedas, Robertson, Nielsen & Fletcher, 2025a). При цьому алгоритмічна та інтерфейсна організація міської публічності накладається на структурну цифрову нерівність користувачів. Як показують дослідження цифрової нерівності та кіберповедінки, доступ до безпечних і ефективних форм онлайн-участі залежить від освітнього, соціального та цифрового капіталу індивідів: ті, хто володіє більшим ресурсним потенціалом, мають змогу активніше й безпечніше використовувати цифрові платформи, тоді як уразливі групи частіше залишаються на периферії алгоритмічної видимості (Коржов & Єнін, 2024).

Завдяки можливостям Інтернету кожен мешканець міста може відносно вільно публікувати інформацію. У цьому контексті особливої ваги набуває громадянська журналістика як медіапрактика міського повсякдення. Блогери та пересічні користувачі соціальних мереж, маючи мінімальні капіталовкладення, можуть донести до публіки власні точки зору (Fuchs, 2008a). Диджитал-платформи можуть створюють можливості для того, щоб публікація матеріалу ставала формою громадянського залучення. Технології Web 2.0 та 3.0 утворюють диджиталізований громадянський простір міста, де традиційні відмінності між авторами та читачами розмиваються: глядачі стають авторами, а споживачі інформації — її співучасниками.

У цьому аспекті журналістська творчість набуває нових форм. Наприклад, жанр Live Blogs позначає стрічки поточних оновлень про події у реальному часі (Thurman & Walters, 2013a). Саме такі оновлення зі своєю своєчасністю, простотою навігації та подачею коротких повідомлень

відповідають новим сценаріям споживання інформації, особливо під час роботи, водночас формати типу Live Blogs можуть підвищувати зацікавленість читачів у громадсько-значущому контенті та їхнє прагнення до участі (Thurman & Walters, 2013a). Таким чином, інтерактивна журналістика надає канал для негайного фідбеку та обговорення новин: реакції та коментарі читачів стають невід'ємною частиною журналістського процесу (Santos-Hermosa, Lopezosa & Codina, 2022a). Наприклад, у стандартному висвітленні новин нерідко зустрічаються можливості для голосувань, опитувань чи можливість надіслати фотографій із місця подій — тобто функцій, що долучають аудиторію до створення інформації.

Водночас нерідко аудиторія надає перевагу окремим жанрам інтерактивних форматів. Серед українських користувачів опитування показали, що найпопулярнішими є форми взаємодії, які потребують мало зусиль від реципієнтів медіа: вікторини, інфографіка, прості реакції, зокрема лайки, вибір емоджі тощо (Zagorulko, Horska & Zhelikhovska, 2025a). Натомість більш глибоке редагування матеріалів, зокрема, редагування текстів новин самостійно, викликає незначний інтерес. З огляду на відповіді респондентів, найбільший інтерес викликають формати з простим вибором відповіді — опитування і тести, а також інтерактивна інфографіка та інтерактивні мапи (Zagorulko, Horska & Zhelikhovska, 2025a). Серед інтерфейсних можливостей найчастіше використовується оцінювання публікації (50.62%), тоді як більш затратні за увагою й часом канали — наприклад, прямий контакт із редакцією чи автором — трапляються значно рідше (Zagorulko, Horska & Zhelikhovska, 2025a). Опція подати власний матеріал, на кшталт блогів, цікава 9.98% респондентів, а можливість запропонувати виправлення до публікації — 8.73% (Zagorulko, Horska & Zhelikhovska, 2025a). З огляду на узагальнення авторів, ці результати описують установку на швидкі й відносно анонімні форми взаємодії, тоді як «співавторство» з редакцією для більшості не є привабливим сценарієм (Zagorulko, Horska & Zhelikhovska, 2025a). Такі форми взаємодії можна трактувати як низькопорогову участь, у якій соціальна залученість до публічного простору не потребує значних витрат часу, компетентності чи ідентифікації. Лайк, реакція, вибір варіанту в опитуванні або перегляд інтерактивної мапи не є тривіальними жестами — вони виступають мікроактами публічної присутності, через які користувачі колективно формують розподіл уваги та значущості тем у медіапросторі міста. У цьому сенсі інтерактивні інтерфейси перетворюють навіть мінімальні дії на соціально ефективні сигнали, що впливають на алгоритмічну видимість і редакційні рішення. Відповідно до цих вподобань, інтерактивний контент поступово набуває форми, близької до «гейміфікації» новинного досвіду: потік новин може містити тестові запитання, мапи та діаграми, що дозволяють користувачеві самому вибирати інформаційні вузли.

Інтерактивні медіапрактики займають вагоме місце у повсякденному житті. З огляду на технологічні зміни, українці дедалі частіше споживають медіа крізь мобільні гаджети та соціальні платформи. Згідно з дослідженнями, 84% українців щонайменше інколи отримують новини через соцмережі чи месенджери (переважно Telegram та Viber), а 90% використовують для новин смартфони (Zagorulko, Horska & Zhelikhovska, 2025a).

Таким чином, новини, що транслюються через гаджети, частіше «супроводжують» людину в повсякденному русі, що узгоджується із заувагою Д. Загорулько та співавт. про звичку споживати медіа «на ходу» як контекст зниженої уваги й, відповідно, обмеженої готовності взаємодіяти зі складними форматами (Zagorulko, Horska & Zhelikhovska, 2025a). Тому інструменти інтерактивної журналістики органічно вбудовуються у щоденні практики: смартфонні додатки видають сповіщення про важливі події, у соціальних мережах люди миттєво обмінюються реакціями на новини, а

онлайн-опитування дозволяють «голосу» містянина інтегруватися у формування стрічки новин.

Повсякденна комунікація людини включає рутинні дії: переказ новин, обмін інструкціями, дебати та дискусії. І саме в таких практиках сучасна інтерактивна журналістика набуває додаткового сенсу: вона не відокремлена від звичного спілкування, а стає його продовженням. Наприклад, згаданий жанр Live Blogs підлаштовує традиційну структуру новин під запит аудиторії щодо «новин на ходу», заохочуючи швидкі, оновлені повідомлення, що полегшують споживання інформації в офісі або в дорозі.

У контексті культурологічного підходу Дж. Кері комунікація мислиться не як передача повідомлень, а як дія й взаємодія, що формує спільний символічний світ; у передмові до перевидання це пояснюється через поняття «розмови» як способу творення досвіду та публічності (Adam, 2009a; Carey, 2009a). Так у передмові до перевидання Г. Адам уточнює, що керієве поняття «розмови» охоплює і буденне соціальне спілкування «за столом» чи «на вулиці», і ширший, формалізований реєстр — зокрема стилізоване письмо й мовлення на кшталт журналістики та дисциплінованої наукової рефлексії (Adam, 2009a). У цій логіці публічність постає як похідна від усної традиції, що тримається на дискусії та аргументації. Отже, міське суспільне життя можна розглядати як безперервну, конфліктну й водночас продуктивну «розмову» про спільні справи, що виразно реалізується за допомогою інтерактивних медіаформатів.

У межах цієї моделі особливо показовим є те, як цифрова журналістика пристосовує новинну форму до ритмів повсякдення. У дослідженні Н. Турмена та А. Волтерс про Live Blogs підкреслено, що цей жанр завдяки оперативності, простоті навігації та поділу новин на короткі «порції» відповідає патернам споживання новин у робочому середовищі; водночас автори припускають, що Live Blogs можуть підсилювати інтерес до суспільно значущих тем і схильність аудиторії до участі (Thurman & Walters, 2013a). У цій перспективі інтерактивність постає не додатковою опцією до споживання новини, а механізмом включення читача в темпоральність події та в мікропроцедурі її публічного узгодження — коли коментар, уточнення, виправлення або селекція релевантного стають частиною того самого процесу, який у Кері описаний як взаємодія, що не просто відображає, а конститує соціальний світ (Carey, 2009a).

В урбаністичному середовищі висока концентрація людей стимулює колективне споживання інформації. Глобальні дослідження показують: у містах цифрова залученість вища, а смартфони дедалі більше замінюють інші засоби отримання новин. Скажімо, у розділі про Таїланд у Digital News Report 2025 зазначено, що смартфони стали переважним способом сприйняття новин, а цифрова залученість є найвищою в міських районах (Newman, Ross Arguedas, Robertson, Nielsen & Fletcher, 2025a). З огляду на дані опитування 2025 року, понад вісім із десяти респондентів у цій країні отримують доступ до новин онлайн щотижня (88%), а серед аудиторій 18–34 майже дві третини (63%) називають соціальні мережі своїм основним джерелом новин (Newman, Ross Arguedas, Robertson, Nielsen & Fletcher, 2025a). У таких умовах інтерактивна журналістика стає чинником, що формує цифровий вимір міського життя, де новини можуть поширюватися через соціальні стрічки, чати або спеціальні додатки з відгуками аудиторії.

Крім того, інтерактивні платформи створюють нові соціальні зв'язки між мешканцями. Коментарі під місцевими новинами, скажімо, дозволяють формувати своєрідні спільноти мешканців за інтересами, де городяни обмірковують ту чи іншу подію. Так, мешканці міста можуть обговорювати перебіг ремонту у підв'ір'ї, ділитися фото подій на дорогах, реагувати на роботу місцевої влади тощо. Таким чином, інтерактивна журналістика стає й засобом консолідації суспільства че-

рез обмін повсякденними новинами, рефлексією та думками.

Під час Революції гідності інтерактивні медіа, передусім соціальні мережі та мережеві сервіси миттєвого поширення повідомлень, перетворили публікації як городян, так і професійних новинарив, на практику громадянської участі. До прикладу, коли містяни фіксували події, викладали світлини, відео, короткі повідомлення та позначали їх спільними мітками на кшталт #euromaidan, вони діяли як розподілена мережа свідків і комунікаторів, що підтримувала ритм протесту та його видимість у київському та міжнародному просторі. А. Рожин виділяє такі головні функції Facebook і Twitter під час протестів як внутрішня організація, поширення новин, мобілізація, зовнішня комунікація (Ronzhyn, 2014a). У такій ситуації межа між читачем і автором слабшала, бо інформаційний потік складався з великої кількості дрібних, але соціально значущих внесків, які разом формували публічну картину подій, і це вповні стало можливим саме за рахунок інтерактивних медіа.

Інтерактивність важлива і для розуміння глобальних новин. З огляду на глобалізацію інформаційних потоків, інтерактивна журналістика впливає на спосіб сприйняття світових подій у конкретному місті. Сучасні комунікації дають змогу миттєво довідатися про закордонні новини, але зрозуміти їх допомагають локалізовані інструменти. Зокрема, інтерактивні пояснення на кшталт інфографіки з питаннями, віртуальні карти, відео з графічними підказками усе більше стають стандартом для покриття складних тем. Як показують звіти, молоді аудиторії із задоволенням освоюють новини у форматах із анімаціями та тестами. Приміром, Таїланд — один з прикладів, де люди швидше хочуть «дивитися новини онлайн» (43%) за звичайне читання (32%) (Newman, Ross Arguedas, Robertson, Nielsen & Fletcher, 2025a). Такий перехід свідчить, що інтерактивні формати, поєднуючи текст, зображення і запитання, сприяють глибшому зануренню в тему, ніж статичні матеріали.

У випадку війни та ризиків безпеки, як бачимо це в Україні, інтерактивні формати карт фронту або інших небезпек стають способом швидко синхронізувати уявлення великої аудиторії про ситуацію (DeepStateUA, [nodate-a](#)). З огляду на те, що події змінюються швидше, ніж її встигає «пояснити» традиційний медіаматеріал, інтерактивність вбудовує в комунікацію режим постійного уточнення: наприклад, карта, що формується популярним під час повномасштабної війни в Україні ресурсом DeepStateUA, через живе оновлення, позначки, зрозумілу легенду, масштаби. Це зменшує спокусу читати складну ситуацію як «раз і назавжди встановлений факт». Показовим є і приклад інтерактивної мапи замінованих територій в Україні (ДСНС України, [nodate](#)). У межах подібних інтерактивних медіаформатів користувач не просто читає висновок редакції — він аналізує логіку даних сам: збільшує масштаб, звіряє сусідні ділянки, дивиться позначки. Це підсилює відчуття процедурної прозорості: довіра вибудовується через шлях перегляду, а не через декларацію. Те саме із мапами повітряних тривог — онлайн-візуалізацією сигналів тривоги під час обстрілів та бомбардувань, що набули популярності під час повномасштабної війни в Україні («Офіційна карта повітряних тривог України», [nodate](#)). Подібні карти переводить абстрактне «загроза/немає загрози» у видиму просторову конфігурацію, яку легко зчитувати навіть незважаючи на міський динамічний темп, і ретранслюються телеграм-каналами тощо. У цьому сенсі інтерактивні мапи та візуалізації виконують функцію просторово-інформаційної координації міста. Вони не лише передають відомості про події, а синхронізують уявлення тисяч користувачів про те, де, коли і що відбувається. Міський простір у таких медіа набуває статусу операційного поля, у якому рішення про рух, безпеку чи взаємодію приймаються на основі спільно доступних візуальних сигналів.

Таким чином інтерактивні карти перетворюють абстрактні ризики на колективно інтерпретовану географію загрози: користувачі не просто «знають», що існує небезпека, а бачать її локалізацію, масштаб і динаміку. Це формує режим ситуативної публічності, у якому місто постає як мережа зон уваги, що постійно оновлюється через інтерактивні медіа.

Одночасно платформи соціальних мереж розмивають межі між локальним і глобальним. Мешканець міста може одночасно підписуватися на новинні канали з усього світу і оцінювати факти через призму місцевого контексту. Наприклад, інтерактивні карти війни, кліматичні інфографіки, мультимедійні розслідування про економічні процеси — усе це доступно онлайн і часто активно коментується. У міру того як споживач отримує можливість вільно ставити запитання стосовно новин, зокрема через коментарі, чати, голосування, його розуміння глобальних процесів стає більш персоналізованим. Таким чином інтерактивна журналістика створює умови для того, щоб жителі міста осмислювали глобальні події через локальні наративи і власні запити.

Загалом залученість користувачів у медіа стає одним із ключових для розуміння ефектів інтерактивних медіа на суспільство. Справжня інтерактивність — це коли користувачі самі активно формують медіапроцес: вони клікають і регулюють інтерфейс, глибоко сприймають і рефлексують зміст медіаінформації, а потім діляться і обговорюють його з іншими. У міському ж середовищі це означає, що слухач чи глядач може вільно стати творцем інформації: він фіксує подію на смартфон, ділиться нею через стрім або повідомлення, викликаючи негайну реакцію інших. Таким чином, інтерактивні медіа перетворюють медіакомунікацію на активний полілогічний процес, який розширює мережу соціальних зв'язків, відображає і трансформує громадянську свідомість.

Висновки та перспективи дослідження. Інтерактивні медіа відіграють комплексну роль у суспільно-комунікативному просторі сучасного міста, оскільки вони перебудовують умови участі, видимості та координації повсякденних практик у середовищі, де медійні форми нашаровуються на міську тканину. З огляду на ритуальну модель комунікації, яку пропонує Дж. В. Кері, комунікаційні процеси підтримують спільні значення та форми належності через повторювані практики публічного спілкування. Інтерактивне медіасередовища посилює цю діяльну складову участі.

Інтерактивні медіа в міському середовищі доцільно потрактувати як одну із форм соціальної координації, що вбудовується в ритми повсякденного руху та в практики колективного реагування на події. Український воєнний контекст задає емпірично виразний «стрес-тест» медіаміста: доступ до зв'язку й мережі перетворюється на умову підтримання міської життєдіяльності, а повсякденні практики взаємодії концентруються довкола мережевих каналів комунікації. Це дозволяє інтерпретувати інтерактивні медіа як компонент резильєнтності сучасного міста, що забезпечує мінімально необхідну функціональність соціального тіла міста під час інфраструктурних збоїв.

Емпіричні дані про новинне споживання вказують на зсув до медіасередовища соціальної взаємодії та відеоформатів, що підсилює роль інтерактивних механік як стандартної рамки контакту з новинами. Цей зсув підвищує значущість форм залученості аудиторії, зокрема у формі реакцій, коментарів, поширення та ін., як соціального обігу новин у міському середовищі. Інтерактивні візуальні формати в журналістиці при цьому виконують функцію перекладу складної реальності на читабельні образи, що посилює роль карт, інфографіки та інших форм візуалізації як інструментів публічного осмислення подій.

Інтерактивна журналістика набуває ваги як практична форма «міської розмови», суспільного полілогу, у якому новини функціонують не лише як передавання повідомлень, а як культурний процес узгодження значень через повторювані публічні практики читання, коментування, поши-

рення та взаємного підтвердження того чи іншого погляду на реальність.

На рівні новинних жанрів формати реального часу виступають механізмом публічності міських подій. Короткі часті оновлення та простота навігації і зворотнього відгуку підлаштовують журналістське виробництво під патерни повсякденного споживання, підтримуючи ефект колективного співперебування на події. У міському контексті це означає, що публічність та масштаб події формується через темп, серійність оновлень інформації стосовно події, залученість аудиторії, а не лише через умовну ступінь важливості теми.

При цьому платформізація змінює базову логіку видимості міських подій, оскільки добір, ранжування й персоналізація переносять частину владних функцій у правила посередників, зокрема соціальних мереж, і в алгоритмічні процедури. Це має прямий наслідок для журналістики: виробництво новин дедалі частіше орієнтується на інтерфейсні та платформні метрики, які визначають траєкторії розподілу уваги.

Поширення інтерактивних форматів у медіасфері диджиталізованого міста є фактором перетворення пасивних споживачів новин на громадянську спільноту активних учасників. Інакше кажучи, інтерактивна журналістика виступає майданчиком для створення спільних обговорень та народження нових ідей у межах міської спільноти. Вона перетворює рутинні комунікації, зокрема обмін новинами, інструкціями, обговореннями тощо, на колективну творчу і суспільну практику. Завдяки оперативності та мультимедійності такі новинні формати здатні підтримувати плинність повсякденних дискусій. В результаті у житті сучасного міста інтерактивна журналістика інтегрує містян у публічний діалог, формує нові практики взаємодії й посилює обізнаність про локальні та глобальні події через локалізовані медіаінструменти.

У ширшій теоретичній перспективі інтерактивні медіа можна розглядати як нову інфраструктуру міської публічності. Якщо у класичних моделях публічний простір міста формувався через фізичні локації, масові медіа та інституційні канали, то в диджиталізованому медіаполісі він дедалі більше вибудовується через інтерфейси, алгоритми та режими користувацької участі. Інтерактивна журналістика у цьому контексті виступає не просто формою подання новин, а механізмом соціальної інтеграції міста: вона поєднує розрізнені події, простори та досвіди мешканців у спільні, динамічно оновлювані картини реальності. Отже, інтерактивні медіа трансформують міську публічність із моделі трансляції в модель постійної координації, де значення, увага і дії громадян перебувають у безперервному зворотному зв'язку з медіасередовищем. Саме ця властивість робить інтерактивну журналістику одним з важливих елементів резильєнтності, демократії та повсякденної життєздатності сучасного міста. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на емпіричний аналіз конкретних практик інтерактивної журналістики у різних типах міських середовищ, зокрема в умовах криз, воєнних загроз і інфраструктурних збоїв.

Shkurov Ye. V., Yenin M. N., Krokmal N. V. Interactive Media in the Public and Communicative Space of the City

This article analyses the role of interactive journalism as a component of urban communication and publicness under conditions of digitalisation and mediatization. The theoretical framework draws on the notion of the city as a «mediapolis», in which media communications are layered onto the urban fabric and structure everyday coordination, as well as on the concept of the platform society, which foregrounds the consequences of algorithmic ranking, personalisation, and the distribution of visibility. The study aims

to identify the socio-communicative features of interactive media functioning in urban environments and to demonstrate how the feedback capacity intrinsic to this media type transforms the role of audiences. The findings indicate that, amid infrastructural instability, interactive communication channels become a component of urban resilience by sustaining modes of interaction, mutual assistance, and rapid situational orientation. The predominance of low-effort engagement tools for recipients — such as reactions, short polls, interactive infographics, and interactive maps — encourages newsrooms to adopt mobile-first news-contact scenarios and real-time genres. At the same time, interactive journalism broadens participation while amplifying risks of attention fragmentation, echo chambers, and misinformation, since rules of visibility are often set by platforms and algorithms. Moreover, platformisation shifts part of governance functions to algorithmic selection and personalisation, prompting editorial practices to align with platform metrics and trajectories of attention. Overall, interactive formats facilitate a shift from passive consumption to active civic participation in public dialogue. Interactive journalism thus gains significance as a form of urban polylogue: news operates as a process of negotiating meanings through reading, commenting, and sharing. Real-time genres, in turn, support an effect of collective presence at an event, while scale and publicness are increasingly determined by update tempo and audience engagement.

Key words: interactive media, interactive journalism, digitalised city, mediapolis, platformisation, messengers, digitalization, resilience, territories, media

Література:

- Adam, G. S. (2009a). Foreword. **in** J. W. Carey (editor), *Communication as culture: Essays on media and society* (Rev. ed.). Routledge.
- Carey, J. W. (2009a). *Communication as culture: Essays on media and society*. Routledge.
- DeepStateUA. (nodate-a). DeepStateMap. <https://deepstatemap.live/>
- Fuchs, C. (2008a). *Internet and society: Social theory in the information age*. Routledge.
- McQuire, S. (2008a). *The media city: Media, architecture and urban space*. SAGE.
- Newman, N., Ross Arguedas, A., Robertson, C. T., Nielsen, R. K., & Fletcher, R. (2025a). *Digital News Report 2025*. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2025-06/Digital_News-Report_2025.pdf
- Peña-Alonso, U., Peña-Fernández, S., & Meso-Ayerdi, K. (2025b). Journalists' perceptions of artificial intelligence and disinformation risks. *Journalism and Media*, 6(3), 133.
- RIPE NCC. (2023a). Internet in Ukraine during the war. https://www.ripe.net/documents/1294/2023_03_07_RIPE_Internet_in_Ukraine_during_the_war.pdf
- Ronzhyn, A. (2014a). The Use of Facebook and Twitter During the 2013–2014 Protests in Ukraine. *Proceedings of the European Conference on Social Media (ECSM)*. https://www.researchgate.net/publication/268979057_The_Use_of_Facebook_and_Twitter_During_the_2013-2014_Protests_in_Ukraine
- Santos-Hermosa, G., Lopezosa, C., & Codina, L. (2022a). Analysis of interactivity in digital journalism. **in** P. Freixa, L. Codina, M. Pérez-Montoro & J. Guallar (editors), *Visualisations and narratives in digital media. Methods and current trends* (pages 13–25). DigiDoc-EPI. <https://doi.org/10.3145/indocs.2022.2>
- Shkurov, Y. (2025a). Media communications in the social dimension of the city. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*, 57, 98–105. <https://doi.org/10.30970/vjo.2025.57.13294>

- Thurman, N., & Walters, A. (2013a). Live blogging — digital journalism’s pivotal platform? A case study of the production, consumption, and form of live blogs at Guardian.co.uk. *Digital Journalism*, 1(1), 82–101. <https://doi.org/10.1080/21670811.2012.714935>
- United Nations Development Programme in Ukraine. (2025a). Mobile communications and the Internet in Ukraine. Research results. https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2025-07/undp_ukraine-report-mobile_connection_in_ukraine_2025-eng.pdf
- van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018a). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press.
- Vicente, P. N. (2020a). Interactive media. in D. L. Merskin (editor), *The SAGE International Encyclopedia of Mass Media and Society*. SAGE Publications.
- Zagorulko, D., Horska, K., & Zhelikhovska, N. (2025a). (Un)necessary Interaction: Audience Perceptions of Interactivity in Digital Media. *Journalism and Media*, 6(3), 153. <https://doi.org/10.3390/journalmedia6030153>
- ДСНС України. (nodate). Сервіс протимінної діяльності ДСНС. Інтерактивна мапа територій, які потенційно можуть бути забруднені вибухонебезпечними предметами. <https://redcross.org.ua/news/2023/01/43352/>
- Єнін, М., & Коржов, Г. (2021). Мережева комунікація: ризики та перспективи (на основі соціологічних опитувань громадської думки в країнах Євросоюзу). *Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. *Політологія. Соціологія. Право*, 49(1), 22–29. [https://doi.org/10.20535/2308-5053.2021.1\(49\).232789](https://doi.org/10.20535/2308-5053.2021.1(49).232789)
- КМІС. (2022). Key survey results. https://www.kiis.com.ua/materials/pr/20220817_z/Key%5C%20survey%5C%20results%5C%20%5C%28in%5C%20English%5C%29.pdf
- Коржов, Г., & Єнін, М. (2024). Кібербезпека в умовах цифрової нерівності: до постановки соціологічної проблеми. *Вісник НТУУ «КПІ»*. *Політологія. Соціологія. Право*, 63(3), 17–27. [https://doi.org/10.20535/2308-5053.2024.3\(63\).313487](https://doi.org/10.20535/2308-5053.2024.3(63).313487)
- Офіційна карта повітряних тривог України. (nodate). <https://map.ukrainealarm.com/>
- Панченко, Л., Єнін, М., & Кухта, М. (2025). Розвиток цифрової грамотності жінок в контексті цифровізації міст. *Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. *Політологія. Соціологія. Право*, 66(2), 40–52. [https://doi.org/10.20535/2308-5053.2025.2\(66\).337621](https://doi.org/10.20535/2308-5053.2025.2(66).337621)
- Солодовник, Д. (2023). Візуалізація даних у новітніх конвергентних медіа України. *Синопсис: текст, контекст, медіа*, 29(2), 157–165. <https://doi.org/10.28925/2311-259X.2023.2.13>
- Шкуров, Є. В. (2025). Суспільний вимір культурного та креативного життя міста: масово-комунікаційний та маркетингово-комунікаційний аспекти. *Вісник НТУУ «КПІ»*. *Політологія. Соціологія. Право*, 1(65), 69–77. [https://doi.org/10.20535/2308-5053.2025.1\(65\).332559](https://doi.org/10.20535/2308-5053.2025.1(65).332559)

References:

- Adam, G. S. (2009b). Foreword. in J. W. Carey (editor), *Communication as culture: Essays on media and society* (Rev. ed.). Routledge.
- Carey, J. W. (2009b). *Communication as culture: Essays on media and society*. Routledge.
- DeepStateUA. (nodate-b). DeepStateMap. <https://deepstatemap.live/>
- DSNS Ukrayiny. (nodate). Servis protymynnoyi diyalnosti DSNS. Interaktyvna mapa terytoriy, yaki potentsiyno mozhut buty zabrudneni vybukhonebezpechnymy predmetamy. <https://redcross.org.ua/news/2023/01/43352/>

- Freedom House. (2023). Freedom on the Net 2023: Ukraine. <https://freedomhouse.org/country/ukraine/freedom-net/2023>
- Fuchs, C. (2008b). *Internet and society: Social theory in the information age*. Routledge.
- KMIS. (2022). Key survey results. https://www.kiis.com.ua/materials/pr/20220817_z/Key%5C%20survey%5C%20results%5C%20%5C%28in%5C%20English%5C%29.pdf
- Korzhov, H., & Yenin, M. (2024). Kiberbezpeka v umovakh tsyfrovoyi nerivnosti: do postanovky sotsiologichnoyi problemy. *Visnyk NTUU «KPI». Politolohiya. Sotsiolohiya. Pravo*, 63(3), 17–27. [https://doi.org/10.20535/2308-5053.2024.3\(63\).313487](https://doi.org/10.20535/2308-5053.2024.3(63).313487)
- McQuire, S. (2008b). *The media city: Media, architecture and urban space*. SAGE.
- Newman, N., Ross Arguedas, A., Robertson, C. T., Nielsen, R. K., & Fletcher, R. (2025b). *Digital News Report 2025*. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2025-06/Digital_News-Report_2025.pdf
- Ofitsiyna karta povitryanykh tryvoh Ukrainy. (nodate). <https://map.ukrainealarm.com/>
- Oh, J., Bellur, S., & Sundar, S. S. (2018). Clicking, assessing, immersing, and sharing: An empirical model of user engagement with interactive media. *Communication Research*, 45(5), 737–763. <https://doi.org/10.1177/0093650215600493>
- Panchenko, L., Yenin, M., & Kukhta, M. (2025). Rozvytok tsyfrovoyi hramotnosti zhinok v konteksti tsyfrovizatsiyi mist. *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu Ukrainy «Kyyivskyy politekhnichnyy instytut». Politolohiya. Sotsiolohiya. Pravo*, 66(2), 40–52. [https://doi.org/10.20535/2308-5053.2025.2\(66\).337621](https://doi.org/10.20535/2308-5053.2025.2(66).337621)
- Peña-Alonso, U., Peña-Fernández, S., & Meso-Ayerdi, K. (2025a). Journalists perceptions of artificial intelligence and disinformation risks. *Journalism and Media*, 6(3), 133.
- RIPE NCC. (2023b). Internet in Ukraine during the war. https://www.ripe.net/documents/1294/2023_03_07_RIPE_Internet_in_Ukraine_during_the_war.pdf
- Ronzhyn, A. (2014b). The Use of Facebook and Twitter During the 2013–2014 Protests in Ukraine. *Proceedings of the European Conference on Social Media (ECSM)*. https://www.researchgate.net/publication/268979057_The_Use_of_Facebook_and_Twitter_During_the_2013-2014_Protests_in_Ukraine
- Santos-Hermosa, G., Lopezosa, C., & Codina, L. (2022b). Analysis of interactivity in digital journalism. in P. Freixa, L. Codina, M. Pérez-Montoro & J. Guallar (editors), *Visualisations and narratives in digital media. Methods and current trends* (pages 13–25). DigiDoc-EPI. <https://doi.org/10.3145/indocs.2022.2>
- Shkurov, Y. (2025b). Media communications in the social dimension of the city. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya Zhurnalistyka*, 57, 98–105. <https://doi.org/10.30970/vjo.2025.57.13294>
- Shkurov, Y. V. (2025c). Suspilnyy vymir kulturnoho ta kreatyvnoho zhyttya mista: masovo-komunikatsiynyy ta marketynhovo-komunikatsiynyy aspekty. *Visnyk NTUU «KPI». Politolohiya. Sotsiolohiya. Pravo*, 1(65), 69–77. [https://doi.org/10.20535/2308-5053.2025.1\(65\).332559](https://doi.org/10.20535/2308-5053.2025.1(65).332559)
- Solodovnyk, D. (2023). Vizualizatsiya danykh u novitnikh konverhentnykh media Ukrainy. *Synopsis: tekst, kontekst, media*, 29(2), 157–165. <https://doi.org/10.28925/2311-259X.2023.2.13>
- Thurman, N., & Walters, A. (2013b). Live blogging — digital journalism's pivotal platform? A case study of the production, consumption, and form of live blogs at Guardian.co.uk. *Digital Journalism*, 1(1), 82–101. <https://doi.org/10.1080/21670811.2012.714935>

- United Nations Development Programme in Ukraine. (2023). Dumky i pohlyady naselelnya Ukrainy shchodo derzhavnykh elektronnykh posluh (Analitychnyy zvit). <https://www.undp.org/uk/ukraine/publications/analitychnyy-zvit-dumky-i-pohlyady-naselelnya-ukrainy-shchodo-derzhavnykh-elektronnykh-posluh-u-2023-rotsi>
- United Nations Development Programme in Ukraine. (2024). Dumky i pohlyady naselelnya Ukrainy shchodo derzhavnykh elektronnykh posluh: Analitychnyy zvit. <https://www.undp.org/uk/ukraine/publications/analitychnyy-zvit-dumky-i-pohlyady-naselelnya-ukrainy-shchodo-derzhavnykh-elektronnykh-posluh-u-2024-rotsi>
- United Nations Development Programme in Ukraine. (2025b). Mobile communications and the Internet in Ukraine. Research results. https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2025-07/undp_ukraine-report-mobile_connection_in_ukraine_2025-eng.pdf
- van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018b). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press.
- Vicente, P. N. (2020b). Interactive media. in D. L. Merskin (editor), *The SAGE International Encyclopedia of Mass Media and Society*. SAGE Publications.
- Yenin, M., & Korzhov, H. (2021). Merezheva komunikatsiya: ryzyky ta perspektyvy (na osnovi sotsiolohichnykh opytuvan hromadskoyi dumky v krayinakh Yevrosoyuzu). *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu Ukrainy «Kyivskyy politekhnichnyy instytut»*. *Politolohiya. Sotsiolohiya. Pravo*, 49(1), 22–29. [https://doi.org/10.20535/2308-5053.2021.1\(49\).232789](https://doi.org/10.20535/2308-5053.2021.1(49).232789)
- Zagorulko, D., Horska, K., & Zhelikhovska, N. (2025b). (Un)necessary Interaction: Audience Perceptions of Interactivity in Digital Media. *Journalism and Media*, 6(3), 153. <https://doi.org/10.3390/journalmedia6030153>

Стаття надійшла до редакції 18.03.2026

Стаття рекомендована до друку 13.04.2026