

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з наукової роботи
Дніпровського національного університету
імені Олеся Гончара
Олег МАРЕНКОВ
« 29 » _____ 2026 р.

ВИСНОВОК

про наукову новизну, теоретичне та практичне значення результатів дисертації
Россінського Артема Ігоровича
«Соціокомунікаційні технології медіатизації футболу:
глобальний контекст і український досвід воєнної доби»,
представленої на здобуття ступеня доктора філософії зі спеціальності 061 Журналістика

ВИТЯГ

з протоколу №2 міжкафедрального семінару факультету систем і засобів масової
комунікації Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара
від 29 травня 2026 року

ГОЛОВА: канд. філол. наук, доц., декан факультету систем і засобів масової комунікації
Кирилова О. В. (10.01.08 – журналістика);

СЕКРЕТАР: канд. наук із соц. ком., зав. каф. реклами та зв'язків з громадськістю
Мироненко В.В. (27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій);

Присутні: канд. наук із соц. ком., зав. каф. масової та міжнародної комунікації **Хотюн Л. В.**
(27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій), д-р філол. наук, доц., проф. каф. масової та
міжнародної комунікації **Павлова А. К.** (10.01.07 – фольклористика), канд. наук із соц. ком., доц.,
доц. каф. масової та міжнародної комунікації **Бахметьєва А. М.** (27.00.06 – прикладні соціально-
комунікаційні технології), канд. філол. наук, доц. каф. масової та міжнародної комунікації
Бучарська І. С. (10.01.04 – література зарубіжних країн), канд. наук із соц. ком., доц. каф. масової
та міжнародної комунікації **Гаркавенко Ю. С.** (27.00.01 – теорія та історія соціальних
комунікацій), канд. філол. наук, доц., доц. каф. масової та міжнародної комунікації
Гудошник О.В. (10.01.06 – теорія літератури), канд. політ. наук, доц., зав. каф. медіакомунікацій
та комунікаційних технологій **Демченко М. В.** (23.00.02 – політичні інститути та процеси), канд.
філол. наук, доц., доц. каф. медіакомунікацій та комунікаційних технологій **Михайлова А. А.**
(10.01.01 – українська література), д-р філос., доц. каф. медіакомунікацій та комунікаційних
технологій **Колоскова Г. В.** (029 – інформаційна, бібліотечна та архівна справа), канд. філол. наук,
доц., доц. каф. реклами та зв'язків з громадськістю **Іванова С. А.** (10.01.04 – література
зарубіжних країн), канд. наук із соц. ком., доц. каф. реклами та зв'язків з громадськістю
Гусєв А.В. (27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій), канд. наук із соц. ком., доц., доц.
каф. реклами та зв'язків з громадськістю **Лященко А. В.** (27.00.06 – прикладні соціально-
комунікаційні технології), д-р філол. наук, проф., проф. каф. масової та міжнародної комунікації
Ткаченко О. Г. (10.01.01 – українська література), канд. філол. наук, доц., доц. каф. масової та
міжнародної комунікації **Темченко Л. В.** (10.01.01 – українська література), д-р філос., доц. каф.
медіакомунікацій та комунікаційних технологій **Чорнобильський А. В.** (061 – журналістика), д-
р філос., доц. каф. реклами та зв'язків з громадськістю **Демченко Д. С.** (061 – журналістика).

Запрошені: випускник аспірантури Россінський А. І. (здобувач), **Кіца М. О.**, канд. наук із соц.
ком., доц., доц. кафедри журналістики та засобів масової комунікації Національного університету
«Львівська політехніка» (з правом голосу); **Тарасюк В. Ю.**, канд. філол. наук, доц., доц. кафедри
журналістики ДВНЗ «Ужгородський національний університет» (з правом голосу).

Порядок денний: розгляд і обговорення дисертації **Россінського Артема Ігоровича** на тему «**Соціокомунікаційні технології медіатизації футболу: глобальний контекст і український досвід воєнної доби**» представленої на здобуття ступеня доктора філософії зі спеціальності 061 Журналістика.

Дисертацію виконано на кафедрі масової і міжнародної комунікації факультету систем і засобів масової комунікації Дніпровського університету імені Олеся Гончара. Тема дисертації затверджена на засіданні вченої ради Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара (протокол № 4 від 01 грудня 2022 р.). Уточнену редакцію теми дисертаційної роботи затверджено на засіданні вченої ради факультету систем і засобів масової комунікації Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара (протокол № 7 від 19 лютого 2026 р.). Підготовка здобувача третього рівня вищої освіти здійснюється за акредитованою освітньо-науковою програмою «Журналістика» зі спеціальності 061 Журналістика (сертифікат про акредитацію освітньої програми № 21674, дійсний до 01.07.2031).

Слухали: доповідь Россінського Артема Ігоровича на тему «Соціокомунікаційні технології медіатизації футболу: глобальний контекст і український досвід воєнної доби», подану на здобуття ступеня доктора філософії зі спеціальності 061 Журналістика.

Усі документи подано в повному обсязі. Комісією було здійснено перевірку рівня оригінальності твору (дисертаційної роботи) системою виявлення і запобігання плагіату <https://strikeplagiarism.com/>. Перевірку роботи на плагіат здійснено комісією у складі: голова – канд. філол. наук, доц., деканеса факультету систем і засобів масової комунікації О. В. Кирилова, канд. філол. наук, доцент, доцентка кафедри масової та міжнародної комунікації О. В. Гудошник, доктор філософії зі спеціальності «Журналістика», доцент, доцент кафедри медіакомунікацій та комунікаційних технологій А. В. Чорнобильський. Під час перевірки на плагіат виявлено 6,74% запозичень, які є законними і не є плагіатом, рівень подібності не перевищує допустимої межі. Дисертаційна робота Россінського А. І. є самостійною працею, яку можна допускати до захисту.

Роботу було розглянуто трьома фаховими експертами – канд. філол. наук, доц., доц. кафедри масової та міжнародної комунікації О. В. Гудошник; канд. наук із соц. ком., доц. кафедри масової та міжнародної комунікації Ю. С. Гаркавенко; канд. наук із соц. ком., доц. каф. реклами та зв'язків з громадськістю А. В. Гусев. Робота виконана на 12,9 авторських аркушах, дисертація структурована, наявні анотація, зміст, вступ, основна частина, висновки та список використаної літератури.

Доповідь А. І. Россінського

Шановна пані голово, шановні члени міжкафедрального семінару! Для отримання висновку про наукову новизну, теоретичне та практичне значення результатів дисертації вашій увазі пропонується дослідження на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 061 Журналістика на тему «Соціокомунікаційні технології медіатизації футболу: глобальний контекст і український досвід воєнної доби».

Актуальність теми роботи зумовлена необхідністю критичного осмислення докорінних трансформацій футбольного медіапростору, що відбуваються на перетині глобальної цифровізації та екстремальних умов воєнної реальності. В умовах довготривалої стратегічної невизначеності в Україні футбол перестав бути лише спортивним змаганням, остаточно трансформувавшись у комплексний медіафеномен, де органічно поєднуються інформаційні, комерційні, культурні та політичні виміри.

Центральною проблематикою дослідження є вивчення соціокомунікаційних технологій та практик медіатизації: ми аналізуємо, як спортивні медіа та інституції адаптуються до кризових умов, як формуються цифрові спільноти в умовах обмеженого доступу до стадіонів, та яким чином відбувається взаємодія між ключовими стейкхолдерами ринку та аудиторією.

Відповідно актуальність роботи визначається трьома ключовими факторами:

1. Технологічна трансформація. Процеси платформізації та впровадження інноваційних інструментів (від OTT-сервісів до генеративного ШІ та фанкоїнів) вимагають розробки нових моделей комунікації, де спортивні клуби перетворюються на самодостатні медіасистеми.

2. Воєнний контекст. Необхідність фіксації та аналізу унікального українського досвіду (2014–2026 рр.), коли в умовах тривалої гібридної війни та повномасштабного вторгнення медіатизація футболу набуває життєво важливих функцій – консолідаційної, репрезентативної та дипломатичної. Це дозволяє використовувати спорт як інструмент «м'якої сили» України на міжнародній арені.

3. Системна криза галузі. Релокація футбольних інституцій, руйнування інфраструктури, запровадження жорстких безпекових обмежень, створення єдиного телепулу («УПЛ.ТБ») створили нові умови функціонування вітчизняної медіагалузі, які потребують ґрунтовного наукового аналізу та теоретичного узагальнення.

Обрання саме футболу продиктоване його статусом найбільш представленого виду спорту в глобальному медіапросторі, що робить його ідеальним майданчиком для вивчення «глибинної медіатизації» сучасного соціуму.

У ході дослідження було опрацьовано понад 500 наукових праць, з яких 254 стали теоретико-методологічним підґрунтям. Це роботи українських і закордонних науковців останніх 80 років, із залученням новітніх досліджень періоду після 2020-го року. Серед них окремо виділимо світових дослідників теми: Роу, Хепп, Йонсен, Хьярвард, Луманн, Кето, Мюррей, Франдсен, Вінфорд та інші. А також українських науковців: Лільо, Шевченко, Нечай, Кіца, Тарасюк, Сазонова, Приступа та інші.

Мета роботи – комплексний аналіз соціокомунікаційних технологій медіатизації сучасного футболу в Україні в умовах воєнної трансформації суспільства, визначення ролі цифрових інструментів комунікації та виявлення закономірностей розвитку спортивного медіапростору в кризовий період.

Об'єкт дослідження – процес медіатизації сучасного футболу як соціокомунікаційного явища в умовах глобальної цифровізації та тривалої воєнної трансформації українського суспільства.

Предмет дослідження – соціокомунікаційні технології, цифрові інструменти та моделі адаптації футбольного медіапростору України до викликів воєнної доби в контексті світового досвіду медіатизації спорту.

Емпіричну базу дослідження склали:

- офіційні цифрові ресурси міжнародних та національних спортивних інституцій: контент платформ Міжнародної федерації футболу (FIFA), Міжнародного олімпійського комітету (МОК) та Української асоціації футболу (УАФ) за період 2022–2025 рр.;
- комунікаційний контент провідних вітчизняних та зарубіжних футбольних клубів: офіційні сторінки ФК «Шахтар» (Донецьк, Україна), «Манчестер Сіті» (Манчестер, Велика Британія) та «Ювентус» (Турин, Італія) у соціальних мережах, зокрема репрезентативна вибірка публікацій та інтерактивної взаємодії з аудиторією за листопад 2024 р.;
- спеціалізовані спортивні медіаплатформи та сервіси потокового мовлення: цифрові ресурси «УПЛ.ТБ», а також спортивні сегменти OTT-платформ *MEGOGO* та *Setanta Sports* (2022–2026 рр.);
- офіційні документи та статистичні дані: звіти Міністерства молоді та спорту України, державні репозиторії та цифрові бази даних щодо стану спортивної інфраструктури в умовах повномасштабного вторгнення;
- технологічні фінансово-комунікаційні майданчики: міжнародні криптовалютні платформи, що забезпечують функціонування криптовалютних активів (фанкоїнів) як інструменту залучення вболівальників.

Наукова новизна роботи. Важливо наголосити, що визначальним аспектом наукової новизни нашої роботи є вперше концептуалізовані теоретико-методологічні засади дослідження медіатизації футболу в екстремальних умовах війни. Це дозволило нам вийти за межі поверхневої

констатації подій і представити цілісну наукову модель того, як спортивні комунікації трансформуються під тиском глобальних безпекових загроз.

Доведено, що з моменту зародження медіатизації спорту спостерігаються системні спроби інструменталізації спортивної тематики для просування політичних та ідеологічних наративів. Нами встановлено, що перша масштабна конвергенція цих явищ відбулася в нацистській Німеччині під час Олімпійських ігор 1936 року: тоді змагання стали майданчиком для латентного поширення пропаганди в умовах стрімкої технологізації медіа.

Наступний етап ідеологічного суперництва, де спорт і медіа набули синергійного розвитку, припадає на період Холодної війни. У цей час протистояння між НАТО та країнами Варшавського блоку, за відсутності прямого військового зіткнення, активно перемістилося на спортивні арени та в інформаційне поле, де медіатизація перемог ставала доказом переваги політичних систем.

Особливу увагу в дисертації приділено виявленій нами прямій залежності між термінами проведення Олімпійських ігор та початком російської військової агресії (кейс-стаді 2008, 2014 та 2022 років). Обґрунтовано, що в умовах нападів РФ на Україну та Грузію ця війна стала безпрецедентною для Європи не лише за мілітарними масштабами, а й за рівнем тотальної медіатизації, що охопила всі сфери суспільного буття, перетворивши спорт на автономний фронт інформаційного протистояння.

Вагомим здобутком роботи є те, що нами вперше типологізовано вплив стану спортивної інфраструктури на трансформацію моделей медіатизації футболу.

Підкреслю, що емпіричну базу цього розділу склали результати ретельного збору та авторської систематизації масивів даних із відкритих джерел. Нами було опрацьовано та зведено у структуровані таблиці розрізнену інформацію щодо руйнувань, пошкоджень спортивних об'єктів, а також релокації футбольних клубів у масштабах усієї країни.

Системний аналіз цих даних дозволив встановити, що станом на початок 2026 року в Україні пошкоджено, окуповано або зруйновано щонайменше 19 стадіонів професійних категорій. Ми наголошуємо, що стадіони є ключовим елементом у технологічному процесі медіатизації футболу як місця для проведення матчів. Географія цих втрат безпосередньо корелює із трансформацією медіаландшафту: окупація баз у Донецькій, Луганській, Херсонській і Запорізькій областях змусила суб'єктів галузі до радикальної зміни комунікаційних моделей.

Аналогічний підхід було застосовано і до дослідження трансформації футбольних клубів. На основі систематизованих нами даних встановлено, що за період 2014–2026 рр. припинили існування щонайменше 29 професійних футбольних клубів. Ми не просто констатуємо ці цифри, а аналізуємо їх як критичний фактор, що змушує медіасистему футболу до адаптації. Виявлено, що у випадках релокації (кейс-стаді клубів Донецької, Луганської, Харківської, Запорізької, Херсонської областей і півострова Крим) саме цифрові комунікації стають єдиним інструментом збереження інституційної ідентичності в умовах втрати фізичної бази. Деякі – у містах Дніпрі, Харкові, Києві, Львові та інших – перезапустили, але в окремих випадках ці спроби виявлялися невдалими.

У межах дисертаційного дослідження нами вперше концептуалізовано та типологізовано безпекові умови функціонування спортивних комунікацій. На основі аналізу екстремальних чинників воєнного часу ми виділяємо дві категорії загроз: ситуативну, що характерна для змагань світового рівня з низьким рівнем невизначеності, та перманентну, притаманну умовам активних бойових дій.

Доведено, що сучасна Україна перебуває у стані перманентної загрози, де непередбачуваність ракетних та дронів ударів безпосередньо трансформують соціокомунікаційну природу спорту: його функція зміщується з рекреаційно-розважальної на репрезентативну та консолідаційну. Встановлено, що за таких умов спортивні медіа стають не лише джерелом інформації, а й стратегічним інструментом утвердження соціальної стійкості та ключовим елементом міжнародної комунікації.

Нами вперше комплексно досліджено вплив нелінійних факторів на медіатизацію спорту, спричинених військовими чинниками: блекаутів, дестабілізації систем зв'язку, загроз терористичних актів та трансформації поведінкових патернів аудиторії. У роботі системно

проаналізовано нормативно-регламентну базу, що виникла як соціокомунікаційна відповідь на ці виклики – від протоколів безпеки обласних адміністрацій до специфічних регламентів проведення матчів в умовах повітряних тривог. Це дозволило нам визначити механізми адаптації медіавиробництва до роботи в режимі максимальної невизначеності, що забезпечує безперервність функціонування спортивної галузі як важливого суспільного інституту.

Нами було вперше досліджено соціокомунікаційний потенціал фанкоїнів як новітнього інструменту цифрової взаємодії. Доведено, що використання спеціалізованих криптоактивів дозволяє радикально підвищити рівень залученості вболівальників, особливо в умовах обмеженого фізичного доступу до спортивних арен.

Нами встановлено, що фанкоїн функціонує не лише як фінансовий актив, а насамперед як ключ до інтерактивної участі фаната у житті клубу. Володіння ним конвертується у специфічні комунікаційні привілеї: від права голосу при виборі дизайну клубної атрибутики до ексклюзивного доступу до закритих медіаподій та прямої комунікації з гравцями. Таким чином, фанкоїн трансформує вболівальника з пасивного споживача контенту на активного учасника внутрішніх процесів інституції.

Аналіз глобального ринку станом на 2026 рік дозволив ідентифікувати понад 10 провідних футбольних емітентів фанкоїнів, що свідчить про сталу тенденцію до децентралізації спортивних комунікацій. Водночас нами виявлено суттєвий розрив між високим рівнем розвитку криптогалузі в Україні та низьким ступенем її інтеграції у вітчизняний футбол. На прикладі кейсів іноземних спортивних клубів-емітентів нами обґрунтовано потенційні переваги впровадження фанкоїнів для українських професійних клубів як засобу побудови глобальних цифрових спільнот у воєнний та післявоєнний періоди.

Ключовий масив нашого дослідження присвячений кейс-стаді медіаплатформи «УПЛ.ТБ», яку ми визначаємо як унікальну для України модель функціонування єдиного національного телепулу. Запуск цього мультимедійного майданчика у 2024 році ми обґрунтовано називаємо медійним феноменом: створення єдиного правовласника на контент відбулося в умовах повномасштабної війни, що не вдавалося реалізувати протягом тридцяти років стабільного функціонування ринку.

Нами встановлено, що «УПЛ.ТБ» за всіма ознаками відповідає практикам нових спортивних медіа. Його діяльність базується на суворому дотриманні технологічних регламентів (від препродакшну до дистрибуції сигналу через OTT-сервіси та іншими методами), а також – через адаптацію світових тенденцій до специфіки воєнного стану. Доведено, що програмна сітка та контентна стратегія платформи орієнтовані на максимізацію охоплення: від традиційного фокусування на рейтингових матчах («Динамо», «Шахтар») до впровадження спеціалізованих рубрик («Огляд», «Гол туру», новинні випуски), що спрощують вхід для нової аудиторії.

Особливу увагу в дисертації приділено вперше виокремленим стратегіям взаємодії з уболівальниками у форматі «соціального телебачення». На основі аналізу швидкості публікацій, тематичної структури та активності аудиторії встановлено, що «УПЛ.ТБ» створює розгалужену цифрову екосистему. Емпірично доведено домінування платформи Телеграм як основного комунікаційного хабу: саме тут зафіксовано найвищий рівень залученості (81% коментарів під час гри проти 72% у фейсбуці та лише 3% у тіктоці).

Нами детально описано усталений алгоритм ігрового дня, де поряд із суто спортивним та комерційним контентом критично важливе місце посідають соціальні складові – анонси зборів на потреби ЗСУ та інформаційне супроводження в умовах безпекових загроз.

Водночас у роботі сформульовано стратегічні рекомендації для подальшої глибинної медіатизації футболу. Нами обґрунтовано необхідність переходу «УПЛ.ТБ» до ролі модератора процесів через:

- лібералізацію медіаправ для незалежних блогерів;
- впровадження диджитальної ігрової інфраструктури;
- масштабування залученості через користувацький контент.

Це дозволить платформі трансформуватися з транслятора на повноцінне інтерактивне середовище, що відповідає глобальним запитам сучасної спортивної журналістики.

У дисертації нами удосконалено підходи до аналізу аудіовізуального складника медіатизації, зокрема в частині трансформації мовних стратегій спортивного коментування. Нами вперше систематизовано та проаналізовано термінологічно-лексичний корпус, що використовується в українському спортивному дискурсі.

До наукового обігу введено перелік зі 110 найбільш репрезентативних лексем та сталих фраз, характерних для коментування футболу, баскетболу, тенісу та автоспорту. Нами встановлено, що цей лексичний пласт виконує не лише номінативну, а й експресивно-емоційну функцію, слугуючи інструментом динамізації медіаподії. У результаті категоризації виявлено, що 50% досліджуваних одиниць є прямими запозиченнями (переважно з англійської мови), тоді як решта становить професійний жаргонізм. Важливо підкреслити: попри наявність термінологічних відповідників у 49% випадків, коментатори свідомо обирають ці лексеми задля забезпечення аудіовізуальної варіативності та емоційного залучення реципієнта.

Окрему увагу приділено візуальній логіці спортивної трансляції. У роботі обґрунтовано тезу, що сучасний показ матчу підпорядкований суворій логіці багатокамерної зйомки та розмаїттю ракурсів. Водночас нами виявлено феномен деформації візуальної логіки: через надмірну інтенсивність медіатизації та гонитву за видовищністю іноді спотворюється цілісне сприйняття перебігу подій. Доведено, що генерація візуального контенту (флеш-інтерв'ю, хайлайти, тематичні сюжети) після завершення гри є невід'ємним складником циклу медіатизації, який пролонгує «життя» спортивної події у медіапросторі та безпосередньо залежить від інтенсивності ігрового процесу.

У дисертаційній роботі нами запропоновано та науково обґрунтовано новий етап періодизації розвитку футбольних медіа в Україні. Спираючись на напрацювання Матвія Нечая, ми пропонуємо розширити існуючу класифікацію, виокремивши десятий період – етап функціонування медіа в умовах повномасштабної війни (з 2022 р. по теперішній час). Доведено, що цей період характеризується докорінною зміною правил і умов генерації контенту, виникненням нових соціокомунікаційних бар'єрів та водночас формуванням унікальних адаптивних моделей медіавиробництва, які раніше не мали аналогів у вітчизняній науці.

Щодо сегмента OTT-платформ, нами удосконалено розуміння механізмів їх функціонування в умовах сучасного українського медіасередовища. У роботі виявлено та проаналізовано ознаки квазімонополізації ринку, де глядач стикається з обмеженістю вибору транслятора. Встановлено, що попри готовність аудиторії до моделі «сплати за споживання», вирішальним фактором стає результативність тендерних процедур. На прикладі кейсу медіасервісу «MEGOGO» нами доведено, що концентрація прав на елітні міжнародні змагання у межах одного суб'єкта створює ефект «закритої екосистеми», що суттєво впливає на поведінкові патерни аудиторії та перерозподіл рекламних потоків у спортивному сегменті.

Завершальним елементом наукової новизни є авторська класифікація футбольних уболівальників в Україні. На основі аналізу адаптаційних змін соціально-демографічного ландшафту та трансформації моделей медіаспоживання нами виокремлено шість категорій фанатів: фанати одного дня; ультрас; вікові фанати; фанати покоління; незалежні фанати; категорія родинного вболівання.

Кожна з груп охарактеризована через специфіку взаємодії з медіаконтентом: від ультрас, чий вплив виходить за межі стадіону у площину суспільно-політичних процесів, до «фанатів одного дня», для яких пріоритетною є не спортивна подія, а атмосфера її медійної презентації. Це дозволяє суб'єктам медіаринку більш точно налаштовувати свої комунікаційні стратегії у воєнний та поствоєнний періоди.

Узагальнюючи викладене, зазначу, що представлене дослідження є цілісною відповіддю на актуальні виклики сучасної медіасфери, пропонуючи нові інструменти для розуміння життєстійкості спортивних комунікацій в умовах війни. Отримана наукова новизна та практичні результати створюють підґрунтя для подальшої модернізації вітчизняного спортивного медіапростору та його повноцінної інтеграції у глобальний цифровий контекст.

Дякую за увагу та готовий відповісти на запитання.

ЗАПИТАННЯ ТА ВІДПОВІДІ:

Канд. філол. наук, доц. О. В. Гудошник: Перше питання стосується відповідності спеціальності 061 Журналістика. Чи є співставними та за якими опорними точками генеза медіатизації спорту та історія розвитку спортивної журналістики?

А. І. Россінський: Медіатизація, спорту і розвиток спортивної журналістики це співставні, але не тотожні елементи. Адже спортивна журналістика – це інституційна практика, всередині якої формується ідея того, якими ресурсами висвітлювати спорт. Тоді як медіатизація формує простір, у межах якого спорт починає функціонувати за логікою медіа. Наприклад, можемо спиратися на такі 3 основні рівні як рівень технологій, коли поява прямоефірного телебачення сприяла появі прямоефірних трансляцій і новому виду висвітлення футбольних матчів. Або коли на інституційному рівні спортивна журналістика формує редакції, а медіатизація формує правила комерціалізації цього спортивного простору.

На рівні комунікації у журналістиці відбувся перехід від простого зображення до формування спортивної реальності навколо кожної події, яка має бути висвітлена. Тобто журналістика може лишатися такою описовою формою, тоді як медіатизація змінює сам спорт, фактично диктуючи нам, як будуть проходити матчі для більшої комерціалізації. У цьому кейсі можемо навести приклад футбольного турніру Ліга чемпіонів, який є найбільш популярним на континенті і в принципі, одним з найпопулярніших на планеті. Кілька років тому було видозмінено формат проведення, коли стало більше потенційно цікавих матчів між найкращими клубами Європи вже на початкових етапах, що збільшує залучення нової аудиторії. Це збільшує перегляди та збільшує фінансову складову, яка теж відіграє дуже важливу роль для того, щоб цей турнір існував і до нього заходили нові глядачі.

Канд. філол. наук, доц. О. В. Кирилова: Наведіть свою аргументацію щодо того, чи є український досвід унікальною моделлю кризових комунікацій, яка може бути експортована в інші країни. Чи не вважаєте ви український досвід адаптивною реакцією, що обмежена виключно локальним контекстом?

А. І. Россінський: Можемо спиратися на моделі медіатизації, наведенні дослідником А. Хеппом, які стали, до речі, основними для формування нашої дослідницької наукової бази. У нього є теорія того, що медіа сьогодні стають глибинними, тобто відбувається глибинна медіатизація повсякденного життя. Я вважаю, що проникнення сучасних технологій у те, як відбувається медіатизація, спорту, і футболу зокрема, в нашому кейсі має прямий вплив. Наприклад, генеративний штучний інтелект. Він стає частиною цього простору, в якому створюється спортивний контент, наприклад, банального аналізу текстових даних з Олімпійських ігор. Це дозволяло дуже швидко створювати рейтинги та формувати списки і таблиці спортсменів. Або спеціальну технологію, яка дозволяє телекамерам самим, без залучення людини, транслювати матч і захоплювати в кадри в головній події. Так само ГШІ може бути залучений до створення аудіокоментарів, це ми висвітлювали в роботі. Хоча цей аспект є доволі суперечливим. В одному з випадків це може бути красиво. Але з іншого боку, дослідники, на яких ми спиралися, пишуть, що люди, які послухали коментар, створений ГШІ, вказують на його низьку емоційність і передбачуваність у тому, що може бути сказано.

Канд. наук із соц. ком., доц. А. В. Лященко: Який із етапів медіатизації, окреслених у розділі 1, може бути репрезентований на прикладі кейс-аналізу медіаплатформи «УПЛ.ТБ»?

А. І. Россінський: «УПЛ.ТБ» ми відносимо до етапу глибинної цифрової медіатизації. Це, безумовно, сучасний етап, який ми зараз можемо спостерігати і в якому ми зараз всі перебуваємо. Можемо побачити, як між аудиторією та медіа формується прямий зв'язок, де не тільки медіа каже людям, що дивитися і демонструє для них якийсь контент, а й люди самі можуть в якихось випадках навіть пропонувати, який би контент вони хотіли б побачити та впливати на створення контенту на цій платформі. Тобто медіа вже не просто показують спорт, а інтегрують його в те, як суспільство сприймає це через наданий медіаінструмент.

Канд. політ. наук, доц. М. В. Демченко: Артеме Ігоровичу, яким чином трансформація футбольних медіатехнологій у воєнний період корелює із глобальними трендами?

А. І. Россінський: У цьому випадку маю конкретний приклад – Чемпіонат світу з футболу, який буде через місяць у США. Це найпопулярніша спортивна подія у світі, яка опинилася під можливою загрозою з боку безпілотників. Ставлення до дронів загалом змінилося в Україні на тлі війни, адже у США та Європі їх все ще застосовують для зйомки спортивних подій. А от в Україні відчутно змінилося розуміння небезпеки від БПЛА. Також є журналістські матеріали, які висвітлюють, що Сполучені Штати можуть бути не захищені від такого, здавалось би, простого елементу вже повсякденного життя. У цьому випадку може знадобитися український досвід протидії дронам, організації евакуації людей зі стадіону, організації безпекових моментів і передбачення поведінкових моделей натовпу під час небезпеки. Я вважаю, що український досвід може бути абсолютно екстрапольований на всі спортивні змагання по світу.

Канд. філол. наук, доц. Л. В. Темченко: Як ви в роботі розрізняєте ситуативні та перманентні загрози? Яким чином ці загрози впливають на вибір методів та інструментів медіатизації?

А. І. Россінський: Ми свідомо розділяємо ситуативну та перманентну загрози. Ситуативна загроза – це кожен футбольний матч. Наприклад, у Європі, в умовному Берліні проводять матч дортмундської «Боруссії» та мюнхенської «Баварії». Фінал, дуже класний матч, потенційно великий відгук на нього з боку і телеглядачів, і на стадіоні буде багато людей. Але організатори та журналісти знають, що період невизначеності маленький: матч проведено і загроза зникла, для його висвітлення медіа не будуть перелаштовуватися. Медіа будуть показувати ключові історії тренерів, як клуби йшли до цього матчу, як вони змагалися та які історії лишилися за лаштунками.

А от Україна та український футбол знаходяться у перманентній загрозі, як і спортивні медіа в Україні. В такому випадку ми бачимо, що медіа мають ще додати військові історії, медіа мають обов'язково висвітлити соціальну складову, тобто залучення військовослужбовців і військовослужбовиць до проведення соціальних ініціатив. Наприклад таких, як перший удар, яка є традиційною для українського футболу. При цьому треба розуміти, що і повітряні тривоги, на жаль, теж стали впливовим фактором для того, як буде проведений матч українського футболу. Цей фактор безпосередньо становить загрозу учасникам процесу, глядачам і тим, хто долучений до продакшну, але на основі цього теж формують матеріали. Прикладом може слугувати матч Української Прем'єр-ліги «Зорі» та «Шахтаря», він був зіграний через кілька місяців після того, як гру відклали через тривогу. Цей матч став великим інформаційним приводом для журналістів, адже навколо нього довелося формувати багато контенту. На момент проведення «Шахтар» відставав, а зараз все помінялося і клуб став лідером. Тобто змінився наратив навколо матчу.

ВИСТУП НАУКОВОГО КЕРІВНИКА:

А. М. Бахметьєва, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри масової та міжнародної комунікації

Артем Ігорович Россінський у 2022 р. вступив до аспірантури Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара на освітньо-наукову програму «Журналістика» (спеціальність 061 Журналістика). За період навчання в аспірантурі Артем Ігорович повністю виконав індивідуальний навчальний план та план наукової роботи, плідно співпрацюючи з випусковою кафедрою та науковим керівником протягом усього терміну навчання. У ході виконання дисертаційного дослідження А. Россінський провів ґрунтовну наукову роботу з вивчення сучасного стану проблематики, заявленої у дисертації; було сформовано репрезентативну емпіричну базу, суголосну об'єкту та предмету вивчення, сформульовано мету та задачі дослідження. Дисертант безпосередньо брав участь у постановці завдань, плануванні етапів дослідження та інтерпретації отриманих результатів. Здобувач виявив здатність до самостійного

критичного мислення, системного аналізу складних соціокомунікаційних явищ та глибокого опрацювання значних масивів даних.

Запропонована А. Россінським наукова проблема лежить у площині детермінації новітніх медіалогік, що виникають під тиском глобальних кризових процесів. Актуальність теми дисертації зумовлена об'єктивною потребою журналістикознавчої науки у концептуалізації того, як цифрова трансформація та воєнна екзистенційна загроза радикально змінюють архітектуру спортивного медіапростору. «Глибинна медіатизація» виступає визначальним чинником адаптації галузі, змінюючи не тільки комунікаційні стратегії і технології, а й самі спортивні події. Дисертант простежує технологічні трансформації медіа, що перетворюються з інструменту інформування та впливу на спорт у мережеве комунікативне середовище.

Робота здобувача є вчасним науковим відгуком на запит щодо вивчення «медіатизації виживання», де спорт стає ключовою платформою для утвердження соціальної стійкості та інструментом м'якої сили України на міжнародній арені. Як науковий керівник, вважаю за необхідне підкреслити, що обраний автором вектор дозволяє по-новому поглянути на медіатизацію як на фактор збереження соціальних зв'язків та національної ідентичності у часи тривалої невизначеності та кризи.

Робота виконувалася в рамках кафедральних прикладних науково-дослідних тем, зареєстрованих УкрІНТЕЛ:

- на період 2022–2024 рр. – «Медіапрактики та медіанаративи у комунікаційному просторі суспільства: міждисциплінарний вимір», номер державної реєстрації 0122U001323;
- на період 2025–2027 рр. – «Українські та світові медіапрактики в контексті глобалізації та культурної ідентичності», номер держреєстрації 0125U002345.

Визначена здобувачем мета роботи – здійснити комплексний аналіз соціокомунікаційних технологій медіатизації сучасного футболу в Україні в умовах воєнної трансформації суспільства – дозволила сфокусувати увагу на критично важливих аспектах: від детермінації ролі цифрових інструментів до виявлення фундаментальних закономірностей розвитку спортивного медіапростору в період екзистенційної кризи.

З огляду на сформульовану мету перед дисертантом висувалася низка завдань, які виконані повною мірою, зокрема:

- з'ясувати генезу медіатизації спорту в контексті технологічних трансформацій та обґрунтувати теоретико-методологічні засади дослідження цього феномену в умовах соціально-політичних криз;
- систематизувати соціокомунікаційні технології медіатизації сучасного футболу, визначивши специфіку вербальних, візуальних та аудіальних складників у структурі спортивного медіапродукту;
- проаналізувати вплив цифровізації на трансформацію моделей взаємодії футбольних суб'єктів з аудиторією, зокрема через використання соціальних мереж (Інстаграм, Ютуб, Телеграм), OTT-сервісів та інноваційних технологій (фанкоїни, генеративний штучний інтелект);
- визначити законодавчі, інституційні та соціально-економічні чинники, що детермінують функціонування української спортивної та медійної інфраструктури в умовах повномасштабної війни;
- дослідити динаміку трансформації футбольного медіаландшафту України як відповідь на виклики воєнної доби та виявити специфічні механізми адаптації комунікаційних стратегій до умов невизначеності;
- на прикладі діяльності медіаплатформи «УПЛ ТБ» проаналізувати сучасні кейси модернізації футбольного мовлення в Україні та окреслити перспективи розвитку вітчизняного спортивного медіапростору.

Системність виконання поставлених завдань свідчить про високу логічну вивіреність дисертації та забезпечує репрезентативність отриманих наукових результатів.

Теоретичне підґрунтя дослідження медіатизації футболу в роботі Артема Россінського базується на міждисциплінарному підході, що синтезує концепції журналістикознавства, соціології та теорії соціальних комунікацій для аналізу трансформації спорту в цифрову епоху. Аспірант обґрунтовує концепцію футболу як комплексного соціокомунікаційного феномену, де медіатизація

постає визначальним метапроцесом, що переформатовує структуру галузі відповідно до медіалогіки та вимог цифрового середовища. Теоретичний базис дослідження сформовано на основі системного підходу, що дозволяє розглядати футбол як автономну соціокомунікаційну підсистему, інтегровану в глобальний медіапростір. Особлива увага приділяється працям Ф. Кротца, С. Хьярварда, Н. Колдрі та А. Хеппа, чії ідеї про медіатизацію пояснюють перетворення повсякденних спортивних практик на об'єкт алгоритмічного впливу та платформізації.

Дослідження розкриває специфіку медіатизації в умовах довготривалих криз, використовуючи ретроспективний аналіз геополітичних подій для ідентифікації механізмів використання спорту як інструменту ідеологічної експансії та «м'якої сили». Автор концептуалізує перехід від лінійних моделей комунікації до інтерактивних мережових структур, де вболівальники набувають статусу просьюмерів, а футбольні клуби трансформуються у самодостатні медіасистеми. У роботі детально вивчено соціокомунікаційний потенціал новітніх цифрових інструментів, зокрема фанкоїнів та OTT-платформ, які забезпечують залученість аудиторії в умовах обмеженого фізичного доступу до стадіонів. Окремий акцент зроблено на унікальному українському досвіді воєнної доби (2014–2026 рр.), де медіатизація футболу набуває специфічних консолідаційних та репрезентативних функцій, стаючи інструментом психологічної підтримки суспільства та каналом стратегічної комунікації України зі світом.

Системний підхід дозволив Артему Ігоровичу розглянути футбол як цілісну соціокомунікаційну підсистему, тоді як застосування кейс-стаді забезпечило детальний аналіз діяльності медіаплатформи «УПЛ.ТБ» як інноваційної моделі функціонування єдиного телепулу. Для верифікації трансформацій медійного продукту у роботі використано контент-аналіз вербальних та аудіовізуальних складників у структурі спортивного дискурсу, а також метод категоризації для типологізації впливу руйнувань спортивної інфраструктури на моделі медіатизації. Використаний інструментарій дозволив автору зафіксувати емпіричні факти та виявити глибинні закономірності адаптації національного медіаландшафту до умов перманентної кризи та воєнної загрози.

У ході дослідження автором було доведено, що медіатизація футболу в умовах війни набуває специфічних репрезентативних та консолідаційних характеристик, перетворюючи спорт на інструмент соціальної стійкості. Виявлено пряму залежність між станом спортивної інфраструктури та трансформацією моделей медіаспоживання, де цифрові платформи компенсують відсутність доступу до стадіонів. Обґрунтовано роль «УПЛ.ТБ» як стратегічного компенсаційного механізму, що забезпечує комунікаційну автономію галузі. Встановлено, що Телеграм став домінуючим каналом взаємодії (81% залученості), а авторська класифікація уболівальників (6 категорій) дозволяє адаптувати медіастратегії до зміненого соціально-демографічного ландшафту України.

Наукова новизна дослідження полягає у першому комплексному теоретичному обґрунтуванні особливостей медіатизації футболу в умовах воєнної трансформації суспільства, що базується на синтезі міждисциплінарного та кризоорієнтованого підходів. У роботі вперше концептуалізовано діяльність платформи «УПЛ.ТБ» як унікальної моделі національного телепулу, адаптованого до безпекових викликів, та типологізовано вплив руйнувань інфраструктури на зміну стратегій репрезентації спорту. Дослідженням удосконалено періодизацію розвитку вітчизняних спортивних медіа через виокремлення воєнного етапу (з 2014 р.), поглиблено аналіз трансформації мовних стратегій коментування в умовах цифровізації та визначено соціокомунікаційний потенціал інноваційних технологій, таких як фанкоїни та OTT-платформи, у забезпеченні комунікаційної стійкості галузі.

Дисертація А. І. Россінського пропонує фундаментальний перегляд ролі спортивних інститутів в системі соціальних комунікацій, підтверджуючи концептуальну гіпотезу про трансформацію спорту із пасивного об'єкта висвітлення на самодостатню медіасистему з власною мережевою логікою. Соціальні медіа та цифрові платформи аналізуються як динамічні екосистеми комунікації, де медіатизація спорту розглядається через призму теорії «глибинної медіатизації» А. Хеппа та Н. Колдрі, що дозволяє розкрити механізми адаптації футбольної галузі до умов територіальної та ресурсної нестабільності.

А. І. Россінський пропонує багаторівневі підходи до класифікації цифрових технологій залучення аудиторії, враховуючи їхню функціональність, механізми алгоритмічного просування та критерії соціальної присутності в умовах обмеженого доступу до фізичних локацій (стадіонів). Автор пропонує розглядати футбольну індустрію воєнної доби як соціотехнічну систему, акцентуючи увагу на критичній важливості медіатизації у формуванні національної стійкості (resilience), зокрема через взаємодію з локальними фанатськими спільнотами та цифрову репрезентацію держави. Демонструється, що сучасні платформи створюють арени для «соціального телебачення», розширюючи межі традиційного спортивного продукту за допомогою інтерактивності та гейміфікації (зокрема через фанкоїни). Особлива увага приділяється трансформації функцій спортивної комунікації – від рекреаційної до репрезентативно-консолідуючої – в умовах воєнних трансформацій.

Станом на 28.04.2026 р. дисертаційна робота Артема Россінського виконана на 100 % і може бути представлена на міжкафедральному науковому семінарі факультету систем і засобів масової комунікації Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара для отримання висновку про наукову новизну, теоретичне та практичне значення результатів.

ВИСНОВКИ ФАХІВЦІВ-ЕКСПЕРТІВ

**Канд. наук із соц. ком., доцент кафедри масової та міжнародної комунікації
Ю. С. Гаркавенко**

У роботі Россінського А. І. концептуалізовано соціокомунікаційні технології медіатизації футболу через поєднання платформеного підходу, теорій соціальної взаємодії та сучасних практик цифрової комунікації. На прикладі функціонування платформи «УПЛ.ТБ», а також аналізу глобальних і локальних медіапрактик, представлено актуальні для сучасного комунікаційного простору механізми трансформації спортивного контенту в умовах цифровізації та воєнних викликів.

Робота знаходиться у руслі сучасної української комунікативістики, де медіатизація розглядається як системний процес, що охоплює зміну логіки виробництва, розповсюдження та сприйняття контенту. Автор послідовно реалізує підхід до медіа як до складної соціальної системи, в якій взаємодіють інституційні, технологічні та аудиторні чинники, а комунікація виступає як динамічний процес взаємодії, що передбачає зворотний зв'язок, рефлексію та емоційне залучення. Фокусність наукової концепції автора на поєднанні глобальних тенденцій медіатизації з українським досвідом воєнної доби відповідає нормативному змісту підготовки доктора філософії, загальним компетентностям та програмним результатам навчання випускника аспірантури.

Серед наукових здобутків автора слід відзначити критичне осмислення класичних і новітніх теорій медіатизації, платформізації та соціального телебачення; формування власного аналітичного підходу до дослідження спортивних медіа через поєднання теоретичних і емпіричних методів; розробку авторських інтерпретацій, зокрема типології аудиторії футбольного контенту, розуміння телепулу як моделі двостороннього ринку, концептуалізації соціального телебачення в українському медіапросторі. Окрім традиційних для дисертаційного дослідження методів (системного, порівняльного, емпіричного аналізу, узагальнення), у роботі представлено комплексний підхід до дослідження цифрових платформ, що включає контент-аналіз, аналіз аудиторної взаємодії та інтерпретацію комунікаційних практик у соціальних мережах. Характеристика медіатизації футболу подана через аналіз контентних стратегій спортивних телеканалів, функціонування цифрових платформ, аудиторної взаємодії та механізмів залучення глядачів, впливу воєнного контексту на трансформацію медіаспоживання.

Платформа «УПЛ.ТБ» інтерпретується як комплексний соціокомунікаційний феномен, що поєднує традиційне мовлення з цифровими інструментами взаємодії, формуючи нову модель спортивного медіапродукту. Автор переконливо показує, що сучасна трансляція футбольного матчу виходить за межі технічного процесу передачі зображення та постає як культурно-комунікаційне явище, що інтегрує інформаційний, аналітичний і емоційний компоненти.

Актуальність емпіричних висновків полягає у демонстрації впливу тайм-слотів, статусу команд, медійної репрезентації, платформних алгоритмів на формування аудиторного інтересу та

рівень залученості. Системність роботи, яку слід підкреслити, є її беззаперечною перевагою, оскільки логіка дослідження відповідає природі самого об'єкта, а саме мережевої медіасистеми, де якість функціонування залежить від взаємозв'язків між її елементами. Зміст публікацій відповідає основним положенням дисертації та репрезентує її ключові наукові результати. За обсягом і структурою робота відповідає вимогам, що висуваються до дисертаційних досліджень на здобуття ступеня доктора філософії.

Дисертація Россінського Артема Ігоровича є самостійним, завершеним науковим дослідженням, що пропонує розв'язання актуального наукового завдання в галузі соціальних комунікацій та може бути рекомендована до захисту.

**Канд. філол. наук, доцент, доцент кафедри масової та міжнародної комунікації
О. В. Гудошник**

Актуальність обраної теми дослідження зумовлена фундаментальними трансформаціями, що відбуваються у спортивній галузі впродовж останніх років: від переформатування телевізійного контенту до зростання впливу штучного інтелекту у процесах контентотворення, у сферах маркетингу та залучення аудиторій; від змін у системі медіаправ до зростання капіталоємності ринку, який оцінюється у \$2,3 трлн із середньорічним приростом близько 10 % упродовж останніх 25 років (Sports Business Journal, 5 січня 2026 р.).

Указані процеси відображають не лише сучасні тенденції глобалізації, а й узалежені від феноменологічної природи спорту, що, попри тривалу історію наукового осмислення, потребує системної актуалізації саме в медійному вимірі. Тим більше, конкуренція інших напрямів вкрай жорстка. Так, створений ФІФА у 1995 р. Міжнародний центр спортивних досліджень (International Centre for Sports Studies (CIES)) презентує прикладні розвідки за актуальними для ФІФА напрямками право, соціологія, географія, історія та економіка з відповідними академічними пропозиціями (<https://www.cies.ch/cies/home>). Спортивна журналістика (2017 магістерська програма, Національний університет фізичного виховання і спорту України (НУФВСУ) та Інститут журналістики КНУ; 4 кредити, Відкритий міжнародний університет розвитку людини «УКРАЇНА»).

У межах обраного предмета дослідження, футбольний медіапростір, взаємодіють різновекторні процеси сучасних трансформацій. Їх аналіз крізь призму медіатизації є не лише актуальним, а й перспективним, зокрема з огляду на розвиток національних ринків і локальних практик. Погоджуємося з позицією дисертанта про те, що «футбол постає як комплексний комунікаційний медіафеномен, у якому медіатизація виступає визначальним чинником адаптації галузі – від оновлення стратегій брендингу її суб'єктів до впровадження інтерактивних моделей взаємодії з фанатськими спільнотами» (с. 2).

Окремо варто відзначити практичну актуальність роботи. Дисертант поєднує позиції дослідника та безпосереднього учасника галузі, що дає змогу водночас виступати і зовнішнім аналітиком, і внутрішнім спостерігачем процесів формування спортивного медіапростору. Унаслідок цього національний спортивний медіаландшафт постає не як відсторонене об'єктне поле дослідження, а як середовище авторської залученості та емпатичного розуміння. Запропоновані дисертантом підходи до аналізу інструментів медіатизації набувають прикладного виміру й можуть розглядатися як методичні рекомендації.

Ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків і рекомендацій, сформульованих у дисертації, їх достовірність і новизна. У представленій дисертації медіатизація осмислюється як динамічний процес у контексті історичної ретроспективи розвитку спортивних медіапрактик. Вагомим науковим здобутком автора є відмова від лінійно-хронологічного опису на користь типологічної періодизації. Згідно із запропонованою концепцією, критерієм розмежування етапів виступає не часова послідовність, а «домінантний тип комунікації навколо спортивних практик, форма їхньої публічної репрезентації та ступінь інституціалізації медіаструктури спортивного життя» (с. 52). Такий підхід демонструє високий рівень теоретичного узагальнення та концептуально корелює із сучасними теоріями глибокої медіатизації (deep mediatization), що набувають поширення в комунікативістиці. В умовах воєнного часу цей напрям трансформується у ширший міждисциплінарний кластер, дотичний до феномену цифрової війни.

Особливої уваги заслуговує акцент на трансформації медіа з інструменту впливу на спорт у базове комунікаційне середовище. Це дозволяє автору обґрунтувати системний та незворотний характер сучасної медіатизації, яка визначає не лише інституційні перетворення, а й культурно-повсякденні виміри спортивної сфери. Модель історичної генези медіатизації спорту, представлена у підрозділі 1.2, виступає обґрунтованою теоретичною альтернативою усталеним підходам (зокрема концепціям К. Франдсен), що підтверджує наукову новизну дослідження. Разом з тим, логічно виправданою в межах цієї моделі вбачається співвіднесеність загальних процесів медіатизації з національними особливостями розвитку української спортивної журналістики. Зокрема, наукову вагу розділу посилило б звернення (хоча б на рівні історичних алюзій) до витоків вітчизняної спортивної преси. Це стосується, по-перше, різнопрофільності перших видань, як-от «Вісник з гімнастики» (Przewodnik gimnastyczny, Львів, 1881), та широкої європейської новинної палітри львівської «Спортової газети» (1890). По-друге, критично важливою для розуміння генези медіатизації є роль спортивних товариств (зокрема галицького «Сокола») як первинних інституційних суб'єктів. Діяльність таких товариств не лише глобалізувала український спортивний контент, виводячи його в європейський контекст (Сазонова Ю.О. Спортивна журналістика України : історія, еволюція, трансформація : монографія. С. 39-40), а й безпосередньо корелювала з процесами національного відродження. Додамо, що постать піонера української спортивної журналістики Гемерлінга може розглядатись як приклад ранньої професіоналізації спортивної журналістики (вагомий приклад медіатизації).

Звертаю увагу, що лише в українському потрактуванні спортивна журналістика це: збір, обробка та трансляція спортивних новин; спортивна комунікація; дослідження спортивних комунікацій; навчання. Отже у національному варіанті у нас Sports journalism = Sport Studies. Залучення такого емпіричного матеріалу дозволило б автору більш переконливо продемонструвати, як український спортивний дискурс трансформувалася від вузькопрофільного інформування до системного медіасередовища, зберігаючи при цьому свою соціокультурну ідентичність. Попри загальну високу оцінку теоретичного підґрунтя, під час аналізу змісту виникає низка питань щодо методологічної цілісності об'єкта дослідження та його відповідності обраній галузі знань:

1. Проблема предмету дослідження (Підрозділ 1.3): У зазначеному фрагменті (с. 71–88) спостерігається певна підміна понять. Автор зміщує фокус із процесу медіатизації (як трансформації соціальних практик під впливом медіа) у площину ідеології та пропаганди. Хоча пропагандистський дискурс є частиною медіаландшафту, його надмірна акцентуація без належної прив'язки до комунікаційних механізмів медіатизації може виводити дослідження за межі спеціальності «Журналістика» у простір соціальної філософії чи політології. Обмеження міжнародного контексту дозволило б уникнути методологічного розмивання та більш чітко артикулювати специфіку медіатизації спорту в кризовому соціокультурному просторі України.

2. Попри заявлену багатоаспектність методологічного інструментарію, роботі бракує органічного синтезу трьох обраних підходів: компаративного, кризоорієнтованого та кейс-орієнтованого. Унаслідок цього в практичному аналізі спостерігається певна системна роз'єднаність, що потребує уточнення. У тексті дисертації межують, але концептуально не інтегруються, два підходи до медіатизації: розуміння глибинної медіатизації (функціонування платформ, процеси цифровізації) та традиційні потрактування медіатизації як інструменту репрезентації подій. Це призводить до того, що автор фрагментарно переходить від аналізу глобальних трансформацій медіасередовища до аналізу вербальних та аудіовізуальних особливостей конкретних спортивних медіапродуктів. Такий підхід створює враження певної методологічної еkleктики, де опис інноваційних платформних рішень не узгоджується з класичним контент-аналізом.

Тому для підтримки теоретичного рівня та практичної глибини другий розділ пропоную вибудувати від глобального до конкретного текстового аналізу, представити медіатизацію на макро- до мікрорівнях. Це подовжить і унаочнить логіку першого розділу й внутрішньо структурує й дисциплінує композицію роботи. Третій розділ теоретично обґрунтовує та практично унаочнює централізовану модель медіаправ в українському футболі як ключовий інструмент подолання інституційної фрагментації вітчизняного медіаринку. У підсумку доведено, що медіатизація футболу

в Україні в умовах війни набуває ознак централізованої, технологічно опосередкованої та інституційно керованої системи.

**Канд. наук із соц. ком., доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю
А. В. Гусєв.**

Дисертаційна робота Россінського Артема Ігоровича змінювалася й удосконалювалася в процесі підготовки, і хочеться відзначити, що висновки наразі добре структуровані, обґрунтовані та дійсно відображають наукову новизну дослідження.

Наукова новизна дисертаційного дослідження є достатньо обґрунтованою та відповідає вимогам до кваліфікаційних наукових праць. У дисертаційній роботі застосовано кризоорієнтований підхід для опису моделей комунікативної адаптації спортивних інституцій в умовах воєнного стану; з'ясовано специфіку функціонування футбольного медіапростору України в період 2014–2026 рр.; у процесі аналізу діяльності платформи «УПЛ.ТБ» виокремлено закономірності, які дозволяють говорити про формування якісно нової моделі національного телепулу, здатної забезпечувати комунікаційну стійкість і автономію спортивних інституцій в умовах закритих стадіонів і безпекових обмежень. Серед наукових здобутків автора – критичний підхід до усталених і новітніх теорій медіатизації та вибудовування власного термінологічного апарату через коректний науковий полілог із концепціями провідних комунікативістів.

Емпіричний аналіз та узагальнення дозволили автору представити ґрунтовний аналіз процесу медіатизації футболу в умовах воєнної трансформації суспільства. За допомогою системного методу та порівняння проаналізовано платформу «УПЛ.ТБ» як модель єдиного телепулу, її системотворчі чинники, структуру та функціональні характеристики в контексті теорії медіалогіки. Для встановлення та аналізу комунікаційних стратегій футбольних клубів і медіаінституцій застосовано кейс-орієнтований підхід у поєднанні з контент-аналізом, що дозволив виокремити типологічні характеристики адаптивних практик у кризових умовах. Тут, однак, варто зауважити: вибірка соціальних мереж трьох клубів за один місяць є певним методологічним обмеженням, і для підвищення репрезентативності висновків аналіз доцільно було б доповнити хоча б кількома сезонними зрізами.

Варто також виділити теоретичне та практичне значення результатів. На основі концепції просьюмеризму акцентується трансформація ролі вболівальника – від пасивного споживача до активного суб'єкта виробництва й дистрибуції контенту. Футбольні клуби розглядаються автором як самодостатні медіасистеми, що здійснюють повний цикл виробництва контенту через власні цифрові екосистеми, оминаючи традиційне медійне посередництво. Водночас звертаємо увагу, що окремі запозичення – «просьюмер», «ОТТ», «фанкоїн» – подекуди вводяться до наукового обігу без достатнього теоретичного обґрунтування при першому вживанні, що дещо послаблює термінологічну строгість викладу і потребує уточнення у фінальній версії роботи. Висловлені зауваження, втім, жодним чином не применшують загальної наукової цінності дисертації.

Зміст публікацій автора відповідає головним тезам роботи і презентує основні результати дослідження. Обсяг також відповідає вимогам. Загалом вважаю, що робота якісна, їй може бути наданий семінаром позитивний висновок і рекомендовано до захисту.

- типологізовано вплив стану спортивної інфраструктури (зокрема факт руйнування, релокації клубів і втрати контролю над об'єктами) на трансформацію моделей медіатизації футболу, що представлено у формі систематизованої аналітичної моделі;

- визначено соціокомунікаційний потенціал фанкоїнів як новітнього інструменту цифрової взаємодії українських футбольних клубів з аудиторією, що забезпечує залученість уболівальників в умовах обмеженого фізичного доступу до спортивних подій;

уточнено:

- періодизацію розвитку українських спортивних медіа шляхом включення воєнного періоду (з 2014 р.) як специфічного етапу медіатизації, що характеризується домінуванням мобілізаційних й адаптивних комунікаційних практик;

- підходи до аналізу аудіовізуального складника медіатизації, зокрема в частині трансформації мовних стратегій спортивного коментування в умовах цифровізації та ціннісного переформатування медіадискурсу;

- теоретичні уявлення про роль OTT-платформ у системі дистрибуції спортивного контенту, що розглядаються як ключовий інструмент збереження цілісності футбольного медіапростору в кризових умовах;

набули подальшого розвитку:

- дослідження цифрових комунікаційних практик у футбольній індустрії, із залученням інфлюенсерів і фанатських спільнот, що функціонують у середовищі соціальних мереж;

- наукові підходи до категоризації вболівальників, які враховують зміну соціально-демографічного ландшафту та трансформацію моделей медіаспоживання в Україні;

- розуміння медіатизації спорту як безперервного соціокомунікаційного процесу, що під впливом глобальних технологічних трендів і локальних воєнних викликів набуває ознак високої адаптивності.

5. Теоретичне та практичне значення результатів дисертаційного дослідження полягає у першому комплексному дослідженні діяльності українського футбольного медіапростору в умовах війни. А. Россінський розглядає міждисциплінарний підхід до аналізу концепту «медіатизація», ретроспективне дослідження якого вказує на дедалі глибше взаємопроникнення спортивної та медійної галузей. Автором доведено, що в сучасному медіаландшафті ці дві сфери існують нерозривно, формуючи умови, за яких спорт підпорядковується медіалогіці та вимогам цифрового середовища. Зокрема, футбол трансформується із суто змагальної діяльності на комплексний медіапродукт, конструювання якого визначається запитами аудиторії та стратегіями медіаринку. Особливу увагу приділено концепціям двоступеневої комунікації, медіалогіки та формувальної сили медіа, що пояснюють механізми впливу на суспільну свідомість через лідерів думок і цифрові платформи. В дисертації обґрунтовується, що сучасний спорт функціонує в умовах глибокої медіатизації, де межі між медіа та іншими соціальними інститутами нівелюються.

У роботі проведено ретроспективний аналіз ключових етапів геополітичної напруженості, зважаючи на потребу детального історичного розгляду особливостей медіатизації футболу в періоди довготривалих криз і війни. Автор акцентує на важливій ролі в цьому процесі Олімпійських ігор 1936 р. в нацистській Німеччині, періоду Холодної війни та сучасної російської агресії. Обґрунтовано висновок, що в зазначені періоди спорт використовувався не лише як атлетичний майданчик, а передусім як елемент «м'якої» або «жорсткої» експансії для поширення ідеологічних інтересів – це спричиняє розмивання сприйняття спорту як об'єднавчого явища, частково трансформуючи його соціокомунікаційну природу на інструмент інформаційного протиборства.

Комплексний аналіз вербальних, аудіальних і візуальних компонентів медіатизації спортивних подій дозволив з'ясувати, що ці компоненти мають усталені норми, які під впливом нових технологій проходять стадію швидкої адаптації та трансформації. А. Россінський визначає, що ці компоненти виступають базовими елементами взаємодії між авторами контенту та його споживачами. Відбувається перехід комунікації від лінійної системи «донор – реципієнт» до інтерактивної мережевої моделі, в якій аудиторія набуває суб'єктності та стає співтворцем медійного продукту. В середині неї користувачі не лише взаємодіють через коментарі, вподобання, поширення чи повідомлення, а й інтегруються у соціальні зв'язки всередині цифрового середовища.

У дисертації доведено, що футбол як глобальний медіафеномен поєднує у собі інформаційні, комерційні, політичні та культурні виміри. У межах аналізу встановлено, що визначальними чинниками трансформації стали цифровізація, платформізація та зміна аудиторних практик. Виявлено тенденцію перетворення футбольних клубів на самодостатні медіасистеми, які самостійно здійснюють виробництво, дистрибуцію та монетизацію контенту, часто оминаючи посередництво традиційних засобів масової інформації.

Наведене дослідження підтвердило, що соціальні мережі формують нову медіалогіку футболу, яка базується на оперативності, вичерпності повідомлень і вираженій емоційності. Контент постає персоніфікованим, візуально привабливим й адаптованим під конкретні цифрові формати. Констатовано зростання ваги коротких медіаформатів, інтерактивних механізмів залучення, що стимулюють розвиток навколофутбольного дискурсу через різноманітні технологічні інтерфейси.

А. Російський предметно досліджує трансформацію спортивних комунікацій в Україні в кризовий період. Установлено, що попри безпекові, економічні, демографічні та соціальні ризики, медіа продемонстрували високу адаптивність, оперативно перебудувавши моделі функціонування після початку повномасштабної російської агресії. В умовах війни, медіатизація футболу в Україні набуває специфічних репрезентативних і консолідаційних характеристик, де КОНТЕНТ інструменталізується як засіб формування міжнародного іміджу держави та механізм психологічної підтримки суспільства.

Практична складова полягає у можливості їхнього безпосереднього застосування для оптимізації діяльності медіасуб'єктів, спортивних інституцій та органів державної влади в межах сучасного медіаландшафту України. Розроблені практичні рекомендації дозволяють удосконалити комунікаційні стратегії на основі користувацького контенту (UGC), модернізувати професійні навички журналістів і коментаторів щодо використання вербальних та аудіовізуальних інструментів, а також адаптувати підходи до дистрибуції медіа продуктів через соціальні мережі й OTT-сервіси.

Результати дослідження мають прикладне значення для державної політики та регулювання медіасфери, зокрема в частині можуть вдосконалити нормативно-правових актів у сферах медіа та спорту з урахуванням кризового впливу війни. У навчальному процесі закладів вищої освіти результати роботи доцільно впроваджувати при підготовці бакалаврів та магістрів за спеціальностями «Журналістика», «Зв'язки з громадськістю» та «Менеджмент соціокультурної діяльності».

6. Відповідність дисертації встановленим вимогам. Дисертаційна робота А. Російського складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел із 254 позицій. Загальний обсяг – 294 сторінки. Робота містить 20 таблиць і 1 рисунок. За обсягом та оформленням дисертаційна робота відповідає вимогам, що встановлені Наказом Міністерства освіти і науки України «Про затвердження Вимог до оформлення дисертації» від 12.01.2017 р. № 40 (зі змінами).

7. Повнота викладення матеріалів дисертації в роботах, опублікованих автором. Аналіз кількості наукових публікацій, повноти опублікування результатів дисертації та особистого внеску здобувача до всіх наукових робіт, опублікованих самостійно та зарахованих за темою дисертації, засвідчив, що результати дослідження, які викладені в дисертаційній роботі, отримані автором самостійно та повною мірою відображають основні положення та висновки роботи, доповідалися й обговорювалися на науково-практичних конференціях. Результати окремих частин дисертаційного дослідження оприлюднено на 7 науково-практичних конференціях, представлено у вигляді матеріалів конференцій і чотирьох наукових статей, усі опубліковано у фахових виданнях України (категорія Б, спеціальність 061 Журналістика).

Список публікацій здобувача за темою дисертації Публікації, що висвітлюють основні наукові результати дисертації

Статті в наукових фахових виданнях України

1. Російський, А. (2025). Футбольні клуби в Instagram: особливості типології контенту. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, 36(75), №6. Том 2. <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.6.2/26> (фахове видання категорії Б).

2. Россінський, А., & Бахметьєва, А. (2025). Сучасна українська футбольна YouTube-влогосфера та її вплив на медіатизацію спорту. *Сюнопис: текст, контекст, медіа*, 31(3), 237–243. <https://doi.org/10.28925/2311-259x.2025.3.12> (фахове видання категорії Б).

3. Россінський, А. (2025). Український спортивний медіаринок в умовах монополії OTT-платформ. *Communications and Communicative Technologies*, (25), 167-173. <https://doi.org/10.15421/292520> (фахове видання категорії Б).

4. Rossinskyi, A., & Bakhmetieva, A. (2023). Фанкоїни в системі глобальних комунікацій між фанатами та спортивними клубами. *Communications and Communicative Technologies*, (23), 64-70. <https://doi.org/10.15421/292309> (фахове видання категорії Б).

Наукові праці, які засвідчують апробацію результатів дисертації

Матеріали конференцій

5. Россінський, А. (2025). Футбольний YouTube в Україні: особливості локалізації контенту. У *Science and Technology: Theory, Practice and Progress: Proceedings of the 1st International Scientific and Practical Conference* (с. 97–98). https://isu-conference.com/wp-content/uploads/2025/09/Krakow_Poland_03.09.25.pdf

6. Бахметьєва, А. М., & Россінський, А. І. (2023). Фанкоїни як спосіб кастомізації фан-комунікацій. У *Science and innovation of modern world: Proceedings of the 7th International scientific and practical conference* (с. 505–508). <https://sci-conf.com.ua/wp-content/uploads/2023/03/SCIENCE-AND-INNOVATION-OF-MODERN-WORLD-23-25.03.23.pdf>

На підставі заслуховування та обговорення доповіді Россінського Артема Ігоровича про основні положення дисертаційної роботи, питань та відповідей на них

УХВАЛИЛИ:

1. Дисертаційна робота Россінського Артема Ігоровича «Соціокомунікаційні технології медіатизації футболу: глобальний контекст і український досвід воєнної доби» є завершеною науковою працею, в якій отримано нові обґрунтовані результати. Дисертаційну роботу виконано на достатньо високому рівні, її результати мають наукову новизну і практичну значущість. Робота відповідає обраній темі, розкриває її та підтверджує, що автором розв'язані поставлені у роботі завдання.

Комісією було здійснено перевірку рівня оригінальності твору (дисертаційної роботи) системою виявлення і запобігання плагіату <https://strikeplagiarism.com/>. Перевірку роботи на плагіат здійснено комісією у складі: голова – канд. філол. наук, доцент, деканеса факультету систем і засобів масової комунікації О. В. Кирилова, канд. філол. наук, доцент, доцентка кафедри масової та міжнародної комунікації О. В. Гудошник, доктор філософії зі спеціальності «Журналістика», доцент кафедри медіакомунікацій та комунікаційних технологій А. В. Чорнобильський. Під час перевірки на плагіат виявлено 6,74% запозичень, які є законними і не є плагіатом, рівень подібності не перевищує допустимої межі. Дисертаційна робота Россінського А. І. є самостійною працею, яку можна допускати до захисту.

2. Робота Россінського Артема Ігоровича «Соціокомунікаційні технології медіатизації футболу: глобальний контекст і український досвід воєнної доби» є завершеною працею, що відповідає всім вимогам Порядку підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у закладах вищої освіти (наукових установах) (зі змінами, внесеними Постановою Кабінету Міністрів України від 19 травня 2023 р. № 502) та Положення про підготовку здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у Дніпровському національному університеті імені Олеся Гончара і рекомендується до захисту у разовій спеціалізованій вченій раді.

3. Рекомендувати вченій раді Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара розглянути питання про створення спеціалізованої вченої ради для разового захисту дисертації на здобуття ступеня доктора філософії зі спеціальності 061 Журналістика Россінського Артема Ігоровича у складі:

№ з/п	Прізвище, ім'я, по батькові	Місце основної роботи, підпорядкування, посада	Науковий ступінь, шифр, назва спеціальності, заякою захищена дисертація, рік присудження	Вчене звання (за спеціальністю, кафедрою), рік присвоєння	Наукові публікації, опубліковані за останні п'ять років, за науковим напрямом, за яким підготовлено дисертацію здобувача
1.	Ткаченко Олена Григорівна (голова)	Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, МОН України, професорка кафедри масової та міжнародної комунікації	доктор філологічних наук, 10.01.01 – українська література, 2007 р., Україна	професор кафедри журналістики 2008 р., Україна	<p>1. Кирилова, О., Ткаченко, О., & Чекменев, О. (2025). Феномен постправди у сучасній докудрамі. <i>Вісник книжкової палати</i>, (10), 16-21. https://doi.org/10.36273/2076-9555.2025.10(351).16-21 (фахове видання категорії Б).</p> <p>2. Ткаченко, О. (2025). Подкастинг без пафосу: розбір книги Еріка Ньюзума: Рецензія на книгу: Ньюзум Е. Гучніше! Як створювати круті подкасти / Ерік Ньюзум ; пер. з англ. Г. Пшеничної. – Харків : Віват, 2022. – 336 с. <i>Communications and Communicative Technologies</i>, (25), 180-181. https://doi.org/10.15421/2925012 (фахове видання категорії Б).</p> <p>3. Ткаченко, О., Хотюн, Л., & Древаль, О. (2025). Етнос як засіб комунікації. <i>Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика</i>, 36(5), 117-123. https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.5.2/18 (фахове видання категорії Б).</p>
2.	Хотюн Людмила Валентинівна (рецензент)	Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, МОН України, завідувач кафедри масової та міжнародної комунікації	кандидат наук із соціальних комунікацій, 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій, 2013 р., Україна	-	<p>1. Кирилова, О., & Хотюн, Л. (2025). Вплив алгоритмів ютубу на інформаційну ізоляцію: аналіз рекомендаційного механізму. <i>Вчені записки Таверійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика</i>, 36(3), 151–158. https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.1.2/25 (фахове видання категорії Б).</p> <p>2. Kyrylova, O., Khotiun, L., & Savchenko, N. (2024). Cross-platform promotion of content within the hybrid project "New Voice" as an example of successful media production. <i>Communications and Communicative Technologies</i>, (24), 68-77. https://doi.org/10.15421/292408 (фахове видання категорії Б).</p> <p>3. Chornobylskyi, A., Kyrylova, O., Krupskyi, O. P., & Khotiun, L. (2023). Social sharing of emotions in social media system on the example of creepypasta on Reddit. <i>Information & Media</i>, 96, 65–79. https://doi.org/10.15388/im.2023.96.66 (Scopus)</p>

№ з/п	Прізвище, ім'я, по батькові	Місце основної роботи, підпорядкування, посада	Науковий ступінь, шифр, назва спеціальності, заякою захищена дисертація, рік присудження	Вчене звання (за спеціальністю, кафедрою), рік присвоєння	Наукові публікації, опубліковані за останні п'ять років, за науковим напрямом, за яким підготовлено дисертацію здобувача
3.	Гудошник Оксана Василівна (рецензент)	Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, МОН України, доцент кафедри масової та міжнародної комунікації	кандидат філологічних наук, 10.01.06 – теорія літератури, 1997 р., Україна	доцент кафедри масової та міжнародної комунікації 2006 р., Україна	<p>1. Hudoshnyk, O., Krupskiy, O. P. & Styryk, N. (2025). Mediatization of collective testimonies during the Russian-Ukrainian War 2022-2023. <i>Communication & Society</i>, 38(1), 281-297. https://doi.org/10.15581/003.38.1.021 (Scopus).</p> <p>2. Гудошник, О., Бучарська, І. (2024). Медіатизація війни у фокусі наукових теорій та аналітичних практик. <i>Communications and Communicative Technologies</i>, (24), 76-88. https://doi.org/10.15421/292409 (фахове видання категорії Б).</p> <p>3. Hudoshnyk, O. (2023). Oral history and media: platforms for collecting witness stories. <i>Synopsis: Text, Context, Media</i>, 29(2), 139-145. https://doi.org/10.28925/2311-259x.2023.2.11 (фахове видання категорії Б).</p> <p>4. Гудошник, О. (2023). Медіаплатформи збору свідчень війни: український досвід. <i>Mediaplatfomy zboru svidchen viiny: ukrainskyi dosvid [Media platforms for collecting war testimonies: ukrainian experience]</i>. <i>Current Issues of Mass Communication</i>, 34, 12-17. https://doi.org/10.17721/CIMC.2023.34.12-17 (фахове видання категорії Б).</p>
4.	Кіца Мар'яна Олегівна (опонент)	Національний університет «Львівська політехніка», МОН України, доцент кафедри журналістики та засобів масової комунікації	кандидат наук із соціальних комунікацій, 27.00.06 – прикладні соціально-комунікаційні технології, 2014 р., Україна	доцент кафедри журналістики та засобів масової комунікації, 2018 р., Україна	<p>1. Kitsa, M. (2023). Telegram news channels: overview, audience preferences, specifics of functioning. <i>Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: журналістика</i>, 2(6), 66-72. https://doi.org/10.23939/sjs2023.02.066 (фахове видання категорії Б).</p> <p>2. Kitsa, M. (2022). The Peculiarities of Popular Social Networks: Interface, Functionality, Content. <i>State and Regions. Series: Social Communications</i>, 3(51), 73-79. http://dx.doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2022.3(51).10 (фахове видання категорії Б).</p> <p>3. Кіца, М., & Мудра, І. (2025). Війна як тема у мас-медіа: порівняльний аналіз публікацій на сайтах медіа: «ТСН» та «Українська правда». <i>Вісник Львівського університету. Серія журналістика</i>,</p>

№ з/п	Прізвище, ім'я, по батькові	Місце основної роботи, підпорядкування, посада	Науковий ступінь, шифр, назва спеціальності, заякою захищена дисертація, рік присудження	Вчене звання (за спеціальністю, кафедрою), рік присвоєння	Наукові публікації, опубліковані за останні п'ять років, за науковим напрямом, за яким підготовлено дисертацію здобувача
					56, 80-92. http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2025.56.13151 (фахове видання категорії Б).
5.	Тарасюк Володимир Юрійович (опонент)	ВНЗ «Ужгородський національний університет», МОН України, доцент кафедри журналістики	кандидат філологічних наук, 10.01.08 – журналістика, 2004 р., Україна	доцент кафедри журналістики, 2008 р., Україна	1. Стекольщикова, В., Бідзіля, Ю., & Тарасюк, В. (2025). Соціальні медіа як платформа інтерактивної журналістики нового покоління. <i>Образ</i> , 3(49), 117-129. https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.3(49)-117-129 (фахове видання категорії Б). 2. Тарасюк, В. (2023). Сучасні тенденції розвитку спортивної журналістики України (на прикладі інтернет-видань). <i>Держава та регіони. Серія соціальні комунікації</i> , 2(54), 48. https://doi.org/10.32840/cru2219-8741/2023.2(54).6 (фахове видання категорії Б). 3. Plekhanova, T., Tarasiuk, V., Iuksel, G., Putsiata, I., & Kulykova, O. (2023). Internet journalism in modern society: an overview of mechanisms for resisting media manipulation. <i>Amazonia Investiga</i> , 12(61), 103–111. https://doi.org/10.34069/AI/2023.61.01.1 1 (фахове видання категорії Б).

Голосували:

«За» – 20 осіб

«Проти» – немає

«Утрималися» – немає

Рішення прийнято одногосно.

Голова,
кандидат філологічних наук, доцент,
декан факультету систем і засобів
масової комунікації



Оксана КИРИЛОВА

Секретар,
кандидат наук із соціальних комунікацій,
зав. кафедри реклами та
зв'язків з громадськістю



Владлена МИРОНЕНКО