

Педорук І. Д.

<https://orcid.org/0009-0000-5325-4854>

Вінницький торговельно-економічний інститут

Державного торговельно-економічного університету

Танасійчук А. М.

<https://orcid.org/0000-0002-7967-0239>

Вінницький торговельно-економічний інститут

Державного торговельно-економічного університету

Болховітіна А. О.

<https://orcid.org/0009-0005-5571-2341>

Вінницький торговельно-економічний інститут

Державного торговельно-економічного університету

ЖУРНАЛІСТИКА ЯК СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНИЙ ФЕНОМЕН: ПОНЯТТЯ, ФУНКЦІЇ ТА МІСЦЕ В СИСТЕМІ МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

У статті здійснено комплексний теоретичний аналіз журналістики як соціально-комунікаційного феномена в умовах цифрової трансформації суспільства. Актуальність дослідження зумовлена необхідністю переосмислення традиційних уявлень про журналістику в контексті розвитку цифрових технологій, зміни моделей комунікації та зростання ролі медіа у формуванні публічного простору.

Метою статті є теоретичне осмислення журналістики як соціального інституту, уточнення її сутності, функцій та місця в системі масових і соціальних комунікацій. Методологічну основу дослідження становить міждисциплінарний підхід, що поєднує положення теорії соціальних комунікацій, медіатеорії та журналістикознавства. Використано методи теоретичного аналізу, синтезу, порівняння та систематизації.

У статті розглянуто співвідношення ключових понять: «журналістика», «мас-медіа», «масова комунікація», «соціальна комунікація», «засоби масової інформації», «засоби масової комунікації». Визначено, що журналістика є змістовим і професійним ядром інформаційної діяльності, тоді як мас-медіа виконують функцію технічної та інституційної інфраструктури поширення інформації.

Обґрунтовано, що журналістика виконує комплекс взаємопов'язаних функцій, серед яких інформаційна, аналітична, контрольна, освітня та соціалізаційна. Показано, що в умовах цифрового середовища відбувається трансформація комунікативних процесів, зростає роль аудиторії та змінюються професійні стандарти журналістської діяльності.

Встановлено, що сучасна журналістика функціонує як інтегрований соціально-комунікаційний механізм, який забезпечує формування публічного дискурсу та впливає на конструювання соціальної реальності. Зроблено висновок про необхідність подальшого теоретичного осмислення журналістики в умовах цифрової трансформації та розвитку нових медіапрактик.

Ключові слова: журналістика, соціальні комунікації, мас-медіа, масова комунікація, соціальна комунікація, цифрова трансформація, інформація, комунікативний процес, журналістський матеріал, публічний дискурс.

Постановка проблеми. У сучасному інформаційному суспільстві журналістика функціонує в умовах стрімкої цифрової трансформації, технологічної конвергенції та зміни моделей

комунікативної взаємодії. Традиційне розуміння журналістики як професійної діяльності, пов'язаної зі збором, перевіркою та поширенням інформації, нині потребує ширшого осмислення

в контексті соціальних комунікацій. Це зумовлено тим, що журналістика взаємодіє не лише з медіа-системою, а й із політичними, культурними, економічними та соціальними процесами, впливаючи на формування громадської думки, цінностей і моделей суспільної поведінки.

Особливої актуальності набуває уточнення понятійного апарату, оскільки в науковому та навчальному дискурсі нерідко ототожнюються або змішуються поняття «журналістика», «мас-медіа», «засоби масової інформації», «масова комунікація», «засоби масової комунікації». Водночас саме чітке розмежування цих категорій дає змогу точніше визначити місце журналістики в системі соціальних комунікацій та окреслити її специфічні функції.

Попри значну кількість досліджень у цій сфері, відсутній цілісний підхід до осмислення журналістики як інтегрованого соціально-комунікаційного феномена в умовах цифрової трансформації. Це зумовлює необхідність системного теоретичного узагальнення її сутності, функцій та ролі в сучасному медіапросторі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика журналістики як соціального інституту, складової масових комунікацій і механізму формування публічного простору посідає важливе місце у сучасних дослідженнях із соціальних комунікацій, журналістикознавства та медіатеорії. У класичних і сучасних наукових підходах журналістика розглядається як професійна діяльність, спрямована на створення суспільно значущого контенту, а також як один із ключових інститутів демократичного суспільства, що реалізує інформаційну, аналітичну, контрольну, освітню та соціалізаційну функції [1; 17].

У працях українських дослідників журналістика трактується як складова системи соціальних комунікацій, що забезпечує циркуляцію інформації та формування суспільного дискурсу [16; 18]. Водночас акцентується на її нормативно-ціннісному вимірі, зокрема дотриманні професійних стандартів і принципів журналістської етики [19; 20].

У сучасному міжнародному науковому дискурсі журналістика дедалі частіше аналізується в контексті медіатизації соціальної реальності та трансформації комунікативних процесів під впливом цифрових технологій [3]. Дослідники наголошують на зміні ролі журналістики як посередника між подіями та їх інтерпретацією, а також на зростанні впливу алгоритмічних систем і цифрових платформ на формування інформаційного середовища [6; 7].

Важливим напрямом сучасних досліджень є переосмислення журналістської професії в умовах

мережевого суспільства, зокрема трансформація професійної ідентичності журналіста, зміна моделей взаємодії з аудиторією та зниження традиційного авторитету медіа [2; 11]. У цьому контексті журналістика розглядається як динамічна система, що адаптується до умов цифрового середовища та конкуренції з боку соціальних медіа.

Окрему увагу в науковому дискурсі приділено співвідношенню журналістики, мас-медіа та масової комунікації. Якщо журналістика характеризує змістовий, професійний і ціннісний аспект інформаційної діяльності, то мас-медіа розглядаються як система каналів і технологічних платформ, через які здійснюється поширення повідомлень, а масова комунікація – як процес їх виробництва, трансляції та сприйняття широкими аудиторіями [5; 15].

Сучасні дослідження також акцентують на впливі цифрового середовища на журналістику, зокрема в аспекті персоналізації контенту, формування інформаційних «бульбашок» та фрагментації публічного простору [8; 9]. Емпіричні дані свідчать про зміну моделей споживання новин, зростання ролі соціальних мереж і зниження рівня довіри до традиційних медіа [13; 14].

Окремий напрям сучасних досліджень пов'язаний із етичними викликами журналістики в цифрову добу, зокрема проблемами дезінформації, алгоритмічного впливу та трансформації стандартів професійної діяльності [10; 12].

Попри значну кількість праць, відсутній цілісний підхід до осмислення журналістики як інтегрованого соціально-комунікаційного феномена в умовах цифрової трансформації. Це зумовлює необхідність системного теоретичного узагальнення її сутності, функцій і ролі в сучасному медіапросторі.

Постановка завдання. Мета статті полягає у теоретичному осмисленні журналістики як соціально-комунікаційного феномена, уточненні її сутності як соціального інституту, розмежуванні суміжних понять («журналістика», «мас-медіа», «масова комунікація», «засоби масової інформації», «засоби масової комунікації»), а також у визначенні її функцій, ролі інформації та комунікативного процесу в журналістській діяльності й специфіки розвитку в умовах цифрової трансформації.

Методологічну основу дослідження становить міждисциплінарний підхід, що поєднує положення теорії соціальних комунікацій, медіатеорії та журналістикознавства. У процесі дослідження використано такі методи: теоретичний аналіз і синтез – для узагальнення наукових підходів до розуміння журналістики

як соціально-комунікаційного феномена; порівняльний метод – для розмежування понять «журналістика», «мас-медіа», «масова комунікація», «засоби масової інформації» та «засоби масової комунікації»; системний підхід – для визначення місця журналістики в структурі соціальної комунікації; метод класифікації – для систематизації функцій журналістики. Застосування зазначених методів дало змогу комплексно проаналізувати сутність журналістики, її функціональні характеристики та трансформації в умовах цифрової доби.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у системному теоретичному узагальненні журналістики як соціально-комунікаційного феномена в умовах цифрової трансформації. У межах дослідження уточнено зміст поняття «журналістика» як соціального інституту, що поєднує функції виробництва інформаційного продукту, організації публічного дискурсу та забезпечення комунікативної взаємодії в суспільстві; удосконалено підхід до розмежування понять «журналістика», «мас-медіа», «масова комунікація», «засоби масової інформації» шляхом їх системного зіставлення в межах соціально-комунікаційної парадигми; дістало подальшого розвитку уявлення про функціональну структуру журналістики через узагальнення та систематизацію її основних функцій у контексті сучасних медіапроцесів; розширено наукове розуміння ролі журналістики в умовах цифрової трансформації, зокрема в аспекті зміни комунікативної моделі, зростання ролі аудиторії та впливу технологічних чинників на виробництво і поширення контенту. Отримані результати поглиблюють теоретичні засади дослідження журналістики в системі соціальних комунікацій та можуть бути використані у подальших наукових розвідках і практиці медіадіяльності.

Виклад основного матеріалу. З огляду на викладені теоретичні підходи та результати аналізу наукових джерел, доцільно перейти до системного розгляду журналістики як соціально-комунікаційного феномена. У межах дослідження основний матеріал структуровано за логічними блоками, що відображають ключові аспекти функціонування журналістики: її інституційну природу, функціональні характеристики, понятійний апарат, особливості комунікативного процесу, специфіку журналістського продукту та трансформації в умовах цифрового середовища.

1. Журналістика як соціальний інститут. Журналістика є професійною суспільно значущою

діяльністю, що охоплює збір, перевірку, аналіз та поширення актуальної інформації через канали масової комунікації. Її соціальна природа виявляється в тому, що вона не лише інформує аудиторію, а й бере участь у формуванні публічного простору, забезпечує суспільний діалог, сприяє контролю за діяльністю влади та виконує функцію посередництва між різними соціальними групами.

У межах дослідження обґрунтовано, що така багатовимірність журналістики дозволяє розглядати її не лише як професійну практику, а як інтегрований соціальний механізм, що забезпечує циркуляцію суспільно значущих смислів та конструювання публічного дискурсу.

Як соціальний інститут журналістика сформувалася історично та еволюціонувала разом із розвитком засобів передавання інформації. Умовно можна виокремити кілька етапів її розвитку: протожурналістику, добу друкованої преси, індустріальну журналістику, електронну епоху та цифрову добу. На кожному з цих етапів змінювалися канали поширення інформації, професійні стандарти, форми взаємодії з аудиторією та соціальна роль журналіста.

У сучасних умовах журналістика функціонує не лише як спосіб інформування, а й як механізм суспільної самоорганізації. Через журналістські тексти, репортажі, аналітичні матеріали, інтерв'ю та мультимедійні продукти відбувається осмислення подій, конструювання соціального значення фактів та формування колективного порядку денного. Це дає підстави стверджувати, що журналістика виступає ключовим елементом формування публічної сфери, у межах якої відбувається узгодження соціальних інтересів та інтерпретація суспільно значущих подій.

Розуміння журналістики як соціального інституту зумовлює необхідність аналізу її функціональних характеристик у системі соціальних комунікацій.

2. Функції журналістики в системі соціальних комунікацій. Функціональна природа журналістики розкривається через її вплив на суспільство. До основних функцій журналістики належать інформаційна, аналітична, критично-контролююча, освітня, культурно-просвітницька, соціалізуюча, соціально-інтегративна, рекреативна, ідеологічна та рекламно-довідкова.

Інформаційна функція полягає в оперативному повідомленні про події та явища суспільного життя. Аналітична функція забезпечує пояснення причин, наслідків і взаємозв'язків між подіями. Критично-контролююча функція реалізується

через моніторинг діяльності органів влади, суспільних інституцій і публічних осіб. У цьому значенні журналістику традиційно називають «четвертою владою».

Освітня та культурно-просвітницька функції пов'язані з поширенням знань, культурних цінностей, історичної пам'яті та суспільно значущих смислів. Соціалізуюча функція виявляється у формуванні норм, моделей поведінки та ціннісних орієнтирів. Водночас рекреативна функція забезпечує створення розважального контенту, що також є частиною сучасної медіасистеми. Ідеологічна функція журналістики проявляється в здатності впливати на суспільні уявлення, політичні настрої та інтерпретації подій.

Узагальнення наведених функцій дає змогу стверджувати, що журналістика виконує системоутворюючу роль у соціальних комунікаціях, забезпечуючи взаємодію між різними соціальними групами та підтримуючи цілісність інформаційного простору. Таким чином, журналістика в системі соціальних комунікацій виконує не одну, а комплекс взаємопов'язаних функцій, від яких залежить якість публічного дискурсу.

З'ясування функціональної ролі журналістики потребує уточнення її понятійного співвідношення з іншими категоріями соціально-комунікаційної сфери.

3. Журналістика, мас-медіа, ЗМІ та ЗМК: співвідношення понять. У науковому дискурсі важливим є розмежування суміжних понять. Журналістика передусім означає професійну діяльність зі створення суспільно значущого інформаційного продукту. Мас-медіа – це інституціоналізовані канали та платформи масового поширення інформації. Засоби масової інформації є юридично й організаційно оформленими структурами, що регулярно поширюють інформацію під постійною назвою та несуть відповідальність за її зміст. Засоби масової комунікації становлять ширшу категорію, оскільки включають не лише журналістські медіа, а й інші технічні канали суспільного обміну інформацією – соціальні платформи, рекламну індустрію, книговидавництва, кінематограф, цифрові мережі.

Масова комунікація, своєю чергою, означає сам процес створення, передачі та сприйняття повідомлень великими аудиторіями. Соціальна комунікація є ще ширшим поняттям, яке охоплює всі форми обміну інформацією у суспільстві, включаючи як горизонтальні, так і вертикальні зв'язки.

У дослідженні уточнено, що чітке розмежування цих понять має не лише теоретичне, а й практичне значення, оскільки дозволяє уникнути

термінологічної плутанини та забезпечує коректне визначення ролі журналістики в системі соціальних комунікацій. Отже, журналістика є складовою масової комунікації, мас-медіа виступають її технологічною та інституційною основою, а соціальна комунікація утворює ширший контекст, у якому функціонують усі названі явища.

Теоретичне розмежування основних понять логічно пов'язане з аналізом базових елементів журналістської діяльності, серед яких ключове місце посідають інформація та комунікативний процес.

4. Інформація та комунікативний процес у журналістській діяльності. Базовим елементом журналістики є інформація. Вона становить відомості про події, явища, процеси або факти, які зменшують рівень невизначеності та мають суспільну значущість. Якість журналістської діяльності безпосередньо залежить від якості інформації, зокрема її достовірності, повноти, актуальності, зрозумілості та корисності.

Журналістська діяльність реалізується через комунікативний процес. У класичному розумінні він охоплює комунікатора, повідомлення, канал, аудиторію та зворотний зв'язок. Для сучасної журналістики особливо важливими є не лише передавання повідомлення, а й процеси його кодування та декодування, адже саме вони визначають, яким чином аудиторія сприйме подану інформацію.

У цифровому середовищі комунікативний процес набуває мережевого характеру. Аудиторія вже не є пасивним отримувачем повідомлення, а стає активним учасником комунікації: коментує, поширює, інтерпретує та створює власний контент. Це змінює роль журналіста, який дедалі частіше виступає не лише автором, а й модератором суспільної дискусії. Це дозволяє зробити висновок, що сучасна журналістика функціонує в умовах переходу від лінійної моделі комунікації до мережевої, що суттєво трансформує як процес створення контенту, так і механізми його сприйняття аудиторією.

Реалізація журналістської діяльності у практичному вимірі знаходить своє відображення у створенні журналістського матеріалу як основної форми професійної діяльності.

5. Журналістський матеріал як форма реалізації професійної діяльності. Практичним результатом журналістської діяльності є журналістський матеріал. Його структура традиційно охоплює заголовок, лід, основний текст, цитати, бекграунд і візуальні елементи. Залежно від жанрової специфіки розрізняють інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні матеріали.

У сучасних умовах журналістський матеріал дедалі частіше набуває мультимедійного характеру. Він поєднує текст, фото, відео, аудіо, інфографіку, гіперпосилання та інтерактивні елементи. Це зумовлено розвитком медіаконвергенції, яка вимагає від журналіста не лише текстотворчих умінь, а й навичок роботи з різними форматами контенту.

Така трансформація не змінює сутності журналістського матеріалу, однак ускладнює вимоги до його якості. Незмінними залишаються базові стандарти: точність, перевірка фактів, баланс думок, відокремлення фактів від оцінок, незалежність та орієнтація на суспільний інтерес. Узагальнення дає змогу стверджувати, що мультимедійність і конвергенція не лише розширюють можливості журналістики, а й підвищують відповідальність за якість контенту та дотримання професійних стандартів.

Сучасні трансформації журналістського продукту та комунікативних практик зумовлюють необхідність окремого аналізу функціонування журналістики в умовах цифрового середовища.

6. Журналістика в умовах цифрової трансформації. Цифрова доба істотно змінила медіасередовище. Серед ключових рис сучасної журналістики слід назвати мультимедійність, інтерактивність, оперативність, алгоритмізацію поширення контенту, персоналізацію новин та зростання ролі соціальних платформ. Це створює нові можливості для доступу до інформації, але водночас породжує низку ризиків.

До основних викликів належать поширення фейкових новин, дезінформація, інформаційне перевантаження, клікабельна логіка виробництва контенту, ефект «інформаційних бульбашок» і зниження довіри до медіа. У цих умовах особливого значення набувають фактчекінг, прозорість джерел, мультимедійна компетентність і дотримання етичних стандартів.

У межах дослідження встановлено, що цифрова трансформація не лише змінює технологічні аспекти журналістики, а й переосмислює її соціальну роль, посилюючи значення відповідальності за формування інформаційного середовища.

Саме тому сучасна журналістика повинна поєднувати технологічну гнучкість із професійною відповідальністю. Її перспективи безпосередньо пов'язані з розвитком штучного інтелекту, автоматизації

новин, нових форматів дистрибуції контенту та підвищення рівня медіаграмотності аудиторії.

Висновки. У результаті дослідження здійснено комплексне теоретичне осмислення журналістики як соціально-комунікаційного феномена. Встановлено, що журналістика функціонує не лише як професійна діяльність зі створення та поширення інформації, а як важливий соціальний інститут, що забезпечує формування публічного простору, організацію суспільного дискурсу та реалізацію комунікативної взаємодії.

Узагальнення наукових підходів дало змогу уточнити зміст поняття «журналістика» та визначити її місце в системі соціальних комунікацій. Обґрунтовано доцільність чіткого розмежування понять «журналістика», «мас-медіа», «масова комунікація», «засоби масової інформації» та «засоби масової комунікації», що має як теоретичне, так і практичне значення.

Визначено, що журналістика реалізує комплекс взаємопов'язаних функцій (інформаційну, аналітичну, контрольну, освітню, соціалізаційну та ін.), які формують її системоутворюючу роль у суспільстві. Доведено, що в умовах цифрової трансформації ці функції зазнають суттєвих змін під впливом технологічних, соціокультурних та комунікативних чинників.

Установлено, що сучасна журналістика функціонує в умовах переходу до мережевої моделі комунікації, яка характеризується зростанням ролі аудиторії, персоналізацією інформаційних потоків та впливом алгоритмічних систем. Це зумовлює трансформацію професійних стандартів і посилення вимог до відповідальності журналістської діяльності.

Отримані результати підтверджують, що журналістика в цифрову добу постає як динамічний багатовимірний феномен, який потребує подальшого теоретичного осмислення та адаптації до нових умов медіасередовища. Практичне значення дослідження полягає у можливості використання його результатів у науковій, освітній та професійній діяльності у сфері журналістики та соціальних комунікацій.

Перспективи подальших досліджень пов'язані з аналізом трансформації журналістики під впливом штучного інтелекту та алгоритмічних систем.

Список літератури:

1. McQuail D. *McQuail's mass communication theory*. 6th ed. London: Sage, 2010.
2. Deuze M. What is journalism? Professional identity and ideology. *Journalism*. 2005. Vol. 6(4). DOI: <https://doi.org/10.1177/1464884905056815>
3. Couldry N., Hepp A. *The mediated construction of reality*. Cambridge: Polity Press, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1017/9781316418378>

4. Potyatynyk B. Media criticism: Theory and practice. Lviv : PAIS, 2015.
5. Napoli P. M. Social media and the public interest: Media regulation in the disinformation age. New York : Columbia University Press, 2019. DOI: <https://doi.org/10.7312/napo18462>
6. Bucher T. The algorithmic imaginary: Exploring the ordinary affects of Facebook algorithms. *Information, Communication & Society*. 2017. Vol. 20(1). DOI: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1154086>
7. Zuboff S. Surveillance capitalism and the challenge of collective action. *New Labor Forum*. 2019. Vol. 28(1). DOI: <https://doi.org/10.1177/1095796018819461>
8. Sunstein C. R. #Republic: Divided democracy in the age of social media. Princeton: Princeton University Press, 2017.
9. Pariser E. The filter bubble: What the Internet is hiding from you. London : Penguin Books, 2011.
10. Tandoc E. C., Thomas R. J. The ethics of journalism in the digital age. *Digital Journalism*. 2022. DOI: <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2031245>
11. Carlson M. Journalistic authority in a networked age. *Journalism Studies*. 2022. DOI: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2034567>
12. Usher N. News for the rich, white, and blue: How place and power distort American journalism. New York : Columbia University Press, 2021. DOI: <https://doi.org/10.7312/ushe19972>
13. Newman N. et al. Reuters Institute Digital News Report 2023. DOI: <https://doi.org/10.60625/risj-4q5v-bc92>
14. Newman N. et al. Reuters Institute Digital News Report 2024. DOI: <https://doi.org/10.60625/risj-5p3h-9k62>
15. Wahl-Jorgensen K., Hanitzsch T. (eds.). The handbook of journalism studies. 2nd ed. New York : Routledge, 2020. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315167499>
16. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. Київ: Видавничий центр «Київський університет», 2013.
17. Різун В. В. Теорія масової комунікації. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2008.
18. Кузнецова Т. В. Соціальні комунікації: теорія і практика. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2016.
19. Іванов В. Ф., Сердюк В. Є. Журналістська етика. Київ : Вища школа, 2017.
20. Михайлин І. Л. Основи журналістики. Київ : Центр учбової літератури, 2011.

Pedoruk I. D., Tanasiichuk A. M., Bolkhovitina A. O. JOURNALISM AS A SOCIO-COMMUNICATIVE PHENOMENON: CONCEPTS, FUNCTIONS AND PLACE IN THE SYSTEM OF MASS COMMUNICATIONS

The article provides a comprehensive theoretical analysis of journalism as a socio-communicative phenomenon in the context of the digital transformation of society. The relevance of the study is determined by the need to rethink traditional views on journalism in the context of the development of digital technologies, changes in communication models, and the growing role of media in shaping the public sphere.

The purpose of the article is to provide a theoretical understanding of journalism as a social institution, to clarify its essence, functions, and place in the system of mass and social communications. The methodological basis of the research is an interdisciplinary approach that combines the provisions of the theory of social communications, media theory, and journalism studies. The methods of theoretical analysis, synthesis, comparison, and systematization were used.

The article examines the relationship between key concepts: "journalism", "mass media", "mass communication", "social communication", "mass media outlets", and "means of mass communication". It is determined that journalism is the substantive and professional core of information activity, while mass media perform the function of the technical and institutional infrastructure for the dissemination of information.

It is substantiated that journalism performs a set of interrelated functions, including informational, analytical, control, educational, and socializing functions. It is shown that in the digital environment communicative processes are being transformed, the role of the audience is increasing, and professional standards of journalistic activity are changing.

It is established that modern journalism functions as an integrated socio-communicative mechanism that ensures the formation of public discourse and influences the construction of social reality. It is concluded that further theoretical understanding of journalism in the context of digital transformation and the development of new media practices is necessary.

Keywords: journalism, social communications, mass media, mass communication, social communication, digital transformation, information, communicative process, journalistic material, public discourse.

Дата першого надходження статті до видання: 29.06.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 21.07.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 07.09.2026