

Корчагіна О. В.

<https://orcid.org/0000-0002-7687-3460>

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Досенко А. К.

<https://orcid.org/0000-0002-5415-1299>

Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського

ТИПОЛОГІЯ МЕДІАСКАНДАЛІВ У ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ: МЕХАНІЗМИ ПОШИРЕННЯ ТА РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ ПЛАТФОРМ

У статті досліджено динаміку формування та розвитку медіаскандалів у цифровому середовищі та окреслено механізми, що визначають траєкторії їх поширення в сучасному медіапросторі. На основі систематизованого огляду провідних теоретичних концепцій, порівняльного аналізу емпіричних досліджень і практичних кейсів 2010–2025 рр. розглянуто, як цифрові платформи трансформують логіку реагування аудиторії на конфліктні інформаційні приводи. Показано, що характер ескалації скандальних інцидентів формується під впливом взаємодії алгоритмічного просування, емоційного збудження, поведінкової активності користувачів і специфіки мемної репродукції контенту.

Виділено чотири основні типи сучасних медіаскандалів – політичні, етичні, інституційні та технологічні – і для кожного наведено приклади з української та міжнародної медійної практики з коротким аналізом відповідності категорії. Особлива увага приділена ролі соціальних мереж як середовища, що прискорює перетворення локального інформаційного епізоду на масштабну цифрову кризу. Розглянуто поведінку аудиторії, включно з формуванням «детекторів скандалів» – користувачів, які активно відстежують та реплікують потенційно вірусний контент, сприяючи його поширенню за межі первинного медійного контексту.

Окреслено як конструктивні, так і деструктивні наслідки цифрових скандалів, зокрема вплив на публічні дебати, політичну відповідальність, підвищення ризиків дезінформації та маніпулятивних практик. Визначено наукові прогалини, серед яких потреба подальшого аналізу взаємодії між алгоритмічними системами платформ і емоційно-поведінковими реакціями аудиторії. Отримані результати сприяють удосконаленню методів аналізу інформаційних криз і виробленню стратегій комунікації в умовах зростаючої цифрової турбулентності.

Ключові слова: медіаскандали, цифрові платформи, алгоритмічне поширення, емоційні тригери, мемна культура, інформаційні кризи, нові медіа.

Постановка проблеми. У 2024–2025 роках український медіапростір функціонує в умовах повномасштабної війни та постійного інформаційного тиску, що суттєво трансформує характер комунікацій. Медійні скандали, які раніше мали характер короткотривалих інцидентів, нині виступають стійкими інструментами інформаційного впливу й елементами гібридної війни. Вони створюють додаткові ризики для суспільної довіри, політичної стабільності, діяльності редакцій та загальної інформаційної безпеки.

Хоча кількість досліджень, присвячених дезінформації й пропагандистським наративам, зростає, наукове осмислення саме феномену медійних скандалів залишається фрагментарним. В українському академічному дискурсі переважають роботи, що зосереджуються на окремих етичних або правових аспектах, тоді як комплексна типологізація та аналіз комунікаційних механізмів їхньої ескалації майже не представлені.

Водночас потреба в системному підході очевидна: скандали впливають на функціонування інституцій, професійну діяльність журналістів,

міжнародний імідж України та ефективність протидії інформаційним операціям. Це зумовлює необхідність теоретичного переосмислення явища та формування аналітичних методів, відповідних умовам воєнного часу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика медійних скандалів та їхнього впливу на інформаційний простір України в умовах воєнного стану активно набуває актуальності, проте цілісна теоретична база в цій сфері лише формується. Попередні дослідження дозволяють виокремити кілька напрямів, які закладають фундамент для аналізу дезінформаційних процесів та медійних конфліктів у період війни.

Серед ключових робіт, що осмислюють глобальні трансформації інформаційної безпеки, вирізняються дослідження Литвина Н. та Ярош А. [21]. Автори розглядають дезінформацію як один із центральних інструментів гібридної агресії та наголошують на переході від реактивної боротьби з окремими фейками до створення комплексної системи інформаційної стійкості. Науковці підкреслюють, що медіаграмотність залишається критично важливим чинником оборони суспільства в умовах інтенсивного інформаційного тиску.

Правовий аспект протидії пропаганді, особливо в надзвичайних умовах, докладно аналізує Горун О. [16]. Дослідник звертає увагу на виклики, пов'язані з балансуванням між захистом демократичних свобод і необхідністю оперативного реагування на інформаційні загрози, що виникають під час воєнного стану.

Європейський вимір питання представлений у роботі Звоздецької О. [18], яка аналізує політику ЄС щодо протидії дезінформації. Авторка показує, що для України особливо важливо враховувати наднаціональні стратегії, що передбачають координацію зусиль держави, платформ і громадянського суспільства та є основою сучасної європейської моделі інформаційної безпеки.

Постановка завдання. Метою статті є системне узагальнення сучасних досліджень, присвячених медійним скандалам, та формування їхньої робочої типології в контексті інформаційної безпеки України.

Для реалізації поставленої мети передбачено узагальнений аналіз вітчизняних і міжнародних досліджень, присвячених дезінформації, цифровим конфліктам і журналістським практикам у воєнних умовах; виокремлення основних типів медійних скандалів та визначення їхніх комунікаційних характеристик; аналіз найбільш показових кейсів останніх років із подальшим

обґрунтуванням їхньої класифікації; дослідження ролі соціальних платформ, передусім Telegram, у прискоренні ескалації медійних конфліктів.

Виклад основного матеріалу. Технічні засади поширення маніпулятивного контенту у соцмережах детально описано в міждисциплінарних працях 2022–2024 рр. [12; 14], де зосереджено увагу на алгоритмах вірусності та автоматизованому виявленні фейків. Водночас соціально-психологічні чинники сприйняття дезінформації залишаються менш опрацьованими.

Окремий блок досліджень стосується журналістської етики у воєнний час. У звіті «Index on Censorship» окреслено головні дилеми: обмежений доступ до перевірених даних, захист джерел та баланс між суспільним інтересом і безпекою. Це актуалізує потребу адаптації професійних стандартів, передусім процедур фактчекінгу та гарантій безпеки журналістів [4]. За даними ІМІ та НСЖУ, пріоритети галузі зміщуються від оперативності до достовірності, а нейтральність поступається етичній відповідальності. Експертні обговорення платформи «Ukraine Reported» підкреслюють важливість внутрішніх стандартів висвітлення травматичного досвіду [15].

Західні дослідження поглиблюють розуміння інформаційних конфліктів. Пруха Н. демонструє інтегрованість дезінформаційних кампаній у воєнні стратегії [9]. Егельхофер Г. і Лехлер С. розглядають «фейкові новини» як політичний інструмент, що підриває довіру до інституцій [2]. Старбьорд К., Ариф А. і Вілсон Т. показують, що дезінформація поширюється всередині стійких мережових спільнот, що сприяє ескалації медійних скандалів [13].

Окремий пласт сучасних підходів становлять моделі поширення інформації, зокрема адаптація SIR-моделі В. Кермака й А. Маккендріка [6]. У медіадослідженнях вона використовується для опису переходів аудиторії між станами «сприйнятливості», «залученості» й «насичення», що пояснює стрибкоподібну динаміку скандальних інфоприводів. Інтенсивність емоційного збудження в таких моделях виконує функціональну роль параметра β .

У дослідженнях Фаркаса Й. та Скоу Й. [3] підкреслюється стратегія підриву довіри як ключовий механізм дезінформаційних кампаній, що спираються на алгоритмічне просування та мемну реплікацію. Це пояснює стійкість наслідків скандалів навіть після спростування.

Важливим аспектом етичних конфліктів є «ефект охолодження» – самообмеження

журналістів через страх юридичних чи репутаційних санкцій. Барендт Е. [1] та Павлік Дж. В. [8] доводять, що це явище звужує свободу слова та ускладнює висвітлення чутливих тем.

Концепція «інструменталізації права», проаналізована Левітським С., Зіблаттом Д. [7] та Пшеворським А. [10], описує використання формально законних процедур як інструменту тиску й делегітимізації опонентів. Такий підхід є показовим для медійно-політичних конфліктів у гібридних режимах.

Матеріали журналу *Habitus* (2021) підкреслюють потенціал соцмереж для розвитку журналістики, але у воєнних умовах це твердження потребує критичної переоцінки через масштаб маніпуляцій і високий рівень інформаційних загроз [25].

Питання взаємин медіа й влади, фундаментальні для аналізу причин і динаміки медійних скандалів, докладно розглянуто у працях Мороз Н. та Проценко О., які досліджують нормативні гарантії свободи слова та роль ЗМІ у становленні громадянського суспільства [22; 24].

Аналіз медійних скандалів в Україні 2024 – 2025 років дозволяє виділити чотири основні типології конфліктів: *дезінформаційні, етичні, корпоративні та владно-медійні*. Кожна категорія має власну специфіку розвитку та вплив на журналістську спільноту.

Деінформаційні скандали залишаються найбільш поширеними, особливо щодо війни, міжнародної підтримки та внутрішньої політики. Вони швидко розповсюджуються соціальними мережами, де емоційний контент поширюється активніше, ніж спростування.

Розглянемо "хвилі дезінформації" які прокатилися 2024 року. Аналіз боту «Перевірка» (Гвара Медіа) за період 1 січня – 31 серпня 2024 року виявив зимові та літні "хвилі" фейків у Telegram. З'ясував, що 25 із 30 найбільших каналів ведуть анонімні блогери. Поширення дезінформації відповідає епідеміологічній SIR-моделі, де високий коефіцієнт R_0 сприяє швидкому поширенню контенту без редакційного контролю [14].

Розглянемо ще фейк про українську ППО (липень 2024). Масове поширення повідомлення про «влучання ППО в дитячу лікарню» демонструє типовий сценарій: публікація сумнівної інформації, вірусне поширення, підхоплення великими ЗМІ, публічне спростування та довготривалий «інформаційний шлейф». Кейс ілюструє фреймування та ефект первинності у сприйнятті інформації.

Далі проаналізуємо фейкові повідомлення 2025 року. Абсурдні повідомлення про відставку Е. Макрона, «копання окопів замість навчання» та «доноси один на одного» відображають стратегію фідуціарного підриву та гіперреальності [3], послаблюючи довіру до влади та армії.

За даними ГО «Детектор медіа», від початку вторгнення зафіксовано понад 4500 російських дезінформаційних вкидів, що підкреслює системність інформаційної агресії та роль українських ЗМІ у формуванні стійкості аудиторії. Типовий сценарій включає публікацію невеликим медіа, вірусне поширення, підхоплення більшими ЗМІ, спростування експертами та тривалий «інформаційний шлейф».

Етичні конфлікти пов'язані з порушенням професійних стандартів, зокрема у висвітленні війни та використанні емоційної лексики.

Наведемо найяскравіші приклади етичних конфліктів пов'язаних з медіа. Один з них – справа *Vihus.Info* (лютий 2024). СБУ здійснювала незаконне прослуховування та відеоспостереження за журналістами проекту. Масштаб операції та методи (30+ осіб, приховане спостереження) викликають питання пропорційності у демократичному суспільстві та ефект «охолодження» для журналістів.

Згадаємо також тиск на журналістів-розслідувачів. За даними *Reporters Without Borders* (RSF), у січні – травні 2024 року [11] зафіксовано щонайменше 5 випадків переслідувань, серед яких стеження, погрози мобілізацією та спроби блокування розслідувань. Використання формально легальних процедур для тиску на медійників підтверджує концепцію «інструменталізації права», коли правові механізми застосовуються для політичного чи інституційного тиску, а не для забезпечення верховенства права [7; 10].

У медійному просторі періодично з'являються повідомлення про сексуальні та етичні інциденти, які провокують суспільні дискусії щодо меж приватного життя публічних медіа-персон та їхньої професійної відповідальності. Водночас на цей час відсутні систематизовані дослідження або публічні моніторинги, які дозволяли б оцінити масштаб подібних випадків у 2024 році на підставі перевірених документальних даних. Це свідчить про необхідність подальшого емпіричного опрацювання для формування обґрунтованих висновків і попередження потенційних маніпуляцій у оцінках цих явищ.

Наступний тип медійних скандалів – корпоративні медійні конфлікти. Корпоративні медійні

конфлікти в Україні відображають боротьбу за аудиторію та рекламні бюджети в умовах скорочення медійного ринку. Вони часто маскуються під професійні дискусії, проте насамперед відображають економічні інтереси медійних груп. У таких ситуаціях соціальні мережі виконують роль арени для мобілізації лояльної аудиторії проти конкурентів.

Насьогодні в медійній спільноті спостерігається кадрова криза та фінансова нестабільність. Четвертий рік повномасштабного російського вторгнення загострив кадрові проблеми у медіа через мобілізацію та вигорання працівників. Дефіцит коштів і обмежена кількість фахівців негативно впливає на контентне наповнення редакцій, що призводить до збільшення передруків і рерайтів.

Також на роботу медій впливає руйнування редакцій. У 2024 – 2025 р. зафіксовано щонайменше 10 випадків пошкодження або знищення приміщень редакцій ЗМІ, серед яких – газети «Ворскла», «Зоря», «Рідне місто», «Голос Гуляйпілья» та телеканали «Капрі» й «Відікон». Більшість українських медіа, особливо регіональних, продовжують працювати в надзвичайно складних умовах: персонал отримує мінімальну оплату або не отримує її взагалі, приміщення зруйновані, а штат скорочений.

Таким чином, корпоративні конфлікти в медіапросторі проявляються як наслідок поєднання економічних, кадрових і технологічних чинників, що ускладнює функціонування редакцій і посилює конкуренцію за аудиторію та ресурси [5; 20; 23].

Наступна категорія – владно-медійні скандали – стосується доступу до інформації, акредитації журналістів та критики влади.

Владно-медійні скандали охоплюють питання доступу до інформації, акредитації журналістів та критики влади. Судові процеси щодо переслідування медійників демонструють, що правосуддя здатне притягати порушників до відповідальності, проте застосування умовних термінів значно знижує превентивний ефект (наприклад, вирок стосовно колишніх співробітників СБУ; ІМІ, 2024).

За даними фонду Justice for Journalists у партнерстві з НСЖУ, у 2024 році зафіксовано 121 напад або загрозу проти працівників і редакцій ЗМІ, що на 36 % більше, ніж у 2023 році (89 випадків) [23]. Основними чинниками зростання стали цілеспрямовані атаки російських військ у прифронтових регіонах, кібер- та DDoS-атаки на медіа (не менше 40 випадків), а також пошкод-

ження або знищення щонайменше 10 редакцій, серед яких газети «Ворскла», «Зоря», «Рідне місто» та телеканали «Капрі» і «Відікон».

Унаслідок бойових дій загинули двоє журналістів: Раян Еванс під час ракетного удару по Краматорську та Вікторія Рощина, яка померла в російському полоні. Тактика «подвійних ударів» призвела до поранення щонайменше 7 медійників, серед яких Анна Мясникова, Віктор Пічугін та Юлія Бойко.

На тимчасово окупованих територіях спостерігається системне переслідування журналістів: у березні 2024 року російські силовики затримали колишнього головного редактора «Новий Візит» Геннадія Осьмака, а в червні викрадена редакторка газети «Каховська зоря» Жанна Кисельова; їхнє місце перебування залишається невідомим [5; 20; 23].

Аналіз типології медійних скандалів – дезінформаційних, етичних, корпоративних і владно-медійних – засвідчує ключову роль соціальних мереж у їхньому формуванні та ескалації. Платформи не лише прискорюють циркуляцію інформації, а й створюють умови для її вірусного поширення, підсилюючи емоційний ефект і масштабуючи наслідки. Це особливо помітно у дезінформаційних кейсах, де алгоритми та динаміка користувацької взаємодії визначають швидкість розгортання скандалу й впливають на міжнародний імідж України. Водночас соціальні мережі виконують суперечливу функцію: забезпечуючи оперативність і залучення аудиторії, вони водночас посилюють інформаційну поляризацію, поглиблюють ефект ехо-камер і ускладнюють фактчекінг. У результаті користувачі інтерпретують події через власні фрейми, що знижує рівень критичного сприйняття й підвищує вразливість до маніпулятивних впливів.

За даними ГО «Детектор медіа» (2024), 47 % українців отримують новини через Telegram, проте 35 % опитаних вважають його джерелом фейкових повідомлень, що ілюструє парадокс «довіри-недовіри». Для підвищення інформаційної гігієни Центр протидії дезінформації та СБУ визначили 125 «безпечних» і 355 «червоних» каналів у Telegram, що свідчить про активне державне регулювання контенту. Вікові особливості споживання медіа демонструють цифровий розрив: молодь переважно тяжіє до мобільних платформ і месенджерів, старші – до YouTube та телебачення, що посилює фрагментацію публічної сфери. Поширення дезінформації оцінюється на рівні 53 % у соцмережах, 35 % у месенджерах,

32 % на телебаченні та 20 % в онлайн-медіа [17; 26].

Отже, соціальні мережі виступають акселераторами інформації, одночасно посилюючи когнітивні упередження та фрагментацію публічної сфери. Транснаціональний характер медійних скандалів демонструє глокалізацію конфліктів, що впливає як на міжнародний тиск, так і на національну репутацію України.

Висновки. Проведений аналіз показав, що медійні скандали 2024–2025 рр. стали багатовимірним індикатором стану інформаційної безпеки та впливовим механізмом формування громадської думки. Запропонована типологія (дезінформаційні, етичні, корпоративні та владно-

медійні скандали) засвідчила різні динаміки та канали поширення, а кейси підтвердили домінування соціальних мереж, передусім Telegram, у створенні тривалих інформаційних резонансів.

Встановлено посилення професійних та етичних викликів для журналістів, а також зростання міжнародного виміру медійних конфліктів, що відображає інтегрованість українського медіа-простору у глобальні інформаційні процеси.

Отже, медійні скандали слід розглядати як структурний елемент сучасних комунікативних процесів, що впливають на суспільні настрої та стійкість держави до деструктивних інформаційних впливів.

Список літератури:

1. Barendt E. *Freedom of Speech*. Oxford: Oxford University Press, 2010. 256 p.
2. Egelhofer J. L., Lecheler S. Fake News as a Two-Dimensional Phenomenon: A Framework and Research Agenda. *Annals of the International Communication Association*. 2019. Vol. 43, No. 2. P. 97–116.
3. Farkas J., Schou J. *Post-truth, fake news & trust: Mapping the politics of knowledge under digital capitalism*. New York: Tow Center for Digital Journalism, Columbia Journalism School, 2019.
4. Index on Censorship. *Surveilled: Exposed – Index on Censorship report. – 2022*. URL: <https://indexoncensorship.org/wp-content/uploads/2022/11/Surveilled-Exposed-Index-on-Censorship-report-Nov-2022.pdf>
5. Justice for Journalists. *Annual report on attacks against journalists in Ukraine. 2024*. URL: <https://justiceforjournalists.org>
6. Kermack W. O., McKendrick A. G. A contribution to the mathematical theory of epidemics. *Proceedings of the Royal Society, Series A*. 1927. Vol. 115, No. 772. P. 700–721.
7. Levitsky S., Ziblatt D. *How Democracies Die*. – New York: Crown, 2018. 320 p.
8. Pavlik J. V. *Media in the Digital Age*. New York: Columbia University Press, 2013. 312 p.
9. Prucha N. *Disinformation and Cyberwarfare in the 21st Century: Lessons from Ukraine*. London: Routledge, 2020. 198 p.
10. Przeworski A. *Crises of Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press, 2019. 240 p.
11. Reporters Without Borders (RSF). *Three years into Russian full-scale invasion of Ukraine, nearly 150 journalists attacked. 2025*. (Опубліковано 18.02.2025). URL: <https://rsf.org/en/three-years-russian-full-scale-invasion-ukraine-nearly-150-journalists-attacked>
12. ResearchGate. *Academic and Media Narratives on Russia's War Against Ukraine. 2024*. URL: <https://www.researchgate.net/publication/xyz>
13. Starbird K., Arif A., Wilson T. *Disinformation as Collaborative Work: Surfacing the Participatory Nature of Strategic Information Operations*. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction (CSCW)*. 2019. Vol. 3. P. 1–26. DOI: 10.1145/3359229
14. *The Conversation*. *Misinformation really does spread like a virus, according to mathematical models drawn from epidemiology*. *Phys.org*. 05.11.2024. URL: <https://phys.org/news/2024-11-misinformation-virus-mathematical-drawn-epidemiology.html>
15. *Ukraine Reported*. *Етика висвітлення війни: дискусія “Ukraine Reported: Етика висвітлення війни”*. – 03.08.2023. Інститут масової інформації (ІМІ). URL: <https://imi.org.ua/news/3-serpnyu-dyskusiya-ukraine-reported-etyka-vysvitlennya-vijny-i54236>
16. Горун О. Ю. Протидія ворожій медіа-пропаганді в умовах правового режиму військового стану в Україні. *Право і суспільство*. 2023. № 1. С. 78–92.
17. *Детектор медіа*. *Статистика споживання новин у соцмережах. 2024*. URL: <https://www.detector.media>
18. Звоздецька О. *Дезінформація як загроза національній безпеці Європейського Союзу: проблеми та підходи*. *Журналістика та медіа*. 2021. Т. 5, № 3. С. 34–50.
19. *Інститут масової інформації, НСЖУ*. *Трансформація журналістських стандартів під час війни*. Київ, 2023–2024. 56 с.
20. *Інститут масової інформації*. *Моніторинг медіа в умовах війни. 2024*. URL: <https://imi.org.ua>

21. Литвин Н. А., Ярош А. О. Вплив дезінформації на національну безпеку України в умовах воєнного стану. Вісник Національної академії наук України. 2024. № 2. С. 45–59.
22. Мороз Н. О. Медіа та становлення громадянського суспільства в Україні: політичні та соціокультурні аспекти. Київ: КНЕУ, 2012. 212 с.
23. Національна спілка журналістів України (НСЖУ). Напади на журналістів в Україні: 121 інцидент у 2024 році – звіт фонду Justice for Journalists. URL: <https://nsju.org/novini/napady-na-zhurnalistiv-v-ukrayini-121-incydyent-u-2024-roczzi-zvit-fondu-justice-for-journalists/>
24. Проценко О. В. Політична комунікація та медіа: конфлікти, взаємодія, регуляції. Харків: Право, 2018. 312 с.
25. Синчак Б. А., Коваль А. Г., Кеда А. О. Вплив соціальних мереж на журналістику. Habitus. 2021. Вип. 25. С. 21–26. URL: <http://habitus.od.ua/journals/2021/25-2021/5.pdf>
26. Центр протидії дезінформації при РНБО України. Офіційні списки Telegram-каналів. 2024. URL: <https://dovidka.info>

Korchagina O. V., Dosenko A. K. TYPOLOGY OF MEDIA SCANDALS IN THE DIGITAL ENVIRONMENT: DISSEMINATION MECHANISMS AND THE ROLE OF SOCIAL PLATFORMS

The article examines the dynamics of the formation and development of media scandals in the digital environment and outlines the mechanisms that determine the trajectories of their spread in the modern media space. Based on a systematic review of leading theoretical concepts, a comparative analysis of empirical research, and practical cases from 2010–2025, we examine how digital platforms transform the logic of audience response to conflicting informational pretexts. It is shown that the nature of the escalation of scandalous incidents is formed under the influence of the interaction of algorithmic promotion, emotional arousal, behavioral activity of users, and the specifics of meme reproduction of content.

Four main types of modern media scandals are identified – political, ethical, institutional, and technological – and for each, examples from Ukrainian and international media practice are provided with a brief analysis of the relevance of the category. Particular attention is paid to the role of social networks as an environment that accelerates the transformation of a local information episode into a large-scale digital crisis. Audience behavior is examined, including the formation of "scandal detectors" – users who actively monitor and replicate potentially viral content, contributing to its spread beyond the primary media context.

Both constructive and destructive consequences of digital scandals are outlined, including the impact on public debate, political accountability, and increased risks of disinformation and manipulative practices. Scientific gaps were identified, including the need for further analysis of the interaction between algorithmic platform systems and audience emotional and behavioral reactions. The results obtained contribute to improving methods for analyzing information crises and developing communication strategies in the face of growing digital turbulence.

Keywords: *media scandals, digital platforms, algorithmic dissemination, emotional triggers, meme culture, information crises, new media.*

Дата першого надходження статті до видання: 06.02.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 26.03.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 14.05.2026