УДК 007:304:070
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2026.2.2/17

Миколаєнко А. Ю.
https://orcid.org/0000-0003-2869-8140
Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського

ПОПУЛЯРНА І СПЕЦІАЛІЗОВАНА МЕДІАКРИТИКА УКРАЇНИ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

У статті досліджено особливості популярної та спеціалізованої медіакритики України, її функції, специфіку розвитку та перспективи в сучасному інформаційному просторі. Розглянуто роль медіакритики як інструменту аналізу, оцінювання та інтерпретації медійного контенту, що впливає на професійну спільноту журналістів і широку аудиторію, сприяючи формуванню критичного мислення та медіаграмотності у суспільстві. Висвітлено трансформацію медіакритики під впливом цифрових технологій і соціальних мереж, появу нових форматів – блогів, відеоаналізу та інтерактивних дискусій. Окреслено історичні передумови розвитку медіакритики в Україні в період незалежності, коли виникла потреба у фаховому осмисленні діяльності нових медіа та оцінюванні стандартів журналістики. Проаналізовано структуру медіакритики, що включає науковий аналіз функціонування медіа та журналістську критику контенту і суспільної ролі медіа. Охарактеризовано специфіку спеціалізованої медіакритики на прикладі профільних онлайн-видань і платформ («Медіакритика», «Телекритика», «MediaSapiens», «Detector Media», «Media Lab»), а також популярної медіакритики, представленої блогами, авторськими колонками та публічними рефлексіями медіаспоживачів. Наголошено на основних відмінностях між професійною та масовою медіакритикою щодо рівня підготовки аудиторії, стилю подачі матеріалу та комунікативних стратегій. Звернено увагу на зростання ролі персональних медіаплатформ і соціальних мереж у поширенні критичних практик та розширенні кола авторів медіакритичного дискурсу. Підкреслено значення етичних стандартів, професійної репутації авторів і прозорості аргументації як ключових чинників довіри до медіакритичних матеріалів. Зроблено висновки про важливість поєднання обох напрямів медіакритики для розвитку демократичного медіасередовища, підвищення якості журналістського продукту та посилення відповідальності медіа перед суспільством.

Ключові слова: *медіакритика, популярна медіакритика, спеціалізована медіакритика, українські медіа, медіаграмотність.*

Постановка проблеми. Медіакритика відіграє значну роль у сучасному інформаційному суспільстві, забезпечуючи моніторинг та аналіз контенту медіа, виявлення маніпуляцій, фейкових новин та пропаганди. В Україні медіакритика набуває особливого значення з огляду на гібридну війну та постійні інформаційні атаки. Крім того, розвиток критики медіа обумовлений вимогами цифрової доби та інтенсивними потоками інформації.

Зростання ролі соціальних мереж та онлайн-платформ створює додаткові виклики та потребу медіакритики. Алгоритми персоналізації контенту, використання штучного інтелекту для поширення новин і збільшення кількості користувацького контенту значно ускладнюють процес верифікації інформації. Цей чинник призводить до зниження якості інформації та рівня довіри суспільства до медіа.

У демократичних суспільствах медіакритика є своєрідним сигналом, що допомагає виявити і знизити вплив пропаганди та неправдивої інформації. Вона є гарантом прозорості та відповідальності як медіа, так і влади.

Вивчення медіакритики сприяє формуванню критичного мислення. Люди, які володіють знаннями в цій галузі, краще орієнтуються в інформаційному середовищі, розуміють сутність процесів маніпуляції та вміють перевіряти достовірність отриманих даних.

Завдяки аналізу та критиці, що здійснюється незалежними експертами та журналістами в рамках медіакритики, традиційні та нові медіа отри-

© Миколаєнко А. Ю., 2026
Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу CC BY 4.0

мують зворотний зв'язок, який стимулює їх до вдосконалення етичних стандартів і підвищення якості інформаційного продукту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості і перспективи розвитку медіакритики в Україні частково були об'єктом досліджень науковців Ю. Голоднікової [1], О. Довженка [2; 3], Б. Потятиника [5], А. Сулім [7], Н. Загоруйко [4]. Попри попередній інтерес дослідників до теми, є потреба постійного оновлення інформації у зв'язку з новими викликами цифрової епохи, змінами суспільно-політичного стану у світі та Україні. Швидкий розвиток технологій, зокрема штучного інтелекту, відкриває нові можливості для аналізу медіаконтенту. До того ж, є потреба комплексного аналізу функціонування та перспектив медіакритики в Україні.

Постановка завдання. Метою статті є окреслити стан популярної та спеціалізованої медіакритики в Україні, проаналізувати основні виклики для медіакритики у сучасному цифровому просторі, визначити перспективи розвитку медіакритичних ініціатив у світі.

Виклад основного матеріалу. Медійна критика в інформаційному просторі сучасності виконує важливу функцію аналізу, оцінки та інтерпретації медіапродукту, впливаючи як на професійне середовище, так і на масову аудиторію. Вона сприяє формуванню критичного мислення у споживачів інформації, допомагаючи відрізняти якісний контент від маніпулятивного або упередженого.

З розвитком цифрових технологій і соціальних мереж медійна критика набуває нових форм, включаючи блогерські огляди, відеоаналіз та інтерактивні дискусії. Важливим аспектом сучасної критики є її незалежність, об'єктивність і здатність адаптуватися до змін у медіасередовищі.

Медіакритика охоплює комунікацію з аудиторією, під час якої на основі аналізу, інтерпретації й оцінювання медійного змісту і жанрово-стильових форм відбувається вплив на сприйняття та розуміння контенту, на уявлення, що створюються у свідомості.

В Україні медіакритика почала активно розвиватися в період незалежності, коли з'явилася потреба в аналізі та оцінці нових медіа, що виникли в умовах свободи слова та ринкової економіки. Було створено спеціалізовані видання та інтернет-ресурси, присвячені медіакритиці, які сприяли підвищенню стандартів журналістики та розвитку медіаграмотності серед населення.

Медіакритика включає в себе такі складники, як: 1) науковий аналіз роботи медіа; 2) власне журналістська критика контенту і проблематики діяльності ЗМІ в суспільстві.

Українська дослідниця Ю. Голоднікова поняття медіакритики визначає так: «це галузь гуманітарного знання, що вивчає буття, культуру, еволюцію мас-медіа в площині людської взаємодії і людську взаємодію в контексті реальності, яку відбивають мас-медіа. Медіакритика виникає на межі таких наук, як соціологія, філософія, соціальна психологія, теорія масової комунікації, теорія журналістики, і стає міждисциплінарним комплексом теоретико-методологічних гіпотез, що претендують на різнобічне розуміння медій» [1].

Варто визначати медіакритику як цивілізаційний фактор, що сприяє, зокрема, нейтралізації і корекції негативних проявів у діяльності різних медіа та у їхній інформаційній взаємодії із суспільством. Наприклад, у тенденціях, що спричинені нерегульованим або недостатньо ефективно регульованим розвитком ринкових відносин у медійній сфері.

Критичне ставлення до медіа має досить давню історію. Медіакритика є важливим обмежувачем нестримного зростання потоків масових комунікацій, яке часто є доволі небезпечним для людської психіки. Поява і функціонування медіакритики є проявом своєрідного ноосферного екобалансу. Людська психіка виявляється непідготовленою до інформаційного вибуху та маніпулятивних практик, які застосовуються з метою комерційного чи політичного зиску. Не маючи адекватного захисту, вона постає перед ними надто вразливою, практично беззахисною.

Б. Потятиник зазначає, що «медіакритика – це не тільки «набір методів», але також сама медіадіяльність, принаймні частина цієї медіаактивності, яка спрямована на інші медіа, що загалом можна означити словами «медіа про медіа» [5, с. 58].

Медіакритика – це важливий інструмент аналізу та оцінки змісту масової інформації, який допомагає суспільству розрізняти якісний і маніпулятивний контент. У сучасному інформаційному просторі, де фейкові новини, пропаганда та емоційно забарвлений контент можуть викликати тривогу, розкол та дестабілізацію, роль медіакритики є надзвичайно важливою для підтримання здорового психологічного і морального клімату.

Медіакритика допомагає виявляти маніпулятивні техніки, такі як емоційне нагнітання, вирівання фактів із контексту, поширення неперевіреної або відверто фейкової інформації. Це дозволяє людям свідомо споживати контент, а не піддаватися впливу спекуляцій та дезінформації.

Постійний потік негативних новин може викликати стрес, паніку або апатію. Медіакритика допомагає аудиторії усвідомлювати, які новини подаються з метою привернення уваги через страх чи сенсаційність, а які справді містять важливу суспільну інформацію. Аналізуючи медіаконтент, людина може навчитися фільтрувати інформаційний шум і знижувати рівень тривожності.

Критика медіа впливає на самих журналістів та медіаорганізації, стимулюючи їх дотримуватися професійних стандартів: правдивості, об'єктивності, точності та поваги до аудиторії. Завдяки цьому медіапростір стає більш відповідальним, а контент – менш спекулятивним.

У сучасних умовах, коли інформаційні технології розвиваються з небаченою швидкістю, роль медіакритики стає ще більш значущою. Вона не лише аналізує та оцінює контент, а й сприяє створенню нового формату комунікації, що базується на прозорості, достовірності та відповідальності перед аудиторією.

Головна особливість медійної критики – безпосередня реакція на актуальні аспекти медійного змісту, що мають важливе суспільне значення. Вона не лише відображає злободенні питання розвитку суспільства, а й сприяє розумінню соціального функціонування ЗМІ. Критика мас-медіа ґрунтується на необхідності оперативного аналізу й оцінки інформаційного простору, що дає можливість виявляти його вплив на громадську думку.

Разом із цим, медіакритика поєднує в собі публіцистичний та науковий підходи. Найкращі її зразки не просто формують оцінку суспільства щодо окремих публікацій чи медійних явищ, а й розглядають їх через призму соціальної користі, політичної культури, професіоналізму, етики та правових норм. Водночас критика не є лише частиною публіцистики, оскільки вона має ширші завдання, ніж лише вплив на громадську думку.

Науковий підхід у медіакритиці визначається необхідністю глибокого аналізу діяльності ЗМІ. Він не зводиться до використання академічного стилю, а базується на ґрунтовній методологічній підготовці критика та його здатності концептуально осмислювати медійні явища. Важливу роль у цьому аспекті відіграє застосування соціологічних, контент-аналітичних, статистичних та інших дослідницьких методів, що дозволяють забезпечити об'єктивність оцінки. При цьому журналіст, який спеціалізується на медіакритиці, не має демонструвати свою наукову ерудицію напряму – вона залишається в основі його професійного аналізу.

О. Довженко пропонує розглядати спеціалізовану і популярну медіакритику. На думку О. Довженка: «Так чи інакше, поки що голос академічної критики чують лише науковці, викладачі та студенти, й на буття медій вона безпосередньо не впливає» [2]. Медіакритичні видання, які функціонують в інформаційному просторі, частково увібрали наукову методику та основні інструменти для досліджень, водночас залишилися фундаментальна соціальна функція журналістики – формування громадської думки.

В Україні активно розвивається спеціалізована медіакритика, що представлена такими електронними виданнями, як «Медіакритика», «Телекритика», «MediaSapiens», «Detector Media», «Media Lab». Основна відмінність цього напряму від популярної медіакритики полягає у більш високих вимогах до рівня підготовки як читачів, так і авторів. Матеріали таких видань не обов'язково призначені лише для фахівців медійної сфери, проте передбачають певний рівень обізнаності з тенденціями інформаційного простору. Їхні автори – це насамперед досвідчені медіафахівці з досвідом роботи в ЗМІ та відповідним рівнем знань та навичок, а сприйняття матеріалів головною мірою залежить від професійної репутації журналіста, яку він попередньо сформував.

Контекст відіграє важливу роль у спеціалізованій медіакритиці. Тут використовуються конкретні реалії, алюзії, спеціальні терміни та навіть медійний жаргон. Якщо в популярній медійній критиці достатньо буде суб'єктивної оцінки медіапродукту, то у спеціалізованій аналізуються такі аспекти, як історія та розвиток медіа, жанри, структура, репутаційні особливості видання та його видавців, редакційна політика, вплив власників, держави чи певних політичних груп. Подібні деталі можуть бути нецікавими для широкої аудиторії, проте саме вони дають можливість експертам глибше зрозуміти проблематику.

Спеціалізована медіакритика є глибшим, професійним аналізом медіа, який проводять експерти в галузі комунікацій, журналістики та медіааналітики. Вона є інструментом оцінки відповідності медіа професійним та етичним стандартам.

Одним із перших центрів спеціалізованої медіакритики в Україні стала «Телекритика», заснована у 2001 році в Києві як продовження тематичної рубрики Наталії Лигачової у газеті «День». У 2004–2016 роках діяла громадська організація «Телекритика», яка у 2010 році разом із «Інтерньюз-Нетворк» (США) заснувала сайт «MediaSapiens». Основною метою його діяльності

стало підвищення медіаграмотності, допомога аудиторії у розумінні природи ЗМІ та орієнтації в інформаційному просторі.

У 2016 році ГО «Телекритика» пройшла ребрендинг і стала «Детектором медіа», запустивши однойменний сайт. Його пріоритетними напрямами стали медіареформи, зміцнення незалежного суспільного мовлення, викриття корупційних схем у медіаіндустрії, контроль за діяльністю регуляторних органів, розвиток медіаграмотності та боротьба з пропагандою. Крім медійних тем, ресурс висвітлює питання, пов'язані з діяльністю журналістів, політичних в'язнів, соцмереж, кінематографу та видавничої справи. Головний слоган проєкту – «Watchdog українських ЗМІ».

Група сайтів, створених Наталією Лигачовою, є потужною професійною платформою для аналізу медіаринку, дослідження інформаційного простору та протидії дезінформації.

Мережа Європейська обсерваторія журналістики (EJO) об'єднує партнерські дослідницькі центри в різних країнах, включаючи Австрію, Великобританію, Італію, Польщу, Україну, США та Швейцарію. Її англомовний сайт є спільним проєктом Інституту Ройтерз з вивчення журналістики (Оксфорд) та Інституту медіа і журналістики (Швейцарія).

Основними завдання EJO є такі: моніторинг досліджень у сфері медіа та журналістики, аналіз трендів у медіаіндустрії та впровадження найкращих журналістських практик; налагодження міжнародного діалогу між журналістськими культурами Європи, сусідніх країн і США; зближення академічних досліджень і реальної медіапрактики для покращення якості журналістики; подолання культурних бар'єрів шляхом доступного аналізу медійних трендів різними мовами.

Українська версія EJO є проєктом Могилянської школи журналістики (НаУКМА) і функціонує з 2014 року за підтримки німецького фонду ZEIT Stiftung. EJO співпрацює з провідними дослідницькими інституціями, серед яких: Інститут Ройтерз із вивчення журналістики (Оксфордський університет, Велика Британія); Інститут медіа та журналістики (Університет Швейцарської Італії, Лугано); Robert Bosch Foundation (Німеччина); Stiftung Pressehaus NRZ (Німеччина); Fondazione per il Corriere del Ticino (Швейцарія).

Європейська обсерваторія журналістики є важливим науково-дослідним центром у сфері журналістики та медіааналітики. Її діяльність спрямована на розвиток професійної журналістики, посилення академічного дискурсу щодо масових комунікацій та сприяння міжнародній кооперації в медіасфері. Завдяки своїй діяльності EJO відіграє значну роль у формуванні сучасних підходів до аналізу журналістики та медіа, сприяючи підвищенню рівня медіаграмотності та професійних стандартів у галузі.

Львівські осередки медіакритики заслуговують на окрему увагу. У Львові з 2003 року випускається часопис «МедіаКритика», заснований Інститутом медіаекології ЛНУ ім. Івана Франка та Західноукраїнським центром «Нова журналістика». Головним редактором є Богдан Потятинник. Видання щоквартально публікує наукові та науково-популярні статті з питань масової комунікації та медіа.

Ще один львівський ресурс – «MediaLab», освітньо-аналітичний портал, створений у 2016 році за підтримки посольства Великобританії. Його співредакторами є Людмила Смоляр і Отар Довженко. Окрім традиційних журналістських рубрик, сайт містить інтерактивні тести та навчальні матеріали, зокрема розділи «Як писати тексти» та «Як працюють медіа». Це підтверджує його освітню місію та прагнення сприяти підготовці майбутніх журналістів.

«MediaLab» поєднує науково-аналітичний та освітній підходи до дослідження журналістики. Основними сферами його роботи є огляд сучасних медіатрендів, медіаосвіта та професійний розвиток, критичний аналіз інформаційного середовища, інтерактивні формати навчання.

Таким чином, спеціалізована медіакритика в Україні має широкий спектр представників – від професійних аналітичних платформ до освітніх ініціатив, що сприяють підвищенню рівня медіаграмотності та розвитку якісної журналістики.

Популярна медіакритика в Україні має свою низку особливостей:

Емоційна спрямованість. Матеріали здебільшого орієнтовані на викликання реакції у читача, а не на глибоке аналітичне осмислення роботи медіа.

Доступність для масової аудиторії. Читачі популярної медіакритики не обов'язково є фахівцями у галузі ЗМІ, тому матеріали подаються у зрозумілій, часто розважальній формі.

Суб'єктивний стиль викладу. Висловлювання авторів відзначаються категоричністю, різкістю, а нерідко й саркастичним або навіть пародійним тоном.

Основна мета популярної медіакритики – допомогти пересічному споживачеві інформації розуміти її якість, джерела та можливі маніпуляції. Популярна медіакритика – це форма аналізу масо-

вої інформації, орієнтована на широку аудиторію. Вона спрямована на розбір, оцінку та обговорення медіапродуктів, таких як телевізійні програми, новини, фільми, соцмережі, інтернет-видання.

Слушно зазначає А. Сулім, що «масова медіакритика закладає підвалини медіаосвіти, корелює із медіадидактикою, бере участь у формуванні медіаграмотності та медіакомпетентності» [7, с. 80].

Прикладами популярної медіакритики є блоги. Сучасні тенденції свідчать про те, що популярна медіакритика все частіше знаходить вираження у блогах та соціальних мережах. На відміну від традиційних медіа, блогосфера сприймається як більш незалежний майданчик, оскільки відсутній безпосередній вплив великих медіавласників.

Яскравим прикладом є блог Сергія Рачинського (http://newmedia.in.ua/), який аналізує new media та проблеми сучасної журналістики. Крім сайту, існує також пов'язаний телеграм-канал «Медіа, людина, держава», що дозволяє швидко реагувати на актуальні події та поширювати інформацію серед підписників.

Популярна медіакритика також може існувати у формі окремих рефлексій глядачів або читачів. Наприклад, філолог Ростислав Паранько, викладач Українського католицького університету, здійснив аналіз політичної заангажованості журналу «Український тиждень» та виклав свої спостереження у статті «Тиждень розчарувань» [6].

До популярних блогів, присвячених медіакритиці та аналізу журналістики, належить «Репортерське пальто» – це блог Світлани Ославської, де вона ділиться думками про роботу з текстами, обговорює якість репортажів та документалістику. Блог головної редакторки TheDevochki «Редакторка» аналізує якість текстів, етичні питання в рекламі та гендерні стереотипи в медіа. Ці та інші тематичні блоги сприяють розвитку критичного мислення та підвищенню стандартів журналістики в Україні.

В Україні медіакритика перебуває на етапі становлення та розвитку. Основними проблемами залишаються політична заангажованість медіа, олігархічний вплив на ЗМІ, поширення дезінформації та фейків.

Основними напрямами розвитку є:

фактчекінг і боротьба з фейками: організації на кшталт StopFake, VoxCheck здійснюють моніторинг інформації, викриваючи фейкові новини;

аналіз політичного впливу на медіа: такі платформи, як Detector Media, досліджують власників ЗМІ та їхній вплив на контент;

розвиток медіаосвіти: зростає кількість курсів, семінарів і проєктів, спрямованих на підвищення медіаграмотності громадян.

Викликами для української медіакритики постають: фінансова залежність медіа (багато ЗМІ контролюються політиками чи бізнес-групами, що впливає на незалежність журналістики), дезінформація у воєнний час (російська агресія проти України загострила проблему інформаційних війн та маніпуляцій), відсутність державної підтримки незалежних медіа (брак механізмів фінансування неупереджених журналістських ініціатив).

Основними перспективами розвитку медіакритики в Україні можна вважати такі:

1. Посилення міжнародного співробітництва: партнерство з європейськими та американськими ініціативами може сприяти розвитку української медіакритики.

2. Розширення цифрових платформ: соціальні мережі та незалежні медіа-проєкти стають важливими інструментами для аналізу та викриття маніпуляцій.

3. Зростання громадянської активності: українці дедалі більше цікавляться якісною журналістикою, що створює попит на об'єктивний аналіз медіаконтенту.

У світі в цілому медіакритика як галузь продовжує розвиватися під впливом цифрових технологій, змін у медіаспоживанні та зростання ролі соціальних мереж. Сучасні виклики, такі як дезінформація, алгоритмічна упередженість і маніпуляції громадською думкою, лише підсилюють її актуальність.

Майбутнє медіакритики залежить від здатності суспільства інтегрувати новітні технології, забезпечувати прозорість інформаційного простору та підтримувати незалежні критичні ініціативи. Цей комплексний підхід дозволить ефективно протидіяти дезінформації та сприятиме формуванню більш усвідомленого громадянського суспільства.

Медіакритика в перспективі значною мірою визначатиметься розвитком алгоритмічного аналізу контенту, штучного інтелекту та автоматизованих систем перевірки фактів. Інтеграція цих технологій у процес критичного аналізу медіапродукції може значно підвищити його ефективність, дозволяючи оперативно виявляти маніпуляції, фейки та пропаганду.

Водночас не менш важливою залишається роль людини в медіакритиці. Експерти, журналісти та дослідники медіа продовжуватимуть відігравати ключову роль у розпізнаванні складних інформаційних стратегій, етичному оцінюванні контенту

та розробці нових підходів до медіаграмотності. Крім того, зростатиме значення громадянської участі в процесі критики медіа. Активна взаємодія між аудиторією та медіааналітиками сприятиме створенню відкритих платформ для дискусій, де користувачі зможуть не лише споживати інформацію, а й брати участь у її аналізі.

Висновки. Як популярна, так і спеціалізована медіакритика відіграють ключову роль у формуванні інформаційного простору в Україні. Популярна медіакритика спрямована насамперед на масову аудиторію, забезпечуючи доступ до критичного аналізу інформації через доступні формати (блоги, соціальні мережі, відеоаналітику), що сприяє підвищенню загального рівня медіаграмотності. У той же час спеціалізована медіакритика, яка розвивається в академічних колах, професійних медіа та незалежних аналітичних центрах, забезпечує глибокий та комплексний підхід до дослідження явищ у сфері медіа, дозволяючи виявляти структурні проблеми та розробляти методологічні підходи для боротьби з дезінформацією. Майбутнє медіакритики залежатиме від балансу між технологічними інноваціями, експертним аналізом та активною громадянською позицією. Успішна інтеграція цих елементів дозволить зробити інформаційне середовище більш стійким до маніпуляцій і сприятиме розвитку критичного мислення в суспільстві.

Список літератури:

1. Голоднікова Ю. Парадокси української медіакритики. Медіакритика. 2009. № 16. URL: https://www.mediakrytyka.info/drukovani/ paradoksyukrayinskoyi-mediakrytyky.html.
2. Довженко О. Медіакритика в Україні: недоросла й недооцінена. Медіакритика. 2010. URL: http://www.mediakrytyka.info/media-filosofiya/ mediakrytyka-v-ukrayini-nedorosla-y-nedootsinena.html.
3. Довженко О. Сучасна українська медіакритика: чинники формування, проблеми та перспективи. *Вісник Львівського університету.* Серія журналістика. 2013. № 37. С. 131–138.
4. Загоруйко Н. Стан та перспективи розвитку медіакритичних інтернет-ресурсів в Україні. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2022. № 81. С. 110–122.
5. Потятиник Б. Медіакритика в системі журналістської освіти України: Львів – Київ – транзит. *Вісник Львівського університету*. Серія журналістика. 2017. № 42. С. 54–61.
6. Паранько Р. «Тиждень» розчарувань. Детектор медіа. 2009. URL: https://detector.media/rinok/article/50122/2009-12-25-tizhden-rozcharuvan/.
7. Сулім А. А. Медіакритика в Україні: функції, тематика, проблематика : дис. канд. наук із соц. ком. Дніпропетровськ : Дніпропетровський національний університет імені О. Гончара, 2015.
8. Holt K. Alternative Media and the Notion of Anti-Systemness: Towards an Analytical Framework. Media and Communication. 2018. Vol. 6, № 4. P. 49–57. DOI: http://dx.doi.org/10.17645/mac.v6i4.1467.
9. Holt K. Right-Wing Alternative Media. Routledge. 2019.
10. Holt K., Krogh T. von. The citizen as media critic in periods of media change. Observatorio. 2010. Vol. 4, № 4. P. 287–306. DOI: https://doi.org/10.15847/obsOBS442010432/

Mykolaienko A. Yu. POPULAR AND SPECIALIZED MEDIA CRITICISM IN UKRAINE: FEATURES AND PROSPECTS

The article examines the features of popular and specialized media criticism in Ukraine, its functions, development specifics, and prospects within the contemporary information environment. It explores the role of media criticism as a tool for analyzing, evaluating, and interpreting media content that influences both the professional journalistic community and a broad audience, contributing to the development of critical thinking and media literacy in society. The study highlights the transformation of media criticism under the influence of digital technologies and social media, as well as the emergence of new formats such as blogs, video analyses, and interactive discussions. It outlines the historical preconditions for the development of media criticism in Ukraine during the period of independence, when there arose a need for professional reflection on new media activities and the evaluation of journalistic standards. The structure of media criticism is analyzed, including scholarly analysis of media functioning and journalistic critique of media content and its social role. The article characterizes the specifics of specialized media criticism through the example of professional online outlets and platforms ("MediaKrytyka," "Telekrytyka," "MediaSapiens," "Detector Media," "Media Lab"), as well as popular media criticism represented by blogs, authorial columns, and public reflections of media consumers. It emphasizes the main differences between professional and mass media criticism in terms of audience preparedness, style of presentation, and communicative strategies. Attention is paid to the growing role of personal media platforms and social networks in disseminating critical practices and expanding the circle of authors within media-critical discourse. The importance of ethical standards,

authors' professional reputation, and transparency of argumentation as key factors of trust in media-critical materials is underlined. The article concludes that combining both directions of media criticism is essential for the development of a democratic media environment, improving the quality of journalistic products, and strengthening media accountability to society.

Keywords: *media criticism, popular media criticism, specialized media criticism, Ukrainian media, media literacy.*

Дата першого надходження статті до видання: 01.03.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 26.03.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 14.05.2026