

Мітчук О. А.

<https://orcid.org/0000-0002-1011-7320>

Національний університет водного господарства та природокористування

ГОНЗО-ЖУРНАЛІСТИКА У СТРУКТУРІ КРИЗОВОГО МЕДІАДИСКУРСУ РЕГІОНАЛЬНИХ МЕДІА ЯК КОМУНІКАЦІЙНА МОДЕЛЬ ЕМОЦІЙНОГО ВПЛИВУ

У статті досліджено кризові явища у сучасному медіапросторі, що супроводжуються переосмисленням комунікаційних стратегій регіональних медіа, які функціонують в умовах підвищеної соціальної напруги, інформаційної невизначеності та емоційної вразливості аудиторії. Гонзо-журналістика, що поєднує елементи репортажності, авторської рефлексії та емоційної експресії, постає як релевантна модель інтерпретації кризової реальності, здатна формувати механізми співпереживання та взаємодії між медіа і аудиторією, а також впливати на конфігурацію кризового медіадискурсу у регіональному медіасередовищі.

Метою статті є теоретичне осмислення гонзо-журналістики у структурі кризового медіадискурсу регіональних медіа як комунікаційної моделі емоційного впливу. Реалізація мети передбачає розв'язання таких завдань: 1) уточнення концептуальних підходів до трактування кризового медіадискурсу; 2) окреслення жанрово-стильових і наративних ознак гонзо-журналістики; 3) виявлення механізмів емоційної репрезентації кризових подій у регіональному медіапросторі. Методологічну основу дослідження становить комплекс взаємодоповнювальних підходів, релевантних аналізу кризових медіакомунікацій і суб'єктивізованих журналістських практик.

Трансформація журналістських практик у кризових умовах актуалізує увагу до регіональних медіасистем, які інтерпретують локальний досвід криз та інтегрують його у ширший національний інформаційний контекст. У цьому вимірі гонзо-журналістика постає як емоційно орієнтована комунікаційна модель, що розширює аналітичні можливості дослідження кризових медіанаративів, актуалізує роль авторської суб'єктивності як дискурсивного ресурсу та дозволяє глибше осмислити механізми формування довіри, емпатії й соціальної консолідації аудиторії в умовах нестабільності.

Ключові слова: гонзо-журналістика, медіадискурс, регіональні медіа, емоційна комунікація, афективний вплив, медіанаратив, кризові медіакомунікації.

Постановка проблеми. Сучасний медіапростір функціонує в умовах перманентної кризовості, спричиненої воєнно-політичними викликами, соціальними трансформаціями та інформаційною нестабільністю, що зумовлює переосмислення комунікаційних моделей журналістики. У регіональних медіа, які безпосередньо репрезентують локальний досвід криз і виконують роль посередників між подієвою реальністю та аудиторією, посилюється потреба у формах подання інформації, здатних не лише інформувати, а й інтерпретувати, емоційно залучати та консолідувати спільноти.

Актуалізація кризових процесів у регіональному медіапросторі зумовлює зростання ролі гонзо-журналістики як суб'єктивізованої комунікаційної моделі, що поєднує фактографічну репре-

зентацію подій із емоційно насиченим наративом та формує афективний вимір медіадискурсу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідниця В. Андрушків [1] аналізує трансформацію професійних практик журналістів регіональних медіа в умовах нестабільності. Зміни у кризових комунікаціях українських онлайн-медіа під час війни досліджує А. Б. Бистров [4] досліджує. Водночас О. Мітчук [10] розглядає регіональну медіарезистентність як елемент інформаційної безпеки. Науковиця А. Баранецька [2] розглядає інформаційно-комунікаційний менеджмент у кризових ситуаціях. Окремий напрям формують праці, присвячені аналізу дискурсивних особливостей воєнно-політичних подій. А. Березовенко [3], А. Тат'янченко [12], М. Яцимирська [13]. Феномен гонзо-журналістики розглядають П. Дворянин



і Р. Білоус [5], суміжний дослідницький ракурс пропонує А. Досенко [6].

Постановка завдання. Метою статті є теоретичне осмислення гонзо-журналістики у структурі кризового медіадискурсу регіональних медіа як комунікаційної моделі емоційного впливу. Реалізація мети передбачає розв'язання таких завдань: 1) уточнення концептуальних підходів до трактування кризового медіадискурсу; 2) окреслення жанрово-стильових і наративних ознак гонзо-журналістики; 3) виявлення механізмів емоційної репрезентації кризових подій у регіональному медіапросторі.

Методологічну основу дослідження складають поєднанні загальнонаукових і спеціальних підходів, релевантних аналізу кризових медіакомунікацій та суб'єктивізованих журналістських практик. *Теоретико-концептуальний аналіз* забезпечує уточнення понятійно-категоріального апарату кризового медіадискурсу та гонзо-журналістики. *Структурно-функціональний підхід* застосовано для розгляду гонзо-журналістики як складової кризового медіадискурсу регіональних медіа та визначення її комунікаційних функцій, зокрема інформативної, інтерпретаційної, емпатійної та мобілізаційної. *Дискурсивний аналіз* спрямований на виявлення мовностилістичних маркерів суб'єктивності, авторської рефлексії та афективних компонентів, що формують емоційний вимір кризових медіанаративів.

Сукупність зазначених методів забезпечує комплексне теоретичне осмислення гонзо-журналістики як комунікаційної моделі емоційного впливу та дозволяє розкрити її дискурсивний потенціал у структурі кризових медіакомунікацій регіонального рівня.

Виклад основного матеріалу. Кризові явища, що визначають сучасний український медіапростір, зумовлюють трансформацію журналістських практик і переорієнтацію медіакомунікації на посилення інтерпретаційної та емоційної складових. У межах регіональних медіасистем, які функціонують у безпосередній взаємодії з локальним соціальним досвідом криз, формується специфічний дискурсивний простір, де інформаційна функція поєднується з потребою емоційної підтримки, солідаризації та символічної інтеграції аудиторії.

Осмислення кризового медіадискурсу як складного комунікаційного феномену потребує звернення до низки концептуальних підходів, що відображають його багатовимірну природу, зумовлену поєднанням інформаційних, соціокультурних і психологічних чинників. У сучасній науковій

традиції кризовий медіадискурс розглядається не лише як сукупність текстів, присвячених кризовим подіям, а як динамічна система інтерпретації реальності, у межах якої медіа виконують функції смислотворення, емоційної модерації та соціальної координації.

Функціонування кризи, яка виступає не лише об'єктом повідомлення, а й чинником трансформації комунікаційних стратегій, жанрових моделей і наративних практик є одним із базових дискурсивно-комунікаційних підходів, що трактує кризовий медіадискурс як процес взаємодії медіатекстів, аудиторії та соціального контексту.

Гонзо-журналістика як специфічна форма медіавираження формується на перетині репортажу, есеїстики та літературного наративу, що зумовлює її жанрову гібридність і відкритість до експерименту. Як зазначає дослідниця А. Баранецька «Інформаційні виклики гібридної війни є доволі різними за своєю природою і мають як локальний / короткостроковий вимір, наприклад, інформаційна окупація окремих регіонів, поширення безпрецедентних обсягів дезінформації та пропаганди, так і більш абстрактний / довгостроковий вимір, як приміром зневіра у ЗМК міжнародної громадськості» [3, с. 4]. У структурі кризового медіадискурсу ця практика набуває додаткової функціональної ваги, оскільки дозволяє поєднувати фактографічну основу з емоційно-рефлексивною інтерпретацією подій, формуючи афективно насичений медіатекст.

Жанрова специфіка гонзо-журналістики виявляється передусім у розмитті меж між традиційними інформаційними та художньо-публіцистичними формами. Гонзо-текст поєднує репортажну оперативність із суб'єктивною рефлексією автора, що створює ефект безпосередньої присутності у подієвому середовищі. Така жанрова модель тяжіє до формату авторського свідчення, де журналіст виступає не лише посередником інформації, а й носієм індивідуального досвіду, інтерпретатором події та співучасником кризового процесу. У регіональних медіа це посилюється локалізованістю комунікації, коли персоналізований наратив стає механізмом репрезентації колективного переживання спільноти.

Стильові ознаки гонзо-журналістики пов'язані з експресивністю мовлення, використанням емоційно маркованої лексики, метафоричністю та діалогічністю викладу. Розділяємо думку дослідниці М. Яцимирської, яка зауважує, що «За когнітивною теорією присутність “Я” у журналістському матеріалі має бути чітко вираженою, а читач повинен від-

чувати власну причетність до проблеми й свою безпосередню участь у її розв'язанні. Емоція як функція розуму, як результат сприйняття та оцінки інформації переважає в політичних текстах, які потребують реакції читача. Емоційний резон отримав в психології особливу назву – емпатія. Феномен емпатії тісно пов'язаний з емоційно пізнавальними та психологічними якостями людини й виявляється насамперед у соціальних комунікаціях. Обмін інформацією через масмедіа передбачає й певний вплив на людей, їхню поведінку, характер діяльності, суспільну свідомість, тобто реалізується функція впливу, або інтерактивна функція» [13, с. 220-221].

У кризовому медіадискурсі такі стильові особливості виконують функцію інтенсифікації емоційного впливу, сприяють формуванню емпатійної взаємодії з аудиторією та забезпечують інтерпретаційний потенціал тексту. Водночас гонзо-стиль часто передбачає поєднання документальної точності з художніми засобами, що створює ефект «пережитої реальності».

Наративна організація гонзо-журналістики ґрунтується на принципі суб'єктивізованої оповіді, де авторський голос виступає центральним структуротворчим елементом. За словами дослідників «Нинішня тематика і зміст гонзо-журналістських матеріалів українських авторів за останнє десятиріччя в основному пов'язані з розвінчуванням імперської сутності загарбницької російської війни проти України, викривленням підступних методів і форм московської антиукраїнської маніпулятивної пропаганди, розкриттям зловісних аспектів міжнародної політики стосовно несправедливого тлумачення, оцінювання героїчної національно-визвольної боротьби українського народу проти кремлівських варварів за природне право мати самостійну, національну, соборну українську Україну» [5, с. 90]. У кризових наративах це дозволяє не лише інформувати, а й передавати емоційний контекст, що супроводжує подію.

Суттєвою ознакою гонзо-наративу є інтенсифікація сенсорних описів і деталізація подієвого середовища, що забезпечує ефект занурення та сприяє формуванню візуально-емоційних образів. Важливу роль відіграє також персоналізація героїв, коли індивідуальні історії стають репрезентативними для ширшого соціального досвіду. У регіональному медіапросторі така наративна стратегія сприяє символічній інтеграції локальних спільнот, актуалізуючи спільні цінності та механізми солідарності.

Таким чином, жанрово-стильові та наративні ознаки гонзо-журналістики гібридність форм, екс-

пресивність мовлення, фрагментарність композиції, домінування авторського голосу та персоналізація подієвого досвіду визначають її як ефективну модель репрезентації кризових подій. У межах кризового медіадискурсу регіональних медіа ці характеристики забезпечують поєднання інформаційної достовірності з афективною насиченістю, формуючи комунікаційний простір, у якому емоційний досвід стає невід'ємною складовою медіаповідомлення. Як зауважує дослідниця О. Мітчук «регіональні медіа виконують посередницьку функцію, адаптуючи офіційну інформацію до локального контексту та потреб конкретних громад, що є критично важливим для забезпечення інформаційної безпеки» [10, с. 60].

Емоційна репрезентація кризових подій у гонзо-журналістиці ґрунтується на комплексі дискурсивних механізмів, що забезпечують передачу не лише фактографічної інформації, а й афективного досвіду її переживання. У структурі кризового медіадискурсу такі механізми відіграють важливу роль, оскільки дозволяють медіа інтерпретувати подію як соціально значущий досвід, актуалізувати емпатійні реакції аудиторії та сприяти формуванню колективних смислів.

Одним із ключових механізмів виступає персоналізація подієвого досвіду, що передбачає подання кризових явищ через індивідуальні історії, авторські свідчення та локальні наративи. На думку науковців «медійна аудиторія «тоне» в надлишку контенту, потужною частиною якого є фейки, маніпулятивні наративи, дезінформація, що заповнили як український, так і світовий інформаційний простір. Реципієнтам досить складно «виловити» у цьому бурхливому потоці різноманітних повідомлень саме ту інформацію, яка може збагачувати інтелектуально, морально, духовно, емоційно» [5, с. 90]. У гонзо-журналістиці журналіст не дистанціюється від події, а інтегрує власні емоції, сумніви та рефлексії у структуру тексту, що формує ефект автентичності та наближає аудиторію до переживання подієвої реальності. У регіональному медіапросторі персоналізація часто пов'язана з репрезентацією локальних спільнот, де індивідуальні історії набувають символічного значення колективного досвіду.

Другим важливим механізмом є сенсорна деталізація, яка забезпечує ефект занурення у подієвий контекст. Опис звуків, візуальних образів, просторових характеристик і невербальних реакцій героїв дозволяє реконструювати атмосферу кризової ситуації та підсилити емоційний вплив медіатексту. У гонзо-наративах така деталізація часто поєднується з фрагментарністю викладу, що від-

творює динаміку переживання події та підкреслює її непередбачуваність.

Суттєву роль відіграє рефлексивна стратегія, яка передбачає включення авторських коментарів, оцінок і внутрішніх монологів. Цей механізм дозволяє поєднати фактографічний рівень повідомлення з інтерпретаційним, створюючи багатоплановий наратив, у межах якого емоційна реакція журналіста стає елементом смислотворення. У кризовому медіадискурсі рефлексивність сприяє осмисленню травматичного досвіду та формує простір для колективного переживання подій.

Ще одним механізмом є емоційна маркованість мовлення, що реалізується через використання експресивної лексики, метафоричних конструкцій, інтонаційних акцентів і риторичних запитань. Такі мовностилістичні засоби не лише підсилюють афективний потенціал тексту, а й виконують функцію інтерпретаційних орієнтирів, спрямовуючи емоційне сприйняття аудиторії. У кризових наративах це сприяє формуванню спільного емоційного фону та актуалізації ціннісних орієнтацій. Як зазначає М. Яцимірська «психологія сприйняття інформації пов'язана з відповідними наративами, особливими емоційними маркерами, на які реагує природа людини. У загальному медійному полі поруч із логосферою активно функціонує ейдосфера – графічні та живописні форми, які впливають на зорове сприйняття новин» [13, с. 219].

Важливим аспектом емоційної репрезентації виступає також механізм емпатійної ідентифікації, коли аудиторія співвідносить власний досвід із переживаннями героїв або автора. Гонзо-журналістика, орієнтована на ефект присутності та персоналізовану оповідь, створює умови для такої ідентифікації, що посилює довіру до медіаповідомлення та сприяє соціальній консолідації. У регіональних медіа це особливо помітно, оскільки близькість до локального контексту підсилює відчуття спільності переживань.

Сукупність зазначених механізмів формує афективний потенціал гонзо-журналістики як моделі кризової медіакомунікації. Емоційна репрезентація подій у межах цього підходу не лише інтенсифікує вплив медіатексту, а й виконує функції інтерпретації, психологічної підтримки та мобілізації аудиторії. Водночас така модель передбачає

баланс між суб'єктивністю та фактографічною достовірністю, що зумовлює необхідність професійної рефлексії журналіста щодо меж емоційного висловлювання у кризовому дискурсі.

Механізми емоційної репрезентації кризових подій у гонзо-журналістиці персоналізація, сенсорна деталізація, рефлексивність, емоційна маркованість мовлення та емпатійна ідентифікація визначають її як ефективний інструмент формування афективного виміру медіакомунікації. Їх реалізація у регіональному медіапросторі сприяє осмисленню кризового досвіду, актуалізації соціальної солідарності та інтеграції локальних наративів у ширший комунікаційний контекст.

Інтеграція гонзо-журналістики у кризовий медіадискурс регіональних медіа засвідчує зміщення журналістської комунікації від нейтральної фіксації подій до досвідно-рефлексивного їх осмислення, де емоційна суб'єктивність стає інструментом смислотворення та соціальної інтерпретації кризової реальності.

Висновки. Гонзо-журналістика у структурі кризового медіадискурсу регіональних медіа постає як ефективна модель емоційно орієнтованої комунікації, здатна поєднувати фактографічну достовірність із персоналізованим переживанням подій. Її інтеграція у кризові медіакомунікації зумовлена потребою інтерпретації складної соціальної реальності через індивідуальний досвід, що формує довіру до медіаповідомлення та сприяє емпатійній взаємодії з аудиторією. Гібридність жанрових форм, домінування авторського голосу та експресивність наративу забезпечують ефект присутності, який стає важливим чинником осмислення кризових явищ у локальному інформаційному просторі.

Водночас механізми емоційної репрезентації, притаманні гонзо-журналістиці, зокрема персоналізація, сенсорна деталізація та рефлексивність, сприяють формуванню афективного виміру кризового медіадискурсу та актуалізують процеси соціальної солідарності. У регіональних медіа це набуває особливої значущості, оскільки близькість журналіста до подієвого контексту підсилює автентичність наративу та репрезентує колективний досвід спільноти.

Список літератури:

1. Андрушків В. В. Робота редакцій і журналістів регіональних медіа у сучасних умовах. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика.* 2024. Т. 35 (74), № 3, ч. 2. С. 156–162.
2. Баранецька А. Д. Інформаційно-комунікаційний менеджмент: кризові практики. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика.* 2021. Т. 32 (71), № 2. С. 112–119.

3. Березовенко А. Російсько-українська війна в українському політичному дискурсі. *Політичні дослідження*. 2021. № 2. С. 97–110. URL: <http://pd.ipsend.gov.ua/article/view/246315>.
4. Бистров А. Б. Трансформація кризових комунікацій українських онлайн-медіа під час війни. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2025. Т. 36 (75), № 5, ч. 2. С. 372–378.
5. Дворянин П., Білоус Р. Українська гонзо-журналістика в системі засобів масової комунікації. *Образ*. 2025. Вип. 3 (49). С. 89–101. DOI: [https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.3\(49\)-89-101](https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.3(49)-89-101).
6. Досенко А. К. Блогінг і громадська журналістика: зона дифузності. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2018. № 1. С. 12–17.
7. Інформаційні виклики гібридної війни: контент, канали, механізми протидії: аналіт. доп. / за заг. ред. А. Баровської. Київ : НІСД, 2016. 109 с. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2016-06/inform_vukluku.pdf.
8. Лизанчук В. Інформаційна безпека України: теорія і практика : підручник. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2017. 728 с.
9. Літвінчук І. С. Ефективність комунікації в медіа під час кризи. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2024. Т. 34 (73), № 1. С. 148–152.
10. Мітчук О. А. Регіональна медіарезистентність у системі інформаційної безпеки та кризових комунікацій. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. 2025. Вип. 58. С. 56–64.
11. Русиняк А. Регіональні медіа: специфіка понятійно-категоріального апарату. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Політологія*. 2018. Вип. 1 (12). С. 75–84.
12. Тат'янченко А. Ю. Подія як чинник медіадискурсу: специфіка подання в інфопросторі (на прикладі російсько-української війни). *Обрії друкарства*. 2024. № 2 (16). С. 162–174.
13. Яцимірська М. Сучасний медіатекст: політичні наративи, смисли і сенси, емоційні маркери. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. 2022. Вип. 51. С. 216–224.

Mitchuk O. A. GONZO-JOURNALISM IN THE STRUCTURE OF CRISIS MEDIA DISCOURSE OF REGIONAL MEDIA AS A COMMUNICATION MODEL OF EMOTIONAL INFLUENCE

The article examines crisis phenomena in the modern media space, which are accompanied by a rethinking of communication strategies of regional media, which operate in conditions of increased social tension, information uncertainty and emotional vulnerability of the audience. Particular attention is paid to journalistic practices focused on the subjectification of the narrative, personalization of experience and strengthening of the affective dimension of communication. Gonzo-journalism, which combines elements of reportage, authorial reflection and emotional expression, appears as a relevant model of interpreting crisis reality, capable of forming mechanisms of empathy and interaction between the media and the audience, as well as influencing the configuration of crisis media discourse in the regional media environment.

The aim of the article is to theoretically understand gonzo journalism in the structure of the crisis media discourse of regional media as a communication model of emotional impact. The implementation of the aim involves solving the following tasks: 1) clarifying conceptual approaches to the interpretation of crisis media discourse; 2) outlining the genre-style and narrative features of gonzo journalism; 3) identifying mechanisms of emotional representation of crisis events in the regional media space. The methodological basis of the study is a set of complementary approaches relevant to the analysis of crisis media communications and subjectivized journalistic practices.

The transformation of journalistic practices in crisis conditions actualizes attention to regional media systems that interpret the local experience of crises and integrate it into the broader national information context. In this dimension, gonzo journalism appears as an emotionally oriented communication model that expands the analytical possibilities of studying crisis media narratives, actualizes the role of authorial subjectivity as a discursive resource, and allows for a deeper understanding of the mechanisms of building trust, empathy, and social consolidation of the audience in conditions of instability.

Keywords: *gonzo journalism, media discourse, regional media, emotional communication, affective impact, media narrative, crisis media communications.*

Дата першого надходження статті до видання: 23.02.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 20.03.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 14.05.2026