

Гресько О. В.<https://orcid.org/0000-0001-5630-1484>

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

АУДІОВІЗУАЛЬНІ МЕДІА ЯК ІНСТРУМЕНТ ПУБЛІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Стаття присвячена вивченню ефективних видів взаємодії влади і суспільства за допомогою аудіовізуальних медіа як інструменту публічних комунікацій. ПК означають відкритий і прозорий обмін інформацією в контексті відносин влада – медіа – суспільство завдяки сукупності різноманітних комунікаційних каналів із метою обговорення суспільно важливих тем, реалізації публічної політики, формування громадської думки і спільного порядку денного. Потужний демократичний інструмент сприяє довірі владним структурам, реалізації інтересів і потреб громадян, об'єднанню суспільства за допомогою таких методів, як: дебати, публічні виступи, інформаційні кампанії, пресконференції, брифінги та інші заходи.

Розглянуто виклики і перспективи, функції публічних комунікацій у XXI ст. Досліджено сучасний стан прозорості та підзвітності влади в умовах російсько-української війни, особливості застосування відкритих відеозвернень публічних осіб як складника кризових комунікацій. Проаналізовано публічні виступи в аудіовізуальних медіа і соціальних мережах як дієву медіаформу публічних комунікацій.

Прикладний характер дослідження дозволяє зробити практичні рекомендації щодо трансформації медіаформ публічних комунікацій:

- аудіовізуальні медіа здатні змінювати текст у діалог, що вирізняється короткими форматами, влучними висловлюваннями через тенденцію швидкого масового медіаспоживання;
- наявність аудіовізуального контенту за участі публічних осіб у вигляді новинного потоку 24/7 сприяє прозорості, підзвітності, довірі суспільства;
- медіа покликані розвивати фінансову грамотність громадян;
- залучення аудиторії збільшує інтерес до цілеспрямованої комунікації в режимі реального часу за допомогою цифрових платформ, сприяє соціальним змінам і реформам.

Ключові слова: аудіовізуальні медіа, прозорість і підзвітність, публічна інформація, публічні виступи, публічні комунікації.

Постановка проблеми. В сучасному глобальному інформаційному просторі серед основних викликів дослідження аудіовізуальних медіа як інструменту публічних комунікацій особливе місце посідає явище дезінформації та маніпуляції, що вимагає високої автентичності, стратегічної адаптації. Медіавиробництво за допомогою ШІ, застосування “дідфейків” вимагають нових методів перевірки фактів і коментарів, посилюють ризики зменшення або втрати довіри до медіа.

Публічні заяви і виступи світових лідерів стали своєрідним індикатором перевірки настроїв суспільства і певних цільових груп. При потребі відбувається оперативне редагування або спростування, а також миттєва зміна акцентів і пріоритетів. У зв'язку з вищезазначеними викликами актуальності набуває питання розробки і впровадження

ефективних публічних комунікацій за допомогою верифікованих каналів передачі даних.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аудіовізуальні медіа в Україні вивчають Андрющенко М. [1], Гоян В. [1], Гоян О. [1], Гресько О. [1, 2], Джолос О. [1], Єлісовенко Ю. [1], Міщерська Ж. [1], Набруско В. [1], Нагорняк М. [1], Ренська Г. [1], Сашук Г. [1], Федорчук Л. [1], Хоменко І. [1, 3, 4], Черемних І. [1] та ін.

В українській науковій літературі з сучасною інтерпретацією феномену афектів, спровокованих медіа, можна ознайомитися у працях Хоменка І. “Художнє радіомовлення і рух до відкритого суспільства: навч. посібник, за науковою редакцією В.В.Різуна, Київ: ВПЦ “Київський університет”, 2021. – 448 с.” [3], а також Фоменка В., Сороки С., Хоменка І. “Суспільно корисне і деструктивне



використання виражальних засобів мистецтва в аудіовізуальних і аудіальних медіа. Матер. конфер., тези Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології XXI століття: матеріали XVII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 11-13 вересня 2024 року) за заг. ред. В. Г. Спрінсяна; Одеса, 2024. С. 287-296” [4].

Концепції публічності й комунікації досліджують також Дармостук І., Шевченко В. [5].

Постановка завдання. Мета статті – встановити переваги тих чи тих медіаформ у контексті різних видів публічної комунікації, визначити ризики і виклики для сприяння оптимізації національної медіасистеми. Вищезазначена мета передбачає виконання наступних завдань:

- здійснити моніторингові дослідження аудіовізуального сегменту медіапростору;
- виявити за допомогою різних аналітичних інструментів закономірності публічних комунікацій, пов’язаних з медіапростором;
- узагальнити здобуті знання у вигляді практичних рекомендацій, оскільки дослідження має насамперед прикладне значення.

Методологічно дослідження ґрунтується на поєднанні емпіричних і аналітичних методик, традиційних для теорії соціальних комунікацій. Конкретні операційні прийоми дослідження, застосовані до тих чи тих даних, здобутих шляхом моніторингів ефіру і кіберпростору. До досліджуваного матеріалу застосовано такі види аналізу, як комапаративний, системний, структурний.

Виклад основного матеріалу. З відновленням незалежності України 24 серпня 1991 р. актуальності набули процеси прозорості та підзвітності діяльності владних суб’єктів. Після тривалих дискусій у медіа, багаторічних зусиль активістів, які виступають за європейські цінності та гармонізацію українського законодавства з країнами ЄС, було ухвалено у 2011 р. Закон № 2939-VI «Про доступ до публічної інформації», де зазначено: «Публічна інформація – це відображена та задокументована будь-якими засобами та на будь-яких носіях інформація, що була отримана або створена в процесі виконання суб’єктами владних повноважень своїх обов’язків, передбачених чинним законодавством, або яка знаходиться у володінні суб’єктів владних повноважень, інших розпорядників публічної інформації, визначених цим Законом» [6].

Як ключові ознаки демократичних перетворень прозорість і підзвітність і досі потребують вдосконалення, оскільки впливають на довіру

українського суспільства до соціальних інститутів. Це підтверджують результати соціологічного опитування Центру Разумкова з 28 лютого по 6 березня 2025 р. (опитано 2018 респондентів віком від 18 років). «Серед державних та суспільних інститутів найчастіше довіра висловлюється до Збройних Сил України (їм довіряють 93,5% опитаних), Державної служби з надзвичайних ситуацій (85,5%), добровольчих загонів (85,5%), волонтерських організацій (80%), Національної гвардії України (79%), Державної прикордонної служби (74%), Церкви (65%), Служби безпеки України (64%), Міністерства оборони України (63%), громадських організацій (60,5%), Президента України (57,5%), голови міста (селища, села), в якому живе респондент (51%), Національного банку України (51%).

Також частіше висловлюється довіра, ніж недовіра до Уповноваженого Верховної Ради з прав людини (Омбудсмена) (відповідно 40% і 34%) та до ради міста (селища, села), в якому живе респондент (відповідно 48% і 43,5%).

До Національної поліції (відповідно 47% і 46%) довіра та недовіра висловлюється приблизно однаковою мірою.

Більшість респондентів висловлюють недовіру державному апарату (чиновникам) (не довіряють їм 79%), політичним партіям (77%), Верховній Раді України (77%), судам (судовій системі загалом) (73%), Уряду України (71%), Прокуратурі (63,5%), Національному антикорупційному бюро України (62%), Національному агентству з питань запобігання корупції (62%), Спеціалізованій антикорупційній прокуратурі (62%), комерційним банкам (54%).

Також частіше висловлюється недовіра, ніж довіра, ЗМІ України (не довіряють їм 50%, довіряють 41% опитаних), профспілкам (відповідно 46% і 22,5%)» [7].

Рівень довіри громадськості пов’язаний безпосередньо з публічними комунікаціями, що забезпечують відкритий діалог влади і суспільства, реалізують публічну політику за допомогою медіа і соціальних мереж. Одним із ефективних методів покращення процесу обміну суспільно важливою інформацією є взаємодія публічних діячів із цільовою аудиторією за допомогою аудіовізуального контенту, що висвітлює діяльність владних структур. Аналіз моніторингу українських і зарубіжних медіа з початком повномасштабного російського вторгнення 24 лютого 2022 р. на територію України свідчить про численні новинні матеріали про героїчні вчинки волонтерів, добровольців,

представників Збройних Сил України, Державної служби з надзвичайних ситуацій, Національної гвардії України, Державної прикордонної служби та ін. Отже, наявність аудіовізуального контенту у вигляді новинного потоку 24/7 сприяє прозорості, підзвітності, а відтак і довірі громадян.

Публічні комунікації покликані не лише інформувати і пояснювати дії владних структур про прийняття тих чи тих рішень, а й своєчасно забезпечувати доступ до інформації, що становить суспільний інтерес. «Не може бути обмежено доступ до інформації про складання, розгляд і затвердження бюджетів, кошторисів розпорядників бюджетних коштів та плани використання бюджетних коштів одержувачів бюджетних коштів, а також їх виконання за розписами, бюджетними програмами та видатками (крім таємних видатків відповідно до статті 31 Бюджетного кодексу України)» [6]. Функція медіа полягає також у сприянні фінансовій грамотності громадян, які мають право знати, впливати і контролювати розподіл суспільних коштів, які надходять у вигляді податків та ін. «Філософські концепції публічності й комунікації дають змогу інтерпретувати онлайн-медіа не лише як інструмент інформування, а як складову частину суспільного механізму публічного контролю з чітко окресленою соціальною функцією, що визначає їх участь у забезпеченні прозорості бюджетних процесів» [5; с. 143]. Отже, фінансова підзвітність з боку органів влади означає повагу до суспільства, яке потребує зрозумілої медіаформи.

Візуалізація даних покращує медіаспоживання, оскільки економічно-фінансову інформацію у вигляді статистичних даних, цифр та ін. сприймати на слух важко. Візуальна комунікація поступово виокремилася в самостійну форму публічних комунікацій, оскільки змістовне зображення у вигляді інфографіки, кліпів, фотографій та ін. зрозуміле широкому колу і не потребує перекладу або детального пояснення.

В сучасному інформаційно-комунікаційному просторі розрізняють письмову та усну форми публічних комунікацій, які можуть супроводжуватися аудіовізуальним контентом для привабливості. До письмових належать аналітичні записки, звітна та довідкова документація, відкриті листи, інформація для медіа у вигляді офіційних заяв, звернень, пресрелізів та ін. Усні форми представлені переважно доповідями, публічними виступами та ін.

Обидві вищезазначені форми трансформувалися внаслідок явища цифровізації. Комунікація

в соціальних мережах, на вебсайтах, онлайн-конференціях, за допомогою електронної пошти, форумів, чатів та ін. називають електронною і вважають найбільш популярною в умовах стрімкого розвитку комунікативних технологій. Як правило, вона передбачає можливість реагувати за допомогою лайкограми, коментарів, відкритого обговорення. Інтерактивна форма комунікації підкреслює наявність зворотного зв'язку з аудиторією, яка може виступати активним або пасивним учасником. Спостерігається зростання масового інтересу до публічних заходів на кшталт громадських слухань у режимі реального часу, круглих столів, нарад, пресконференцій із прямою трансляцією або в записі, публічних дебатів, що набувають особливого значення напередодні політичних виборів та ін. «Історія виникнення дебатів в Європі, США сформувала своєрідну культуру, що передбачає дотримання правил ведення публічних дискусій. Тепер теледебати в демократичних країнах слугують механізмом контролю громадянського суспільства над владою, тобто реалізують функцію професійної журналістики як «четвертої влади» [2; с. 199].

Аудіовізуальні медіа, що об'єднують звук і зображення для ефективного впливу на аудиторію, є потужним інструментом публічних комунікацій із такими основними функціями, як:

- забезпечення прозорості та підзвітності;
- інформаційно-комунікаційна;
- консолідація;
- координація;
- регулятивно-комунікативна;
- соціалізація;
- формування громадської думки та ін.

Залучення аудиторії збільшує інтерес до цілеспрямованої комунікації в режимі реального часу за допомогою цифрових платформ і сприяє соціальним змінам. Завдяки координаційній функції відбувається об'єднання суспільства для досягнення спільних цілей і реалізації проектів. В умовах російсько-української війни аудіовізуальні медіа застосовують кризові комунікації, де особлива увага приділяється точності та оперативності передачі інформації. Наприклад, Національна Суспільна Телерадіокомпанія України виступає майданчиком для сповіщення про безпеку через оголошення тривоги у певних регіонах країни, розвитку культури вшанування полеглих через оголошення щоденної загальнонаціональної хвилини мовчання о 9.00 ранку (Закон України (законопроект №14144), підписаний Президентом 6 березня 2026 року), сприяє патріотичному вихо-

ванню за допомогою аудіовізуального контенту про героїчні вчинки і приклади стійкості українського народу та ін.

Аудіовізуальні медіа здатні трансформувати пасивний текст на інтерактивний, мультимедійний, персоналізований і прямий діалог. У зв'язку з швидким медіаспоживанням зростає популярність коротких форматів, що спонукає змінювати медіаформу публічних комунікацій, зокрема зменшувати обсяг (хронометраж). Обговорення в фокус-групах реакції аудиторії на щоденні відеозвернення президента України Володимира Зеленського підтвердило необхідність такого виду публічних комунікацій насамперед із емоційно-психологічною метою, а також забезпечення підзвітності. Відсутність діалогу, замовчування або підміна понять не сприяють довірі.

Новаторські медіаформи публічних комунікацій за допомогою аудіовізуальних і аудіальних каналів містять і певні застереження, що здатні негативно вплинути на комунікаційний процес. Президент США Франклін Делано Рузвельт першим застосував радіозвернення до американської нації під спільною назвою «Бесіди у комина». 30 передач у період з 1933 по 1944 р.р., що висвітлювали актуальні політичні та економічні питання, стали взірцем політичної радіопубліцистики. Вибір комунікаційного каналу був бездоганно точним. По-перше, це дозволило Рузвельту звертатися до людей прямо, без посередників та інтерпретаторів; по-друге, інтонація довіри, притаманна цим передачам, підкорила аудиторію. Однак саме високий кредит довіри до голосу президента зіграв злий жарт зі слухачами Сі-Бі-Ес. Актор, який грав роль держескретаря у відомій радіовіставі «Війна світів» (Орсон Веллс і Говард Кох, 1938), зімітував голос і манеру Рузвельта, що спровокувало афективну реакцію аудиторії. Отже, вищезазначений приклад використання аудіовізуальних медіа як інструменту публічних комунікацій ХХ ст. спонукає до роздумів у зв'язку з появою сучасних технологій дипфейків та інформаційних воєн ХХІ ст.

До публічних промов відносяться усні виступи з метою агітації, заклику до дії, інформування, мотивації, переконання та ін. Зацікавити та утримувати інтерес аудиторії тривалий час – це мистецтво, яке потребує постійної практики і вдосконалення. Новаторство полягає у використанні сучасних комунікаційних прийомів, застосуванні порад ІІІ та ін. Мовець готовий жартувати, співати, танцювати, взаємодіяти з тими, хто слухає, аби тільки бути привабливим і сподобатися.

Найбільш відомою у ХХ ст. вважають промову «Я маю мрію» (англ. *I Have a Dream*), яку виголосив американський пастор і громадський діяч, Мартін Лютер Кінг 28 серпня 1963 року зі сходинок меморіалу Лінкольна, де понад 250 тисяч людей вимагали расової рівності. Саме ця промова під час Маршу на Вашингтон стала символом боротьби за громадянські права. Блискучий оратор майстерно володів словом і очолював рух за громадянські права 1960-х років і 14 жовтня 1964 року став лауреатом Нобелівської премії миру. На честь доктора Кінга у третій понеділок січня відзначають офіційне федеральне свято США з 1986 року, остаточно прийняте всіма штатами у 2000 році. Часом історія і сучасність переплітаються через певні деталі події, асоціації та образи. Так у лютому 2026 р. на мітингу біля меморіалу Лінкольна у Вашингтоні напередодні червертої річниці протистояння України і українського народу відкритій і неспровокованій російської агресії майоріли десятки українських і американських прапорів як символ боротьби за правду, справедливість.

Під час свого першого візиту до США в 2011 році мені пощастило побачити, з якою великою гордістю і піднесенням відвідували сотні афроамериканців музей Мартіна Лютера Кінга в Атланті. Зі сльозами на очах вони мовчки згадували минуле своїх пращурів і з вдячністю разом із усім світом раділи тріумфу демократичних зусиль і багаторічної боротьби за свої права, коли 4 листопада 2008 року 44-м президентом США було вперше обрано афроамериканця Барака Обаму.

Публічні виступи також можуть застосовувати як комунікаційний інструмент затягування часу або критики. За допомогою однієї з найдовших промов в історії Сенату США тривалістю 24 години 18 хвилин було здійснено спробу перешкодити голосуванню за закон, що захищав право голосу для афроамериканців. Її виголосив 28-29 серпня 1957 року сенатор-демократ від Південної Кароліни Стром Термонд (Strom Thurmond), який читав закони всіх штатів про вибори, декларацію незалежності та інші документи, щоб не зупиняти промову. Її вважали рекордною у Сенаті США до того, як 31 березня 2025 року американський сенатор-демократ Корі Букер виступив із критикою політики адміністрації президента Дональда Трампа 25 годин і 5 хвилин.

Тривалість виступу регулюють правила. Наприклад, після найдовшого виступу (4 години 29 хвилин) на XV Генеральній Асамблеї ООН 26 вересня

1960 року, яку виголосив кубинський революціонер Фідель Кастро, було встановлено регламент. Епіграфом до історичної промови, яка містила гостру антиімперіалістичну критику і спрямована проти політики США та капіталізму, стала фраза: «Коли зникне філософія пограбування, тоді зникне і філософія війни».

Висновки:

1. На основі моніторингових досліджень аудіовізуального сегменту медіапростору було визначено ключові функції публічних комунікацій, встановлено, що їх ефективно і своєчасно застосування державними структурами, соціальними інституціями впливає на рівень довіри громадянського суспільства, сприяє прозорості та підзвітності влади як ключовим ознакам демократичного суспільства.

2. Аудіовізуальні медіа виступають динамічним і незамінним інструментом публічних комунікацій, що трансформуються з традиційного мовлення до персоналізованих цифрових платформ із урахуванням тенденції тематичної сегментації

медіаринку. За допомогою різних аналітичних інструментів було виявлено переваги певних медіаформ, зокрема, дебатів, радіо- і відеозвернень як видів публічної комунікації; визначено ризики і виклики для сприяння оптимізації національної медіасистеми. Кризові комунікації забезпечуть консолідацію і резильєнтність суспільства.

3. Здобуті знання узагальнено у вигляді практичних рекомендацій. По-перше, повна або часткова трансляція публічних виступів світових лідерів аудіовізуальними медіа формує громадську думку на місцевому і світовому рівні. По-друге, на основі виокремлених влучних цитат можна представляти зовнішню політику, позицію країни з певного питання, миттєву реакцію на події, актуальне союзництво і партнерство. Отже, професійна робота медійників полягає у тому, що уникати маніпулятивних заголовків, що привертають увагу лише на деякий час, але не дають розлогої та вичерпної відповіді на питання, і сформулювати правильний кут подачі з урахуванням професійних журналістських стандартів і етичних норм.

Список літератури:

- Кафедра мого успіху : до 50-річчя кафедри телебачення і радіомовлення : навчальний посібник / ред.-упоряд., загал. ред. О. Я. Гояна – Київ : Інститут журналістики, 2021. 170 с.
- Гресько О. Телевізійні дебати як форма соціальних комунікацій. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2015. Випуск 40. С. 199–207. URL:<https://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/5730/5735>
- Хоменко І. Художнє радіомовлення і рух до відкритого суспільства: навч.посібник, за науковою редакцією В.В.Різуна, Київ: ВПЦ “Київський університет”, 2021. 448 с.
- Хоменко І., Фоменко В., Сорока С. Суспільно корисне і деструктивне використання виражальних засобів мистецтва в аудіовізуальних і аудіальних медіа Матер. конфер., тези Інформаційна освіта та професійно-комунікаційні технології XXI століття: матеріали XVII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 11-13 вересня 2024 року) за заг. ред. В. Г. Спрінсяна ; Одеса, 2024. С. 287–296
- Дармостук І., Шевченко В. Європейська філософська думка як методологічне підґрунтя дослідження українських онлайн-медіа у сфері прозорості публічних закупівель. *Актуальні питання масової комунікації*, 2025. 38, 142–153. <https://doi.org/10.17721/CIMC.2025.38.142-153>
- Закон України «Про доступ до публічної інформації» (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2011, № 32, ст. 314) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text>
- Оцінка ситуації в країні, довіра до соціальних інститутів, політиків, посадовців та громадських діячів, ставлення до виборів під час війни, віра в перемогу (лютий-березень 2025 р.) 24 березня 2025 р. URL: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/otsinka-sytuatsii-v-kraini-dovira-do-sotsialnykh-instytutiv-politykiv-posadovtsiv-ta-gromadskykh-diiachiv-stavlennia-do-vyboriv-pid-chas-viiny-vira-v-peremogu-liutyiberezen-2025r>

Gresko O. V. AUDIOVISUAL MEDIA AS A TOOL OF PUBLIC COMMUNICATIONS

The article is devoted to the study of effective types of interaction between government and society using audiovisual media as a tool of public communications. PC means an open and transparent exchange of information in the context of government – media – society relations through a set of various communication channels for the purpose of discussing socially important topics, implementing public policy, shaping public opinion and a common agenda. A powerful democratic tool promotes trust in government structures, realizing the interests and needs of citizens, uniting society using such methods as: debates, public speeches, information campaigns, press conferences, briefings and other events.

The challenges and prospects, functions of public communications in the 21st century are considered. The current state of transparency and accountability of government in the conditions of the Russian-Ukrainian war is investigated, the features of the use of open video addresses by public figures as a component of crisis communications. Public speeches in audiovisual media and social networks are analyzed as an effective media form of public communications.

The applied nature of the study allows us to make practical recommendations on the transformation of media forms of public communications:

- audiovisual media are able to change text into a dialogue, which is distinguished by short formats, attractive statements due to the trend of rapid mass media consumption;*
- the presence of audiovisual content with the participation of public figures in the form of a 24/7 news stream contributes to transparency, accountability, and public trust;*
- the media are designed to develop the financial literacy of citizens;*
- audience engagement increases interest in targeted communication in real time using digital platforms, contributing to social changes and reforms.*

Keywords: *audiovisual media, transparency and accountability, public information, public speeches, public communications.*

Дата першого надходження статті до видання: 03.02.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 13.03.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 14.05.2026