

**КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА**

Факультет журналістики

Кафедра журналістики та нових медіа

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«НОВИННА АДРЕНАЛІНОВА ПЕТЛЯ У ВОЄННОМУ
ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ (СЕРІЯ РАДІОПОДКАСТІВ)»**

Здобувача першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти
групи ЖУРБ-2-22-4.0д.
галузі знань 06 Журналістика
спеціальності 061 Журналістика
освітньої програми 061.00.01
Журналістика
Федорової Поліни Олександрівни

Використання чужих ідей,
результатів і текстів мають
посилання на відповідне джерело

(підпис студента) (ініціали, прізвище)

Науковий керівник:
І. В. Погребняк,
завідувач кафедри журналістики та нових
медіа

Розширена шкала
Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Допускаю до захисту перед ЕК

І. В. Погребняк,
завідувач кафедри журналістики та нових
медіа

Голова комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

Члени комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

(підпис) (ініціали, прізвище)

(підпис) (ініціали, прізвище)

м. Київ – 2026 рік

ЗМІСТ

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА

ЗАПИСКА.....	3
1.1. Обґрунтування актуальності проєкту.....	4
1.2. Теоретичні засади дослідження новинного споживання у воєнному інформаційному просторі.....	7
1.3. Механізми формування новинної адреналінової петлі та емоційної залежності аудиторії.....	10
1.4. Вплив стресового новинного контенту на психоемоційний стан аудиторії..	11
1.5. Методологія дослідження та підходи до створення авторського медіапроєкту.....	15
II. СПЕЦИФІКАЦІЯ МЕДІАПРОЄКТУ.....	18
2.1. Теоретико-методологічні засади створення медіапроєкту.....	18
2.2. Концептуальна модель та структура серії радіоподкастів.....	22
2.3. Контент та засоби виразності радіоформату.....	26
2.4. Технічні та програмні засоби реалізації подкастів.....	28
2.5. Сфера застосування та результати апробації медіапроєкту.....	30
ВИСНОВКИ.....	33
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	35
ДОКУМЕНТАЦІЯ.....	37
АНОТАЦІЯ (українською та англійською мовами).....	42

І. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Обґрунтування актуальності проєкту

Сучасний інформаційний простір України формується в умовах повномасштабної війни, що суттєво впливає на характер, інтенсивність та емоційне навантаження медіаконтенту. Висока частота новинних повідомлень, їхній переважно тривожний або драматичний зміст, а також постійна доступність інформації через цифрові платформи призводять до формування нових моделей інформаційної поведінки аудиторії. Однією з таких моделей є явище, яке у межах бакалаврського проєкту визначається як «новинна адреналінова петля» — тобто циклічне споживання новин, що супроводжується емоційним напруженням, відчуттям залежності від інформаційного потоку та потребою постійного оновлення даних, навіть якщо це не є основною потребою в моменті.

Актуальність дослідження безпосередньо пов'язана із соціально-політичною ситуацією в Україні, де інформація стала не лише засобом інформування, але й фактором психологічного впливу на населення. В умовах гібридної війни та інформаційного протистояння особливого значення набуває питання інформаційної гігієни, стійкості до маніпуляцій та збереження психоемоційного здоров'я громадян [1]. Це відповідає стратегічним напрямкам розвитку держави, зокрема у сфері інформаційної безпеки та підтримки ментального здоров'я населення.

Мета роботи полягає у дослідженні феномену «новинної адреналінової петлі» в умовах воєнного інформаційного простору та створенні авторського медіапроєкту у форматі серії соціально-психологічних радіоподкастів, спрямованих на підвищення рівня медіаграмотності та усвідомленого споживання новинного контенту.

Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання:

- проаналізувати теоретичні підходи до вивчення новинного споживання в умовах воєнного інформаційного простору;
- дослідити механізми формування «новинної адреналінової петлі» та емоційної залежності від новинного контенту;
- визначити вплив стресового новинного контенту на психоемоційний стан аудиторії;
- охарактеризувати можливості подкастингу як інструменту соціально-психологічної комунікації;
- розробити концепцію авторського медіапроєкту у форматі серії радіоподкастів;
- створити цикл подкастів із залученням експертів та студентів;
- здійснити апробацію медіапроєкту та оцінити можливості його практичного використання.

Об’єкт дослідження – процес споживання новинного контенту аудиторією в умовах воєнного інформаційного простору.

Предмет дослідження – психологічні та комунікаційні механізми формування «новинної адреналінової петлі» та особливості їх висвітлення засобами аудіожурналістики.

Проєкт також корелює з міжнародними ініціативами, зокрема із Цілями сталого розвитку ООН, серед яких важливе місце займає забезпечення здорового способу життя та благополуччя (ЦСР 3), а також розвиток якісної освіти та медіаграмотності (ЦСР 4). У контексті рекомендацій міжнародних організацій, таких як ЮНЕСКО, актуалізується необхідність розвитку критичного мислення, відповідального споживання інформації та створення медіаконтенту, орієнтованого на підвищення обізнаності аудиторії [17].

Значущість теми зумовлена також інформаційними потребами цільової аудиторії. Основною аудиторією проєкту є молодь та студенти, які активно споживають новини через соціальні мережі та цифрові платформи, а також люди середнього віку до 45 років. Саме ці групи найбільш схильні до інформаційного

перевантаження, емоційного вигорання та формування залежності від новинного контенту. Водночас у медіапросторі спостерігається дефіцит доступного, зрозумілого та емпатійного контенту, який не лише інформує, але й пояснює психологічні механізми сприйняття новин та пропонує способи зниження негативного впливу.

У цьому контексті вибір формату радіоподкасту є обґрунтованим та доцільним. Подкасти як сучасний аудіоформат відповідають новітнім технологіям створення та споживання медіаконтенту: вони доступні, мобільні, дозволяють слухати інформацію у зручний час та створюють ефект довірливої комунікації. Використання цифрових платформ для розповсюдження подкастів забезпечує широкий доступ аудиторії та відповідає тенденціям розвитку медіаіндустрії [2].

Створений проєкт передбачає створення авторської серії радіоподкастів, що поєднують експертну думку та особистий досвід аудиторії. У рамках проєкту планується запис випусків за участю психотерапевтів, які надають науково обґрунтовані пояснення феномену «новинної адреналінової петлі» та як вибратися з неї, а також епізодів зі студентами, де розкриваються їхні емоційні переживання, поведінкові реакції та індивідуальні стратегії взаємодії з інформацією та особистий досвід щодо теми.

Методика роботи над проєктом ґрунтується на поєднанні журналістських та дослідницьких підходів. Здійснюється відбір тем відповідно до актуальних інформаційних запитів аудиторії, проводиться підготовка подкастів з експертами, формуються запитання з урахуванням психологічної та соціальної складової теми, а також організовується запис розмов емпіричних подкастів зі студентами для фіксації реального досвіду. Особлива увага приділяється створенню довірливої атмосфери під час запису, що дозволяє отримати щирі та глибокі відповіді [15]. Монтаж подкастів передбачає збереження природності мовлення, логічну структурування матеріалу та акцентування ключових смислів.

Інноваційність проєкту полягає у поєднанні теми інформаційного впливу війни з психологічним аналізом поведінки аудиторії та практичним медіапродуктом. На відміну від традиційних новинних форматів, запропонований підхід не лише інформує, але й сприяє усвідомленню власного стану та емоцій, розвитку критичного мислення та формуванню навичок інформаційної гігієни [3].

Унікальність проєкту визначається також використанням двох типів контенту: експертного (за участю психотерапевтів та психологів) та емпіричного (на основі досвіду студентів), що дозволяє комплексно розкрити тему та зробити її максимально наближеною до аудиторії. Такий формат забезпечує баланс між науковістю та доступністю, що є важливим для ефективної комунікації.

Проєкт відповідає правовим засадам журналістської діяльності, визначеним Конституцією України та чинним законодавством, зокрема Законами України «Про медіа» [6], «Про інформацію» [5], «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів». У процесі створення подкастів дотримуються журналістські стандарти достовірності, точності, балансу думок та відокремлення фактів від суджень. Також враховуються норми Кодексу етики українського журналіста [8], зокрема щодо відповідальності за поширення інформації, поваги до приватності та недопущення завдання шкоди аудиторії.

Доцільність вибору жанру та формату подкасту зумовлена потребою створення безпечного інформаційного середовища, в якому складні теми можуть обговорюватися у спокійному, аналітичному та підтримувальному форматі. Аудіоконтент дозволяє глибше та якісніше розкрити тему, ніж короткі новинні повідомлення, та сприяє формуванню довіри між автором і аудиторією.

Таким чином, актуальність проєкту визначається поєднанням кількох ключових факторів: відповідністю сучасним соціально-політичним умовам, орієнтацією на актуальні потреби аудиторії, використанням інноваційних медіаформатів, дотриманням правових та етичних стандартів журналістики, а

також створенням практичного медіапродукту, спрямованого на підвищення рівня інформаційної культури та психологічної стійкості суспільства.

1.2. Теоретичні засади дослідження новинного споживання у воєнному інформаційному просторі

Дослідження особливостей новинного споживання у воєнному інформаційному просторі ґрунтується на міждисциплінарному підході, що поєднує теорії масової комунікації, психології сприйняття інформації, медіаповедінки та інформаційної безпеки. В умовах війни інформаційне середовище набуває специфічних характеристик: підвищеної інтенсивності, емоційної напруги, домінування кризових повідомлень та високого рівня невизначеності, що безпосередньо впливає на моделі взаємодії аудиторії з медіа.

Однією з базових теоретичних основ є концепція використання та задоволення (*uses and gratifications theory*), відповідно до якої аудиторія активно обирає медіаконтент для задоволення певних потреб: інформаційних, емоційних, соціальних. У воєнний період домінуючими стають потреби у безпеці, орієнтації в подіях та зменшенні невизначеності. Це зумовлює зростання частоти споживання новин, що, однак, може трансформуватися у надмірну залученість та залежність від інформаційного потоку [13].

Важливе значення для розуміння поведінки аудиторії має теорія культивування, яка пояснює, що тривале та інтенсивне споживання медіаконтенту формує уявлення людини про реальність. У контексті війни це проявляється у підвищеному сприйнятті загроз, посиленні тривожності та формуванні відчуття постійної небезпеки навіть поза зоною безпосередніх бойових дій. Таким чином, медіа не лише відображають реальність, але й конструюють її у свідомості аудиторії.

Не менш значущою є також теорія порядку денного (agenda-setting), яка підкреслює здатність медіа визначати, які теми вважаються важливими. У воєнному інформаційному просторі відбувається концентрація уваги на подіях, пов'язаних із бойовими діями, втратами, загрозами та кризовими ситуаціями. Це формує інформаційний порядок денний, що постійно підтримує стан напруги та стимулює аудиторію до регулярного звернення до новин.

З позицій психології важливим є розуміння механізмів емоційного реагування на інформацію. Теорії стресу та копінг-стратегій пояснюють, що в умовах загрози людина прагне отримувати більше інформації для контролю ситуації. Водночас надмірне споживання новин може мати зворотний ефект, а саме: посилення тривожності, емоційне виснаження та зниження здатності до раціонального аналізу [4].

У цьому контексті доцільно розглядати явище «новинної адреналінової петлі» як специфічну форму інформаційної поведінки, що виникає на перетині психологічних та медійних факторів. Воно характеризується циклічністю: отримання новини викликає емоційну реакцію (тривогу, напруження), що стимулює подальший пошук інформації з метою зниження невизначеності, однак нові повідомлення знову підсилюють емоційний стан. Таким чином формується замкнений цикл, який може мати ознаки залежної поведінки.

Дослідження новинного споживання також спирається на концепцію інформаційного перевантаження, яка описує ситуацію, коли обсяг інформації перевищує можливості її обробки людиною. У цифрову епоху, особливо в умовах війни, цей феномен посилюється через постійні оновлення новин, push-повідомлення, соціальні мережі та месенджери. Це призводить до зниження концентрації, поверхневого сприйняття інформації та підвищення рівня стресу [7].

Важливим теоретичним аспектом є також поняття інформаційної гігієни, що передбачає свідоме регулювання споживання медіаконтенту з метою збереження психічного здоров'я. У сучасних умовах воно набуває особливої

актуальності, оскільки дозволяє зменшити негативний вплив інформаційного середовища та сформувати більш усвідомлену медіаповедінку.

У межах журналістикознавчого підходу значну роль відіграють стандарти подачі інформації, зокрема баланс, достовірність, точність та відповідальність перед аудиторією. У воєнний період ці принципи набувають додаткового значення, оскільки будь-яке викривлення або надмірна емоційність контенту можуть посилювати панічні настрої та дестабілізувати суспільство.

З урахуванням зазначених теоретичних підходів, дослідження новинного споживання у воєнному інформаційному просторі передбачає аналіз не лише змісту медіаконтенту, але й способів його сприйняття аудиторією, емоційних реакцій та поведінкових наслідків. Це дозволяє комплексно оцінити вплив інформації та визначити ефективні підходи до створення медіапродуктів, орієнтованих на потреби аудиторії [16].

Теоретичні засади дослідження безпосередньо пов'язані з практичною частиною дипломного проєкту — створенням авторської серії радіоподкастів. Використання аудіоформату ґрунтується на розумінні потреби у більш глибокому, рефлексивному та менш агресивному способі подачі інформації. Подкасти дозволяють поєднати експертне пояснення (на основі психологічних теорій) та реальний досвід аудиторії, що відповідає сучасним підходам до медіакомунікації.

Таким чином, теоретичні засади дослідження формують наукову основу для аналізу явища новинного споживання в умовах війни, пояснюють механізми виникнення «новинної адреналінової петлі» та обґрунтовують доцільність створення медіапроєкту у форматі радіоподкастів як інструменту інформаційної підтримки та підвищення медіаграмотності аудиторії.

1.3. Механізми формування новинної адреналінової петлі та емоційної залежності аудиторії

Формування «новинної адреналінової петлі» у воєнному інформаційному просторі є результатом взаємодії психологічних, нейрофізіологічних та медіакомунікаційних чинників. У ситуації тривалої невизначеності та загрози інформація набуває для людини підвищеної цінності як засіб орієнтації в реальності та зниження тривоги. Водночас саме надмірне споживання новин запускає циклічний процес емоційного збудження і повторного звернення до інформаційних джерел, що поступово може трансформуватися у форму залежної поведінки [9].

Ключовим механізмом є біопсихологічна реакція на стрес. У відповідь на загрозові повідомлення організм активує систему «бий або тікай», що супроводжується викидом адреналіну та кортизолу. Ці гормони підвищують рівень збудження, концентрації уваги та готовності до дії. Отримання новин про небезпеку або драматичні події викликає подібну реакцію навіть за відсутності безпосередньої фізичної загрози. Внаслідок цього новинний контент починає асоціюватися з сильними емоціями, що стимулює повторне звернення до нього.

Важливу роль відіграє механізм підкріплення, характерний для формування звичок і залежностей. У контексті новинного споживання він проявляється у змінному (інтервальному) підкріпленні: користувач не знає, коли з'явиться нова важлива інформація, тому регулярно перевіряє стрічки новин, соціальні мережі та месенджери. Така непередбачуваність підсилює залученість і формує поведінковий патерн постійного моніторингу інформаційного простору [10].

Додатковим фактором є так званий ефект FOMO (fear of missing out) — страх пропустити важливу інформацію. У воєнних умовах цей страх посилюється реальними ризиками та значущістю подій, що відбуваються. Людина відчуває потребу бути постійно поінформованою, оскільки це асоціюється з контролем ситуації та особистою безпекою. Проте надмірна кількість інформації не зменшує тривогу, а навпаки — значно посилює її.

Суттєве значення має і когнітивний аспект. Людська психіка схильна приділяти більше уваги негативній інформації (ефект негативного упередження), оскільки вона має більшу еволюційну значущість для виживання. У медіапросторі це проявляється у переважанні новин про загрози, втрати, небезпеки, що автоматично привертають увагу аудиторії. Такий контент краще запам'ятовується та викликає сильніші емоційні реакції, що сприяє формуванню залежності від його споживання [11].

Медіатехнологічні фактори також відіграють важливу роль у підтриманні «новинної адреналінової петлі». Алгоритми соціальних мереж та новинних платформ орієнтовані на утримання уваги користувача, тому вони підсилюють показ контенту, який викликає емоційний відгук. Часті оновлення стрічок, push-повідомлення, заголовки з елементами сенсаційності або тривожності стимулюють постійне повернення до інформаційних ресурсів.

Формування емоційної залежності від новин також пов'язане з соціальними факторами. Обговорення подій у соціальних мережах, спільне переживання новин, участь у дискусіях в коментарях створюють відчуття причетності та соціальної інтеграції. У той же час це посилює включеність у інформаційний потік і зменшує можливість дистанціювання від нього.

У результаті взаємодії зазначених механізмів формується замкнений цикл: споживання новин → емоційна реакція → підвищення тривоги → потреба у додатковій інформації → повторне споживання. Цей цикл і становить сутність «новинної адреналінової петлі». Його тривале функціонування може призводити до негативних наслідків, зокрема хронічного стресу, емоційного вигорання, зниження критичного мислення та погіршення психоемоційного стану [10].

З огляду на це, важливим є пошук способів розірвання зазначеної петлі або зменшення її впливу. Одним із таких способів є формування усвідомленого ставлення до споживання інформації та розвиток навичок інформаційної гігієни. У цьому контексті значну роль можуть відігравати медіапроекти, спрямовані на пояснення психологічних механізмів впливу новин та підтримку аудиторії.

Запропонований у межах даної роботи аудіоформат подкастів дозволяє не лише описати зазначені механізми, але й зробити їх зрозумілими для широкої аудиторії різного віку. Через поєднання експертних коментарів та особистих історій слухачів створюється можливість усвідомлення власної поведінки та емоційних реакцій, що є важливим кроком до подолання залежності від новинного контенту.

Таким чином, механізми формування «новинної адреналінової петлі» мають комплексний характер і охоплюють біологічні, психологічні, когнітивні та медіатехнологічні аспекти. Їхнє розуміння є необхідною передумовою для створення ефективних медіапродуктів, спрямованих на підтримку аудиторії в умовах воєнного інформаційного простору.

1.4. Вплив стресового новинного контенту на психоемоційний стан аудиторії

У воєнному інформаційному просторі новинний контент набуває вираженого стресогенного характеру, оскільки значна його частина пов'язана з повідомленнями про бойові дії, втрати, руйнування, загрози безпеці та гуманітарні наслідки війни. Такий контент має високий рівень емоційної насиченості та здатен суттєво впливати на психоемоційний стан аудиторії, формуючи специфічні реакції та поведінкові моделі [12].

Одним із ключових ефектів є підвищення рівня тривожності. Регулярне споживання новин, що містять інформацію про небезпеку та невизначеність, активізує механізми стресової реакції організму. Навіть за відсутності прямої

загрози людина переживає емоційний стан, подібний до ситуації реальної небезпеки. Через це людина постійно знаходиться у відчутті напруження, неспокою, має труднощі із концентрацією уваги та порушення сну.

Тривале перебування в умовах інформаційного стресу може призводити до формування хронічного емоційного виснаження. Аудиторія стикається з надмірною кількістю негативної інформації, що перевищує можливості її психологічної обробки. У результаті знижується емоційна чутливість, виникає відчуття апатії, байдужості або, навпаки, підвищеної дратівливості. У практичній частині бакалаврського проєкту, а саме в емпіричних випусках, студенти розповідають про явище емоційної притупленості. Такий стан часто супроводжується втратою мотивації та зниженням здатності до продуктивної діяльності.

Особливістю впливу стресового новинного контенту є також феномен вторинної травматизації. Людина, яка не є безпосереднім учасником подій, може переживати симптоми, подібні до посттравматичного стресового розладу, лише через постійне споживання інформації про травматичні події. Це проявляється у нав'язливих думках, емоційній нестабільності, уникненні певних тем або, навпаки, надмірному зануренні в інформаційний потік [15].

Важливо врахувати те, як новини впливають на когнітивні процеси. Надмірна кількість тривожної інформації не дозволяє критично мислити, аналізувати та оцінювати достовірність джерел. У стані постійного емоційного напруження людина частіше реагує імпульсивно, схильна до узагальнень, перебільшень та спрощеного сприйняття реальності. Саме через це зростає ризик поширення дезінформації та маніпуляцій.

Соціальний вимір впливу новин також є значущим. Колективне переживання стресових подій через медіа може як об'єднувати суспільство, так і посилювати напруження. З одного боку, спільне обговорення новин сприяє відчуттю підтримки та солідарності. З іншого — постійне перебування у

спільному інформаційному полі, насиченому негативними повідомленнями, може підсилювати колективну тривожність та відчуття нестабільності.

Особливо вразливою до впливу стресового контенту є молодіжна аудиторія, зокрема студенти. Вони активно використовують цифрові медіа, часто споживають інформацію фрагментарно та перебувають у постійному інформаційному потоці. Водночас їхні механізми психологічного захисту ще формуються, що робить їх більш чутливими до емоційного впливу новин.

У відповідь на надмірне інформаційне навантаження можуть формуватися різні стратегії поведінки. Частина аудиторії демонструє гіперзалученість — постійне оновлення стрічок новин, активне обговорення подій, емоційне реагування. Інша частина, навпаки, вдається до інформаційного уникнення — свідомого обмеження або повної відмови від споживання новин з метою зниження рівня стресу. Обидві стратегії мають свої ризики: перша — у формуванні залежності, друга — у втраті поінформованості [13].

З огляду на зазначене, важливим є пошук балансу між необхідністю бути поінформованим та збереженням психоемоційного здоров'я. У цьому контексті значення набуває розвиток навичок інформаційної гігієни, що включає обмеження часу споживання новин, вибір надійних джерел, усвідомлене ставлення до контенту та здатність до емоційної саморегуляції.

У контексті мінімізації негативного впливу стресового новинного контенту особливого значення набуває вибір формату подачі інформації. У межах даного проєкту обрано формат радіоподкастів, який поєднує традиції радіомовлення та сучасні підходи до створення аудіоконтенту. На відміну від динамічних новинних стрічок або візуально насичених медіа, радіоформат характеризується більш спокійним темпом, відсутністю візуального перевантаження та можливістю глибшого занурення у зміст.

Радіоподкасти створюють ефект персоналізованої комунікації, що сприяє формуванню довіри між ведучим та аудиторією. Це особливо важливо при висвітленні тем, пов'язаних із психоемоційним станом людини, оскільки

дозволяє створити атмосферу безпеки та відкритості. У такому форматі слухач отримує можливість не лише сприймати інформацію, але й рефлексувати власний досвід, співвідносити його з почутим та поступово усвідомлювати власні реакції на новинний контент [14].

Крім того, радіоформат відповідає сучасним умовам споживання медіа, зокрема мобільності та фоновому прослуховуванню. Аудиторія може взаємодіяти з контентом у комфортному для себе режимі, що знижує рівень напруження та сприяє більш екологічному сприйняттю інформації.

Таким чином, використання радіоподкастів у межах даного проєкту є не лише технічним рішенням, але й концептуально обґрунтованим підходом до комунікації з аудиторією, спрямованим на зменшення негативного впливу інформаційного стресу та підтримку психоемоційного благополуччя слухачів.

1.5. Методологія дослідження та підходи до створення авторського медіапроєкту

Методологія дослідження у межах даної дипломної роботи базується на міждисциплінарному підході, що поєднує теоретичні засади журналістики, психології, медіакомунікацій та соціальних досліджень. Такий підхід зумовлений складністю об'єкта дослідження — новинного споживання у воєнному інформаційному просторі та необхідністю комплексного аналізу як змісту медіаконтенту, так і особливостей його сприйняття аудиторією.

У процесі дослідження застосовано низку загальнонаукових і спеціальних методів. Теоретичний аналіз наукових джерел дозволив систематизувати існуючі підходи до вивчення медіаповедінки, інформаційного впливу та психологічних реакцій на стресовий контент. Метод узагальнення було використано для формування понятійного апарату, зокрема визначення сутності «новинної адреналінової петлі» як специфічного явища інформаційної взаємодії в умовах війни [12].

Аналітичний метод дав змогу дослідити особливості сучасного медіапростору, виявити ключові характеристики новинного контенту та визначити фактори, що впливають на формування емоційної залежності аудиторії. Порівняльний підхід дозволив співставити різні формати медіаконтенту та обґрунтувати доцільність використання аудіоформату як більш адаптивного до умов інформаційного перевантаження.

Важливе місце у методології займають емпіричні методи, зокрема метод глибинного інтерв'ю та елементи якісного дослідження. У межах практичної частини проєкту передбачено проведення розмов із психотерапевтами, які виступають експертами у сфері психоемоційного здоров'я, а також зі студентами як представниками цільової аудиторії. Ці інтерв'ю дозволяють отримати як професійні оцінки явища, так і реальний досвід його переживання.

Метод спостереження реалізується через аналіз поведінки аудиторії у процесі споживання новин, а також через фіксацію типових реакцій, описаних учасниками інтерв'ю. Це дає змогу виявити характерні патерни взаємодії з інформаційним середовищем та підтвердити теоретичні положення практичними даними [16].

Окрему роль у дослідженні відіграє проєктний метод, який передбачає розробку та реалізацію власного медіапродукту. Авторський медіапроєкт у форматі радіоподкастів виступає не лише як результат дослідження, але й як інструмент перевірки теоретичних положень на практиці.

Підходи до створення авторського медіапроєкту ґрунтуються на принципах соціально відповідальної журналістики, орієнтації на аудиторію та дотримання професійних стандартів. Важливим є баланс між інформуванням і підтримкою аудиторії, що особливо актуально в умовах воєнного інформаційного простору.

Концепція проєкту передбачає використання радіоформату подкастів як засобу глибокої, довірливої та рефлексивної комунікації. Вибір такого формату обумовлений його здатністю знижувати рівень інформаційного перевантаження,

створювати комфортні умови для сприйняття складного контенту та забезпечувати емоційний контакт із аудиторією.

Структура медіапроєкту включає серію випусків, які поділяються на два основні типи: експертні та емпіричні. Експертні подкасти передбачають участь психотерапевтів, які пояснюють механізми формування «новинної адреналінової петлі», її вплив на психоемоційний стан та способи подолання. Емпіричні випуски базуються на інтерв'ю зі студентами, що дозволяє розкрити індивідуальний досвід, емоційні реакції та особливості сприйняття новинного контенту [18].

Методика створення подкастів включає кілька етапів: визначення теми випуску, підготовку сценарію, формування переліку запитань, запис аудіоматеріалу, монтаж та фінальне оформлення. Особлива увага приділяється логіці побудови розмови, забезпеченню її послідовності та зрозумілості для слухача.

Важливим аспектом є дотримання етичних норм у процесі створення контенту. Це передбачає коректне висвітлення особистого досвіду учасників, недопущення травматизації аудиторії, а також відповідальне використання інформації, пов'язаної з психоемоційними станами.

Інноваційність підходу полягає у поєднанні наукового аналізу та практичної реалізації медіапроєкту, що дозволяє не лише дослідити явище, але й створити інструмент для роботи з ним. Аудіоформат радіоподкастів забезпечує доступність, гнучкість та ефективність комунікації, що відповідає сучасним тенденціям розвитку медіа [11].

Таким чином, методологія дослідження та підходи до створення авторського медіапроєкту забезпечують комплексне вивчення проблеми новинного споживання у воєнному інформаційному просторі та створюють основу для реалізації практично орієнтованого медіапродукту, спрямованого на підвищення рівня медіаграмотності та психологічної стійкості аудиторії.

II. СПЕЦИФІКАЦІЯ МЕДІАПРОЄКТУ

2.1. Теоретико-методологічні засади створення медіапроєкту

Створення авторського медіапроєкту у форматі серії радіоподкастів ґрунтується на комплексному поєднанні теоретичних, методологічних та практичних підходів до сучасної медіакommунікації. В умовах цифровізації інформаційного простору та постійного зростання обсягів контенту особливого значення набуває створення медіапродуктів, орієнтованих не лише на інформування, але й на емоційну підтримку аудиторії, розвиток критичного мислення та формування усвідомленої інформаційної поведінки.

Теоретичною основою проєкту стали сучасні концепції масової комунікації, психології медіаспоживання, теорії емоційного впливу інформації та принципи соціально відповідальної журналістики. У процесі розроблення медіапроєкту враховано специфіку функціонування сучасного інформаційного середовища, у якому аудиторія перебуває в умовах постійного доступу до новинного контенту, що особливо посилюється в період воєнного стану [17].

Одним із ключових теоретичних орієнтирів стала концепція аудиторієцентричності, відповідно до якої медіапродукт створюється з урахуванням потреб, психологічних особливостей та моделей поведінки цільової аудиторії. У межах даного проєкту основною аудиторією визначено молодь та студентів віком приблизно від 18 років, а також люди середнього віку до 45 років, які є активними користувачами цифрових платформ, соціальних мереж та мобільних застосунків. Саме ця категорія споживачів інформації характеризується високим рівнем залученості у новинний потік, постійною взаємодією з онлайн-медіа та підвищеною емоційною чутливістю до кризового контенту.

Під час створення медіапроєкту враховувалися особливості інформаційної поведінки сучасної молоді. Значна частина аудиторії споживає контент у

фрагментарній формі, одночасно використовуючи декілька цифрових платформ. Новини переважно надходять через Telegram-канали, Instagram, TikTok, YouTube та онлайн-медіа, що формує ефект постійної присутності в інформаційному просторі. Унаслідок цього виникає інформаційне перевантаження, емоційна втома та потреба у форматах, які дозволяють сприймати інформацію більш спокійно та усвідомлено.

Саме тому для реалізації авторського задуму було обрано формат радіоподкастів. Подкастинг у сучасному медіасередовищі є одним із найбільш адаптивних і персоналізованих форматів комунікації. Його специфіка полягає у можливості створення довірливої атмосфери, емоційної близькості між ведучим та слухачем, а також у здатності поєднувати інформаційну, аналітичну та психологічну функції. На відміну від коротких новинних повідомлень або візуально перевантаженого контенту соціальних мереж, аудіоформат забезпечує більш глибоке сприйняття теми та сприяє рефлексії.

Методологічна основа проєкту передбачає поєднання первинних і вторинних джерел інформації. До первинних джерел належать інтерв'ю з психотерапевтами, а також розмови зі студентами, які діляться власним досвідом споживання новин у воєнний період. Саме ці матеріали становлять основу практичної частини медіапроєкту, оскільки дозволяють безпосередньо зафіксувати емоційні реакції, переживання та поведінкові моделі аудиторії [19].

Використання експертних інтерв'ю забезпечує достовірність та професійність висвітлення теми. Психотерапевти виступають не лише як коментатори, але і як носії фахового знання про механізми тривожності, емоційного виснаження, інформаційної залежності та психологічного самозахисту. Їхні коментарі дозволяють пояснити аудиторії причини виникнення «новинної адреналінової петлі» та надати практичні рекомендації щодо інформаційної гігієни [11].

Інтерв'ю зі студентами мають особливе значення, адже вони показують реальний досвід молоді. Історії та емоції про власне життя, переживання,

труднощі та вирішення проблем роблять випуски більш живими, цікавими та щирими. Завдяки цьому проєкт набуває емпатійного характеру та виходить за межі суто інформаційного продукту.

Водночас при роботі з особистими історіями особливого значення набуває розмежування фактів і суджень. У межах проєкту факти базуються на підтвердженій інформації, наукових поясненнях експертів та реальних свідченнях учасників інтерв'ю. Судження ж розглядаються як індивідуальні погляди та емоційні оцінки респондентів, що не претендують на універсальність, але дозволяють глибше зрозуміти особливості сприйняття інформації різними людьми.

До вторинних джерел дослідження належать наукові праці з журналістики, психології, медіакommunікацій, медіаграмотності та інформаційної безпеки. Також використовувалися публікації українських і зарубіжних дослідників, присвячені проблемам інформаційного перевантаження, емоційного впливу медіа та цифрового медіаспоживання, зокрема праці В. Ф. Іванова [7], К. О. Горської [2], М. О. Осюхіної [13], Д. Дуцик, Д. Орлової, Г. Будівської [4], а також рекомендації UNESCO [17] та дослідження W. J. Potter [19] у сфері медіаграмотності.

Важливим етапом розроблення медіапроєкту став аналіз сучасних українських подкастів і медіапроєктів, присвячених психології, медіаспоживанню та ментальному здоров'ю, а також наукових праць щодо розвитку подкастингу в Україні. Особлива увага приділялася особливостям аудіожурналістики, довірливій манері комунікації та можливостям радіоформату у висвітленні соціально-психологічної тематики.

Аналіз конкурентного середовища дозволив виокремити кілька ефективних технологій реалізації медіапроєкту. По-перше, це використання живої розмовної манери комунікації, що створює ефект невимушеного діалогу. По-друге, важливим є поєднання експертності та доступності викладу матеріалу.

По-третє, сучасні подкасти активно використовують емоційну персоналізацію контенту, коли складні теми пояснюються через реальні людські історії.

У процесі створення авторського проєкту ці підходи були адаптовані відповідно до його концепції. Особлива увага приділяється емоційній тональності контенту. Подкасти не мають на меті додатково драматизувати тему війни чи психологічних проблем, а навпаки — створити безпечний простір для обговорення складних емоційних станів. Саме тому в основі комунікації лежать принципи емпатії, поваги до співрозмовника та психологічної делікатності [2].

Жанрово медіапроєкт поєднує риси інтерв'ю, аналітичної бесіди та соціально-психологічного подкасту. Такий формат дозволяє інтегрувати експертний аналіз із особистими історіями, зберігаючи баланс між інформативністю та емоційною доступністю. Важливою особливістю є також використання елементів сторителінгу, що сприяє кращому емоційному залученню аудиторії та підвищує рівень довіри до контенту.

Методологія створення проєкту включає кілька послідовних етапів: вибір теми випуску, аналіз інформаційного запиту аудиторії, пошук експертів та учасників інтерв'ю, розроблення сценарної структури, запис подкасту, монтаж аудіоматеріалу та підготовку контенту до публікації. Кожен із цих етапів спрямований на забезпечення якісної, логічної та емоційно збалансованої комунікації зі слухачем.

Під час роботи над подкастами також враховуються етичні стандарти журналістської діяльності. Особлива увага приділяється добровільній участі респондентів, коректному висвітленню особистих переживань, недопущенню психологічної травматизації аудиторії та дотриманню принципу відповідальності за поширюваний контент.

2.2. Концептуальна модель та структура серії радіоподкастів

Концептуальна модель авторського медіапроєкту базується на поєднанні соціально-психологічної тематики, аудіожурналістики та сучасних цифрових підходів до комунікації з аудиторією. Основною ідеєю проєкту є створення серії радіоподкастів, присвячених впливу новинного контенту на психоемоційний стан людини в умовах воєнного інформаційного простору. Проєкт орієнтований на молодіжну аудиторію, насамперед студентів, які активно взаємодіють із цифровими медіа та є найбільш залученими до безперервного споживання новин [11].

Концепція медіапроєкту передбачає створення циклу з 4-5 тематичних подкастів об'єднаних спільною темою, але розділені на частини, про тривожність та формування «новинної адреналінової петлі». Водночас кожен випуск має окрему внутрішню тему, що дозволяє комплексно розкрити проблему через різні аспекти — психологічний, соціальний, емоційний та особистісний.

Структурно проєкт побудований за принципом поєднання двох типів контенту: експертного та емпіричного. Перший тип представлений подкастами за участю психотерапевтів, які пояснюють психологічні механізми залежності від новин, особливості емоційного реагування на стресовий контент та методи інформаційної саморегуляції. Другий тип складають розмови зі студентами, які діляться власними переживаннями, досвідом споживання новин та особистими реакціями на інформаційний тиск війни.

Така модель дозволяє поєднати науково обґрунтовану інформацію з живими людськими історіями, що забезпечує емоційну доступність контенту та підвищує рівень довіри аудиторії. Концепція проєкту орієнтована не лише на інформування, але й на створення безпечного медіапростору для рефлексії, усвідомлення власного емоційного стану та формування навичок інформаційної гігієни [15].

У межах медіапроєкту передбачається така орієнтовна структура серії подкастів:

- вступний епізод, присвячений поняттю «новинної адреналінової петлі», причинам її виникнення та особливостям сучасного інформаційного середовища;
- випуск за участю психотерапевта про вплив тривожних новин на психіку людини, механізми стресу та емоційного виснаження.
- подкаст зі студентами про особистий досвід постійного споживання новин, страх пропустити важливу інформацію та вплив медіа на повсякденне життя;
- експертний випуск, присвячений інформаційній гігієні, психологічній саморегуляції та способам збереження емоційної стійкості;
- фінальний рефлексивний епізод, у якому узагальнюються основні висновки та обговорюються можливості більш усвідомленої взаємодії з медіапростором.

Кожен подкаст має чітку сценарну структуру, що забезпечує логічність викладу матеріалу та комфортне сприйняття інформації слухачем. Типова структура випуску включає кілька основних елементів: вступ, основну розмову, тематичні переходи, підсумковий блок та фінальне звернення до аудиторії [10].

Вступна частина виконує функцію емоційного та змістового налаштування слухача. У ній коротко окреслюється тема випуску, актуальність проблеми та представляються гості подкасту. Важливим елементом є використання спокійної, довірливої інтонації та мінімалістичного аудіоформлення, що створює атмосферу безпечної комунікації.

Основна частина будується у форматі розмовного інтерв'ю або діалогу. Запитання формуються таким чином, щоб поступово розкривати тему — від загальних аспектів до особистих переживань та практичних висновків. Особлива увага приділяється природності мовлення та збереженню емоційної щирості учасників розмови. Підсумковий блок містить коротке узагальнення ключових тез епізоду, акцентування уваги на важливих думках та рекомендаціях експертів. Завершальна частина подкасту виконує не лише інформаційну, але й

психологічну функцію — створює відчуття підтримки, емоційного завершення та стабілізації після обговорення складної теми.

Важливим компонентом концептуальної моделі є адаптація контенту до формату студентського онлайн-радіомовлення. Основною платформою поширення медіапроєкту є студентська радіоплатформа «Radio BG» Київського столичного університету імені Бориса Грінченка. Вибір саме цього ресурсу зумовлений його орієнтацією на молодіжну аудиторію, можливістю фонового прослуховування аудіоконтенту та відповідністю концепції сучасного радіоподкасту [2].

Платформа «Radio BG» забезпечує зручне розміщення та прослуховування подкастів, а також створює умови для комунікації зі студентською аудиторією у межах університетського медіапростору. Особливістю такого формату є поєднання доступності, мобільності та можливості сприймати контент у комфортному для слухача режимі без надмірного інформаційного навантаження.

Структура системи поширення контенту орієнтована насамперед на аудіоформат та специфіку онлайн-радіо. Подкасти публікуються на платформі «Radio BG» як окремі тематичні випуски, поділені на частини, що робить прослуховування більш зручним та легким. Також забезпечує цілісність медіапроєкту та формує єдиний простір для прослуховування, рефлексії та ознайомлення з проблематикою інформаційного перевантаження й психоемоційного впливу новинного контенту.

Особливу увагу приділено стилістиці проєкту та мовним конструкціям. Лексика подкастів поєднує елементи журналістської точності та розмовної доступності. У текстах і заголовках свідомо уникається надмірна драматизація або сенсаційність, оскільки проєкт орієнтований на зниження рівня інформаційної тривожності, а не її посилення [11].

Заголовки випусків мають інформаційно-аналітичний та емоційно-рефлексивний характер, орієнтований на осмислення особистого досвіду взаємодії з новинним контентом. Зокрема, у межах проєкту передбачаються такі

теми випусків: «Новинна “адреналінова петля”: що це?», «Новинна “адреналінова петля” та її вплив на психоемоційний стан», «Новинна “адреналінова петля” у воєнному інформаційному просторі: як інформаційний простір впливає на психіку людини?», «Чому ми постійно повертаємося до новин», «Способи саморегуляції». Такий підхід дозволяє зосередити увагу аудиторії на сутності проблеми, забезпечує доступність сприйняття складної тематики та відповідає загальній концепції психологічно безпечного аудіоконтенту [12].

Окремим елементом концептуальної моделі є айдентика медіапроєкту. Для формування цілісного образу передбачається використання єдиного візуального стилю: спокійної кольорової гами, мінімалістичного дизайну та лаконічних графічних елементів. Основний акцент робиться на створенні асоціації з довірою, стабільністю та емоційною підтримкою. Приклад візуальної айдентики медіапроєкту, включаючи оформлення обкладинки подкасту, елементів соціальних мереж та цифрових платформ поширення контенту, представлено в Додатку А.

Назва проєкту, логотип, оформлення обкладинок подкастів, стилістика публікацій у соціальних мережах та візуальне оформлення цитат мають працювати як єдина система ідентифікації медіапродукту. Це сприяє формуванню впізнаваності проєкту та його ефективному просуванню в цифровому середовищі.

Кожен випуск подкасту присвячений окремому аспекту феномену «новинної адреналінової петлі». Попри спільну тематику, розмови з різними експертами мають власні акценти та індивідуальні підходи до висвітлення проблеми. Інтерв'ю зі студентами базуються на особистому досвіді та суб'єктивному сприйнятті інформаційного середовища.

2.3. Контент та засоби виразності радіоформату

Контент авторського медіапроєкту формується відповідно до його основної концепції — дослідження впливу новинного контенту на психоемоційний стан людини в умовах воєнного інформаційного простору. Основу проєкту становить аудіоконтент у форматі серії радіоподкастів, доповнений текстово-графічним оформленням та елементами візуальної айдентики. Такий формат забезпечує ефективну комунікацію з аудиторією та відповідає особливостям сучасного онлайн-радіомовлення.

Головним видом контенту є аудіоматеріали у форматі радіоподкастів. Саме аудіоформат обрано як основний засіб комунікації через його здатність створювати атмосферу довірливого діалогу та емоційної близькості між ведучим і слухачем. На відміну від традиційного новинного контенту, який часто характеризується швидкою подачею інформації та емоційною перенасиченістю, подкасти проєкту мають більш спокійний, аналітичний і рефлексивний характер [19].

Контент подкастів складається з журналістських текстів, експертних коментарів, особистих історій студентів, авторських вступів і підсумкових рефлексій. Журналістська складова реалізується через інтерв'ю, діалогічну форму подачі інформації та використання елементів сторителінгу. Такий підхід дозволяє поєднати інформаційну функцію з психологічною підтримкою аудиторії.

Окрім аудіоконтенту, важливу роль у межах медіапроєкту відіграють текстово-графічні елементи [11]. Для кожного випуску створюються тематичні обкладинки та графічне оформлення, що використовується на платформі Radio BG. Візуальна айдентика проєкту базується на використанні стриманої кольорової палітри, мінімалістичного дизайну та сучасної системи шрифтів. Основними кольорами оформлення є: темно-синій, сіро-блакитний, темно-червоний та темно-зелений.

Система шрифтів також є частиною засобів виразності медіапроєкту. Для заголовків і підписів використовуються прості сучасні шрифти без надмірної декоративності, що забезпечує легкість сприйняття інформації та відповідає принципам цифрової комунікації. Візуальна простота оформлення дозволяє зосередити увагу аудиторії на змісті подкастів та уникнути додаткового інформаційного перевантаження.

У межах проєкту значна увага приділяється психології сприйняття аудіоконтенту. Оскільки тематика подкастів пов'язана з тривожністю, інформаційним перевантаженням та емоційним виснаженням, контент створюється з урахуванням необхідності мінімізації додаткового психологічного навантаження на аудиторію. Саме тому звукове та візуальне оформлення проєкту має стриманий і ненав'язливий характер.

Основними засобами виразності радіоформату виступають звук, інтонація, темп мовлення, атмосфера та драматургічна організація випусків. Голос ведучого виконує не лише інформаційну, але й емоційну функцію. Спокійна манера мовлення, логічні паузи та природна інтонація формують ефект довірливої комунікації та сприяють створенню безпечного інформаційного простору [11].

Важливу роль у створенні атмосфери подкастів відіграє музичне оформлення. Для проєкту характерне використання мінімалістичного фонового звуку, який не домінує над голосом, а лише підсилює емоційний настрій розмови. Музичні елементи використовуються переважно у вступних, тематичних переходах та завершальних частинах випусків.

Особливе значення має драматургія подкастів. Кожен випуск має чітку композиційну структуру: вступ, розвиток теми, емоційний або смисловий акцент та підсумкову частину. Така сценарна організація дозволяє утримувати увагу слухача та забезпечує поступове емоційне занурення у тему без надмірного психологічного навантаження.

Жанрово медіапроект поєднує елементи журналістського інтерв'ю, соціального подкасту, психологічної бесіди та сторителінгу. Такий синтез жанрів забезпечує баланс між аналітичністю, емоційністю та доступністю контенту. Використання особистих історій студентів дозволяє зробити складну тему більш зрозумілою та наближеною до повсякденного досвіду аудиторії.

Хронотоп проекту формується в межах сучасного українського інформаційного простору воєнного часу. Подкасти відображають реалії постійного новинного потоку, тривожного інформаційного середовища та психологічної втоми суспільства. Водночас проект не концентрується виключно на кризовості ситуації, а прагне створити простір для рефлексії, підтримки та усвідомленого ставлення до медіаспоживання [13].

Система поширення контенту визначається специфікою студентського онлайн-радіомовлення. Подкасти публікуються на платформі Radio BG як окремі тематичні випуски, що забезпечує цілісність медіапроектів та формує єдиний простір для прослуховування й ознайомлення з проблематикою інформаційного перевантаження та психоемоційного впливу новинного контенту.

Важливим аспектом є адаптація контенту до сучасних форматів споживання інформації. Подкасти орієнтовані на фонове та комфортне прослуховування, що дозволяє аудиторії взаємодіяти з контентом у зручному режимі без надмірного емоційного перевантаження.

2.4. Технічні та програмні засоби реалізації подкастів

Реалізація авторського медіапроектів у форматі серії радіоподкастів потребує використання комплексу технічних і програмних засобів, що забезпечують якісний запис, обробку та монтаж аудіоконтенту. Особливості організації виробничого процесу визначаються специфікою подкастингу як сучасного формату аудіожурналістики.

Під час створення подкастів використовувалися засоби аудіо- та комп'ютерної техніки, необхідні для запису інтерв'ю та монтажу контенту. Основним технічним засобом став ноутбук, який використовувався для підготовки сценаріїв, запису аудіо, монтажу подкастів та підготовки готових випусків до публікації на платформі «Radio BG».

Для запису голосу застосовувався мікрофон, що забезпечує чітке та якісне звучання аудіоматеріалу. Використання зовнішнього мікрофона є важливим елементом створення подкасту, оскільки дозволяє мінімізувати сторонні шуми та покращити якість сприйняття голосу слухачами. Додатково використовувалися навушники для контролю якості запису та виявлення можливих аудіодефектів [15].

У процесі запису інтерв'ю зі студентами та психотерапевтами також використовувався смартфон або диктофон як резервний пристрій для запису аудіо. Це забезпечувало додаткову надійність збереження матеріалу та дозволяло уникнути втрати даних у разі технічних несправностей.

Організація процесу виробництва медіапроєкту передбачала кілька основних етапів: підготовку теми випуску, розроблення сценарію для кожного гостя, узгодження сценарію та запису з учасниками, проведення інтерв'ю, монтаж аудіоматеріалу, створення заставок, написання назв, описів та підготовку готового випуску до публікації.

На етапі підготовки визначалися ключові теми подкасту, формувалися запитання для експертів і студентів, а також продумувалася загальна драматургія випуску. Запис інтерв'ю проводився у спокійній атмосфері з мінімальним рівнем стороннього шуму, що дозволяло забезпечити комфортні умови для комунікації та якісне звучання аудіо [11].

Після завершення запису здійснювався монтаж матеріалу. Для обробки аудіоконтенту використовувалася програма «Reaper», яка забезпечує можливість професійного редагування звуку, очищення аудіо від шумів, вирівнювання гучності та побудови цілісної композиції подкасту.

Візуальне оформлення медіапроєкту створювалося за допомогою графічного сервісу «Canva», який використовувався для розроблення обкладинок подкастів та елементів айдентики. «Canva» дозволяє створювати графічний контент відповідно до єдиного стилю проєкту та адаптувати його до формату онлайн-радіоплатформи [15].

Особливе значення у процесі реалізації подкастів має система поширення контенту. Усі випуски публікуються на платформі «Radio BG», що забезпечує зручне прослуховування аудіоконтенту та відповідає концепції студентського онлайн-радіо. Технічну схему реалізації серії радіоподкастів, етапи виробництва контенту та використане обладнання представлено в додатку Б.

Важливою особливістю технічної реалізації проєкту є дотримання принципу мінімалізму та психологічного комфорту. У процесі монтажу уникається надмірна кількість звукових ефектів, оскільки головною метою є створення спокійного та безпечного медіапростору для аудиторії.

2.5. Сфера застосування та результати апробації медіапроєкту

Авторський медіапроєкт у форматі серії радіоподкастів має широкі можливості практичного застосування у студентському медіасередовищі та сфері аудіожурналістики. Концепція проєкту орієнтована на поєднання журналістики, соціальної комунікації та психологічної просвіти, що дозволяє використовувати його у межах освітнього, інформаційного та просвітницького середовища.

Основною сферою застосування медіапроєкту є студентська онлайн-радіоплатформа «Radio BG», де подкасти можуть функціонувати як окремий цикл тематичних аудіовипусків. Формат радіоподкастів адаптований до сучасних моделей споживання інформації, які передбачають мобільність, фонове прослуховування та інтеграцію контенту в онлайн-середовище [18].

Подкасти також можуть бути інтегровані в діяльність студентських медіа, університетських платформ та молодіжних інформаційних проєктів. З огляду на соціально-психологічну тематику серії випусків, медіапроєкт може функціонувати як окрема рубрика студентського онлайн-радіо або інформаційного ресурсу, присвяченого питанням ментального здоров'я та медіаграмотності.

Сфера застосування проєкту не обмежується лише журналістикою. Серія подкастів може використовуватися у межах освітніх та просвітницьких ініціатив, спрямованих на розвиток інформаційної гігієни, критичного мислення та психологічної стійкості молоді.

Важливою сферою застосування проєкту є соціально-комунікаційна діяльність, спрямована на підтримку психоемоційного благополуччя аудиторії в умовах війни. Завдяки поєднанню експертних коментарів та особистих історій студентів подкасти виконують не лише інформаційну, але й підтримувальну функцію, створюючи безпечний простір для обговорення емоційних переживань та проблем інформаційного перевантаження [16].

У межах реалізації дипломної роботи було проведено апробацію окремих елементів медіапроєкту. Зокрема, здійснено розроблення концепції серії подкастів, створення сценарних планів випусків, підготовку візуальної айдентики та тестування структури аудіоконтенту. Також проведено попередній запис інтерв'ю зі студентами та експертами, що дозволило оцінити ефективність обраного формату комунікації [12].

Під час апробації було виявлено, що аудіоформат подкастів є комфортним для сприйняття складних психологічних тем, оскільки створює ефект персоналізованої розмови та сприяє формуванню довіри між учасниками комунікації. Особисті історії студентів викликали емоційне залучення та підвищували рівень впізнаваності проблеми серед потенційної аудиторії.

Практичне тестування концепції подкастів засвідчило, що найбільший інтерес аудиторії викликають теми, пов'язані з інформаційною тривожністю,

емоційною втомою від новин та способами психологічної саморегуляції. Це підтверджує актуальність обраної тематики та її відповідність сучасним інформаційним потребам молоді.

ВИСНОВКИ

У результаті виконання бакалаврської кваліфікаційної роботи було досліджено особливості споживання новинного контенту в умовах воєнного інформаційного простору та розроблено медіапроект у форматі серії авторських радіоподкастів, присвячених впливу інформаційного перевантаження на психоемоційний стан аудиторії та як з ним боротися.

У теоретичній частині роботи проаналізовано сучасні підходи до вивчення медіаспоживання, психології інформаційного впливу та механізмів емоційної взаємодії людини з новинним контентом. Визначено, що в умовах повномасштабної війни новини стають не лише джерелом інформації, але й чинником постійного психологічного напруження та відчуття тривоги. Особливу увагу приділено феномену «новинної адреналінової петлі», який характеризується циклічним або ж безперервним споживанням тривожного контенту, формуванням емоційної залежності від інформаційного потоку та його впливу на психоемоційний стан людини.

У процесі дослідження встановлено, що надмірне споживання новин може спричиняти інформаційне перевантаження, емоційне виснаження, підвищення рівня тривожності та погіршення психоемоційного стану аудиторії. Найбільш вразливою до такого впливу є молодіжна аудиторія, зокрема студенти, які активно взаємодіють з інформаційним середовищем та постійно перебувають у новинному потоці. Люди середнього віку до 45 років, які також активно користуються соціальними мережами, не менш сильно піддаються впливу тривожних новин та безперервного інформаційного потоку.

У роботі обґрунтовано доцільність використання подкастингу як сучасного формату соціально орієнтованої медіакомунікації. Визначено, що аудіоформат забезпечує більш спокійне та рефлексивне сприйняття інформації, створює атмосферу довіри та дозволяє поєднати інформаційну, аналітичну й психологічно підтримувальну функції медіа.

У практичній частині було розроблено концептуальну модель серії радіоподкастів «Новинна адреналінова петля», що поєднує експертні інтерв'ю з психотерапевтами та особисті історії студентів. Визначено структуру випусків, тематичне наповнення, сценарну організацію та особливості аудіоформату. Також сформовано систему візуальної айдентики медіапроєкту, яка забезпечує його цілісність та впізнаваність у межах студентського медіасередовища.

У межах роботи було охарактеризовано технічні та програмні засоби реалізації подкастів, зокрема використання аудіообладнання, програми «Reaper» для монтажу звуку та графічного сервісу «Canva» для створення елементів оформлення. Встановлено, що сучасні цифрові технології дозволяють створювати якісний аудіоконтент, адаптований до потреб молодіжної аудиторії та специфіки онлайн-радіомовлення.

Під час апробації елементів медіапроєкту було підтверджено ефективність формату радіоподкастів для висвітлення тем, пов'язаних із психологічним впливом новинного контенту. Попереднє тестування сценарної структури, тематичних блоків та аудіоформату засвідчило зацікавленість цільової аудиторії проблемами інформаційної тривожності, емоційної втоми та інформаційної гігієни. Особисті історії студентів та експертні коментарі психотерапевтів сприяли формуванню емоційного залучення аудиторії та підвищенню рівня довіри до контенту.

Практична цінність роботи полягає у можливості використання створеного медіапроєкту в системі студентських медіа, онлайн-радіоплатформ та просвітницьких ініціатив, спрямованих на розвиток медіаграмотності та психологічної стійкості молоді. Проєкт може бути адаптований до форматів університетського онлайн-радіо та інших інформаційно-просвітницьких аудіопроектів соціально-психологічного спрямування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

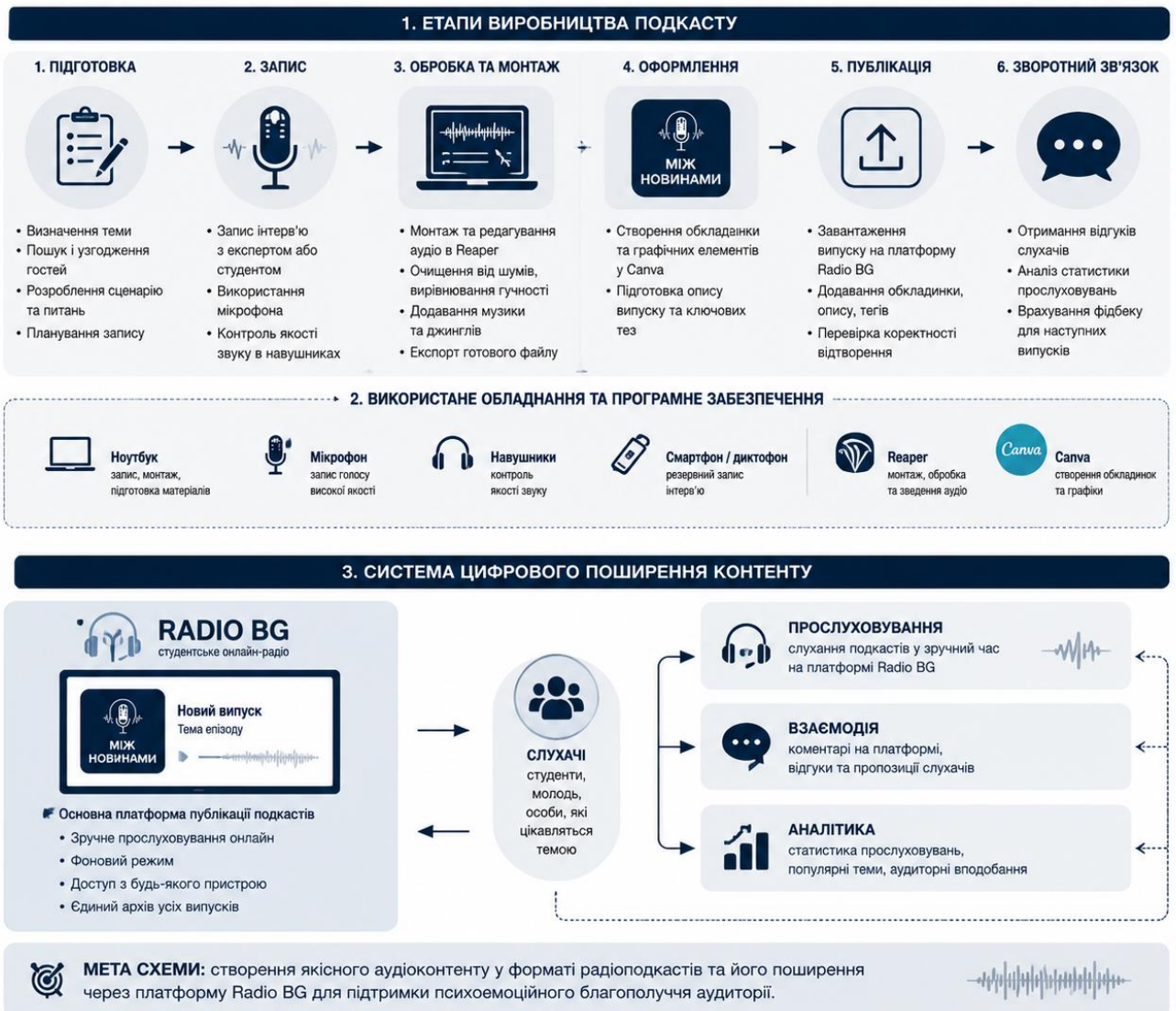
1. Академія української преси. Історія проєкту «Медіаграмотність» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://medialiteracy.org.ua/istoriya-proektu/>
2. Горська К. О. Медіаконтент цифрової доби: трансформації та функціонування : дис. ... докт. наук з соц. комун. : 27.00.01 / Горська Катерина Олександрівна ; М-во освіти і науки України, Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. – Київ, 2016. – 449 с.
3. Гуменюк Л. Практична медіаграмотність. Посібник для бібліотекарів [Електронний ресурс] / Л. Гуменюк, В. Потапова ; ред.- упоряд. О. Волошенюк. – 2015. – Режим доступу : <http://aup.com.ua/books/mbm/>
4. Дуцик, Д.; Орлова, Д.; Будівська, Г. Трансформація сфери медіаграмотності в умовах повномасштабної війни в Україні: аналітичний звіт. – 2022.
5. Закон України «Про інформацію» : Закон України від 02.10.1992 № 2657-ХІІ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12> (дата звернення: 06.05.2026).
6. Закон України «Про медіа» : Закон України від 13.12.2022 № 2849-ІХ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20> (дата звернення: 06.05.2026).
7. Іванов В. Ф. Основні теорії масової комунікації і журналістики : навч. посіб. Київ : Центр вільної преси, 2020. 258 с.
8. Кодекс етики українського журналіста. Комісія з журналістської етики. URL: <https://cje.org.ua/ethics-codex/> (дата звернення: 06.05.2026).
9. Конах, В. К. Виникнення та еволюція поняття «медіа-простір» в науковій думці // Вісник Дніпропетровського університету. – 2015. – № 2. – С. 112–129.

10. Медіаспоживання українців в умовах війни : аналітичний звіт / ГО «Детектор медіа». Київ, 2024. URL: <https://detector.media/infospace/article/>
11. Назаренко В. М. Подкастинг як інструмент сучасної аудіожурналістики. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2022. № 4. С. 96–101.
12. Різун, В. В.; Скотникова, Т. В. Методи соціальнокомунікаційних досліджень // Наукові записки Інституту журналістики. – 2013. – Вип. 52. – С. 49–53.
13. Осюхіна М. О. Медіа- та інформаційна грамотність в Україні: теорія і практика : дис. ... канд. наук із соц. комунікацій. Дніпро, 2018. URL: https://www.dnu.dp.ua/docs/ndc/dissertations/K08.051.19/dissertation_5b9e2dfa48400.pdf (дата звернення: 06.05.2026).
14. Степанюк Н. Українські проєкти з медіаграмотності в умовах війни : магістерська робота. Київ : НАУКМА, 2025. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/bitstreams/cb9ae70d-e27f-411e-83ee-e93489c147f3/download> (дата звернення: 06.05.2026).
15. Сучасні тенденції розвитку подкастингу в Україні : монографія / за ред. О. В. Гоян. Київ : Інтерсервіс, 2024. 214 с.
16. Український інститут медіа та комунікації. Інформаційна гігієна в умовах війни : метод. рекомендації. Київ, 2023. 52 с.
17. Dorosh, M. Media literacy in Ukraine: Blurred vectors of motion [Електронний ресурс] // MediaSapiens. – 2016. – Режим доступу: https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/mediagramotnist_v_ukraini_rozmiti_vektori_rukhu/
18. Potter, W. J. Analysis of definitions of media literacy // Journal of Media Literacy Education. – 2022. – Vol. 14, No. 2. – P. 27–43

ДОКУМЕНТАЦІЯ

Додаток А

Технічна схема реалізації серії радіоподкастів та система цифрового поширення контенту



Сценарна заявка авторського медіапроєкту

Назва проєкту: «Новинна адреналінова петля:що це?»

Формат: Серія соціально-психологічних радіоподкастів.

Жанр: Інтерв'ю, соціальний подкаст, психологічна бесіда.

Цільова аудиторія: Молодь та студенти віком 18–25 років, а також люди середнього віку до 45 років які активно споживають новинний контент через цифрові платформи та соціальні мережі.

Основна тема: Вплив новинного контенту на психоемоційний стан аудиторії в умовах воєнного інформаційного простору, що таке новинна адреналінова петля та способи саморегуляції.

Ідея проєкту: Проєкт спрямований на дослідження явища інформаційної залежності та емоційного виснаження внаслідок постійного споживання новин. Через поєднання експертних коментарів психотерапевтів/психологів та особистих історій студентів подкасти допомагають аудиторії усвідомити власну інформаційну поведінку та формувати навички інформаційної гігієни.

Мета проєкту: Створення мультимедійного медіапродукту, який поєднує журналістику та соціально-психологічну комунікацію для підвищення рівня медіаграмотності та психологічної стійкості аудиторії.

Завдання проєкту:

- дослідити вплив новинного контенту на психоемоційний стан молоді;
- пояснити механізми формування «новинної адреналінової петлі»;
- створити безпечний медіапростір для обговорення емоційних переживань;
- популяризувати принципи інформаційної гігієни;
- адаптувати контент до сучасних цифрових платформ.

*Додаток В***Поєпізодний сценарний план серії подкастів**

№	Тема подкасту	Основні питання обговорення	Учасники	Орієнтовна тривалість
1	«Новинна адреналінова петля: що це?»	Феномен новинної адреналінової петлі; ,чому тривожні новини затягують, чи є у нас ілюзія відчуття контролю та що з нами робить постійний потік новин.	Ведуча, психологиня	5-10хв
2	«Новинна адреналінова петля:скролінг новин та реакція на них»	Постійний скролінг новин,наша “притуплену” реакцію на тривожні новини,емоційний стан,відчуття контролю та чому тривога не зникає.	Ведуча, психологиня	5-15 хв
3	«Чому ми постійно повертаємося до новин»	Страх пропустити важливу інформацію; відчуття уявного контролю; залежність від інформаційного потоку; особливості медіаспоживання молоді	Ведуча, психотерапевтка	5-10 хв
4	«Способи інформаційної саморегуляції»	Інформаційна гігієна; способи обмеження новинного потоку; психологічна саморегуляція; формування здорових інформаційних звичок, а також ,що робити, щоб відволіктися.	Ведуча, психотерапевтка	5-10 хв

5	«Особистий досвід життя в умовах інформаційного перевантаження»	Емоційні переживання студентів; вплив новин на повсякденне життя; власні способи боротьби з тривожністю; роль підтримки та комунікації	Ведуча, студенти	10-20 хв
---	---	--	------------------	----------

Додаток Г

Приклад запитань для інтерв'ю зі студентами

Блок 1. Споживання новин

1. Як часто ви читаєте або переглядаєте новини?
2. Які платформи ви використовуєте найчастіше?
3. Чи помічали ви залежність від постійного оновлення інформації?
4. Наскільки важливо для вас бути постійно в курсі подій?

Блок 2. Емоційний стан

1. Які емоції найчастіше викликають новини?
2. Чи відчуваєте ви втому від інформаційного потоку?
3. Як змінилося ваше ставлення до новин під час війни?
4. Чи бувало таке, що новини впливали на ваш сон або настрої?

Блок 3. Інформаційна гігієна

1. Чи намагаєтеся ви обмежувати споживання новин?
2. Які методи допомагають вам зменшити тривожність?
3. Чи вважаєте ви важливим дотримуватися інформаційної гігієни?

Приклад запитань для інтерв'ю з психотерапевтом

1. Чому люди постійно повертаються до новин?
2. Як інформаційний простір впливає на психіку людини?
3. Що таке інформаційне перевантаження?
4. Як формується емоційна залежність від новин?
5. Які ознаки свідчать про психологічне виснаження?
6. Як війна змінила інформаційну поведінку українців?
7. Які способи інформаційної саморегуляції є найбільш ефективними?
8. Як навчитися підтримувати баланс між поінформованістю та психоемоційним здоров'ям?

Приклад оформлення заставок для подкастів



АНОТАЦІЯ

ФЕДОРОВА ПОЛІНА ОЛЕКСАНДРІВНА «НОВИННА АДРЕНАЛІНОВА ПЕТЛЯ У ВОЄННОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ (СЕРІЯ РАДІОПОДКАСТІВ)»

Ключові слова: подкаст, радіоподкаст, новинна адреналінова петля, інформаційне перевантаження, медіаспоживання, інформаційна гігієна, психоемоційний стан, аудіоконтент, аудіожурналістика,

«Новинна адреналінова петля» — це авторський медіапроект у форматі серії радіоподкастів, створений з метою дослідження впливу новинного контенту на психоемоційний стан аудиторії в умовах воєнного інформаційного простору. Основою проекту є поєднання журналістських матеріалів, експертних коментарів та порад психотерапевтів, особистих історій студентів щодо досвіду постійного споживання новин і взаємодії з інформаційним середовищем.

Актуальність роботи полягає у зростанні рівня інформаційного перевантаження, тривожності та емоційної залежності від новинного контенту в умовах повномасштабної війни в Україні. Особлива увага приділяється явищу «новинної адреналінової петлі» — циклічному процесу постійного оновлення інформації, що супроводжується емоційним напруженням, психологічною втомою та потребою безперервного контролю новинного потоку.

Структурно медіапроект складається із серії тематичних подкастів, присвячених механізмам формування інформаційної залежності, впливу стресового новинного контенту на психіку людини, особливостям інформаційної поведінки молоді та способам дотримання інформаційної гігієни. Подкасти реалізовані у жанрі інтерв'ю, психологічної бесіди та соціального сторителінгу.

Контент проекту базується переважно на аудіоформаті та доповнюється текстово-графічними елементами й візуальною айдентикою. Поширення

подкастів передбачено через студентську онлайн-радіоплатформу «Radio BG», що забезпечує комфортне фонове прослуховування аудіоконтенту та відповідає специфіці сучасного радіомовлення.

У межах практичної реалізації проєкту було розроблено концепцію серії подкастів, сценарні плани випусків, приклади вступних і фінальних слів, систему візуальної айдентики та технічну модель реалізації аудіоконтенту. Апробація окремих елементів проєкту підтвердила актуальність тематики та ефективність аудіоформату як засобу комунікації з молодіжною аудиторією.

ANNOTATION

FEDOROVA POLINA OLEKSANDRIVNA. “NEWS ADRENALINE LOOP IN THE MILITARY INFORMATION SPACE : A SERIES OF RADIO PODCASTS”

Keywords: podcast, news adrenaline loop, information overload, media consumption, information hygiene, psycho-emotional state, audio content, audio journalism, radio podcast.

“News Adrenaline Loop” is an authorial media project in the format of a series of socio-psychological radio podcasts created to investigate the impact of news content on the psycho-emotional state of the audience within the wartime information environment. The project is based on the combination of journalistic materials, expert comments from psychotherapists, and personal stories of students regarding their experience of constant news consumption and interaction with the information environment.

The relevance of the study lies in the growing level of information overload, anxiety, and emotional dependence on news content in the context of the full-scale war in Ukraine. Particular attention is paid to the phenomenon of the “news adrenaline loop” — a cyclical process of continuous information updating accompanied by emotional tension, psychological exhaustion, and the constant need to monitor the news flow.

Structurally, the media project consists of a series of thematic podcasts devoted to the mechanisms of information addiction formation, the impact of stressful news content

on the human psyche, the peculiarities of young people's information behavior, and methods of maintaining information hygiene. The podcasts are implemented in the genres of interview, psychological conversation, and social storytelling.

The project content is primarily based on the audio format and is supplemented by text and graphic elements as well as visual identity materials. The podcasts are distributed through the student online radio platform Radio BG, which provides comfortable background listening to audio content and corresponds to the specifics of contemporary radio broadcasting.

Within the practical implementation of the project, the concept of the podcast series, episode scripts, examples of opening and closing titles, a visual identity system, and a technical model for audio content production were developed. The approbation of individual project elements confirmed the relevance of the topic and the effectiveness of the audio format as a means of communication with the youth audience.