УДК 070.1:316.422
DOI https://doi.org/10.32782/2709-3093/2026.5/44

Подосян А.О.
https://orcid.org/0009-0001-3771-9495
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

СОЦІАЛЬНА ФУНКЦІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ РІШЕНЬ У КОНТЕКСТІ ТРАНСФОРМАЦІЇ СУЧАСНОЇ МЕДІЙНОЇ ПАРАДИГМИ

У статті здійснено комплексний теоретико-методологічний аналіз соціальної функції журналістики рішень як однієї з ключових характеристик нової медійної парадигми в умовах цифрової трансформації, кризи довіри до медіа та поширення феномену «новинної втоми». Обґрунтовано, що журналістика рішень виходить за межі традиційного проблемно-орієнтованого інформування та виконує важливу соціальну місію, пов'язану з формуванням конструктивного публічного знання, підвищенням громадянської суб'єктності аудиторії, актуалізацією ефективних практик розв'язання суспільно значущих проблем і підтримкою комунікативної стійкості суспільства.

У роботі доведено, що соціальна функція журналістики рішень полягає не у створенні позитивного або оптимістичного образу реальності, а в системному поєднанні критичного аналізу проблем із дослідженням відповідей на них, доказів ефективності, умов реалізації, меж застосовності та можливостей масштабування. Такий підхід дозволяє подолати обмеження традиційної новинної логіки, що часто фіксує конфлікт або кризу як завершений драматичний факт, але не забезпечує аудиторію достатнім розумінням механізмів соціальної дії.

Акцентовано, що журналістика рішень виконує низку взаємопов'язаних соціальних функцій: інформаційно-пояснювальну, освітню, інтеграційну, мобілізаційну, терапевтично-стабілізаційну, функцію підвищення довіри до медіа та функцію формування горизонтальних зв'язків у суспільстві. Особливе значення має її здатність протидіяти ефекту «вивченої безпорадності», що виникає внаслідок тривалого контакту аудиторії з негативним, кризовим і конфліктним новинним контентом.

У межах дослідження визначено, що в аудіовізуальному та кросмедійному вимірі соціальна функція журналістики рішень реалізується через демонстрацію процесуальності змін, візуалізацію доказів, репрезентацію героя як агента змін, поєднання емоційного залучення з аналітичною точністю та створення багаторівневих наративів, які дозволяють аудиторії переходити від поверхневого ознайомлення з проблемою до глибшого розуміння способів її подолання. Доведено, що така журналістика сприяє не лише інформуванню, а й формуванню соціальної спроможності, громадянської відповідальності та культури конструктивної дії.

Ключові слова: *журналістика рішень, соціальна функція журналістики, конструктивна журналістика, аудіовізуальна журналістика, кросмедіа, довіра до медіа, новинна втома, громадянська суб'єктність, соціальні зміни, доказовість.*

Постановка проблеми. Сучасна журналістика функціонує в умовах глибокої трансформації медійного середовища, що пов'язана з цифровізацією комунікації, платформізацією новинного споживання, зростанням ролі соціальних мереж, відеосервісів, месенджерів та алгоритмічних систем дистрибуції контенту. У цих умовах традиційна модель новинної журналістики, орієнтована передусім на оперативне повідомлення про події, конфлікти, порушення та кризові явища, дедалі частіше виявляє власні обмеження. Вона залишається необхідною для виконання контрольної, інформаційної та демократичної функцій медіа, однак не завжди здатна забезпечити аудиторію цілісним розумінням складних соціальних процесів, механізмів подолання проблем та можливостей конструктивної дії.

Одним із найбільш помітних симптомів цієї трансформації є поширення феномену «новинної втоми» та практик уникання новин. За даними Reuters Institute Digital News Report 2026, соціальні й відеоплатформи вперше стали

© Подосян А.О., 2026
Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу CC BY 4.0

популярнішими глобальними джерелами новин, ніж телебачення та новинні сайти або застосунки; водночас рівень уникання новин залишається високим і становить 42% у глобальному вимірі [9]. Дослідження Pew Research Center також засвідчують, що значна частина аудиторії відчуває перевантаження новинами та свідомо скорочує їх споживання [10]. Такі тенденції вказують на зміну характеру взаємодії між медіа та суспільством: аудиторія потребує не лише швидкого інформування, а й пояснення, контексту, доказовості та розуміння можливих шляхів дії.

У цьому контексті журналістика рішень постає як відповідь на кризу традиційної новинної парадигми. Її поява зумовлена потребою доповнити проблемно-орієнтоване висвітлення аналізом ефективних практик подолання соціальних викликів. Вона не заперечує критичну функцію журналістики, а розширює її, переводячи фокус із виключної фіксації проблеми на дослідження відповідей, доказів, механізмів, обмежень і можливостей масштабування рішень. Саме в цьому полягає її особлива соціальна функція.

Актуальність дослідження соціальної функції журналістики рішень зумовлена тим, що сучасне суспільство дедалі частіше стикається з комплексними кризами: війнами, міграційними процесами, кліматичними загрозами, соціальною нерівністю, економічною нестабільністю, інформаційними атаками, кризою довіри до інституцій та загальним відчуттям невизначеності. У таких умовах журналістика, яка лише повідомляє про проблему, але не пояснює можливих відповідей на неї, може ненавмисно посилювати відчуття безсилля, тривоги та соціальної апатії. Натомість журналістика рішень здатна формувати інший тип суспільного знання – не заспокійливий або ідеалізований, а конструктивний, доказовий і орієнтований на дію.

Для українського медіапростору ця проблематика має особливе значення. В умовах повномасштабної війни, тривалої безпекової напруги, гуманітарних викликів, внутрішнього переміщення, руйнування інфраструктури та необхідності суспільного відновлення медіа виконують не лише інформаційну, а й стабілізаційну, інтеграційну та мобілізаційну роль. Вони можуть або посилювати відчуття хаосу й безпорадності, або допомагати аудиторії бачити приклади ефективної взаємодії, солідарності, відновлення, інституційної спроможності та громадянської дії. Саме тому соціальна функція журналістики рішень потребує окремого теоретичного осмислення в межах сучасного журналістикознавства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика соціальної ролі журналістики має тривалу традицію в теорії масової комунікації. Класичні підходи розглядають журналістику як інститут інформування, контролю влади, формування громадської думки, забезпечення публічної дискусії та підтримки демократичних процесів. У працях Б. Ковача та Т. Розенстіля журналістика визначається як система професійних практик, покликана надавати громадянам достовірну інформацію, необхідну для вільного й відповідального самоврядування [6]. У цьому контексті соціальна функція журналістики традиційно пов'язується з інформуванням, контролем, поясненням і створенням умов для громадянської участі.

Водночас сучасна медійна ситуація суттєво ускладнює виконання цих функцій. Дослідження Reuters Institute демонструють, що аудиторії дедалі частіше отримують новини не безпосередньо від редакційних медіа, а через платформи, алгоритми, соціальні мережі та відеосервіси [9]. Це змінює не лише канали доступу до інформації, а й саму логіку довіри, оскільки користувач взаємодіє не з цілісним редакційним продуктом, а з фрагментами контенту, відібраними алгоритмічно. У такій ситуації посилюється потреба в журналістиці, здатній зберігати контекст, пояснювати причинно-наслідкові зв'язки та формувати стійкі смислові рамки.

Окремий напрям досліджень присвячений явищам news fatigue та news avoidance. У межах цих підходів підкреслюється, що аудиторія уникає новин не лише через байдужість або недовіру, а й через психологічне перевантаження, повторюваність негативного контенту, відчуття безпорадності та низьку практичну релевантність інформації. Новинна втома стає не просто індивідуальною реакцією, а системним симптомом кризи взаємодії між медіа та суспільством.

Значний внесок у формування концептуального поля журналістики рішень зробили дослідники конструктивної журналістики та Solutions journalism. К. Гюльденстед розглядає конструктивну журналістику як необхідну еволюцію професії, що дає змогу подолати негативістський перекіс новинного дискурсу та повернути журналістиці здатність орієнтувати аудиторію на майбутнє [3]. К. Макінтайр аналізує ефекти включення інформації про рішення у матеріали про соціальні проблеми та доводить, що такий підхід може впливати на сприйняття аудиторією власної дієздатності [5]. К. Лаф і К. Макінтайр у системному огляді досліджень конструктивної журналістики та журналістики рішень підкреслюють, що цей напрям

поєднує професійну доказовість із прагненням подолати надмірну негативність традиційної новинної логіки [4].

Важливим джерелом для методологічного розуміння журналістики рішень є матеріали Solutions Journalism Network, де цей підхід визначається через чотири ключові елементи: фокус на відповіді на соціальну проблему, докази її ефективності, пояснення механізму роботи рішення та чесне висвітлення його обмежень [7]. Саме така структура дозволяє відмежувати журналістику рішень від позитивної журналістики, мотиваційного сторітелінгу, соціальної реклами або PR-комунікації.

У вітчизняному науковому дискурсі дослідження соціальної функції журналістики розвивається в контексті теорії масової комунікації, медіаетики, цифрової журналістики та кросмедійності. Праці Л. Городенко, В. Різуна, Г. Почепцова та інших українських дослідників дозволяють розглядати журналістику як складну комунікативну систему, що функціонує в умовах цифрової конвергенції, багатоканальності, зміни ролі аудиторії та зростання значення інтерактивних форматів [11]. Проте питання соціальної функції журналістики рішень як самостійної медійної парадигми, особливо в аудіовізуальному та кросмедійному вимірі, залишається недостатньо розробленим і потребує подальшого теоретичного осмислення.

Постановка завдання. Метою статті є теоретичне обґрунтування соціальної функції журналістики рішень як ключового елементу нової медійної парадигми в умовах цифрової трансформації, кризи довіри до медіа, новинної втоми та фрагментації аудиторії.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання кількох взаємопов'язаних завдань. По-перше, необхідно уточнити зміст поняття «соціальна функція журналістики рішень» та визначити її місце в системі традиційних функцій журналістики. По-друге, слід виявити, яким чином журналістика рішень трансформує інформаційну, пояснювальну, освітню, інтеграційну та мобілізаційну функції медіа. По-третє, важливо проаналізувати, як цей підхід сприяє подоланню новинної втоми, зниженню відчуття безпорадності та формуванню громадянської суб'єктності аудиторії. По-четверте, необхідно визначити специфіку реалізації соціальної функції журналістики рішень в аудіовізуальному та кросмедійному середовищі.

Методологічну основу дослідження становить міждисциплінарний підхід, що поєднує положення теорії журналістики, соціальної комунікації, медіапсихології, конструктивної журналістики, журналістики рішень і кросмедійних студій. Теоретико-аналітичний метод використано для узагальнення наукових підходів до соціальних функцій журналістики та визначення специфіки журналістики рішень. Метод концептуального аналізу застосовано для уточнення понять «соціальна функція», «конструктивність», «доказовість», «громадянська суб'єктність», «соціальна дія» та «комунікативна стійкість». Порівняльний метод дозволив зіставити традиційну проблемно-орієнтовану журналістику та журналістику рішень за критеріями соціального впливу, способу репрезентації проблеми та ролі аудиторії. Елементи нормативно-етичного аналізу використано для визначення меж конструктивного підходу та ризиків його підміни промоційною або надмірно позитивізованою комунікацією.

Виклад основного матеріалу. Соціальна функція журналістики рішень як розширення класичних функцій медіа. У класичній теорії журналістики соціальна функція медіа традиційно пов'язується з інформуванням суспільства, контролем за владою, забезпеченням публічної дискусії, інтеграцією громадян навколо важливих тем і формуванням умов для свідомої участі в суспільному житті. Журналістика виконує роль посередника між подією, інституціями та громадянами, допомагаючи суспільству розуміти себе, свої проблеми, конфлікти та напрями розвитку.

Однак у сучасному інформаційному середовищі виконання цієї функції ускладнюється. Інформації стає дедалі більше, але її надлишок не завжди перетворюється на розуміння. Аудиторія може бути постійно поінформованою про кризу, але не мати достатньої аналітичної рамки для усвідомлення її причин, структури, можливих відповідей і власної ролі в процесі змін. Саме тому соціальна функція журналістики в цифрову епоху не може обмежуватися лише повідомленням фактів. Вона дедалі більше потребує пояснення, контекстуалізації, верифікації, демонстрації причинно-наслідкових зв'язків і створення умов для конструктивної громадянської дії.

Журналістика рішень у цьому контексті постає як розширення традиційних функцій медіа. Вона не відмовляється від інформування, критики, контролю чи викриття порушень, але доповнює їх аналізом відповідей на соціальні проблеми. Її соціальна функція полягає в тому, щоб не лише показати, що певна система не працює, а й дослідити, де, як і за яких умов вона може працювати краще. Тобто журналістика рішень зміщує акцент із виключної діагностики проблеми на аналіз соціальної спроможності.

Цей зсув має принципове значення для сучасного суспільства. Якщо традиційна новинна журналістика часто репрезентує громадянина як свідка або реципієнта інформації про кризу, то журналістика рішень потенційно формує його як суб'єкта розуміння й дії. Вона демонструє, що соціальні проблеми не є абстрактними або фатально нерозв'язними, а можуть бути предметом конкретних практик, інституційних рішень, громадської взаємодії, технологічних інновацій і поступового вдосконалення.

Таким чином, соціальна функція журналістики рішень полягає не в заміні критики оптимізмом, а в поглибленні журналістського пізнання. Вона розширює суспільний порядок денний, включаючи до нього не лише проблеми, а й відповіді; не лише конфлікти, а й механізми співпраці; не лише невдачі, а й умови, за яких можливі зміни. Саме це дозволяє розглядати журналістику рішень як нову медійну парадигму.

Інформаційно-пояснювальна функція журналістики рішень. Однією з базових соціальних функцій журналістики рішень є інформаційно-пояснювальна. Вона полягає в тому, що медіа не лише повідомляють про існування соціальної проблеми, а й пояснюють її структуру, причини, динаміку, учасників, спроби вирішення та результати. У традиційній новинній логіці пояснення часто обмежується коротким бекграундом або експертним коментарем. У журналістиці рішень пояснення стає центральним елементом наративу.

Соціальна проблема в такому матеріалі не подається як ізольований випадок або драматичний епізод. Вона розглядається як процес, що має історію, причини, залучені сторони, інституційні умови, ресурси та потенційні точки впливу. Саме тому журналістика рішень потребує більш складної структури матеріалу, ніж звичайна новина. Вона має відповісти не лише на запитання «що сталося?», а й на запитання «чому це сталося?», «що вже було зроблено?», «що спрацювало?», «що не спрацювало?», «які докази це підтверджують?» і «які висновки можуть бути корисними для інших контекстів?».

У цьому сенсі журналістика рішень виконує функцію виробництва прикладного соціального знання. Вона перетворює окремий кейс на аналітичний матеріал, із якого аудиторія може зрозуміти ширші закономірності. Наприклад, історія про громаду, що змогла організувати систему допомоги внутрішньо переміщеним особам, у межах журналістики рішень має бути подана не лише як емоційний сюжет про людяність, а як дослідження механізму: хто ініціював процес, які ресурси були використані, як ухвалювалися рішення, як координувалася допомога, які труднощі виникали, які результати можна перевірити та що з цього досвіду може бути відтворено іншими громадами.

Саме така пояснювальна структура має важливий соціальний ефект. Вона допомагає аудиторії бачити не лише симптоми проблем, а й логіку їх подолання. Це зменшує дистанцію між новиною та практичним життям громадянина, оскільки інформація набуває прикладного значення. Аудиторія отримує не просто знання про чужий досвід, а певну модель розуміння та потенційної дії.

Освітня функція: формування компетентної аудиторії. Журналістика рішень виконує також виразну освітню функцію. Її матеріали можуть сприяти формуванню медійної, громадянської, правової, соціальної та інституційної компетентності аудиторії. Це особливо важливо в умовах, коли складність сучасних соціальних проблем часто перевищує рівень повсякденного розуміння, а громадяни не завжди мають доступ до зрозумілих пояснень щодо механізмів роботи державних, громадських або міжнародних інституцій.

Освітній потенціал журналістики рішень полягає в тому, що вона пояснює не лише проблему, а й інструменти її вирішення. Вона може показувати, як працює соціальна програма, як громада залучає ресурси, як громадська організація вимірює результат своєї діяльності, як освітня ініціатива знижує рівень нерівності, як медична або екологічна практика адаптується до локальних умов. У такому випадку журналістський матеріал набуває рис публічного навчального ресурсу.

В аудіовізуальному вимірі освітня функція посилюється завдяки можливості показати процес. Відео дозволяє не лише розповісти про механізм рішення, а й продемонструвати його в дії: послідовність кроків, інструменти, простір, взаємодію учасників, труднощі та результати. Інфографіка може структурувати складні дані, інтерактивні формати – дозволяти користувачеві самостійно дослідити проблему, а короткі відео – виконувати функцію первинного пояснення або інструкції.

Важливо, що освітня функція журналістики рішень не тотожна просвітництву в його дидактичному або повчальному сенсі. Йдеться не про те, що медіа нав'язує аудиторії певну модель поведінки, а про створення умов для більш компетентного розуміння соціальної реальності. Журналістика рішень не говорить аудиторії, що саме вона повинна робити, але надає їй знання про те, які дії, практики або підходи вже були випробувані, які результати вони дали та які обмеження мають.

Інтеграційна функція та формування горизонтальних зв'язків. Соціальна функція журналістики рішень проявляється також у її здатності формувати горизонтальні зв'язки між різними групами суспільства. Традиційна новинна журналістика часто вибудовує наратив навколо конфлікту: влада – громадяни, центр – регіони, постраждалі – відповідальні, експерти – пересічні люди, активісти – бюрократія. Така драматургія є важливою для виявлення проблем і відповідальності, однак вона не завжди сприяє розумінню того, як різні актори можуть взаємодіяти для досягнення змін.

Журналістика рішень дозволяє показати соціальну проблему як поле взаємодії, а не лише протистояння. Вона висвітлює роль громад, волонтерських ініціатив, місцевої влади, бізнесу, експертів, міжнародних організацій, освітніх установ, медиків, правозахисників, журналістів і самих бенефіціарів змін. У такій моделі соціальний ефект досягається не героїчним зусиллям однієї особи, а через координацію, довіру, спільну відповідальність і розподіл ролей.

Це має важливе значення для розвитку громадянського суспільства. Коли аудиторія бачить, що складні проблеми можуть вирішуватися через горизонтальну співпрацю, вона отримує не лише інформацію про конкретний кейс, а й уявлення про можливість колективної дії. Журналістика рішень у цьому сенсі виконує функцію соціального моделювання: вона показує, як може виглядати ефективна взаємодія між різними учасниками суспільного процесу.

Особливо важливою є репрезентація колективного героя. Якщо традиційна журналістська драматургія часто персоніфікує історію через одного героя – жертву, свідка, експерта або лідера, – то журналістика рішень дедалі частіше потребує моделі колективного героя: команди, громади, організації, партнерської мережі або інституційного середовища. Такий підхід дозволяє уникнути надмірної героїзації та точніше показати соціальну природу змін.

У кросмедійному середовищі інтеграційна функція журналістики рішень посилюється завдяки можливості створювати навколо теми комунікаційні спільноти. Соціальні мережі, месенджери, коментарі, інтерактивні карти, форми зворотного зв'язку та user-generated content дозволяють аудиторії не лише споживати матеріал, а й долучатися до обговорення, уточнення, поширення або локальної адаптації рішення. У такий спосіб журналістський матеріал може ставати точкою входу до ширшої соціальної взаємодії.

Мобілізаційна функція: від інформування до дії. Однією з ключових ознак соціальної функції журналістики рішень є її здатність стимулювати перехід від пасивного споживання інформації до активної громадянської позиції. Проте мобілізаційність у цьому випадку не слід ототожнювати з прямою агітацією або закликом до конкретної політичної дії. Йдеться про формування відчуття соціальної спроможності – розуміння того, що проблема може бути предметом раціонального аналізу, колективних зусиль, інституційних змін і практичних рішень.

Традиційний новинний контент часто мобілізує аудиторію через емоційний шок, обурення або страх. Така мобілізація може бути швидкою, але часто є короткотривалою. Вона здатна викликати реакцію, однак не завжди формує довгострокове розуміння механізмів дії. Журналістика рішень пропонує іншу модель мобілізації – через знання, приклад, доказ і пояснення. Вона не лише повідомляє, що проблема існує, а й показує, які кроки вже були зроблені для її подолання.

Це особливо важливо для тем, що мають тривалий і системний характер: відновлення громад, інтеграція внутрішньо переміщених осіб, адаптація ветеранів, підтримка освіти в умовах війни, розвиток інклюзивних просторів, екологічні ініціативи, медична допомога, боротьба з домашнім насильством, подолання бідності або підтримка локального підприємництва. У таких сферах швидкий емоційний імпульс є недостатнім. Потрібне розуміння того, як саме організувати зміни, які ресурси потрібні, які інституції мають бути залучені, які ризики виникають і як оцінювати результат.

У цьому сенсі журналістика рішень має мобілізаційну функцію довгого циклу. Вона не обмежується моментом публікації, а може підтримувати інтерес до теми через серійність, повторне звернення до героїв, оновлення даних, кросплатформне поширення, інтерактивні інструменти та залучення аудиторії до обговорення. Така модель особливо релевантна для кросмедійного середовища, де одна історія може мати кілька рівнів взаємодії: короткий відеофрагмент привертає увагу, повний матеріал пояснює механізм, інфографіка структурує дані, а соціальні мережі забезпечують дискусію та поширення.

Терапевтично-стабілізаційна функція та подолання новинної втоми. Окремої уваги потребує терапевтично-стабілізаційна функція журналістики рішень. У сучасному медіапросторі, перенасиченому повідомленнями про війни, катастрофи,

насильство, корупцію, політичні конфлікти та економічні кризи, аудиторія часто перебуває в стані хронічної інформаційної напруги. Це спричиняє не лише втому, а й втрату віри у можливість змін. У медіапсихологічному сенсі такий стан можна пов'язати з ефектом «вивченої безпорадності», коли людина не бачить зв'язку між інформацією, яку отримує, і можливістю реального впливу на ситуацію.

Журналістика рішень здатна частково нейтралізувати цей ефект, оскільки вона повертає аудиторії відчуття причинності та дії. Вона показує, що складні проблеми не зникають самі собою, але можуть бути предметом послідовної роботи. Вона демонструє не абстрактну надію, а конкретні механізми: хто діє, що робить, які результати отримує, що не працює, які уроки можна винести. Саме тому її терапевтичний потенціал полягає не у створенні комфорту, а у відновленні відчуття смислу й контролю.

Важливо підкреслити, що така функція не повинна перетворювати журналістику на психологічну підтримку або емоційне заспокоєння в прямому сенсі. Журналістика рішень залишається журналістикою, тобто має спиратися на факти, перевірку, баланс, контекст і професійну дистанцію. Її стабілізаційна роль полягає в тому, що вона створює менш деструктивний спосіб взаємодії з реальністю: не приховує проблеми, але й не залишає аудиторію в стані безвиході.

В аудіовізуальному форматі ця функція реалізується особливо виразно. Відео може демонструвати не лише наслідки кризи, а й процес відновлення: роботу волонтерів, взаємодію громади, ремонт інфраструктури, навчання дітей, реабілітацію, підтримку вразливих груп, запуск локальних ініціатив. Завдяки поєднанню зображення, звуку, монтажу, графіки та людських історій аудіовізуальна журналістика рішень здатна створювати емоційно переконливий, але водночас доказовий наратив соціальної стійкості.

Функція відновлення довіри до медіа. Криза довіри до медіа є одним із головних викликів сучасної журналістики. Вона пов'язана не лише з дезінформацією, політичною поляризацією або помилками редакцій, а й із відчуттям аудиторії, що новини часто є фрагментарними, негативними, сенсаційними або недостатньо корисними для розуміння реального життя. У такому контексті журналістика рішень може виконувати функцію відновлення довіри через підвищення прозорості, доказовості та практичної значущості журналістського матеріалу.

Матеріал у форматі журналістики рішень має бути побудований так, щоб аудиторія бачила не лише твердження автора, а й логіку доказів. Це передбачає посилання на джерела, відкритість методів оцінки ефективності рішення, залучення незалежних експертів, представлення різних точок зору, визнання обмежень і демонстрацію того, що рішення не є універсальним. Така структура підвищує довіру, оскільки не створює ілюзії простих відповідей на складні питання.

Особливо важливим є блок обмежень. Саме він відрізняє журналістику рішень від промоційної комунікації. Якщо матеріал показує лише успіх і замовчує труднощі, він може викликати підозру в рекламі або маніпуляції. Якщо ж автор чесно пояснює, що саме не спрацювало, які умови були необхідними, які ризики залишаються і чому рішення не можна механічно перенести в будь-який інший контекст, рівень довіри до матеріалу зростає.

У цьому сенсі соціальна функція журналістики рішень полягає також у формуванні нової культури довіри – не сліпої, а раціональної. Аудиторія довіряє не тому, що матеріал емоційно переконливий або позитивний, а тому, що він демонструє процес перевірки, визнає складність реальності та не приховує меж запропонованої відповіді.

Соціальна функція героя як агента змін. Важливим інструментом реалізації соціальної функції журналістики рішень є образ героя. У традиційній новинній журналістиці герой часто постає як жертва, свідок, потерпілий, експерт або представник інституції. У журналістиці рішень його роль трансформується: герой стає не лише носієм особистої історії, а й агентом змін, через якого аудиторія отримує доступ до розуміння механіки рішення.

Герой як агент змін виконує кілька соціальних функцій. По-перше, він персоніфікує складну соціальну проблему, роблячи її зрозумілішою для аудиторії. По-друге, він демонструє дію, тобто показує, що відповідь на проблему існує не лише на рівні декларацій, а в конкретних практиках. По-третє, він може виступати носієм інсайту – знання про те, що саме забезпечило результат і які уроки можуть бути корисними іншим. По-четверте, він формує емоційний зв'язок між аудиторією та темою, але цей зв'язок має бути підпорядкований доказовості, а не героїзації.

Соціальна небезпека надмірної героїзації полягає в тому, що складне рішення може бути зведене до виняткових якостей однієї людини. У такому разі аудиторія сприймає зміни як результат подвигу, а не

як систему дій, яку можна проаналізувати й частково відтворити. Тому журналістика рішень має прагнути до балансу між індивідуальною історією та ширшим соціальним контекстом. Часто більш коректною є модель колективного героя – команди, громади, організації або мережі учасників.

В аудіовізуальному сторітелінгу це означає, що камера має фіксувати не лише обличчя героя й емоційні моменти, а й процес його взаємодії з іншими учасниками, інструментами, простором і даними. Герой має бути представлений не як символ успіху, а як провідник у механіку рішення. Саме тоді його образ виконує справжню соціальну функцію.

Кросмедійний вимір соціальної функції журналістики рішень. У сучасному цифровому середовищі соціальна функція журналістики рішень не може бути повністю реалізована в межах одного формату або однієї платформи. Складні соціальні проблеми потребують багаторівневого пояснення, а різні сегменти аудиторії взаємодіють із контентом у різних режимах: хтось переглядає короткі відео, хтось читає аналітичні тексти, хтось слухає подкасти, хтось долучається до обговорення в соціальних мережах. Саме тому кросмедійність стає важливою умовою соціальної ефективності журналістики рішень.

Кросмедійна модель дозволяє розподілити соціальні функції між різними форматами. Коротке відео може виконувати функцію привернення уваги й емоційного входу в тему. Лонгрід забезпечує контекст, джерела, дані та аналітичне пояснення. Інфографіка структурує докази. Подкаст дозволяє глибше розкрити досвід учасників і складні обмеження. Інтерактивний інструмент дає аудиторії можливість співвіднести проблему зі своїм власним контекстом. Соціальні мережі створюють простір для дискусії, поширення й залучення.

У такій системі журналістський матеріал перестає бути завершеним одноразовим продуктом. Він стає комунікаційною екосистемою, у якій аудиторія може обирати рівень занурення, перевіряти джерела, повертатися до теми, доповнювати її власним досвідом або використовувати отримані знання в практичній діяльності. Саме це дозволяє журналістиці рішень виконувати не лише інформаційну, а й соціально-перетворювальну функцію.

Водночас кросмедійність створює і певні ризики. Через фрагментацію контенту окремі елементи можуть втрачати контекст, а короткі формати – надмірно спрощувати складні соціальні процеси. Тому ключовим завданням редакції є збереження смислової цілісності на всіх платформах. Кожен фрагмент має бути пов'язаний із загальною доказовою системою матеріалу й не підміняти складність теми емоційною реакцією.

Етичні межі соціальної функції журналістики рішень. Соціальна орієнтованість журналістики рішень не звільняє її від професійних стандартів, а навпаки – підвищує вимоги до етики, доказовості та прозорості. Оскільки цей підхід працює з прикладами ефективних практик, існує ризик його підміни промоційною комунікацією, адвокацією або некритичним висвітленням «успішних кейсів». Саме тому журналістика рішень має чітко дотримуватися меж між аналізом рішення та його рекламою.

Першою етичною умовою є доказовість. Автор має показати, на чому ґрунтується твердження про ефективність рішення: статистика, незалежна оцінка, експертні коментарі, порівняльні дані, досвід учасників або довготривалі результати. Без цього матеріал ризикує перетворитися на надихаючу історію без журналістської цінності.

Другою умовою є висвітлення обмежень. Жодне рішення не є універсальним, і журналіст має чесно показати, за яких умов воно працює, де може не спрацювати, які ресурси потребує, які ризики створює та які групи можуть залишитися поза його впливом. Саме цей елемент забезпечує критичність журналістики рішень.

Третьою умовою є уникнення стигматизації. Показуючи рішення, журналіст не повинен створювати образ «успішних» і «неуспішних» груп, не має протиставляти активних і пасивних громадян у спосіб, що принижує тих, хто перебуває у складніших умовах. Соціальна функція журналістики рішень полягає не в моралізаторстві, а в поясненні механізмів, ресурсів і контекстів.

Четвертою умовою є відповідальне використання емоцій. Емпатія є важливим елементом журналістики рішень, особливо в аудіовізуальному форматі, однак вона не повинна підміняти аналітичність. Відеоряд, музика, монтаж, крупні плани та графіка мають працювати на розуміння, а не на маніпулятивне посилення ефекту.

Таким чином, соціальна функція журналістики рішень реалізується лише тоді, коли конструктивність поєднується з професійною строгістю. Без доказовості, контексту та етичної відповідальності цей підхід може втратити свою журналістську природу.

Журналістика рішень як чинник комунікативної стійкості суспільства. У сучасних умовах особливого значення набуває здатність суспільства зберігати комунікативну стійкість – тобто

підтримувати здатність до раціонального обговорення, довіри, співпраці та колективного осмислення проблем навіть у ситуаціях кризи. Журналістика рішень може бути одним із чинників такої стійкості, оскільки вона пропонує альтернативу деструктивним інформаційним моделям: паніці, цинізму, апатії, поляризації та безпорадності.

Її роль полягає в тому, що вона формує наративи спроможності. Такі наративи не заперечують складність реальності, але показують, що в межах цієї складності можливі дії, співпраця, перевірені практики та поступові зміни. Для суспільства, яке переживає війну або тривалу кризу, це має особливе значення. Конструктивне медійне висвітлення не усуває травму й не замінює політичних або інституційних рішень, але допомагає підтримувати соціальну тканину, показуючи приклади взаємодії, відновлення та відповідальності.

Комунікативна стійкість також пов'язана з довірою між різними групами. Журналістика рішень може демонструвати не лише вертикальні рішення, що надходять від держави або великих інституцій, а й горизонтальні ініціативи громад, локальних медіа, волонтерів, освітян, лікарів, підприємців, правозахисників. Це дозволяє аудиторії бачити суспільство не лише як простір конфлікту або дефіциту, а як мережу взаємодії та потенційної підтримки.

Саме тому соціальна функція журналістики рішень має стратегічне значення для українського медіапростору. Вона може сприяти формуванню культури відновлення, де увага приділяється не лише масштабам руйнування, а й механізмам відбудови; не лише втратам, а й практикам підтримки; не лише проблемам інституцій, а й способам їх удосконалення.

Висновки. Проведене дослідження дозволяє стверджувати, що соціальна функція журналістики рішень є однією з ключових підстав для розгляду цього напряму як нової медійної парадигми. Журналістика рішень не заперечує традиційні функції медіа, а розширює їх, поєднуючи інформування, критичний аналіз, пояснення, доказовість і орієнтацію на соціальну дію.

Встановлено, що соціальна функція журналістики рішень проявляється в кількох взаємопов'язаних вимірах. По-перше, вона виконує інформаційно-пояснювальну функцію, допомагаючи аудиторії розуміти не лише проблему, а й механізми її подолання. По-друге, вона має освітній потенціал, оскільки формує компетентність аудиторії щодо соціальних, інституційних і громадянських практик. По-третє, вона виконує інтеграційну функцію, демонструючи можливості горизонтальної взаємодії між різними групами суспільства. По-четверте, вона має мобілізаційний ефект, оскільки сприяє переходу від пасивного споживання інформації до усвідомлення можливостей дії. По-п'яте, вона виконує терапевтично-стабілізаційну функцію, зменшуючи ефект новинної втоми та протидіючи відчуттю безпорадності.

Доведено, що журналістика рішень сприяє відновленню довіри до медіа через прозору доказову структуру матеріалу, чесне висвітлення обмежень, контекстуалізацію соціальних проблем і відмову від маніпулятивної позитивізації. Її конструктивність полягає не в оптимістичному тоні, а в здатності поєднувати критичність із пошуком відповідей, що мають суспільну значущість і піддаються перевірці.

У кросмедійному та аудіовізуальному вимірі соціальна функція журналістики рішень реалізується особливо виразно. Відеосторітелінг, інтерактивна графіка, лонгріди, подкасти, короткі платформні відео та соціальні мережі дозволяють створювати багаторівневі наративи, у яких проблема, рішення, докази, герої, процеси та обмеження функціонують як єдина комунікаційна система. Саме така структура дає змогу аудиторії переходити від емоційної реакції до аналітичного розуміння та потенційної соціальної дії.

Отже, соціальна функція журналістики рішень полягає у формуванні конструктивного публічного знання, підвищенні громадянської суб'єктності, підтримці комунікативної стійкості суспільства та створенні умов для осмисленої взаємодії навколо складних соціальних проблем. У межах дисертаційного дослідження «Аудіовізуальні технології журналістики рішень у кросмедійному вимірі» цей висновок є принципово важливим, оскільки дозволяє розглядати журналістику рішень не лише як професійний підхід або жанрову модель, а як цілісну медійну парадигму, спрямовану на відновлення зв'язку між інформацією, розумінням і соціальною дією.

Список літератури:

1. Борнштейн Д. Як змінити світ: соціальні підприємці і сила нових ідей. Київ: Темпора, 2013.
2. Городенко Л. Теорія масової комунікації: кросмедійний підхід. Київ: Інститут журналістики, 2017.
3. Gyldensted C. From Luxury to Necessity: The Impact of Constructive Journalism. Windesheim University, 2015.

4. Lough K., McIntyre K. A systematic review of constructive and solutions journalism research. *Journalism Practice*. 2021. Vol. 15(7). P. 912–929. https://doi.org/10.1177/146488492110445

5. McIntyre K. Solutions Journalism: The Effects of Including Solution Information in News Stories About Social Problems. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 2019. Vol. 96(1). P. 16–34. https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1409647

6. Kovach B., Rosenstiel T. The Elements of Journalism. 3rd ed. New York: Three Rivers Press, 2014.

7. Solutions Journalism Network. What is Solutions Journalism? URL: https://www.solutionsjournalism.org/who-we-are/solutions-journalism. (дата звернення: 05.08.2026).

8. Solutions Journalism Network. The Solutions Journalism Strategy Guide. URL: https://www.solutionsjournalism.org. (дата звернення: 05.08.2026).

9. Reuters Institute for the Study of Journalism. Digital News Report 2026. Oxford: University of Oxford, 2026. URL: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2026. (дата звернення: 05.08.2026).

10. Pew Research Center. Americans' Complicated Relationship With News. 2026. URL: https://www.pewresearch.org/journalism/2026/02/11/americans-complicated-relationship-with-news/. (дата звернення: 05.08.2026).

11. Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: NYU Press, 2006. (дата звернення: 05.08.2026).

12. Silverman C. (ed.). Verification Handbook: An Ultimate Guideline on Digital Age Sourcing for Emergency Coverage. European Journalism Centre, 2014.

13. Ward S. J. A. Radical Media Ethics: A Global Approach. Chichester: Wiley-Blackwell, 2015.

14. Nichols B. Introduction to Documentary. 3rd ed. Bloomington: Indiana University Press, 2017.

15. Sontag S. Regarding the Pain of Others. New York: Farrar, Straus and Giroux, 2003.

Podosyan A.O. THE SOCIAL FUNCTION OF SOLUTIONS JOURNALISM IN THE CONTEXT OF THE TRANSFORMATION OF THE CONTEMPORARY MEDIA PARADIGM

The article presents a comprehensive theoretical and methodological analysis of the social function of solutions journalism as one of the key characteristics of a new media paradigm under conditions of digital transformation, declining trust in media, and the spread of news fatigue. It is argued that solutions journalism goes beyond traditional problem-oriented reporting and performs an important social mission related to the formation of constructive public knowledge, the strengthening of civic agency, the actualization of effective practices for addressing socially significant problems, and the support of communicative resilience in society.

The study demonstrates that the social function of solutions journalism does not consist in creating a positive or optimistic image of reality, but rather in systematically combining critical analysis of social problems with the investigation of responses to them, evidence of effectiveness, conditions of implementation, limitations, and possibilities for scaling. This approach makes it possible to overcome the limitations of traditional news logic, which often represents conflict or crisis as a completed dramatic fact without providing audiences with sufficient understanding of mechanisms of social action.

It is emphasized that solutions journalism performs a number of interrelated social functions: informational and explanatory, educational, integrative, mobilizing, therapeutic and stabilizing, as well as the function of restoring trust in media and strengthening horizontal social ties. Particular attention is paid to its ability to counteract the effect of "learned helplessness" that may arise from prolonged exposure to negative, crisis-oriented, and conflict-driven news content.

The article argues that in audiovisual and cross-media dimensions, the social function of solutions journalism is realized through the demonstration of the procedural nature of change, the visualization of evidence, the representation of the hero as an agent of change, the combination of emotional engagement with analytical accuracy, and the creation of multilayered narratives that allow audiences to move from superficial awareness of a problem to a deeper understanding of ways to address it. It is concluded that such journalism contributes not only to informing the public, but also to the development of social capacity, civic responsibility, and a culture of constructive action.

Keywords: *solutions journalism, social function of journalism, constructive journalism, audiovisual journalism, cross-media, trust in media, news fatigue, civic agency, social change, evidence.*

Дата першого надходження статті до видання: 06.08.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 28.08.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 23.10.2026