

УДК 070.19:316.77

DOI: <https://doi.org/10.18524/2308-3255.2025.31.347556>

«СУБ'ЄКТ РІШЕННЯ — РЕЦИПІЄНТ» ЯК СКЛАДНИКИ КОМУНІКАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ ПОВІДОМЛЕНЬ КОНСТРУКТИВНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

Ангеліна Житнікова,

старший викладач кафедри журналістики, реклами та медіакомунікацій
факультету журналістики, реклами та видавничої справи
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова
email: a.zhytnikova@onu.edu.ua
ORCID iD: 0009-0006-7689-6490

У статті досліджено трансформацію комунікаційного процесу в межах конструктивної журналістики крізь призму переосмислення ролей його ключових складників — комуніканта та комуніката. Теоретичною основою аналізу слугують концепції контентної конвергенції, класичні моделі масової комунікації та підходи до вивчення прийняття рішень аудиторією. Продемонстровано, що конструктивна журналістика змінює лінійну, монологічну модель комунікації на діалогічну, в якій суб'єкт рішення виступає співкомунікантом поряд із журналістом, а реципієнт — потенційним співучасником соціальних змін. Емпіричну базу дослідження становить моніторинг матеріалів журналістики рішень українського медіа «Рубрика: медіа рішень» за червень-липень 2025 року. Результати аналізу підтверджують наявність феномену співкомунікації, визначають типологію суб'єктів рішень та фіксують тенденцію залучення суб'єктів рішень до авторства або співавторства матеріалів, що посилює практичну орієнтованість контенту та соціальну ефективність медіакомунікації.

Ключові слова: конструктивна журналістика, журналістика рішень, комунікаційний процес, суб'єкт рішення, реципієнт; співкомунікація.

Актуальність дослідження. Постановка проблеми та її зв'язок із науковими й практичними завданнями. Актуальність дослідження зумовлена трансформаційними процесами в сучасному медійному середовищі, пов'язаними з розвитком мережевого суспільства, контентної конвергенції та зниженням довіри до традиційних засобів масової інформації. У цих умовах класичні лінійні моделі масової комунікації втрачають ефективність, що актуалізує потребу переосмислення ролей учасників комунікаційного процесу. Конструктивна журналістика, орієнтована на пошук рішень і соціальну відповідальність, постає як одна з відповідей на кризу негативного та конфліктного медіадискурсу. Водночас у наукових дослідженнях недостатньо уваги приділено

аналізу змін статусу комуніканта та реципієнта в межах конструктивної журналістики, зокрема феномену спілкування та залученню суб'єктів рішень до формування медіаповідомлень. Це визначає наукову й практичну значущість обраної проблематики.

Мета дослідження. Метою дослідження є виявлення та аналіз трансформації комунікаційного процесу в конструктивній журналістиці шляхом осмислення ролі комуніканта та комуніката як взаємопов'язаних складників комунікаційної моделі, а також емпіричне підтвердження феномену спілкування на прикладі матеріалів українського медіа журналістики рішень

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основою нашого дослідження стали роботи таких українських науковців як Житарюк М., Золяк В., Мойсєєва О. та інших.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасному медійному середовищі дедалі помітнішою стає тенденція до трансформації класичних моделей масової комунікації, що зумовлено як технологічними змінами, так і переосмисленням соціальної ролі медіа. В умовах мережевого суспільства, фрагментації аудиторій та зниження довіри до традиційних інформаційних інституцій відбувається зміна ролей ключових учасників комунікаційного процесу. Одним із проявів цієї трансформації є розвиток конструктивної журналістики, яка постає як відповідь на домінування негативних, конфліктних і кризових наративів у медіапросторі та пропонує зосередження на пошуку рішень, можливостях дії й соціальній відповідальності.

Українська дослідниця В. Золяк зазначає, що «діяльність засобів масової комунікації може об'єктивно виступати ефективним чинником суспільного управління лише тоді, якщо вона є практикою використання контентної конвергенції, що неодмінно призведе до відображення у засобах масової комунікації сукупності інтересів різних суспільних груп, їх взаємозв'язку та взаємозалежності. Явище альтернативності у діяльності засобів масової комунікації безпосередньо пов'язане з різноманітністю підходів до аудиторії та дає зворотній зв'язок у межах середовища, в якому працюють контентні наповнення роботи конкретних засобів масової комунікації» [2, 122] При цьому вчена вважає, що однієї з цінностей контентних компонентів, які визначає контентна конвергентність є «наявність знань, необхідних для прийняття того чи іншого рішення» [2, 123], тобто можна дійти висновку, що контентна конвергенція створила структурні умови для переходу журналістики від монологічної трансляції до діалогічного простору спільного виробництва смислів, в якому конструктивна журналістика постає як найбільш репрезентативна модель цієї трансформації.

Конструктивна журналістика змінює не лише тематичні акценти журналістського повідомлення, а й саму архітектуру комунікаційного процесу. Якщо у традиційній журналістиці комунікаційна модель має переважно лінійний, монологічний характер, де журналіст виступає єдиним комунікантом, а аудиторія — пасивним реципієнтом, то в конструктивному підході ця схема зазнає принципів змін. Фокус зміщується з односторонньої трансляції інформації на діалогічну взаємодію, в якій з'являється новий тип учасника комунікації — суб'єкт рішення.

Суб'єкт рішення в межах конструктивної журналістики перестає бути лише об'єктом висвітлення або експертним джерелом інформації. Він набуває ознак активного комуніканта, який разом із журналістом бере участь у формуванні смислів, нарративної логіки та соціального ефекту повідомлення. Йдеться не просто про персоналізацію матеріалу, а про принципово іншу комунікативну функцію: суб'єкт рішення уособлює можливість дії, демонструє практики подолання проблеми та створює місток між інформацією і потенційною поведінковою реакцією аудиторії.

У цьому контексті доцільно звернутися до класичних моделей масової комунікації, зокрема до комунікаційного ланцюга Гарольда Лассуела («хто говорить? — що? — якими способом? (через який канал?) — кому? — з яким ефектом?») [1, 205–206]. У конструктивній журналістиці елемент «хто говорить» зазнає переосмислення: комунікативна роль розподіляється між журналістом і суб'єктом рішення, які функціонують як співкомуніканти. Журналіст задає рамку, етичну перспективу, формат і контекст повідомлення, тоді як суб'єкт рішення наповнює його практичним змістом, досвідом і прикладом ефективної дії. Таким чином, модель комунікації набуває мультікомунікативного характеру, а сам процес — діалогічності.

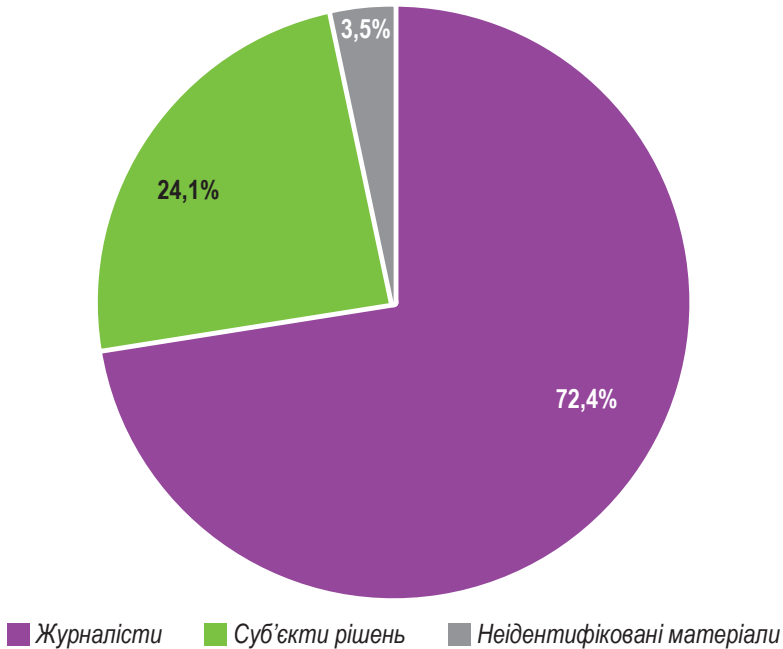
Ця трансформація тісно пов'язана зі змінами у сприйнятті та прийнятті рішень реципієнтом, адже в умовах мережевого суспільства суб'єктно-об'єктна модель масової комунікації втрачає свою ефективність, поступаючись горизонтальним, міжособистісно опосередкованим формам взаємодії. Особистісна комунікація, за логікою двоступеневої моделі П. Лазарсфельда, має значно більший вплив на процес прийняття рішень, ніж анонімна масова трансляція інформації [5, 213–214]. Саме цю особливість активно використовує конструктивна журналістика, залучаючи до комунікації суб'єктів рішення як носіїв довіри, релевантного досвіду та ціннісних орієнтирів.

У такій комунікативній конфігурації реципієнт також зазнає трансформації. Аудиторія перестає бути пасивним споживачем інформації та дедалі частіше постає як потенційний співучасник змін. Конструктивне журналістське повідомлення орієнтоване не лише на інформування, а й на формування мотивації, емпатії та готовності до дії – посиленням ролі емоційно-ціннісного компонента комунікації та переходу від трансмісійних моделей до ритуальних, у яких ключовим є створення спільного смислового поля та відчуття залученості [5, 216].

Емпіричний аналіз матеріалів журналістики рішень в українському медіапросторі (на прикладі публікацій медіа «Рубрика: медіа рішень») підтверджує наявність феномену співкомунікації. Суб'єктами рішень у таких матеріалах виступають як інституційні суб'єкти, так і приватні особи, які ініціюють або реалізують соціально значущі практики. Важливою тенденцією є також залучення цих суб'єктів до авторства або співавторства матеріалів, що ще більше розмиває межу між журналістом і джерелом інформації та підсилює діалогічний характер комунікації. Здійснивши моніторинг матеріалів за червень–липень 2025 року можна дійти висновку, що авторство публікацій можна розподілити на декілька категорій: *автори-журналісти* (Аліса

Смагіна, Владислав Лесик, Ольга Стукало, Артем Москаленко та інші), які пропонують рішення проблеми, при цьому суб'єктами рішень виступають виокремлені нами представники певних інституцій чи приватні особи; та автори — суб'єкти рішення (див. Діаграма 1), проте редактори видання все ж таки слідкують за збереженням відповідного пакування інформаційного повідомлення, яке мають обов'язковий підзаголовковий комплекс (У чому проблема? (У чому виклик?) — Яке рішення? — Як це працює?). Проте й наявні матеріали, авторство яких неідентифіковане: «Як Харків рятує чотирирапих під час війни» [8], «Тиха адвокація. Як “Епіпросвіті” вдається досягати змін для людей з епілепсією та їхніх рідних» [6], публікації в межах спецпроектів видання; «Як мультипід Tefal замінить вашу духовку та заощадить час на кухні? Фахівці Алло розкажуть усі секрети!» [7], публікація з маркуванням «на правах реклами».

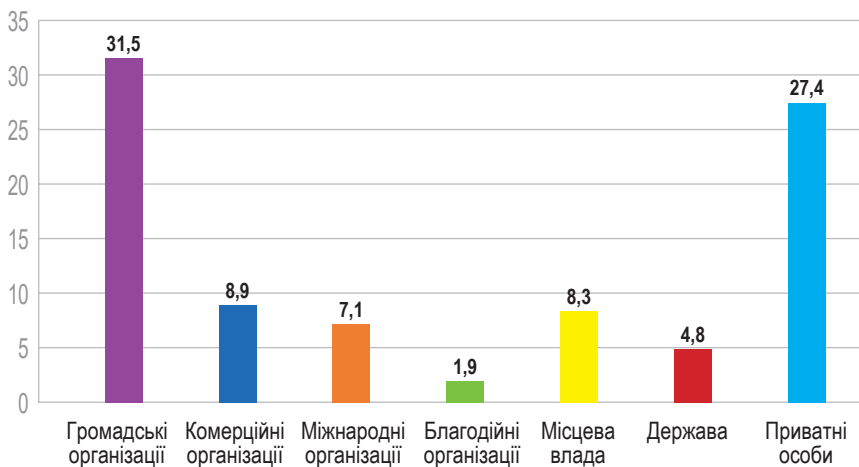
Діаграма 1. Авторство публікацій видання «Рубрика: медіа рішення»



Зазначимо, що це не єдині публікації, створенні в межах спецпроектів, чи на замовлення рекламодавця, проте виокремлені матеріали не тільки не мають авторства, але й порушують відповідне пакування, притаманне виданню, хоча й відповідають принципам побудови повідомлень журналістики рішень.

За досліджуваний період матеріли видання надавали різні способи розв'язання соціальних проблем, зокрема суб'єктами рішень виступали як і інституційні суб'єкти (громадські, комерційні, міжнародні, благодійні організації і органи місцевої влади та держава) — 72,6% матеріалів, так і приватні особи (фахівці різних галузей, зокрема бізнесмени, лікарі та медики, науковці, інструктори, військові, медіаексперти та інші) — 27,4%. Серед інституційних суб'єктів рішень передують громадські організації, а аутсайдерські позиції посідають благодійні організації (див. Діаграма 2).

Діаграма 2. Суб'єкти рішень в матеріалах «Рубрики: медіа рішення»



Цікавим спостереженням є матеріали, які фіксують впровадження запропонованих рішень на більш глобальному рівні. Прикладом є публікація ««Сюди не дістане жодна ракета»: день у підземній школі в Харкові» [3], в якій суб'єктом рішення виступають органи місцевої влади (департамент освіти Харківської міської ради) — матеріал про впровадження у Харкові очного навчання в спеціально облаштованих підземних школах, задля забезпечення безпеки дітей під час обстрілів і повернення учнів до офлайн-освіти навіть в умовах війни. Продовженням піднятого питання стає публікація «Місце безпеки чи простір для корупції: як в Україні будують підземні школи» [4], адже в ній розглядається можливість впровадження подібного рішення від МОН (суб'єкт рішення — держава).

Висновки та перспективи дослідження. Конструктивна журналістика постає як модель трансформації комунікаційного процесу в сучасному медійному середовищі. Вона поєднує системні зміни, пов'язані з контентною конвергенцією, з переосмисленням ролей ключових учасників комунікації. Суб'єкт рішення та реципієнт у

цій моделі виступають не ізольованими елементами, а взаємопов'язаними складниками комунікаційного процесу, який формується на діалозі, співучасті та соціальної ефективності, який виконує не лише інформаційну, а й ціннісну, мотивуючу та інтерактивну функції, тоді як реципієнт розглядається як активний учасник соціальних процесів, здатний до прийняття рішень і дій. Така трансформація розширює класичне розуміння ролі комуніканта й свідчить про перехід журналістики від монологічної моделі до моделі співтворення соціально значущих смислів.

Проаналізовані матеріали журналістики рішень в українському медіапросторі на прикладі публікацій медіа «Рубрика: медіа рішень» за червень–липень 2025 року засвідчує стійку трансформацію комунікаційного процесу в межах конструктивної журналістики. Зокрема, підтверджено наявність феномену співкомунікації, за якого суб'єкт рішення виступає не лише об'єктом висвітлення, а й активним учасником формування медіаповідомлення. Зафіксовані суб'єкти рішень, яких можна типологізувати як *інституційних суб'єктів* (громадські, комерційні, благодійні, міжнародні організації, органи місцевої влади та держава) та *приватних осіб*. Важливою тенденцією є залучення суб'єктів рішень до авторства або співавторства матеріалів. Така практика розмиває традиційну межу між журналістом і джерелом інформації та посилює діалогічний характер комунікації. Водночас редакційний контроль за структурою й «пакуванням» інформаційного повідомлення свідчить про збереження професійних стандартів журналістської діяльності навіть за умов розширення кола комунікантів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Житарюк М. Теорії та моделі масової інформації (Масова комунікація) : навч.-метод. посібник. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 244 с.
2. Золяк В. Суспільне значення контентної конвергенції засобів масової інформації. *Діалог : медіастудії*. Випуск 8. 2009. С. 120-128.
3. Лесик В. “Сюди не дістане жодна ракета”: день у підземній школі в Харкові. *Рубрика*. 15 липня 2025. URL: <https://rubryka.com/article/pidzemna-shkola-u-harkovi/> (дата звернення: 27.10.2025).
4. Лесик В. Місце безпеки чи простір для корупції: як в Україні будують підземні школи. *Рубрика*. 21 липня 2025. URL <https://rubryka.com/article/yak-v-ukrayini-buduut-pidzemni-shkoly/> (дата звернення: 27.10.2025).
5. Мойсеєва О. Вплив масової інформації на прийняття рішень реципієнтом. *Діалог : медіастудії*. Випуск 24. 2018. С. 210-220.
6. Тиха адвокація. Як “Епіпросвіті” вдається досягати змін для людей з епілепсією та їхніх рідних. *Рубрика*. 3 червня 2025. URL: <https://rubryka.com/article/tyha-advokatsiya/> (дата звернення: 27.10.2025).

7. Як мультипіч Tefal замінить вашу духовку та заощадить час на кухні? Фахівці Алло розкажуть усі секрети! *Рубрика*. 23 липня 2025. URL: <https://rubryka.com/article/yak-multypich-tefal-zaminyt-vashu-duhovku-ta-zaoshhadyt-chas-na-kuhni-fahivtsi-allo-rozkazhut-usi-sekrety/> (дата звернення: 27.10.2025).
8. Як Харків рятує чотирилапих під час війни. *Рубрика*. 8 липня 2025. URL: <https://rubryka.com/article/poryatunok-tvaryn-u-harkovi/> (дата звернення: 27.10.2025).

УДК 070.19:316.77

DOI: <https://doi.org/10.18524/2308-3255.2025.31.347556>

“SOLUTION SUBJECT — RECIPIENT” AS COMPONENTS OF THE COMMUNICATION PROCESS OF CONSTRUCTIVE JOURNALISM MESSAGES

Anhelina Zhytnikova,

Senior Lecturer at the Department of Journalism
Advertising and Media Communications
Faculty of Journalism, Advertising, and Publishing
Odesa I. I. Mechnikov National University
e-mail: a.zhytnikova@onu.edu.ua
ORCID iD: 0009-0006-7689-6490

The relevance of this study is determined by ongoing transformations in the contemporary media environment caused by digitalization, networked communication, content convergence, and declining public trust in traditional media institutions. These processes challenge classical linear models of mass communication and require a reconsideration of the roles played by communicators and audiences. Constructive Journalism has emerged as a response to the dominance of negative, conflict-oriented media narratives by shifting attention toward solutions, social responsibility, and possibilities for action. However, the transformation of communicative roles within this journalistic approach remains insufficiently explored in academic discourse.

Previous research has focused primarily on thematic and ethical aspects of constructive journalism, while less attention has been paid to changes in the architecture of the communication process itself. This article contributes to the field by conceptualizing the “solution subject” as a new type of communicator and by rethinking the role of the recipient as an active participant in social change. The study integrates classical models of mass communication, particularly Harold Lasswell’s communication chain, with the concept of content convergence and theories of decision-making and audience influence.

The research methodology combines theoretical analysis with an empirical study. The empirical material consists of a content monitoring of solution journalism publications produced by the Ukrainian media outlet Rubryka: Media of Solutions during June–July 2025. The analysis focused on identifying types of solution subject, authorship patterns, and communicative structures within the selected materials. Both institutional subjects (public authorities, governmental bodies, NGOs and international organizations) and private individuals (experts, professionals and practitioners) were examined as subjects of solutions.

The findings demonstrate a stable transformation of the communication process toward a dialogical and multi-communicative model. The solution subject is no longer merely an object of representation or an expert source but functions as a co-communicator alongside the journalist. Furthermore, the recipient is positioned not as a passive consumer of information but as a potential participant in social action. The study also reveals a growing tendency to involve Solution subjects in authorship or co-authorship, which blurs the traditional boundary between journalist and source while maintaining editorial control and professional standards.

These results indicate that Constructive Journalism operates as a model of collaborative meaning-making that enhances the practical orientation, credibility, and social effectiveness of media content. The study's conclusions may be useful for further theoretical development of media communication models as well as for practical applications in journalistic practice and media education.

Keywords: constructive journalism, solutions journalism, communication process, solution subject, recipient; co-communication.

REFERENCES:

1. Zhytariuk, M. (2018). *Teorii ta modeli masovoi informatsii (Masova komunikatsiia)* [Theories and models of mass information (Mass communication)]. Lviv: Ivan Franko National University of Lviv, 244 p. [In Ukrainian].
2. Zoliak, V. (2009). Suspilne znachennia kontentnoi konverhentsii zasobiv masovoi informatsii [Social significance of content convergence of mass media]. *Dialoh: Media Studies*, Vol. 8, pp. 120-128 [In Ukrainian].
3. Lesyk, V. (2025, July 15). «Siudy ne distane zhodna raketa»: den u pidzemnii shkoli v Kharkovi [«No missile can reach here»: A day in an underground school in Kharkiv]. *Rubryka*. Retrieved October 27, 2025, from <https://rubryka.com/article/pidzemna-shkola-u-harkovi/> [In Ukrainian].
4. Lesyk, V. (2025, July 21). Mistse bezpeky chy prostir dlia koruptsii: yak v Ukraini buduut pidzemni shkoly [A place of safety or a space for corruption: How underground schools are built in Ukraine]. *Rubryka*. Retrieved October 27, 2025, from <https://rubryka.com/article/yak-v-ukrayini-buduyut-pidzemni-shkoly/> [In Ukrainian].

5. Moiseieva, O. (2018). Vplyv masovoi informatsii na pryiniattia rishen retsyipientom [The influence of mass information on decision-making by the recipient]. *Dialoh: Media Studies*, Vol. 24, pp. 210-220 [In Ukrainian].
6. Tykha advokatsiia. Yak «Epiprosviti» vdaietsia dosiahaty zmin dlia liudei z epilepsiiu ta yikhnikh ridnykh [Quiet advocacy: How «Epiprosvita» succeeds in achieving change for people with epilepsy and their families]. (2025, June 3). *Rubryka*. Retrieved October 27, 2025, from <https://rubryka.com/article/tyha-advokatsiya/> [In Ukrainian].
7. Yak multypich Tefal zaminit vashu dukhovku ta zaoshchadyt chas na kukhni? Fakhivtsi Allo rozdazhut usi sekrety! [How a Tefal multi-cooker can replace your oven and save time in the kitchen: Allo experts reveal all the secrets!]. (2025, July 23). *Rubryka*. Retrieved October 27, 2025, from <https://rubryka.com/article/yak-multypich-tefal-zaminyt-vashu-duhovku-ta-zaoshchadyt-chas-na-kuhni-fahivtsi-allo-rozkazhut-usi-sekrety/> [In Ukrainian].
8. Yak Kharkiv riatuie chotyrylapykh pid chas viiny [How Kharkiv rescues four-legged animals during the war]. (2025, July 8). *Rubryka*. Retrieved October 27, 2025, from <https://rubryka.com/article/poryatunok-tvaryn-u-harkovi/> [In Ukrainian].