

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
"ОДЕСЬКА ЮРИДИЧНА АКАДЕМІЯ"

Всеукраїнська науково-практична конференція

**«Медіаграмотність: нові технології та інструменти
протидії дезінформації в епоху штучного інтелекту»**

30 жовтня 2025

Національний університет «Одеська юридична академія»

Факультет журналістики

«Медіаграмотність: нові технології та інструменти протидії дезінформації в епоху штучного інтелекту»

Матеріали

Всеукраїнської науково-практичної конференції

(Одеса, Національний університет «Одеська юридична академія»,

30 жовтня 2025 року)

Одеса 2025

Відповідальний за випуск:

Скалацька Олена Віталіївна

– доктор філософських наук, професор, декан факультету журналістики

Національного університету «Одеська юридична академія»

Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції [наук. ред. В.Колкутіна, упоряд. Ю.Грушевська]. Одеса: Національний університет «Одеська юридична академія», 2025. 79 с.

Матеріали конференції присвячені визначенню перспективних напрямів досліджень медіаграмотності, журналістики й соціальних комунікацій.

Призначається для науковців і викладачів у галузі соціальних комунікацій, а також аспірантів, студентів і широкого кола читачів.

Матеріали публікуються в авторській редакції.

© Національний університет

«Одеська юридична академія», 2025

Назаренко Оксана

МОВА МЕДІА: ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ ТА МАНІПУЛЯЦІЯ В
СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ДИСКУРСІ 42

Налівайко Андрій

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ВИКЛИК ДЛЯ ЛОГІКИ Й МИСЛЕННЯ..... 46

Новак Вадим

ТЕХНОЛОГІЇ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: ВПЛИВ
НА ГРОМАДСЬКУ ДУМКУ ТА СУСПІЛЬНІ ПРОЦЕСИ 50

Скалацька Олена

МЕДІАГРАМОТНОСТІ У МІЖНАРОДНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ
ПРОСТОРІ.....

Слободська Лариса

КРИЗА МОВНОЇ ЕТИКИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ПРОТИДІЇ ВТОРИННІЙ
ТРАВМАТИЗАЦІЇ В ЕПОХУ «ОДНООСІБНОГО» МЕДІА:
УКРАЇНСЬКИЙ КОНТЕКСТ 59

Стекольников-Кукін Андрій

ПРАКТИЧНІ НАВИЧКИ ПРОТИДІЇ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ: ПІДВИЩЕННЯ
СТІЙКОСТІ СУСПІЛЬСТВА 64

Тоцький Роман

ДОВІРА ДО МЕДІА В ДОБУ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ: ЯК НЕ
ВТРАТИТИ «ЛЮДСЬКИЙ ГОЛОС» 68

Хаміцевич Марія

ВЕРИФІКАЦІЯ МУЛЬТИМЕДІЙНОГО КОНТЕНТУ В ІНТЕРНЕТ-
ВИДАННІ «МИКВІСТІ»: МЕТОДИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ФАКТЧЕКІНГУ
..... 72

Чабала Уляна

ВИСВІТЛЕННЯ ПРОБЛЕМАТИКИ НАРАТИВІВ (МІЖНАРОДНИЙ
АСПЕКТ): ЯК СПОРТ ВИКОРИСТОВУЄТЬСЯ У
ПРОПАГАНДИСТСЬКИХ МЕДІА..... 76

Циберман Олександра

АНАЛІЗ КЛАСИФІКАЦІЇ РОЗВАЖАЛЬНИХ І ДЕМОНСТРАЦІЙНИХ
ФОРМ У МАСОВІЙ КОМУНІКАЦІЇ..... 79

Ципердюк Іван

Чабала Уляна

ВИСВІТЛЕННЯ ПРОБЛЕМАТИКИ НАРАТИВІВ (МІЖНАРОДНИЙ АСПЕКТ): ЯК СПОРТ ВИКОРИСТОВУЄТЬСЯ У ПРОПАГАНДИСТСЬКИХ МЕДІА

У тезах розглянуто проблему використання спорту як інструменти пропаганди в медіа. Проаналізовано міжнародний ракурс та виявлено, що спорт – потужний спосіб впливу через масштабність та емоційність впливу.

Ключові слова. медіа, спорт, наратив, пропаганда, міжнародний контекст, журналістика, аудиторія, дипломатія, постправа.

The abstract discusses the problem of using sports as a propaganda tool in the media. It analyzes the historical and international perspectives and reveals that sports are a powerful means of influence due to their scale and emotional impact.

Keywords. media, sports, narrative, propaganda, international context, journalism, audience, diplomacy, post-truth

З давніх часів спорт об'єднувало три функції: *колективна* – об'єднання людей, *оздоровча* – сприяння розвитку та підтримки здорового способу життя, *культурна* – формування культурного діалогу між народами. Проте з плином війн та збройних конфліктів додалась ще одна функція – *пропагандистська*. Наприклад, за радянських часів інтерв'ю відомих спортсменів чи тренерів використовувались російською владою як інструмент пропаганди [2].

Особливо це проявляється в епоху постправа, коли спорт стає не просто засобом єдності, а полем для демонстрації сили, переваг чи недоліків певної ідеології.

Під час зимових Олімпійських ігор канадські медіа активно використовують хокей – як візитівку своєї країни для світу, формуючи наратив згуртованої та сильної нації. Водночас є протилежний досвід: Росія використовує хокей для поширення впливу «руського мира» через клуби Континентальної хокейної ліги (КХЛ), формуючи наратив пропаганди, зокрема під час гри збірної журналісти та коментатори з Росії виголошують,

що вони «боряться проти несправедливості та тотальної «русифікації» Заходу».[1]

Цікаво, що пропагандистський наратив використовують не лише у політичних колах, а ще й у корпоративних. Популярні канадські хокейні клуби, наприклад TorontoMapleLeafs, ChicagoBlackhawks, WashingtonCapitals, поширюють у медіа свою співпрацю з інфлюенсерами чи міжнародними спортивними брендами, формуючи наративи спільних цінностей. Проте, дослідники з Гарварду визначили, що така комунікаційна стратегія – це лише один із маркетингових ходів для покращення іміджу та підвищення популярності клубів, а не справжнє щире бажання до підтримки цінностей, зокрема гендерної рівності чи патріотизму [3].

Феномен «sportswashing» поєднує як політичні, так і корпоративні пропагандистські наративи, використовуючи спорт, щоб відмити свою репутацію перед міжнародною спільнотою на тлі звинувачень проти порушення певних статей Загальної декларації прав людини. За аналізом журналу «Демократія» такі країни як : Саудівська Аравія, Катар та Об'єднані Арабські Емірати вкладають ресурси у блогерів, інфлюенсерів та спортивних журналістів і спортивні клуби, щоб створити контрнاراتиви і підкреслити «культурну толерантність» держави. Таким чином саме спорт став новою формою «м'якої сили», що дозволяє покращити запламовану неправомірними діями репутацію [4].

Основними каналами поширення пропагандистських меседжів у спорті стають соціальні мережі, адже сучасне покоління людей має клікабельне мислення. Алгоритми соціальних мереж, зокрема TikTok, Instagramта X створюють активне середовище для прояву цього типу мислення через короткі емоційні відео, і саме ці відео наголошують на гордості, героїзму, нерівності чи несправедливості. У такому середовищі пропагандистські наративи поширюються дуже швидко, а спортивні журналісти просто не встигають надати спростування, якщо інформація неправдива.

Отже, у добу постправди міжнародна спортивна журналістика на зустрічається з подвійним викликом: по-перше, спорт – це основа національної гордості, стійкості та емоційності, а по-друге, спорт – найпростіший елемент для втілення пропаганди. Адже, навіть мінімальні прояви конкуренції створюють можливості для використання її у політичних чи ідеологічних цілях. І завдання міжнародної журналістики - створити умови та підходи для висвітлення спорту, як частини національної гордості, а не інструменту швидкої пропаганди.

Література

1. Alexandra Vladimirova. *Sport as a part of the state propaganda system in Russia*: Oxford, 2020. 122p. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-05/Sportspropaganda.Final-%20Alexandra%20Vladimirova.docx%20%281%29.pdf> (дата звернення 08.10.2025 р.)
2. Christian Tolstrup Jensen. *Sports Media History*: Routledge, 2020. 560 p.
3. Pungong, Kingsley. *The use of Sports as a Propaganda Tool*: Harvard, 2023. 100p. URL: <https://dash.harvard.edu/entities/publication/5a9f1af4-212b-4763-b5c1-047842b62a5a> (дата звернення 09.10.2025 р.)
4. Sarath K. Ganji. *The Rise of Sportswashing*: [University Press](#), 2023. 76 p. URL: <https://www.journalofdemocracy.org/articles/the-rise-of-sportswashing/> (дата звернення 10.10.2025 р.)

Науковий керівник: Колкутіна Вікторія Вікторівна – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри журналістики Національного університету «Одеська юридична академія».