

УДК 070.447:004.65(477)

DOI 10.32461/2409-9805.1.2026.356344

**Цитування:**

Охріменко Г. В., Костюченко О. М., Савчук Т. А. Медіамоніторингові дослідження в системі інформаційної аналітики в Україні: регіональний аспект. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2026. № 1. С. 102–111.

Okhrimenko H., Kostiuchenko O., Savchuk T. (2026). Media Monitoring Research in the Information Analytics System in Ukraine: Regional Aspect. *Library Science. Record Studies. Informology*, 1, 102–111 [in Ukrainian].

**Охріменко Ганна Валеріївна,**

кандидат історичних наук, доцент  
кафедри інформаційно-документних  
комунікацій Національного університету  
«Острозька академія»  
<https://orcid.org/0000-0001-6739-9501>  
[anna.okhrimenko@oa.edu.ua](mailto:anna.okhrimenko@oa.edu.ua)

**Костюченко Олексій Миколайович,**

кандидат психологічних наук, доцент  
кафедри журналістики та PR-менеджменту  
Національного університету  
«Острозька академія»  
<https://orcid.org/0000-0001-7640-8406>  
[oleksii.kostiuchenko@oa.edu.ua](mailto:oleksii.kostiuchenko@oa.edu.ua)

**Савчук Тетяна Андріївна,**

магістр спеціальності 029 Інформаційна,  
бібліотечна та архівна справа  
Національного університету  
«Острозька академія»  
<https://orcid.org/0009-0004-0220-950X>  
[tetiana.a.savchuk@oa.edu.ua](mailto:tetiana.a.savchuk@oa.edu.ua)

## МЕДІАМОНІТОРИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ В СИСТЕМІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ АНАЛІТИКИ В УКРАЇНІ: РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ

**Мета статті** полягає у представленні значення медіамоніторингових досліджень для розвитку системи інформаційної аналітики в Україні, зокрема на регіональному рівні. **Методологія дослідження** передбачає застосування як загальнонаукових, так і спеціальних методів дослідження: аналізу, синтезу, системного підходу, методу експертних оцінок, методу фокус-групи, SWOT-аналізу, узагальнення. **Наукова новизна** дослідження – це здійснення спроби визначити перспективи та загрози для використання медіамоніторингових досліджень для характеристики системи інформаційної аналітики в Україні. На основі здійсненого експертного опитування у формі фокус-групи фахівців з медійної сфери в Рівненській області були запропоновані рекомендації до подальшого використання медіамоніторингових досліджень у сфері соціальних комунікацій. **Висновки.** Подальший розвиток медіамоніторингових досліджень в Україні є рушієм у забезпеченні інформаційної безпеки та аналітичної культури інформаційних центрів в Україні. Результати експертного опитування фахівців медіасфери Рівненщини показують два тренди для медіамоніторингових досліджень: 1) пошук нових методів через зростання обсягів інформації/дезінформації та цифровізацією інформаційних потоків; 2) використання ризик-менеджменту для аудиту автоматизованих систем моніторингу медіасфери для унеможливлення витоку персональних даних, помилок в алгоритмах та спотворення повідомлень. SWOT-аналіз встановив, що аналітичні центри мають працювати над посиленням контент-менеджменту у соціальних мережах, удосконаленням аналітичної складової у методах моніторингу, підвищенням кваліфікації фахівців в інформаційно-аналітичній діяльності. Також потрібно впроваджувати нові стратегії та інноваційні підходи до комунікації з аудиторією.

**Ключові слова:** соціальні комунікації, інформаційна аналітика, медіа, медіамоніторингові дослідження.

**Okhrimenko Hanna,**

Candidate of Historical Sciences, Associate Professor of the Department of Information and Document Communications, National University of Ostroh Academy

**Kostiuchenko Oleksii,**

Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor of the Department of Journalism and PR Management, National University of Ostroh Academy

**Savchuk Tetyana,**

Master of Science in the specialty 029 Information, Library and Archives Affairs, National University of Ostroh Academy

## **MEDIA MONITORING RESEARCH IN THE INFORMATION ANALYTICS SYSTEM IN UKRAINE: REGIONAL ASPECT**

*The purpose of the article is to present the importance of media monitoring research for the development of the information analytics system in Ukraine, in particular at the regional level. The research methodology is based on the general scientific and special research methods: analysis, synthesis, systemic approach, expert assessment method, focus group method, SWOT analysis, generalisation. The scientific novelty of the study is as follows: this issue is an attempt to identify prospects and threats for the use of media monitoring research to characterise the information analytics system in Ukraine. Based on an expert survey conducted in the form of a focus group of media specialists in the Rivne region, authors proposed the recommendations for the further use of media monitoring research in social communication's system. Conclusions. The development of media monitoring research in Ukraine is a driver in ensuring information security and analytical culture of information centres in Ukraine. The results of an expert survey of media professionals in the Rivne region show two trends for media monitoring research: 1) scouting for a new methods due to the growth of information/disinformation volumes and the digitalisation of information flows; 2) using the risk management to audit automated media monitoring systems to prevent leakage of personal data, errors in algorithms, and distortion of messages. The SWOT analysis established that analytical centres should work on strengthening content management in social networks, improving the analytical component in monitoring methods, and improving the skills of specialists in information and analytical activities. It is also necessary to implement new strategies and innovative approaches to communicating with the audience.*

**Key words:** social communications, information analytics, media, media monitoring research.

Актуальність теми дослідження. Сучасний український медіапростір відіграє провідну роль у формуванні громадської думки, світогляду та соціокомунікаційних процесів. В умовах нелінійного (синергетичного) розвитку цифрових технологій та соціальних медіа дослідження інформаційно-аналітичної складової медіасфери набуває методологічного значення. Окрім того, розширення інформаційного медійного простору збільшив потенціал для циркулювання фейкових новин, дезінформації, пропаганди маніпулятивними матеріалами, які досить правдоподібно маскуються під верифікований фактичний контент. У зв'язку з цим з'являється потреба у комплексному реагуванні, постійному медійному моніторингу завдяки цілісній системі дослідницьких методів. Саме медіамоніторингові дослідження, як частина інформаційної аналітики, допомагають відстежувати тенденції у сфері соціальних комунікацій, виявляти загрози, оцінювати рівень їх впливу на громадськість та формувати ефективні стратегії протидії.

Особливої актуальності тема набуває в

регіональному вимірі, де інформаційні практики часто відображають локальні соціокультурні, політичні та економічні особливості. Відповідно, регіональний медіамоніторинг є ключовим інструментом для виявлення специфічних інформаційних викликів, оцінки рівня впливу окремих медіаресурсів на громадську думку, а також для формування науково обґрунтованих рекомендацій щодо удосконалення інформаційно-аналітичної політики на місцях.

Аналіз досліджень і публікацій. Медійний простір, як об'єкт наукових досліджень, достатньо активно характеризується під призмою структурно-функціонального підходу у теорії соціальних комунікацій. Водночас, акцент на інформаційно-аналітичному векторі медіапростору здійснюють окремі зарубіжні та українські дослідники. Зокрема, важливими для дослідження є напрацювання С. Блая, В. Гейвера, С. Грицай, Б. Іваницької, С. Ірвіна, С. Харіса. Спробу надати комплексний та системний підхід до визначення поняття та характеристик медіамоніторингових досліджень здійснили Д. Арабаджієв, В. Вакула та

О. Довженко. Окремим методам моніторингу у медійному просторі у різних сферах наукових зацікавлень представлені аналітичні розвідки Н. Варех, О. Іванов, В. Карпіленко, С. Тхоровської, К. Ялової. Втім, окремого самостійного дослідження про методологію медіамоніторингових досліджень у сфері соціальних комунікацій та інформаційної аналітики наразі не запропоновано, що створює наукову нішу для подальшого осмислення.

Мета дослідження полягає у представленні значення медіамоніторингових досліджень для розвитку системи інформаційної аналітики в Україні, зокрема на регіональному рівні.

Основний виклад матеріалу. Сучасний український медіапростір характеризується багатомірністю, стрімким зростанням обсягу інформації та комунікаційних каналів її поширення, а також динамічністю. Окрім того, збільшується частка медіа, які переходять від традиційних форматів до конвергентних. Про визначальність медійного простору як глобального інформаційно-аналітичного середовища у своїх працях наголошують як іноземні дослідники, так і вітчизняні. Зокрема, у баченні В. Гейвера [2, 18] медіапростір функціонує не лише як канал для передавання звукових та віртуальних повідомлень, а також як середовище, яке дозволяє учасникам комунікації діяти разом та конструювати нові сенси. Відповідно, дані процеси потребують ретельної аналітико-синтетичної переробки масової інформації. Таку позицію підтримує також С. Блай, С. Харіс та С. Ірвін [1, 30], адже медіапростір – це технологічно створене середовище не лише для передачі інформації, а також для моделювання соціальної комунікації у всіх сферах професійної діяльності суспільних груп. Серед українських дослідників, наукову вагу має визначення поняття «медіапростір» надане С. Грицай [8, 242]: це особлива реальність, яка є частиною глобального простору людського буття, що генерує і організовує виробництво та споживання інформації в будь-яких формах соціальної комунікації. А це потребує комплексного арсеналу аналітичних методів та форм подачі та сприйняття соціальної інформації.

Не менш важливим є умови функціонування українських медіа в умовах повномасштабного вторгнення РФ, активізації потоків дезінформації, маніпуляцій у певній тематичній контенту у взаємозв'язках з аудиторією.

Відповідно, в системі інформаційної аналітики медійної сфери важливим інструментом є моніторингові дослідження, цільове призначення яких передбачає відстеження змін в інформаційних потоках, оцінці змістового наповнення медіатекстів, їх тональності, прихованих інтенцій та ризиків.

В українському науковому дискурсі поняття «медіамоніторинг» викладено у

малочисельних аналітичних розвідках. Втім, навіть попри це, у них простежується багатомірність підходів, які поєднують змістові, технічні, аналітичні та етичні аспекти.

Так, науковець Д. Арабаджиєв у своїй статті «Моніторинг виборчого процесу як інструмент політичного піару» (2013) визначає «медіамоніторинг» як процес збирання інформації з різних каналів комунікації, який містить певні ключові слова або теми, з метою обробки, аналізу та збереження її змісту [4, 132]. Тобто в його розумінні моніторинг – це про технічно-аналітичну можливість, яка дозволяє впорядкувати потоки даних. Натомість О. Довженко у своїй праці «Сучасна українська медіакритика: чинники формування, проблеми та перспективи» (2013) розглядає поняття «медіамоніторинг» набагато ширше, наголошуючи на функції контролю та протидії дезінформації [5, 135]. Отже, цей підхід базується на соціальній відповідальності медіа, а медіамоніторинг – це інструмент для підвищення обізнаності громадськості щодо поширених маніпуляцій та неправдивої інформації. А отже, йдеться не лише про сприйняття контенту, а й про його оцінку через призму прозорості та достовірності.

Ще одне трактування поняття «медіамоніторинг» подано у праці В. Вакули «Забезпечення ефективної реалізації державної політики у сфері інформації та комунікацій з громадськістю органів державної влади (на прикладі Департаменту інформаційної діяльності та комунікацій з громадськістю Полтавської обласної військової адміністрації)» (2025). У ній авторка під цим терміном розуміє метод, що дозволяє відстежувати присутність об'єкта в інформаційному просторі за допомогою різних параметрів. Цей аспект моніторингових досліджень в умовах стрімкої цифровізації робить акцент на визначальності аналітичних метрик та алгоритмів поширення контенту [6, 54].

Таким чином, медіамоніторинг – це системний процес, що поєднує в собі аналіз медіаконтенту, контроль за якістю та достовірністю матеріалів, а також присутність певних об'єктів в інформаційному просторі з метою забезпечення інформаційної безпеки та своєчасного реагування на загрози у вигляді маніпулятивних матеріалів чи фейків.

Загалом для проведення медіамоніторингу існує низка методів, які умовно можна поділити на дві групи: 1) ті, що вивчають медіатекст як об'єкт аналізу; 2) ті, які визначають вплив медіатексту на громадську думку та реакцію аудиторії.

Для першої підгрупи методів характерним є з'ясування наповнення тематики, тональності та смислів повідомлення, а також способи подачі в медіапросторі. До цих методів варто віднести контент-аналіз, фреймовий аналіз, інтенційний аналіз, дискурс-аналіз, сентимент аналіз, текст-

майнінг тощо.

Контент-аналіз є одним з найкраще обґрунтованих в методологічному плані методів, який дозволяє визначити загальні тенденції про головні меседжі, які висвітлюють медіа, їх частотність подачі та тональність [9]. Наступний метод для проведення медіамоніторингових досліджень, який спрямований на вивчення структури смислів повідомлень і на встановлення формування уявлення про реальність, є фреймовий аналіз. Його використовують для визначення способів донесення контенту, акцентів та пріоритетності «прихованих» тем [10, 107]. Інтент-аналіз з'ясовує мету створення конкретного повідомлення, на основі виявлення прихованих намірів автора(ів). На відміну від контент-аналізу, який визначає зміст медіатексту, інтент-аналіз шукає глибинні причини його поширення [7, 93]. Перцептивний аспект медійного тексту вивчає дискурс-аналіз: досліджують автобіографічні дані автора повідомлення, його публічність, метафоричність та інші мовні конструкції [14, 33]. Сентимент-аналіз дозволяє зрозуміти емоційне забарвлення повідомлень. Тобто метод визначає рівень суб'єктивізму медіа – співвідношення фактографічного матеріалу до суджень. Своєю чергою, текст-майнінг можна проводити для аналізу великих обсягів медіатекстів, використовуючи автоматизовані механізми. Через відстеження ключових слів, тем та частоти згадування на запит, дослідник з'ясовує потреби аудиторії на пріоритетність тем у контенті соціальних мереж [3, 414].

Щодо другої підгрупи методів медіамоніторингу, то для неї характерним є вимірювання рівня довіри, емоційного впливу та ефекту медіа на громадську думку. До цієї категорії належать: опитування, анкетування, інтерв'ю, фокус-група, експертні опитування.

Комплексне обґрунтування цих методів подано у монографії дослідників-соціологів В. Паніотто та Н. Харченко «Методи опитування» (2017). Так, опитування передбачає систематичний збір думок певної аудиторії щодо подій чи ставлення до окремих осіб [12, 122]. Анкетування трактується як спосіб збору інформації від респондентів на вже структуризовані запитання у відповідній за вимогою інтерв'юера формі. Інтерв'ю є ефективним методом, організований у формі проведення особистої бесіди з респондентом або сфокусованої групи, коли необхідно отримати змістовні відповіді, які не завжди можна зафіксувати через анкетування. Експертне опитування має на меті опис деякої реальності, що існує поза експертами. Цей метод використовуються у тих випадках,

коли немає об'єктивних методів вимірювання необхідних кількісних показників [12, с. 298].

У результаті проведення моніторингових досліджень з використанням цих методів є можливість отримати як кількісні показники у вигляді частоти згадувань, тональності, структурних особливостей, так і якісні – емоції, враження та оцінки, що сформувалися у споживача від отриманого повідомлення. Такий комплексний підхід допомагає медійним агенціям та дослідницьким інституціям ефективно працювати в інформаційному просторі, формувати детальні аналітичні висновки та рекомендації для різних груп стейкхолдерів.

Для визначення стану та перспектив розвитку медіамоніторингових досліджень на регіональному рівні, було проведено експертне опитування методом фокус-групи. Дослідження забезпечила робоча група науково-практичної лабораторії «Студія стратегічних комунікацій», яка функціонує при кафедрі інформаційно-документних комунікацій Національного університету «Острозька академія» з 2012 року [11]. Основна мета опитування – з'ясувати тенденції розвитку моніторингових досліджень в Рівненській області, а також досвід та обізнаність фахівців медіасфери у цій проблематиці.

До участі у фокус-групі робоча група залучила п'ятьох експертів, які активно працюють у медійному просторі Рівненської області. Основні вимоги для забезпечення принципу об'єктивності емпіричного дослідження: 1) відбір фахівців здійснювався на основі їх професійного досвіду у медійній сфері не менше 3-х років; 2) діяльність експертів є дотичною саме до моніторингу медіапростору, новинних джерел, контенту у соціальних мережах. Експертами для участі у фокус-групі стали – керівниця інформаційного відділу на теледіакомпанії «Сфера-ТВ» (далі - Експерт 1), редактор сайту «ЧаРівне Інфо» (далі - Експерт 2), головний редактор «ОГО» та журналу «Рівняни» (далі - Експерт 3), керівник Секретаріату Рівненської ТО ПП «ЄС» (далі - Експерт 4), а також експертка, яка із 2005 до 2014 року працювала літературним редактором у друкованих та інтернет виданнях, а з 2014 до 2019 року – випусковим редактором у спеціалізованому виданні «Технології та Інновації» (далі - Експерт 5). Вік експертів коливається від 25 до 45 років. 80% (4 відповіді) опитаних має від 10 до 20 років досвіду роботи у медіасфері, ще 20% (1 відповідь) – від 3 до 5 років.

Результати отриманих відповідей на запитання робочої групи від експертів.

Питання №1. Як Ви оцінюєте сучасний стан та тенденцію розвитку медіадосліджень в Україні?

Таблиця 1

Результати опитування експертів щодо оцінки сучасного стану

## та тенденції розвитку медіадосліджень в Україні

№	Експерт	Відповідь експерта
1	Експерт 1	Наразі медіадослідження в Україні розвиваються активно, оскільки медіасередовище змінюється щомісяця. Особливо така тенденція відбувається у зв'язку із посиленням потреби в аналізі дезінформації, цифрових платформ та впливу війни на контент та аудиторію.
2	Експерт 2	Розвиток медіадосліджень в Україні є складним та динамічним з важливими викликами. Після початку повномасштабного вторгнення у 2022 році, простежується суттєвий злам у медіапросторі - багато видань пережили фінансові втрати, кадровий дефіцит, перехід з традиційних носіїв інформації на інші формати.
3	Експерт 3	Дві умови впливають на розвиток медіадосліджень - вплив війни та гібридні форми дезінформації. Окрім того, заборона використання науково-дослідних напрацювань країн-агресорів, спричинила активізацію використання методологічних підходів до аналізу медійної сфери країн ЄС.
4	Експерт 4	Модель системи медіамоніторингових досліджень має стохастичний характер, адже повномасштабне вторгнення РФ, цифровізація та стрімкі зміни у комунікаційних практиках суспільства не можуть наразі забезпечити однозначні оцінки в ефективності роботи медіаресурсів.
5	Експерт 5	Для дослідників медійної сфери основними труднощами є обмежений доступ до ресурсів медіа, нестача нових інструментів дослідження та нерозуміння використання потенціалу ІІІ у медіадослідженнях.

Джерело: розробка авторів [11]

Узагальнення: Стан медіадосліджень в Україні перебуває на етапі трансформації, який характеризується такими викликами: початок повномасштабного вторгнення, ускладнення форм подачі дезінформації, а також цифровізація. Експерти відзначили позитивну динаміку у дослідженні медіапростору. Водночас, виникає чимало ризиків щодо достовірності результатів медіамоніторингу: обмежений доступ до ресурсів,

складність впровадження різних сучасних технологій та аналітичних інструментів у буденну роботу, фінансові та кадрові втрати, зміни у форматах донесення матеріалів.

Питання №2. Опишіть власний досвід моніторингу джерел (у медійному просторі, в соціальних мережах, щодо інформаційних приводів) (табл. 2).

Таблиця 2

**Результати опитування експертів щодо особистого досвіду моніторингу джерел (у медійному просторі, у соціальних мережах щодо інформаційних приводів)**

№	Експерт	Відповідь експерта
1	Експерт 1	Моніторинг розпочинається із вивчення інформації на національних та локальних медіаресурсах. Протягом доби відстежуються соцмережі, з обов'язковою ідентифікацією першоджерел, тональності тексту, реакцій аудиторії та появу нових інформаційних приводів.
2	Експерт 2	Найважливіше – це перехресна перевірка інформації, особливо тієї, яка швидко поширюється або викликає сильні емоції.
3	Експерт 3	Під час дослідження інформаційних приводів використовується контент-аналіз, фактологічна перевірка, вивчення емоційного та маніпулятивного впливу.
4	Експерт 4	Систематичний якісно-кількісний моніторинг соціальних мереж та медіапростору (українського та іноземного) як невід'ємної складової роботи як журналіста, так в керівника редакції для формування інформаційної картини дня.
5	Експерт 5	Пошук достовірної інформації та перевірка першоджерел. Зазвичай використовується компаративний аналіз: яким чином одна й та сама тема подається на різних медійних

		майданчиках чи у соціальних мережах (увага на тональність, акценти та можливі викривлення інформації).
--	--	--

Джерело: розробка авторів [11]

Узагальнення: діяльність фахівців потребує постійного моніторингу та перехресної перевірки на достовірність повідомлень на інформаційних платформах та соціальних мережах. Найпопулярніші методи моніторингу - це контент-аналіз, фактологічна перевірка, оцінка емоційного забарвлення контенту, компаративний аналіз для

виявлення дезінформації та маніпуляцій.

Питання №3. Як Ви оцінюєте власний рівень обізнаності у сфері медіадосліджень та моніторингу джерел? Чи існують виклики та загрози від використання систем моніторингу та аналітичних програми? (табл. 3).

Таблиця 3

**Результати опитування експертів щодо власного рівня обізнаності у сфері медіадосліджень та моніторингу джерел; визначення загроз від використання систем моніторингу та аналітичних програми**

№	Експерт	Відповідь експерта
1	Експерт 1	Рівень обізнаності: вище середнього. Наявність досвіду роботи з основними інструментами, методами перевірки інформації; знання тенденцій розвитку медійного простору в умовах воєнного часу. Алгоритми систем моніторингу можуть спотворювати цілісну картину сприйняття реальності подій; автоматизація систем пропускати сенсові нюанси, є ризики витоку даних.
2	Експерт 2	Рівень обізнаності: середній. Наявність базового розуміння принципів пошуку та перевірки інформації. Медіадослідження в Україні наразі мають низку проблем: фінансова криза, відсутність достатньої кількості ресурсів, а отже й належної якості отриманих результатів.
3	Експерт 3	Рівень обізнаності: середній. В умовах стрімкого розвитку ШІ, досить складно ідентифікувати весь масив інформації. Процес перевірки даних наразі займає більше часу ніж раніше. Системи моніторингу та аналітичні програми можуть збирати персональні дані, створювати профілі поведінки користувачів, зберігати «чутливу» інформацію без достатнього захисту. Отже, висока ймовірність кібератак.
4	Експерт 4	Рівень обізнаності: високий. Наявність досвіду роботи (понад 14 років) з медійними текстами різного формату та способу поширення - це визначальна характеристика для фахівця для моніторингу. Незалежно від наявних систем моніторингу та аналітичних програм, всю інформацію варто перевіряти традиційними методами моніторингу.
5	Експерт 5	Рівень обізнаності: середній. Наявність базового розуміння принципів пошуку та перевірки інформації. Системи моніторингу можуть видавати помилки, надавати фрагментарні та неповні висновки. Тому важливо ставитися до таких інструментів обережно та перевіряти результати.

Джерело: розробка авторів [11]

Узагальнення: експерти одноголосно проінформували, що разом із розвитком технологій та впровадженням систем медіамоніторингу зростають і ризики. Одна із ключових проблем – збір персональних даних, що становить особливу

небезпеку для українського медіапростору в умовах постійних інформаційних атак ворога.

Питання № 4. Як, на Вашу думку, зміниться роль медіамоніторингових досліджень у найближчі 5 років? (табл. 4).

Таблиця 4

**Результати опитування експертів щодо зміни ролі медіамоніторингових досліджень у найближчі 5 років**

№	Експерт	Відповідь експерта
---	---------	--------------------

1	Експерт 1	Роль медіамоніторингових досліджень у найближчі п'ять років суттєво зростатиме. Вони стануть автоматизованими, оперативними та орієнтованими на аналіз великих масивів даних, що дозволить оперативно реагувати на зміни в інформаційному середовищі.
2	Експерт 2	У перспективі відбудеться повна автоматизація базових процесів моніторингу. Медіамоніторинг стане ключовим інструментом інформаційної безпеки України, зосередженим не лише на підрахунку згадок і тональності, а й на аналізі медіаспоживання, медіаграмотності та впливу ШІ на медіасферу.
3	Експерт 3	Критично важливим напрямом стане моніторинг відеоконтенту. Медіамоніторингові дослідження трансформуються зі звичайного інструменту аналізу в стратегічну систему оцінки та прогнозування стану інформаційного середовища держави.
4	Експерт 4	Роль медіамоніторингу зміниться завдяки розвитку інформаційно-аналітичних систем та активного використання ШІ як допоміжного інструменту для аналізу й узагальнення великих обсягів інформації.
5	Експерт 5	Зі зростанням обсягів інформації та швидкості її поширення посилюватиметься потреба у якісному аналізі, перевірці фактів і виявленні маніпуляцій. Медіамоніторингові дослідження відіграватимуть важливу роль у розумінні суспільних настроїв і протидії дезінформації.

Джерело: розробка авторів [11]

Узагальнення: експерти одностайні в оцінці того, що у найближчі п'ять років роль медіамоніторингових досліджень суттєво зростатиме. Основними чинниками цього процесу є збільшення обсягів інформації, ускладнення форм її поширення, активний розвиток цифрових технологій та ШІ, а також потреба в забезпеченні інформаційної безпеки держави. Медіамоніторинг трансформується з допоміжного інструменту аналізу в стратегічну систему комплексного дослідження інформаційного середовища, що охоплюватиме не лише текстовий, а й візуальний та відеоконтент. Окрім автоматизації базових процесів і впровадження аналітичних систем нового покоління, зростатиме значення якісного аналізу, фактологічної

перевірки та виявлення маніпулятивних і дезінформаційних наративів.

Згідно з результатами експертного опитування, найближчими роками моніторингові дослідження медіапростору будуть залежати від технологічних змін, зростання ролі онлайн-платформ, запитів аудиторії та використання нею нових форматів споживання інформації.

Саме тому важливо визначити чинники, які сприятимуть/перешкоджатимуть розвитку цього напрямку. У цьому допоможе SWOT-аналіз, який визначає сильні, слабкі сторони, можливості та загрози для медіамоніторингових досліджень в Україні (табл. 5).

Таблиця 5

#### SWOT-аналіз перспектив розвитку медіамоніторингових досліджень в Україні

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Медійний простір України стрімко адаптувався до викликів та загроз, в умовах повномасштабного вторгнення РФ.</li> <li>2. Система медійних агенцій та дослідницьких аналітичних центрів забезпечена професійними фахівцями, які здобули досвід роботи у воєнний час.</li> <li>3. Активне впровадження програм з медійної грамотності серед населення для формування запитів на отримання якісної інформації.</li> <li>4. Цілеспрямоване впровадження аналітичних сервісів, моніторингових платформ, ШІ для автоматизованого аналізу даних.</li> <li>5. Використання міжнародного досвіду в адаптації нових стандартів та методів проведення</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Складні умови у діяльності медійних агенцій в умовах фінансової нестабільності.</li> <li>2. Технічне оснащення та програмне забезпечення медійних агенцій, особливо регіонального рівня, потребує оновлення.</li> <li>3. Збільшення вартості проведення моніторингових досліджень через обмеження доступу до офіційних баз даних.</li> <li>4. Збільшення емоційного, фізичного та фінансового навантаження на професійних фахівців, в умовах набуття нових навиків у роботі з програмами ШІ та аналітикою соціальних мереж.</li> <li>5. Несистемний контент-менеджмент медійних агенцій, зокрема регіональних, у соціальних</li> </ol>

моніторингу медіа на національному та регіональному рівнях.	мережах для просування своєї діяльності.
<b>Можливості</b>	<b>Загрози</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Рациональне використання інструментів ШІ - це запорука для подальшої автоматизації процесу моніторингу.</li> <li>2. Усвідомлення потреби у збільшенні аналітичності моніторингу для досягнення високого рівня інформаційної безпеки.</li> <li>3. Медіамоніторингові дослідження сприяють покращенню пертинентності та релевантності потреб та запитів користувачів інформаційних продуктів та послуг.</li> <li>4. Розробка інноваційних освітніх програм з медійної грамотності та критичного мислення у закладах освіти та в мережі закладів неформальної освіти - це основа для підготовки та підвищення кваліфікації професійних фахівців медійних агенцій.</li> <li>5. Міжнародна грантова підтримка та просвітницький досвід для створення власних інноваційних інструментів та дослідницьких платформ.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Підвищення залежності від автоматизованих систем для моніторингу та довіра до результатів без перевірки несе ризики помилкових висновків у звітах.</li> <li>2. Високі ризики витоку персональних даних користувачів та таємної/ з обмеженим доступом інформації.</li> <li>3. Зменшення фінансового забезпечення медійних агенцій може спричинити кадровий «голод» та подальшу ліквідацію організації.</li> <li>4. Трансформація фейкової інформації, її збільшення та інтенсифікація є перепоною до оперативності проведення медіамоніторингових досліджень.</li> <li>5. Відсутність практико орієнтованого навчання фахівців зменшує конкурентоспроможність українських дослідницьких центрів у глобальному медіапросторі.</li> </ol>

*Джерело: розробка авторів*

Результати SWOT-аналізу показали, що успіх у розвитку моніторингових досліджень буде залежати від посилення впізнаваності медійних агенцій, удосконалення методів аналітики та підвищення прозорості задля посилення довіри. Для вирішення проблемних питань, увага має бути спрямована на активну участь агенцій у міжнародних програмах задля залучення грантових коштів та участі фахівців у тренінгових навчаннях. Не менш вагомим є впровадження нових стратегій та інноваційних підходів до роботи і комунікації з аудиторією загалом.

Наукова новизна дослідження – це здійснення спроби визначити перспективи та загрози для використання медіамоніторингових досліджень для характеристики системи інформаційної аналітики в Україні. На основі здійсненого експертного опитування у формі фокус-групи фахівців з медійної сфери в Рівненській області були запропоновані рекомендації до подальшого використання медіамоніторингових досліджень у сфері соціальних комунікацій.

Висновки. Отже, подальший розвиток медіамоніторингових досліджень в Україні стане рушійним у забезпеченні інформаційної безпеки та аналітичної культури інформаційних центрів в

Україні. Результати експертного опитування фахівців медіасфери Рівненщини показують два тренди для медіамоніторингових досліджень: 1) пошук нових методів через зміни, які відбуваються у системі інформаційної аналітики в умовах воєнного часу і, як наслідок, зростанням обсягів інформації/дезінформації та цифровізацією; 2) комплексний ризик-менеджмент у використанні автоматизованих систем в дослідженні медійної сфери, через можливий витік персональних даних, помилок в алгоритмах та спотворення повідомлень.

Завдяки SWOT-аналізу вдалося встановити, що для посилення значення медіамоніторингових досліджень важливо, щоб аналітичні центри працювали над посиленням контент-менеджменту у соціальних мережах, удосконаленням аналітичної складової у методах моніторингу, підвищенням кваліфікації фахівців в інформаційно-аналітичній діяльності. Також потрібно впроваджувати нові стратегії та інноваційні підходи до комунікації з аудиторією. Адже лише за таких умов медіамоніторингові дослідження як частина аналітики вітчизняного медіапростору матимуть перспективи для розвитку та виходу на новий рівень свого функціонування.

### **Список використаних джерел**

1. Bly S., Harrison S., Irwin S. Media spaces: bringing people together in a video, audio, and computing environment. *Communications of the ACM*. 1993. Volume 36, Issue 1. P. 28-46. URL: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/151233.151235> (дата звернення: 08.12.2025).

2. Gaver W.W. The affordances of media spaces for collaboration. *Conference on Computer-supported cooperative work*. 1992. P. 17-24. URL: [https://www.researchgate.net/publication/228590384\\_The\\_affordances\\_of\\_media\\_spaces\\_for\\_collaboration](https://www.researchgate.net/publication/228590384_The_affordances_of_media_spaces_for_collaboration) (дата звернення: 06.12.2025).
3. Ramzan T., Muhammad, K. H., Shaeela, A., & Fakeeha, F. Text Mining: Techniques, Applications and Issues. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*. 2016. 11 (7). P. 414-418. URL: [https://www.researchgate.net/publication/311394659\\_Text\\_Mining\\_Techniques\\_Applications\\_and\\_Issues](https://www.researchgate.net/publication/311394659_Text_Mining_Techniques_Applications_and_Issues) (дата звернення: 10.12.2025).
4. Арабаджиев Д. Моніторинг виборчого процесу як інструмент політичного піару. *Політичний менеджмент*. № 1-2. 2013. С. 128-135. URL: [https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/08/arabadzhyev\\_monitoring.pdf](https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/08/arabadzhyev_monitoring.pdf) (дата звернення: 05.12.2025).
5. Довженко О. Сучасна українська медіакритика: чинники формування, проблеми та перспективи. *Вісник Львівського ун-ту. Серія: Журналістика*. 2013. Вип. 37. С. 131-138. URL: <https://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/viewFile/5060/5086> (дата звернення: 05.12.2025).
6. Вакула В. *Забезпечення ефективної реалізації державної політики у сфері інформації та комунікацій з громадськістю органів державної влади (на прикладі Департаменту інформаційної діяльності та комунікацій з громадськістю Полтавської обласної військової адміністрації)*. Полтава. Нац. ун-т ім. Юрія Кондратюка. 2025. 90 с.
7. Варех Н.В. Застосування інтент-аналізу в дослідженнях дискурсу мережевої комунікації. *Держава та регіони. Соціальні комунікації*. 2021. № 4(48). С. 91-96. URL: [http://www.zhu.edu.ua/journal\\_cpu/index.php/der\\_sc/article/viewFile/863/836](http://www.zhu.edu.ua/journal_cpu/index.php/der_sc/article/viewFile/863/836) (дата звернення: 09.12.2025).
8. Грицай С. Визначення поняття «медіапростір» з позицій міждисциплінарного підходу. *Вісник Харківської державної академії культури*. 2012. Вип. 36. С. 235-243. URL: [www.ic.ac.kharkov.ua/RIO/v36/36-2-1](http://www.ic.ac.kharkov.ua/RIO/v36/36-2-1) (дата звернення: 08.12.2025).
9. Іванов О.В. Класичний контент-аналіз та аналіз тексту: термінологічні та методологічні відмінності. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи»*. 2013. №1045. С.69-74. URL: <https://periodicals.karazin.ua/ssms/issue/view/893> (дата звернення: 07.12.2025).
10. Карпіленко В.А. Поняття фрейму та фреймінгу в текстах новин українських ЗМІ. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2012. № 46. Січень-березень. С. 105-109.
11. *Медіамоніторингові дослідження як частина аналітики вітчизняного медіапростору*. Аналітичний звіт науково-практичної лабораторії «Студія стратегічних комунікацій» Національного університету «Острозька академія». Укладач: доц. Охріменко Г.В. Острог, 2025. 24 с.
12. Паніотто В., Харченко Н. *Методи опитування: підручник*. Київ. Вид. дім «Києво-Могилянська академія». 2017. 342 с.
13. Тхоровська С. Метод дискурс-аналізу: поняття та застосування (на прикладі ідеологічного дискурсу). *Молодий вчений*. 2022. 2 (102), С. 104-107. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2022-2-102-21> (дата звернення: 10.12.2025).
14. Ялова К. М., Яшина К. В., Говорущенко Т. О., Тарасюк О. С. Сентимент аналіз засобами нейронної мережі. *Математичне моделювання*. 2021. № 1(44). С. 30-37. DOI:10.31319/2519-8106.1(44)2021.235906 (дата звернення: 06.12.2025).

## References

1. Bly, S., Harrison, S., & Irwin, S. (1993). Media spaces: bringing people together in a video, audio, and computing environment. *Communications of the ACM*, 36 (1), 28–46. <https://dl.acm.org/doi/10.1145/151233.151235> [in English].
2. Gaver, W.W. (1992). The affordances of media spaces for collaboration. *Conference on Computer-supported cooperative work*, 17–24. [https://www.researchgate.net/publication/228590384\\_The\\_affordances\\_of\\_media\\_spaces\\_for\\_collaboration](https://www.researchgate.net/publication/228590384_The_affordances_of_media_spaces_for_collaboration) [in English].
3. Ramzan, T., Muhammad, K. H., Shaeela, A., & Fakeeha, F. (2016). Text Mining: Techniques, Applications and Issues. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 11 (7), 414–418. [https://www.researchgate.net/publication/311394659\\_Text\\_Mining\\_Techniques\\_Applications\\_and\\_Issues](https://www.researchgate.net/publication/311394659_Text_Mining_Techniques_Applications_and_Issues) [in English].
4. Arabadzhyev, D. (2013). Monitoring the electoral process as a tool of political PR. *Political Management*, 1–2, 128–135. [https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/08/arabadzhyev\\_monitoring.pdf](https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/08/arabadzhyev_monitoring.pdf) [in Ukrainian].
5. Dovzhenko, O. (2013). Modern Ukrainian media criticism: factors of formation, problems and prospects. *Bulletin of Lviv University. Series: Journalism*, 37, 131–138. <https://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/viewFile/5060/5086> [in Ukrainian].
6. Vakula, V. (2025). Ensuring effective implementation of state policy in the field of information and public communications of state authorities (on the example of the Department of Information Activities and Public Communications of the Poltava Regional Military Administration). Yurii Kondratiuk National University [in Ukrainian].

7. Vareh, N.V. (2021). Application of intent analysis in research on the discourse of network communication. *State and regions. Series: Social communications*, 4(48), 91–96. [http://www.zhu.edu.ua/journal\\_cpu/index.php/der\\_sc/article/viewFile/863/836](http://www.zhu.edu.ua/journal_cpu/index.php/der_sc/article/viewFile/863/836) [in Ukrainian].

8. Hrytsai, S. (2012). Definition of the concept of ‘media space’ from the standpoint of an interdisciplinary approach. *Bulletin of the Kharkiv State Academy of Culture*, 36, 235–243. [www.ic.ac.kharkov.ua/RIO/v36/36-2-1](http://www.ic.ac.kharkov.ua/RIO/v36/36-2-1) [in Ukrainian].

9. Ivanov, O.V. (2013). Classical content analysis and text analysis: terminological and methodological differences. *Bulletin of the V.N. Karazin Kharkiv National University. Series ‘Sociological research of modern society: methodology, theory, methods’*, 1045, 69–74. <https://periodicals.karazin.ua/ssms/issue/view/893> [in Ukrainian].

10. Karpilenko, V.A. (2012). The concept of frame and framing in news texts of Ukrainian mass media. *Scientific notes of the Institute of Journalism*, 46, 105–109 [in Ukrainian].

11. Okhrimenko, H.V. (Comp.). (2025). Media monitoring research as part of the analytics of the Ukrainian media space. Analytical report of the scientific and practical laboratory ‘Studio of Strategic Communications’ of the National University ‘Ostroh Academy’ [in Ukrainian].

12. Paniotto, V., & Kharchenko, N. (2017). *Survey Methods*. Publishing House ‘Kyiv-Mohyla Academy’ [in Ukrainian].

13. Thorovska, S. (2022). Discourse analysis method: concept and application (on the example of ideological discourse). *Young Scientist*, 2 (102), 104–107. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2022-2-102-21> [in Ukrainian].

14. Yalova, K. M., Yashina, K. V., Hovorushchenko, T. O., & Tarasyuk, O. S. (2021). Sentiment analysis using neural networks. *Mathematical modelling*, 1 (44), 30–37. DOI:10.31319/2519-8106.1(44)2021.235906 [in Ukrainian].

*Стаття надійшла до редакції 07.01.2026*  
*Отримано після доопрацювання 11.02.2026*  
*Прийнято до друку 18.02.2026*  
*Опубліковано 31.03.2026*