

Мусієнко Ольга В'ячеславівна,
доктор філософії з культурології,
викладач. Харківська державна
академія культури, Харків, Україна

Olha Musiienko,
Lecturer, PhD in Cultural Studies.
Kharkiv State Culture Academy,
Kharkiv, Ukraine

АУДІОВІЗУАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВПЛИВУ: ЕТИЧНІ ВИКЛИКИ ЦИФРОВОГО МЕДІАСЕРЕДОВИЩА

Анотація. У контексті цифрової трансформації медіапростору, активне використання аудіовізуального контенту стало не лише основним засобом комунікації, а й інструментом інформаційного впливу та маніпуляцій. Послаблення редакційного контролю, зростання комерційного тиску та орієнтація на сенсаційність спричиняють девальвацію етичних медіастандартів, що, у свою чергу, знижує рівень суспільної довіри та загострює проблему інформаційної безпеки. **Мета статті** – дослідження етичних викликів, пов'язаних із використанням аудіовізуального контенту в українських онлайн-медіа, з акцентом на художні засоби візуальної маніпуляції. **Методологія дослідження** спирається на міждисциплінарний підхід, що поєднує принципи соціальної відповідальності медіа та інструментарій мистецтвознавчого аналізу. Розглядаються аудіовізуальні чинники – зображення, колористика, монтажна ритміка, звуковий супровід – як елементи художньої побудови медіатексту, здатні формувати наратив і впливати на сприйняття реальності. **Наукова новизна** полягає у висвітленні ролі аудіовізуального мистецтва як складової інформаційного повідомлення в умовах цифрової культури та у виявленні характерних чинників естетичної маніпуляції в цифровому відеоконтенті. У **Висновках** артикулюється, що аудіовізуальні засоби дедалі частіше використовуються не для інформування, а для конструювання реальності, що спричиняє системне порушення етичних норм. Наголошується на потребі впровадження редакційних політик із верифікації візуального контенту, підвищення професійної підготовки контентмейкерів та використання художніх засобів із дотриманням принципів достовірності та відповідальності.

Ключові слова: соціальні медіа, аудіовізуальне мистецтво, цифрова культура, нові медіа, цифрові медіа, цифрова етика.

Постановка проблеми та актуальність дослідження. Сучасний стан інтернет-медіа в Україні характеризується посиленням комерційного впливу, девальвацією редакційної автономії та фрагментацією етичних орієнтирів у виробництві інформаційного контенту. Зростаюча залежність онлайн-медіа від замовного фінансування та клікбейтової моделі монетизації спричиняє системні порушення стандартів медіаетики, зокрема достовірності, збалансованості та перевірки джерел. Одним із ключових ризиків виступає перетворення значної частини інтернет-ресурсів на «орендо-

вані» платформи, які не мають чіткої ідеологічної чи суспільної позиції та функціонують виключно в інтересах замовника.

У межах цих трансформацій зростає роль аудіовізуального компоненту як інструмента впливу на аудиторію. Активне використання візуальних і звукових елементів в інформаційному контенті – зокрема емоційно насичених зображень, графіки, відеофрагментів і звукових ефектів – відкриває широкі можливості для прихованої маніпуляції. У ситуації послабленого контролю над якістю медіапродукції, аудіовізуальні засоби дедалі частіше

служують не доповненням до тексту, а ключовим носієм смислових підстановок, які спрямовані на формування заданої інтерпретації подій.

Таким чином, проблема неетичного використання аудіовізуальних технологій в українських онлайн-медіа постає як одна з найгостріших у контексті інформаційної безпеки, довіри до ЗМІ та збереження культурної ідентичності у цифрову епоху.

Мета дослідження – аналіз етичних викликів, з якими стикаються сучасні інтернет-медіа в Україні, з особливою увагою до ролі аудіовізуального контенту як засобу впливу на громадську думку. У межах дослідження розглядаються форми маніпуляції за допомогою візуальних і звукових елементів, оцінюється їхній вплив на сприйняття інформації аудиторією, а також аналізуються сучасні підходи до етичного регулювання цифрового медіасередовища.

Аналіз сучасних досліджень і публікацій. Наявні дослідження свідчать про необхідність переосмислення інформаційних медіапрактик і зростання ролі ідеологічного компонента в створенні медіаконтенту. Зокрема, О. Афанасьєва та К. Чернікова (Афанасьєва, Чернікова, 2025, с. 310) вказують, що цифрова журналістика в умовах стрімкого розвитку штучного інтелекту відкриває нові можливості для збору та подачі інформації, але також породжує серйозні загрози, пов'язані з маніпулятивним впливом і дезінформацією.

Особливу загрозу становить зростання ролі некваліфікованих або тенденційних інформаційних платформ, які часто фінансуються політичними чи бізнес-структурами задля просування визначених ідеологічних наративів. Така динаміка призводить до трансформації медіа у засіб політичного та комерційного впливу, де вони втрачають ознаки незалежності й етичної відповідальності. На думку І. Мартиненка (Мартиненко, 2021, с. 65), масштаби маніпуляцій вийшли за межі суто психологічного впливу і стали помітними у багатьох сферах соціального життя – зокрема, у медіа. Це особливо виразно проявляється під час виборчих кампаній і суспільно-політичних криз, де аудіовізуальні техніки активно використовуються для формування громадських настроїв (*Detector Media*, 2021, EP).

Особливу цінність для сучасної наукової дискусії становить мистецтвознавчий аналіз медіатекстів, який дає змогу глибше розглядати аудіовізуальний контент як засіб впливу. Такий аналіз включає дослідження візуальних складових (ка-

дрування, композиції, колористики), ритміки монтажу, музичного супроводу та семантичного навантаження наративів. Як наголошують А. Алфьоров та З. Алфьорова, дослідження аудіовізуального контенту потребує врахування структурних та естетичних особливостей, що визначають його роль у формуванні культурного простору (А. Алфьоров, З. Алфьорова, 2023, с. 39). Ці аспекти знаходять продовження у статті А. Лісневської та Я. Фруктової, де увага зосереджена на ризиках маніпуляції через аудіовізуальні засоби, зокрема у цифровому медіа (А. Лісневська, Я. Фруктова, 2019). Тому критично важливо досліджувати такі повідомлення крізь призму їхнього емоційного навантаження та здатності до формування стійких соціальних установок. Семіотичні коди та механізми візуальної риторики, які активно застосовуються у створенні відеоконтенту, досить часто стають інструментом маніпуляції масовою свідомістю.

Виклад основного матеріалу. Етичні проблеми онлайн-медіа в Україні залишаються одним із найскладніших викликів сучасної аудіовізуальної культури. Впродовж останніх двох десятиліть онлайн-медіа значно розширили свою наявність у суспільному дискурсі, що супроводжується нехтуванням професійними стандартами, маніпуляціями та поширенням недостовірної інформації. Здебільшого під прикриттям свободи слова онлайн-медіа вдаються до практик, які сприяють поширенню мови ворожнечі та послабленню рівня медіаграмотності суспільства.

Наразі значна частина контенту в онлайн-медіа формується не на основі об'єктивного висвітлення подій, а через використання механізмів емоційного впливу, візуальних маніпуляцій і навмисного семантичного викривлення інформаційних повідомлень. Наприклад, застосування фотографій із високим емоційним навантаженням або специфічний монтаж відеокадрів здатні кардинально змінити сприйняття інформаційного меседжу аудиторією.

У 2022 році, на початку повномасштабного вторгнення росії в Україну, активно поширювався візуальний контент, який формувал викривлене уявлення про хід бойових дій і значно впливав на емоційне сприйняття аудиторії. Одним із найпоказовіших прикладів стало відео, створене для комп'ютерної гри *Digital Combat Simulator World*, яке в соціальних мережах було представлено як справжній повітряний бій українського пілота,

відомого як «Привид Києва» (Айзеле, 2022). Завдяки динамічній зміні ракурсів, деталізованій графіці, характерному звуковому супроводу та напруженому монтажу, це відео набувало візуальної правдоподібності, хоча фактично не мало документальної цінності.

Стирання межі між симульованим та реальним сприяло формуванню потужного емоційного ефекту, який посилювався завдяки аудіовізуальним рішенням, типовим для комп'ютерних ігор. Такий контент функціонує не лише як візуальна інформація, а й як емоційний тригер, що активує у глядача образи героїзму, небезпеки та невідкладності, не вимагаючи критичного осмислення.

Аналогічно працювали архівні зображення, які широко використовувалися для ілюстрації актуальних подій. Зокрема, фотографії з Ємену 2015 року були представлені в інформаційних стрічках як свіжі знімки наслідків авіаударів по українських містах (AFP, 2022). Візуальні риси цих фото – зруйновані споруди, згущені тіні, драматичні ракурси, фрагменти тіл – формували інтенсивне емоційне навантаження. Вплив подібного зображення значною мірою базується на стійких візуальних кодах, які легко зчитуються як ознаки катастрофи, незалежно від їх фактичної прив'язки до подій.

Розвиток інтернет-платформ значною мірою завдячує технологіям Web 2.0, які надали користувачам можливість створювати та поширювати інформацію безпосередньо. Це докорінно трансформувало інформаційну екосистему: мобільні пристрої зробили можливим миттєве створення та поширення контенту, що суттєво змінило традиційну медіасистему (S. Udenze, O. Oshionebo, 2020). В Україні ця тенденція супроводжується розмиттям професійних меж і зростанням ролі аматорських творців контенту, що, у свою чергу, спричиняє кризу довіри до медіа.

Тому окрему увагу слід приділити проблемі «громадянської журналістики», коли користувачі соціальних мереж самостійно публікують новинарні відео, фотографії або аналітичні матеріали. Це явище має амбівалентний характер: з одного боку, воно сприяє демократизації інформаційного простору, залучаючи широку аудиторію до публічного дискурсу, а з іншого – створює умови для поширення дезінформації та маніпулятивного контенту. Наприклад, під час обстрілів Києва у 2022 році в соцмережах поширювалися фото-

графії зруйнованих будівель, які насправді були кадрами з інших міст, зокрема Маріуполя та Харкова. Композиційно такі зображення використовували центральний фокус на руйнаціях – темні кольори, дим, уламки – задля підсилювання відчуття страху. Відсутність чіткої верифікації джерел давала змогу споживачам контенту сприймати ці кадри як реальну ситуацію в Києві, хоча це не відповідало дійсності.

Інший приклад – випадки поширення повідомлень про нібито масову евакуацію населення столиці. Візуальний ряд у таких медіатекстах формувалася через образи переповнених вокзалів, доріг, скупчень людей із валізами, зокрема фокусуючи увагу на фігурах дітей, які плачуть. У композиційному та колористичному вимірах часто використовувалися затемнені або монохромні (чорно-білі) кадри, що підсилювали атмосферу тривоги й психологічної напруги. Візуальні маркери поширювали символіку невідкладності, спонукаючи до однієї реакції глядача – імпульсивного рішення залишити місто.

Заслугує на окрему увагу використання елементів графічного дизайну як інструменту візуальної маніпуляції. Зокрема, фотоколажі зі зміненими колірними акцентами (доминування червоних тонів, що асоціюються з кров'ю, агресією та небезпекою) чи контрастне поєднання кольорів (наприклад, чорного та жовтого), які виступають сигнальними маркерами емоційного сприйняття. Такий підхід посилюється текстуальними елементами – написами великим шрифтом («Катастрофа!», «Рятуйтеся!»), які спрямовані на формування реакції страху та паніки, а не на стимулювання критичного осмислення інформації.

Ще одним ефективним методом маніпуляції є відеоконтент із відповідним музичним супроводом. На початку повномасштабного вторгнення у TikTok і Telegram активно поширювалися ролики про «занепад українських міст», де зображувалися порожні вулиці та руйнування. Ці візуальні образи супроводжувалися повільною, мінорною музикою, що створювало атмосферу безнадії, втрати та емоційного спустошення. Використання монохромної гами, приглушених кольорів і драматичних монтажних переходів лише підсилювало суб'єктивне відчуття гнітючої реальності.

У звуковій композиції таких відео переважає тональна структура, орієнтована на виклик емпатії через зниження динаміки, уповільнення темпу та використання пауз, які акцентують увагу на

візуальних елементах. У цьому контексті аудіо виступає не лише емоційним тлом, а й самостійним наративним засобом, що підсилює семантику зображення. Як зазначають В. Скуратівський та В. Андрієнко: «Естетика сприйняття звуку закладена у свідомості кожної людини та водночас пов'язана з візуальними чинниками. Ця ідея пояснюється тим, що вилучення одного чинника з людського сприйняття зумовлює його несвідому заміну іншим» (Скуратівський, Андрієнко, 2023, с. 206). Це дає змогу пояснити, чому навіть за відсутності фактологічної основи, подібний контент може мати потужний вплив – аудіовізуальна взаємодія сприяє формуванню емоційної реальності, що домінує над раціональним аналізом.

Тому наразі подальший розвиток українських медіа вимагає системного підходу до вирішення етичних проблем. Зокрема, необхідним є посилення професійної підготовки медійників, запровадження більш суворих механізмів контролю за достовірністю контенту та створення ефективних регуляторних механізмів щодо дотримання стандартів медіаетики. Поява онлайн-медіа стала другою структурною трансформацією публічної сфери. Вона змінила суспільну комунікацію, оскільки інформація стала значно доступнішою.

Сучасні технології сприяли активнішій участі суспільства в публічних дискусіях, що зумовило трансформацію комунікаційного процесу. Це, у свою чергу, спричинило формування нових підходів до сприйняття медіа, які відрізняються від традиційних ЗМІ. Концепція віртуальної ідентичності набула популярності серед дослідників як інструмент для аналізу впливу нових медіа на процеси самовизначення особистості.

Саме через образи, стилізацію графіки та інші засоби художньої виразності здійснюється маніпуляція сприйняттям аудиторії, що є ключовим фактором у формуванні суспільних наративів і політичної культури в Україні. Медіапростір демонструє численні приклади використання візуального контенту як засобу впливу на суспільну думку. Зокрема, інтернет-видання «Обозреватель» та «ТСН» активно застосовують емоційно забарвлені фотоматеріали, які викликають у глядача певні асоціації та емоційні реакції. Використання контрастних кольорових схем, драматичних ракурсів і специфічного монтажу кадрів підсилює ефект емоційного впливу.

Такий підхід сприяє формуванню драматизованого наративу, який може викликати поляризацію суспільних настроїв. У результаті спостерігається тенденція до поширення маніпулятивного контенту, використання провокаційної риторики та публікації матеріалів із ознаками емоційного тиску. Крім того, відсутність чітких редакційних стандартів у деяких інтернет-виданнях зумовлює їхню трансформацію у так звану «ореновану пресу» – медіаресурси, які діють в інтересах певних політичних або комерційних груп, нехтуючи принципами етики та незалежності.

За даними звіту Інституту масової інформації (ІМІ, 2024), понад 84% українців отримують новини саме через соціальні медіа, що підвищує ризик поширення неперевіреної інформації. Зокрема, у 2020 році Л. Величко опублікувала розслідування про вплив анонімних телеграм-каналів на рішення депутатів. Дослідження показало, що деякі з цих каналів мають ознаки адміністрування з Російської Федерації та поширюють проросійські наративи (Л. Величко, 2020). Додатково, за висновками дослідження Детектор медіа (*Детектор медіа*, 2023, ЕР), чимало онлайн-видань нехтують традиційними етичними стандартами, послуговуючись анонімними або сумнівними джерелами, що ускладнює перевірку достовірності контенту. Ця проблема актуалізує питання правового регулювання інтернет-медіа в Україні.

Попри ухвалення оновленого Закону України «Про медіа», ефективні механізми його впровадження в умовах цифрового середовища залишаються недостатньо розвиненими. Це створює правові ризики, ускладнює боротьбу з порушеннями медіаетики та посилює вразливість інформаційного простору до зовнішніх і внутрішніх загроз. Особливої актуальності ці проблеми набули у контексті війни між Україною та росією, коли цифрові технології перетворилися на потужний мистецький інструмент інформаційної війни. Вони активно використовуються для дезінформації, маніпуляцій суспільною думкою та поширення інформаційного хаосу.

Зростання цифрової злочинності в українському медіапросторі породжує нові виклики, серед яких особливу загрозу становлять фейкові новини, незаконне використання персональних даних і поширення маніпулятивного контенту. Дедалі частіше такі матеріали подаються у вигляді естетично опрацьованого аудіовізуального контенту,

завдяки чому вони мають виразний естетичний потенціал, що використовується в маніпулятивних цілях, маскуючи дезінформацію під емоційно переконливу «візуальну правду».

Відсутність ефективного контролю за контентом у соціальних мережах і месенджерах сприяє активному поширенню деструктивних інформаційних потоків, які часто оформлюються з урахуванням візуальних стратегій впливу, знайомих глядачеві за кінематографом або рекламними форматами. У цьому контексті регулювання цифрового простору та забезпечення інформаційної безпеки потребує не лише технічного й правового втручання, а й критичного мистецтвознавчого аналізу аудіовізуального контенту як культурного продукту з високим маніпулятивним потенціалом.

Важливу роль у цьому процесі відіграють механізми саморегуляції медіа, зокрема розвиток громадських ініціатив з підвищення рівня медіаграмотності. Такі ініціативи сприяють формуванню критичного мислення аудиторії та зменшенню впливу маніпулятивного контенту. Значущим компонентом цієї системи є діяльність незалежних фактчекінгових проєктів, зокрема платформи Brama, яка функціонує у форматі Telegram-каналу. Цей ресурс спеціалізується на верифікації інформації та виявленні фейкових повідомлень, використовуючи комплексний аналітичний підхід, що поєднує інформаційні інструменти з методами мистецтвознавчого аналізу.

У межах своєї діяльності Brama досліджує візуальні компоненти інформаційних повідомлень, ідентифікує джерела походження зображень і відео, а також виявляє техніки аудіовізуального монтажу, що застосовуються для свідомого спотворення реальності. Подібні ініціативи становлять важливий елемент сучасної інфраструктури боротьби з дезінформацією, оскільки забезпечують багаторівневу експертизу медіаконтенту, орієнтовану на виявлення та нейтралізацію інформаційних загроз.

Отже, з огляду на стрімку динаміку змін у сучасному медіасередовищі, особливо в умовах гібридних загроз і цифровізації інформаційного простору, особливої актуальності набуває необхідність підвищення рівня медіаграмотності серед населення. Освітні програми, тренінги з цифрової безпеки та медіаетики стають ключовими інструментами формування відповідального інформаційного суспільства, здатного протистояти впливу маніпулятивного контенту. Українські медіа, які

пройшли складний шлях трансформації, мають значний потенціал для подальшого розвитку якісного медіаконтенту, що ґрунтується на принципах достовірності, неупередженості та соціальної відповідальності. У поєднанні з інституційною підтримкою фактчекінгових ініціатив це створює підґрунтя для ефективної протидії дезінформації в цифрову епоху.

Висновки. Контент-аналіз матеріалів українських онлайн-ресурсів підтвердив, що дотримання принципів професійної етики, незалежності редакційної політики та фактчекінгу є визначальними умовами для формування якісного медіатвору. Водночас значна частина цифрових платформ функціонує під тиском комерціалізації, що зумовлює пріоритет охоплення над змістовною глибиною, часто призводячи до відмови від базових етичних та естетичних норм.

Особливу увагу в межах дослідження було приділено аналізу візуальної складової цифрового контенту, зокрема формам аудіовізуальної маніпуляції, які становлять окремий сегмент медіахудожньої практики. У фокусі опинилися стратегії візуального впливу: експлуатація емоційно маркованих образів (зокрема, фотографій з високим контрастом і колористичною драматургією), монтажні техніки фрагментації відео, динамічне поєднання зображення й аудіосупроводу, а також використання спотворених графічних форм як елементів семіотичної трансформації змісту.

Ці техніки формують цілісну систему художнього кодування реальності, що має значний естетичний і маніпулятивний потенціал. Вони забезпечують глядацьку залученість через інтенсивне емоційне стимулювання, водночас спрощуючи або спотворюючи багатозначні соціокультурні явища. У межах аудіовізуального мистецтва така взаємодія образу, ритму та звуку виступає не лише як засіб художнього впливу, а й як інструмент формування медіаперспективи, що може набувати як конструктивного, так і деструктивного характеру.

У цьому контексті особливої значущості набуває розробка системного інструментарію критичного аналізу цифрового контенту, а також формування механізмів регуляції візуальної комунікації відповідно до принципів соціальної відповідальності медіа. Не менш важливими є ініціативи з підвищення аудіовізуальної грамотності серед контентмейкерів, що дасть можливість посилити

стійкість медіасередовища до естетизованої дезінформації.

Джерела та література

- Алфьорова, З., Алфьоров, А. (2022). Секторальна морфологія сфери аудіовізуального мистецтва та виробництва як креативної індустрії. *Культура України*, № 86. С. 34-39.
- Скуратівський, В., & Андрієнко, В. (2023). Специфіка звукових ефектів в ігровому кіно. Київ: *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво*. Вип. 6(2). С. 204-212.
- Величко, Л. (2020). «Телега» для Слуги. Як Телеграм-канали, що ймовірно ведуться з Росії, впливають на роботу Ради. *Тексти.org.ua*. 13 липня 2020. URL: <https://texty.org.ua/articles/101438/>
- Верховна Рада України (2022). Закон України «Про медіа» № 2849-IX від 13.12.2022. Київ: Верховна Рада України.
- Детектор медіа (2021). По той бік екрана: аналіз медіаспоживання та дезінформації в українському інформаційному середовищі. URL: <https://detector.media/infospace/article/188114/2021-05-18-po-toy-bik-ekrana-analiz-mediaspozhyvannya-ta-dezinformatsii-v-ukrainskomu-informatsiynomu-seredovyschi/>
- Детектор медіа (2023). В українських онлайн-медіа збільшилась кількість замовних матеріалів. *Детектор медіа*. URL: <https://detector.media/infospace/article/217536/2023-10-02-imi-v-ukrainskykh-onlayn-media-zbilshylas-kilkist-zamovnykh-materialiv/>
- Інститут масової інформації (ІМІ) (2024). Дослідження: українці отримують новини переважно із соцмереж і все менше з новинних сайтів. *ІМІ*. URL: <https://imi.org.ua/news/doslidzhennya-ukrayintsi-otrymuyut-novyny-perevazhno-iz-sotsmerezhi-i-vse-menshe-z-novynnykh-sajtiv-i64760>
- Лісневська, А., Фруктова, Я. (2019). Аудіовізуальний контент: до питання ризиків впливу сучасних медіа. *Інтегровані комунікації*, № 8. С. 47-54.
- Мартиненко, О. (2022). Етичні стандарти журналістики в цифрову епоху. *Журнал Архівознавство*, № 2(3). С. 60-68. ДОННУ.
- Чернікова, І. (2023). Медіаосвіта в умовах інформаційної війни: виклики та перспективи. *Universum: Вісник Київського національного університету імені Т. Г. Шевченка. Серія: Журналістика*. Вип. 1(1). С. 45-52. Київ.
- Чернікова, К., & Афанасьєва, О. (2025). Цифрова журналістика та штучний інтелект: етичні виклики та нові можливості. Київ: *UNIVERSUM* № (15). С. 308-310.

- Udenze, S., & Oshionebo, O. Y. (2020). Social Media and the Changing News Ecology: WhatsApp as the Fifth Estate. *CRUTECH Journal of Communication*, № 2(1). С. 115-124. Calabar: Cross River University of Technology.
- Deutsche Welle (2022). Fact check: Ukraine's 'Ghost of Kyiv' fighter pilot. Retrieved from: <https://www.dw.com/en/fact-check-ukraines-ghost-of-kyiv-fighter-pilot/a-60951825>
- AFP Fact Check (2023). False claim: Photo shows aftermath of airstrike in Ukraine URL: <https://factcheck.afp.com/doc.afp.com.32647JL>

References

- Alferova, Z. Alferov, A. (2022). Sektoralna morfolohiia sfery audiovizualnoho mystetstva ta vyrobnytstva yak kreatyvnoi industrii [Sectoral morphology of the sphere of audiovisual art and production as a creative industry]. *Kultura Ukrainy*, Nr. 86. S. 34-39. [in Ukrainian]
- Andriienko, V., & Skuratovskyi, V. (2023). Spetsyfika zvukovykh efektyv v irovomu kino [Specificity of sound effects in feature films]. Kyiv: *Visnyk Kyivs'koho natsional'noho universytetu kul'tury i mystetstv. Serii: Audiovizual'ne mystetstvo i vyrobnytstvo*. Vyp. 6(2). S. 204-212. [in Ukrainian]
- Velychko, L. (2020). «Telega» dlia Sluhy. Yak Telegram-kanaly, shcho ymovirno vedutsia z Rosii, vplyvaiut na robotu Rady [«Telega» for Sluga. How Telegram channels, allegedly run from Russia, influence the work of the Rada]. *Texty.org.ua*. July 13, 2020. Retrieved from: <https://texty.org.ua/articles/101438/> [in Ukrainian]
- Verkhovna Rada Ukrainy. (2022). Zakon Ukrainy «Pro media» [Law of Ukraine «On Media»], Nr. 2849-IX vid 13.12.2022. Kyiv: Verkhovna Rada Ukrainy. [in Ukrainian]
- Detector Media. (2021). Po toi bik ekrana: analiz mediaspozhyvannia ta dezinformatsii v ukrainskomu informatsiynomu seredovyschi [Beyond the Screen: Analysis of Media Consumption and Disinformation in the Ukrainian Information Environment]. Retrieved from: <https://detector.media/infospace/article/188114/2021-05-18-po-toy-bik-ekrana-analiz-mediaspozhyvannya-ta-dezinformatsii-v-ukrainskomu-informatsiynomu-seredovyschi/> [in Ukrainian]
- Institut masovoi informatsii (IMI). (2023). V ukrainskykh onlain-media zbil'shylas' kil'kist' zamovnykh materialiv [The number of commissioned materials has increased in Ukrainian online media]. *Detector Media*. Retrieved from: <https://detector.media/infospace/article/217536/2023-10-02-imi-v-ukrainskykh-onlayn-media-zbilshylas-kilkist-zamovnykh-materialiv/> [in Ukrainian]

- Instytut masovoi informatsii (IMI). (2024). Doslidzhen-
nia: ukraintsi otrymuiut novyny perevazhno iz sots-
merezh i vse menshe z novynnykh sajtiv [Research:
Ukrainians get news mainly from social networks and
less and less from news sites]. Retrieved from: [https://
imi.org.ua/news/doslidzhennya-ukrayintsi-otry-
muyut-novyny-perevazhno-iz-sotsmerezh-i-vse-men-
she-z-novynnykh-sajtiv-i64760](https://imi.org.ua/news/doslidzhennya-ukrayintsi-otry-
muyut-novyny-perevazhno-iz-sotsmerezh-i-vse-men-
she-z-novynnykh-sajtiv-i64760) [in Ukrainian]
- Lisnevskaya, A. L., Fruktova, Ya. S. (2019). Audiovizual'nyy
kontent: do pytannya ryzykiv vplyvu suchasnykh me-
dia [Audiovisual content: on the issue of the risks of
the influence of modern media]. *Intehrovani komu-
nikatsii*, Nr. 8. S. 47-54. [in Ukrainian]
- Martynenko, O. (2022). Etychni standarty zhurnalistyky
v tsyfrovu epokhu [Ethical standards of journalism in
the digital age] / *Zhurnal Arkhivnavstvo*, Nr. 2(3),
60-68. DonNU. [in Ukrainian]
- Chernikova, I. (2023). Mediaosvita v umovakh informat-
siinoi viiny: vyklyky ta perspektyvy [Media education
in the context of information warfare: challenges and
prospects]. *Universum: Visnyk KNU. Seriya: Zhurnal-
istyka*. Vyp. 1(1). S. 45-52. Kyiv. [in Ukrainian]
- Chernikova, K., & Afanasyeva, O. (2025). Tsyfrova zhur-
nalistyka ta shtuchnyi intelekt: etychni vyklyky ta
novi mozhlyvosti [Digital journalism and artificial in-
telligence: ethical challenges and new opportunities].
UNIVERSUM, Nr. (15). S. 308-310.
- Udenze, S., Oshionebo, O. Y. (2020). Social Media and the
Changing News Ecology: WhatsApp as the Fifth Es-
tate. *CRUTECH Journal of Communication*, Nr. 2(1).
S. 115-124. Calabar: Cross River University of Tech-
nology.
- Deutsche Welle. (2022). Fact check: Ukraine's 'Ghost
of Kyiv' fighter pilot. Retrieved from: [https://www.
dw.com/en/fact-check-ukraines-ghost-of-kyiv-fighter-
pilot/a-60951825](https://www.dw.com/en/fact-check-ukraines-ghost-of-kyiv-fighter-
pilot/a-60951825).
- AFP Fact Check. (2023). False claim: Photo shows after-
math of airstrike in Ukraine. Retrieved from: [https://
factcheck.afp.com/doc.afp.com.32647JL](https://factcheck.afp.com/doc.afp.com.32647JL)

Olha Musiienko

Audiovisual content as a tool of influence: ethical challenges of the digital media environment

Abstract. Relevance of the topic. The key ethical problem in the Ukrainian media space is the rapid spread of fake news, hate speech, lack of internal editorial censorship, and manipulative technologies that threaten professional journalism standards. In the digital era, public attention is focused on the sensationalism of materials rather than their objectivity, which significantly affects the credibility of the media. Such challenges are especially relevant for online journalism, which has become the main source of information for most Ukrainians. **The purpose.** The study analyzes ethical challenges in domestic online journalism, taking into account the spread of fake news as a systemic phenomenon that affects the information security of the state and the public perception of media reality. **Research of methodology.** The theoretical basis of the work is the concept of social responsibility of the media, which emphasizes the need to comply with professional standards in journalistic activity. In order to analyze the results, an art historical approach was applied, which allows to evaluate the visual and textual characteristics of journalistic materials in the context of manipulative strategies and the formation of mass consciousness. **The novelty of the study** lies in the integration of an art historical methodology into the analysis of online journalism ethics. This approach enables the identification of visual manipulation techniques and the aesthetic mechanisms through which fake news narratives are constructed. **Conclusion.** The results of the study indicate that a significant number of online journalists do not sufficiently adhere to the key principles of journalistic ethics. One of the effective mechanisms to overcome this problem could be the introduction of a clear editorial policy and fact-checking initiatives to reduce the level of disinformation.

Keywords: social media, audiovisual art, digital culture, new media, digital media, digital ethics.