

ПАЛЄЙ Валерія,
здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
спеціальність С 7 Журналістика,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
Науковий керівник –
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри масової та міжнародної комунікації
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара
Оксана КИРИЛОВА

СТРАТЕГІЯ «РАДИКАЛЬНОЇ ПРОЗОРОСТІ» ВВС У БОРОТЬБИ ЗА АВДИТОРНУ УВАГУ

Пандемія COVID-19 суттєво вплинула на трансформацію медіаспоживання, спрямувавши увагу аудиторії у бік соціальних платформ. У сучасних умовах ключові форми соціальної активності – спілкування, робота, навчання, відпочинок – інтегровані у цифрове середовище, що зумовлює зміну когнітивних механізмів сприйняття інформації. Одним із суттєвих викликів постає поширення феномену «кліпового мислення», що зумовлює трансформацію когнітивних навичок реципієнтів у бік мозаїчного сприйняття інформації. С. Бушуєв визначає «кліпове мислення» як тенденцію до сприйняття інформації у формі коротких, фрагментованих і часто поверхневих сегментів або уривків. Воно є «наслідком обмеженої тривалості концентрації уваги та стрімкого темпу життя у сучасному цифровому світі. Замість того, щоб занурюватися у глибоке, зосереджене мислення та аналіз, ми дедалі частіше обмежуємося побіжним переглядом заголовків, швидким гортанням стрічок соціальних мереж та споживанням інформації малими, подрібненими порціями» [1, с. 317–322]. Відповідно до даних станом на лютий 2026 року, короткі відео мають у 2,5 рази більше залучення, ніж довгі [4]. Отже, проблема розпорошення уваги набуває системного характеру. Здатність до тривалої фокусованої концентрації витісняється режимом постійного сканування, при якому когнітивний ресурс спрямовується на швидку зміну інформаційних подразників, а не на глибинне засвоєння змісту.

Ситуація, що склалася, змусила провідні світові медіа актуалізувати стратегії боротьби за увагу аудиторії. У процесі пошуку інформації користувачі дедалі частіше ігнорують ґрунтовні матеріали професійних журналістів, надаючи перевагу відеороликам у соціальних мережах. Як наслідок, сучасний стан функціонування цифрового середовища

характеризується щохвилинним оновленням стрічок соціальних платформ, де повідомлення нерідко суперечать одне одному, а ліміт часу унеможлиблює критичне сприйняття інформації. За таких обставин інформація з цінного ресурсу перетворюється на чинник ризику, функціонуючи в середовищі інтенсивного поширення дезінформації та маніпулятивних наративів. Саме в межах цієї парадигми глобальні професійні медіа, зокрема BBC, розпочали докорінну адаптацію власних підходів до подачі контенту, намагаючись утримати увагу аудиторії в умовах агресивної конкуренції з неструктурованими інформаційними потоками.

Актуальність теми дослідження зумовлена необхідністю критичного осмислення новітніх стратегій виживання якісної журналістики в умовах системної кризи уваги та домінування фрагментованого споживання контенту. Вивчення досвіду BBC у впровадженні «радикальної прозорості» дозволяє визначити ефективні інструменти протидії дезінформації та збереження довіри аудиторії, що є критично важливим для стабілізації у тому числі й сучасного українського медіапростору.

Мета дослідження полягає у комплексному аналізі стратегії «радикальної прозорості» BBC як інструменту адаптації медіа до умов кліпового мислення та розпорошеної уваги аудиторії.

Об'єкт дослідження – процес трансформації стратегій медіакомунікації провідних світових медіа (на прикладі BBC) в умовах зміни когнітивних механізмів сприйняття інформації та домінування цифрових платформ.

Необхідність адаптації медіакомунікацій зумовлена тим, що люди дедалі частіше сприймають інформацію уривками та реагують на неї емоційно, а не раціонально. Через це запит на самостійну перевірку фактів зникає, адже швидкість отримання контенту стає важливішою за його якість [3, с. 321–330]. Алгоритми соціальних мереж лише загострюють цю проблему, просуваючи не правдиві, а найбільш емоційні дописи. Це замикає користувачів в «інформаційних бульбашках», де вони бачать лише те, що підкріплює їхні упередження [2, с. 151–158]. У таких умовах для BBC та інших глобальних медіа просто повідомити новину вже недостатньо. Тепер їхнім головним завданням стає постійне підтвердження професіоналізму. Показ того, як саме збиралися, перевірялися, інтерпретувалися факти, перестав бути технічною роботою «для внутрішнього користування» – тепер це головний спосіб утримати увагу та повернути довіру людей.

В епоху «постправди» BBC змінює медійну стратегію, перетворюючись з комунікаційного каналу на креативну лабораторію. Замість того, щоб просто видавати готові новини, журналісти тепер

показують увесь процес їхньої перевірки. Вони використовують супутникові знімки, карти та детальну інфографіку, щоб розібрати кожну подію на деталі й показати, як створювався матеріал. Завдяки цьому аудиторія перестає бути просто пасивним спостерігачем. Користувачі ніби стають співаторами, отримуючи можливість особисто переконатися в правдивості фактів і зрозуміти, як працює сучасна перевірка інформації.

Проект *BBC Reality Check* виник як спосіб подолати закритість традиційних новин. Цей інструмент змінює формат взаємодії медіа з аудиторією. Замість одностороннього проголошення фактів журналісти використовують метод відкритого доказування. У межах «радикальної прозорості» BBC демонструє не лише використані джерела, а й межі власного розслідування, прямо вказуючи на непідтверджені дані. Пояснення технік геолокації (наприклад, за положенням сонця чи особливостями ландшафту) має просвітницьку мету. Воно знайомить користувачів із методами розвідки на основі відкритих даних (OSINT). Такий підхід не тільки підтверджує правдивість новини, а й допомагає аудиторії розвивати критичне мислення та стійкість до маніпуляцій.

Щоб підлаштуватися під «кліпове мислення», BBC створила платформу *BBC Verify* (<https://www.bbc.com/news/bbcverify>), яка використовує короткі пояснювальні відео. Такі ролики стають для глядача зручним входом у складні теми. Оскільки сучасна аудиторія звикла споживати інформацію частинами, редакція публікує в соцмережах формат «мікродоказів» – поєднання швидкої картинки з глибоким змістом. У такий спосіб BBC дозволяє знайти компроміс. Глядач витрачає мінімум часу, але отримує серйозний аналіз. Традиційні репортажі трансформуються у динамічні блоки, де процес пошуку правди виглядає так само цікаво, як і сама новина. У такий спосіб, складна розслідувальна робота стає зрозумілою та доступною для кожного.

Таким чином актуальна стратегія «радикальної прозорості» BBC полягає не у спрощенні змісту, а у зміні способу його подачі. У цій моделі перевірка фактів перестає бути лише технічним інструментом — вона стає основою самої історії, яка утримує увагу глядача через інтелектуальне залучення. Журналістика перетворюється на відкриту систему доказів, де складні розслідування подаються як розгалужені мультимедійні проекти. Ефективність цієї моделі дає підстави припустити, що успіх медіа в майбутньому залежить від уміння перетворити складні процеси верифікації на зрозумілі та цікаві візуальні формати, не втрачаючи при цьому глибини аналізу.

Стратегія «радикальної прозорості» BBC фактично змінює роль глядача: із пасивного споживача інформації він перетворюється на активного учасника процесу перевірки. Боротьба з дезінформацією тепер відбувається не через просте споживання новин, а через спільну роботу медіа та аудиторії. Успіх цієї моделі базується на тому, що емоційні маніпуляції нейтралізуються інтелектуальною відкритістю журналістів. Радикальна прозорість BBC не просто прикрашає новини, а створює новий стандарт довіри. У такому підході система доказів стає головним захистом правди від знецінення в цифровому світі.

Список використаної літератури

1. Bushuyev S., Murzabekova S., Khusainova M., Chernysh O. Clip thinking in the digital age: Complementary or contradictory. *Procedia Computer Science*. 2024. 231, 317–322. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877050923022226?via%3Dihub> (date of access: 14.04.2026).
2. Kyrylova O. V., Khotiun L. V. The impact of YouTube algorithms on information isolation: An analysis of the recommendation mechanism. 2025. 2(1). P. 151–158. URL: https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2025/1_2025/part_2/27.pdf (date of access: 14.04.2026).
3. Miri A., Karimi-Shahanjarin A., Afshari M., Tapak L., Bashirian S. The impact of emotional vs rational message framing on social media users' detection and sharing of misinformation: an experimental study. 2024. P. 321–330. URL: <https://www.emerald.com/jices/article-abstract/22/3/321/1233131/The-impact-of-emotional-vs-rational-message?redirectedFrom=fulltext> (date of access: 14.04.2026).
4. Nash B. Short form video statistics 2025: 97+ stats & insights [Expert analysis]. 2025. URL: <https://marketingltb.com/blog/statistics/short-form-video-statistics/> (date of access: 14.04.2026).