

Міністерство освіти і науки України
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка

Факультет філології і журналістики
Кафедра журналістики

Кваліфікаційна робота

«THREADS В УКРАЇНІ: ЯК НОВА СОЦМЕРЕЖА ФОРМУЄ
КОМУНІКАЦІЮ ТА ГРОМАДСЬКУ ДУМКУ»

Спеціальність 061 Журналістика
Освітня програма «Журналістика»

здобувачки вищої освіти
першого (бакалаврського) рівня
ПОЧИГАЙЛО Каріни Романівни

НАУКОВИЙ КЕРІВНИК:
асистент кафедри журналістики
НАГОРНА Юлія Олександрівна

Тернопіль – 2026

АНОТАЦІЯ

Почигаїло К.Р. Threads в Україні: як нова соцмережа формує комунікацію та громадську думку: лонгрід.

Кваліфікаційна робота здобувачки першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності 061 Журналістика. Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, 2026.

Кваліфікаційну роботу реалізовано у форматі мультимедійного лонгріду на тему «Threads в Україні: як нова соцмережа формує комунікацію та громадську думку». У проєкті комплексно досліджується вплив соціальних мереж на суспільні настрої, трансформацію онлайн-комунікації та специфіку взаємодії користувачів у нових цифрових реаліях.

Матеріал втілено у сучасному форматі мультимедійного лонгріду, що органічно поєднує текстовий контент, візуальні (фото, інфографіку) та аудіовізуальні елементи. Структура роботи включає вступ, наративний вхід через особисту історію (сторітелінг), аналіз резонансних публічних скандалів та порівняльний аналіз із іншими популярними платформами. Особливу увагу приділено дослідженню реальних наслідків необдуманих публічних висловлювань (cancel culture, булінг, репутаційні втрати).

Практична цінність роботи полягає у створенні актуального мультимедійного журналістського продукту, який слугує вдалим прикладом реалізації лонгріду на суспільно важливу тематику, а також може використовуватися як джерело для подальших досліджень впливу нових соціальних мереж на український медіапростір.

Ключові слова: лонгрід, мультимедійний продукт, Threads (Тредс), соціальні мережі, громадська думка, візуалізація, комунікація.

ВСТУП	4
1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ	8
2. СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	15
3. СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	20
4. ТЕХНІЧНІ І ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ	21
5. ОПИС ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ	23
5.1. Технічні характеристики	23
5.2. Структура продукту	24
5.3. Опис авторської документації	26
5.4. Авторська документація	26
6. РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ПРОДУКТУ	38
6.1. Умови впровадження	38
6.2. Специфікація аудиторії	39
6.3. Ефективність продукту	40
ДОДАТКИ	42

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасному цифровому суспільстві соціальні мережі стали невід’ємною частиною повсякденного життя, виконуючи роль основних каналів комунікації, джерел інформації та платформ формування громадської думки тому поява нових платформ, таких як Threads — відкриває новий етап у розвитку медіасередовища. В Україні, де інформаційний простір особливо чутливий через повномасштабну війну з Росією, гібридні загрози та необхідність швидкого реагування на події, роль соціальних мереж набуває стратегічного значення. Актуальність дослідження зумовлене глобальною цифровою трансформацією. Традиційні медіа поступово втрачають монополію на формування громадської думки, поступаючись місцем алгоритмічним платформам, де контент поширюється вірусно, а дискусії відбуваються в режимі реального часу. Незважаючи на стрімке поширення Threads, комплексних досліджень її впливу саме на комунікаційні практики та формування громадської думки в Україні практично немає.

Актуальність теми кваліфікаційної роботи. зумовлена необхідністю дослідження новітніх комунікаційних тенденцій в українському медіапросторі та фіксації того, як нові цифрові платформи трансформують суспільний дискурс під час війни. Особливий інтерес становить вивчення поведінкових патернів користувачів у текстоцентричних мережах, де свобода висловлювань часто межує з відсутністю відповідальності за власні слова. Такі матеріали сприяють розумінню механізмів формування громадської думки, медіаграмотності суспільства та популяризації цінностей екологічної й відповідальної онлайн-комунікації.

Кваліфікаційна робота виконана у форматі мультимедійного лонгріду під назвою «Threads в Україні: як нова соцмережа формує комунікацію та громадську думку». Основу продукту складає комплексний аналіз функціонування нової платформи в українському контексті через призму особистого досвіду користувачів та резонансних подій. Через авторський сторітелінг (власну історію), розбір реальних публічних скандалів, порівняльні

паралелі з іншими соцмережами та залучення візуальних і аудіовізуальних матеріалів розкривається тема впливу цифрових висловлювань на реальне життя, культури скасування (cancel culture) та особистої відповідальності кожного за свій контент у мережі.

Практична значущість роботи полягає у створенні сучасного мультимедійного журналістського продукту, який поєднує різні способи подачі інформації та демонструє можливості лонгріду як одного з найефективніших форматів сучасної цифрової журналістики для розкриття складних соціальних тем. Матеріали кваліфікаційної роботи можуть бути використані як приклад створення мультимедійних історій на суспільно важливу та медійну тематику, а також як джерело інформації для подальших досліджень у галузі журналістики, медіакомунікацій, цифрової культури та вивчення впливу новітніх соціальних мереж на український медіапростір.

Мета кваліфікаційної роботи – створити журналістський продукт у форматі лонгріду, який комплексно висвітлює особливості функціонування платформи Threads в Україні, аналізує її вплив на формування комунікаційних практик і громадської думки, а також демонструє проблему особистої відповідальності користувачів за власні слова в цифровому просторі.

Для досягнення поставленої мети було визначено такі **завдання**:

- з'ясувати феномен лонгріду у журналістскознавчому дискурсі та його ефективність для розкриття соціальних тем;
- опрацювати джерельну базу для вивчення специфіки соціальної мережі Threads та зібрати матеріали публічних дискусій;
- розробити концепцію лонгріду, спроектувати його формальну та візуальну структуру;
- створити всі складові лонгріду відповідно до концепції (наративні блоки, аналітичні кейси);
- здійснити структурування та оформлення матеріалу у форматі мультимедійного лонгріду.

Під час підготовки та виготовлення інформаційного продукту було використано такі **методи**:

- **вивчення наукової літератури** (для окреслення теоретичних засад дослідження соцмереж, медіакомунікацій та розроблення методології реалізації ідеї кваліфікаційної роботи);
- **аналіз джерел інформації** (для збору, перевірки та систематизації дописів, коментарів і хронології подій у мережі Threads);
- **кейсовий метод** (для детального дослідження конкретних резонансних публічних скандалів та аналізу поведінки їхніх учасників);
- **авторський сторітелінг / включене спостереження** (для занурення читача у проблему через власну історію взаємодії з платформою);
- **порівняльний (компаративний)** (для проведення паралелей між Threads та іншими соціальними мережами з метою виявлення відмінностей у комунікаційних моделях);
- **візуалізації** (для наочного представлення фактів, скриншотів, динаміки розгортання конфліктів за допомогою графічних елементів та посилення сприйняття змісту лонгріду аудиторією);
- **систематизації та узагальнення результатів** (для створення цілісної роботи та формулювання висновків про культуру онлайн-спілкування).

Структуру кваліфікаційної роботи у форматі лонгріду охоплює емоційний вступ, авторський підхід до читача через власну історію досвіду в соцмережі, детальний аналіз прикладів публічних скандалів, порівняльні паралелі з іншими комунікаційними платформами, аудіовізуальні елементи та інфографіку, що забезпечують цілісне розкриття теми та наочно демонструють наслідки публічних висловлювань.

Апробація результатів кваліфікаційної роботи репрезентована:

– *доповіддю* на IV Всеукраїнській науково-практичній конференції молодих вчених «Сучасний масмедійний простір: реалії та перспективи розвитку» (ТНПУ, 23 квітня 2026 року) (Додаток А);

– публікацією тез доповіді: Почигайло К.Р. Меми під час війни: межа між психологічною розрядкою та ненависті в медіапросторі. *Сучасний масмедійний простір: реалії та перспективи розвитку*. Збірник тез за матеріалами IV Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених (м. Тернопіль, 23 квітня 2026 року) / упоряд.: Н. Поплавська, О. Мединська, О. Кушнір, О. Пелешок, Ю. Нагорна. Тернопіль: Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, 2026. С. 71–73 (Додаток Б);

1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ

Теоретичну основу мультимедійного лонгріду склали кілька суміжних наукових напрямів: від цифрової журналістики й теорії масових комунікацій до медіапсихології та соціології інтернету [1; 2; 12; 19].

Threads — це не просто черговий застосунок, а повноцінне комунікаційне середовище, яке зараз активно інтегрується в український інфопростір. Саме тому обрано праці, у яких соціальні мережі позиціонуються як дієві інструменти впливу [18; 31; 32].

Головними орієнтирами в роботі стали класична теорія встановлення порядку денного Маккомбса та концепція спіралі мовчання Ноель-Нойман [36; 37]. Вони допомогли глибше зрозуміти й наочно простежити, як саме трансформуються суспільні настрої під впливом алгоритмів. Важливо було дослідити цей процес зсередини: зафіксувати, як швидко змінюються реакції користувачів, чому одні теми миттєво стають вірусними, а інші — свідомо ігноруються, і як гібридне медіасередовище Threads диктує нові правила сприйняття інформації в Україні.

Дослідження фокусується на аналізі лонгвідів, оскільки цей формат є однією з найбільш комплексних форм сучасної онлайн-журналістики. На відміну від коротких новинних заміток, він дозволяє не просто констатувати події, а заглибитися в аналітику, простежити причинно-наслідкові зв'язки й показати багатовимірність суспільних процесів [15; 16; 26]. Як зазначає У. Лешко, лонгвід синтезує ознаки різних жанрів і дає змогу реалізовувати складні наративні стратегії, недоступні в межах лінійних коротких повідомлень. Для теми, що лежить на перетині технологічних інновацій, соціальної інженерії та масової психології, такий підхід видається оптимальним. Адже йдеться не просто про нову платформу, а про

середовище, алгоритми якого здатні переналаштовувати канали поширення інформації, змінювати формат публічних дискусій і впливати на колективне сприйняття реальності [29; 34]. Саме тому вдалося чітко простежити цей механізм на практиці: реакція користувачів на гучні публічні скандали ніколи не буває однорідною. Вона постійно коливається від цілковитого схвалення до радикального хейту чи байдужості. Саме ця полярність відгуків та динаміка обговорень і формують у підсумку колективне сприйняття реальності, яке я детально розібрала у своєму дослідженні.

У сучасному науковому дискурсі існують різні погляди на природу лонгріду: частина дослідників трактує його як самостійний жанр, інші — як форму або спосіб подачі матеріалу [8, с. 25–26]. Якщо узагальнити ці підходи, то мультимедійний лонгрід постає як складно організований онлайн-продукт, що поєднує великий текстовий масив із численними ілюстраціями, відео-, аудіоматеріалами, інфографікою, інтерактивними елементами й розрахований на тривале осмислене читання [7, с. 29–31; 35]. Він відкриває можливості для реалізації різних журналістських жанрів — від портретного нарису й інтерв'ю до аналітичної статті чи реконструкції подій. Проте не будь-який текст можна просто трансформувати у формат лонгріду [8, с. 27–28; 10, с. 12–13]. Його створення вимагає не лише ґрунтовного опрацювання теми, а й продуманої мультимедійної архітекτονіки, де кожен елемент працює на загальний наратив [9, с. 22–23]. Це чітко доводять і авторські відеоматеріали, інтегровані в проєкт. Вони є не просто ілюстраціями, а невід'ємною частиною лонгріду. Адже лише через поєднання тексту з такими доповненими візуальними елементами аудиторія отримує змогу побачити суцільну картинку подій, що зрештою і формує їхнє загальне сприйняття досліджуваної проблеми.

Теоретичну основу проєкту становлять класичні та сучасні концепції масової комунікації, де медіа розглядаються як активний чинник конструювання соціальної реальності, а не пасивний транслятор [1; 13]. У цифровому середовищі соціальні мережі дедалі виразніше перебирають на себе

функції традиційних ЗМІ — вони задають порядок денний, пропонують рамки інтерпретації подій, впливають на когнітивні установки аудиторії [5; 8]. Як наголошують дослідники Л. Голенок та М. Г. Житарюк, платформи на кшталт Threads стають повноцінним інформаційним полем, здатним впливати не лише на громадську думку, а й на політичні рішення та соціальні рухи [6; 11]. Проте цей вплив далеко не завжди є позитивним або конструктивним. Проведене дослідження наочно демонструє зворотний, деструктивний бік цього процесу: алгоритми та специфіка комунікації в Threads часто провокують спалахи масового булінгу й агресії. У таких ситуаціях користувачі втрачають індивідуальність і починають діяти як єдина некерована маса, де хейт стає головним інструментом тиску та формування викривленої соціальної реальності.

Важливим концептуальним вектором роботи є поняття цифрової публічної сфери, яке розвиває ідеї Габермаса стосовно новітніх умов комунікації. Threads створює унікальне середовище для стрімкого поширення оцінних суджень, емоційних реакцій та аргументованих позицій, здатних переростати в масштабні суспільні дискусії [7; 24]. Алгоритмічна система рекомендацій платформи надає значне охоплення навіть авторам із невеликою кількістю підписників — це, безперечно, розширює можливості для залучення громадян до публічного діалогу. Водночас така модель породжує ризики маніпуляцій, поляризації та формування інформаційних бульбашок [3; 28]. Саме в цій алгоритмічній специфіці й криється головний секрет Threads, який яскраво виявляється при порівнянні з текстовим аналогом — мережею X (колишній Twitter). У той час як у X користувачі можуть мати значну кількість підписників, але низькі показники залученості, Threads демонструє аномально високу активність аудиторії. Специфіка платформи побудована так, що алгоритми штучно підігрівають інтерес до гострих дискусій. Як результат, висока залученість тут часто живиться саме негативом: токсичні коментарі, взаємні звинувачення та агресивні випадки поширюються значно швидше за

конструктивний діалог, перетворюючи Threads на унікальний майданчик для дослідження цифрового хейту.

Окремий теоретичний пласт становить сторітелінг як провідний метод сучасної журналістської оповіді [22; 27]. Застосування власного професійного досвіду (зокрема роботи на радіо), а також аналіз конкретних українських кейсів із Threads дозволили трансформувати складні комунікаційні процеси в доступні, емоційні історії. Поєднання наративних технік із мультимедійним супроводом сприяє не просто інформуванню, а формуванню емпатійного зв'язку між автором і читачем — це критично важливо для утримання уваги в умовах інформаційного перевантаження [9; 23; 27]. Саме в цьому й полягає ключовий прийом якісного лонгріду, який мені вдалося реалізувати на практиці. Інтеграція в матеріал особистої історії дозволила максимально зблизитися з аудиторією та зруйнувати бар'єр між автором і споживачем контенту. У такому форматі людина продовжує читати текст не лише через сухий інтерес до теми, а й тому, що відчуває емоційну прив'язку до мене як до оповідача, стаючи безпосереднім співучасником викладеної історії.

Крім того, досліджено феномен цифрового хейту та особливості сучасної інтернет-комунікації. Соціальні мережі створюють умови для миттєвого вірусного поширення емоційно зарядженого контенту, що часто спричиняє масові хвилі критики або, навпаки, підтримки [20; 26]. Сучасні медіадослідження засвідчують: алгоритми платформ стимулюють поширення контроверсійних тем, підсилюють емоційні реакції користувачів і створюють умови для ехо-камер. Усе це потребує окремого осмислення в контексті медіаграмотності та етичних засад журналістської діяльності [10; 17; 33].

Якщо брати до уваги феномен цифрового хейту та особливості сучасної інтернет-комунікації. Охоплення та взаємодії найшвидше збирає саме негативний контент, гучні скандали та публічні звинувачення. Зрештою, цей фокус на токсичності спотворює інформаційне поле й формує глобальне сприйняття платформи як відверто ворожого та агресивного середовища.

Методологічний інструментарій проєкту охоплював комплекс підходів: аналіз наукової літератури та медіаджерел, включене спостереження за функціонуванням Threads, контент-аналіз користувацьких дописів, а також кейс-стаді резонансних ситуацій, які набули широкого суспільного розголосу в українському сегменті [4; 17; 25].

Аналіз прикладів вірусних дискусій, механізмів формування інформаційних бульбашок та феноменів онлайн-мобілізації дозволив емпірично верифікувати теоретичні положення. Особливе місце в методології посів саме контент-аналіз, результати якого виявилися вельми показовими. Емпіричні спостереження за стрічкою Threads продемонстрували, що в середньому щонайменше 6 із 10 публікацій містять явні ознаки токсичності або несуть у собі деструктивний емоційний вплив. Така статистика на практиці доводить усе вищесказане: алгоритми платформи справді працюють на максимізацію охоплень через підігрівання негативу.

Структура лонгріду вибудована так, щоб забезпечити гармонійне чергування текстових блоків, фотографій, авторських відеоматеріалів, скриншотів дописів та інфографічних елементів [3; 24; 30]. Така полімодальна організація контенту відповідає принципам сучасної мультимедійної журналістики й забезпечує комплексне, багатопланове висвітлення теми. У дослідженні акцентовано увагу саме на візуальному сторітелінгу, що дозволяє посилити емоційний вплив матеріалу, зробити його доступнішим для різних категорій аудиторії та стимулювати активну взаємодію читача з контентом [10; 25; 30].

Важливим елементом структури стали авторські відеоматеріали. Вони не дублюють текст, а виконують самостійну наративну функцію: створюють інтригу, розставляють додаткові смислові акценти, стимулюють читача рухатися далі. Частина теоретичних положень свідомо винесено у відеоформат, щоб урізноманітнити сприйняття інформації й знизити когнітивне навантаження [3; 25; 30].

Для максимального утримання уваги аудиторії в цих роликах застосовано комплекс візуальних та звукових тригерів. Динамічна фонова музика та інтерактивні стікери допомогли розбити монотонність оповіді, а такий виразний елемент мого образу, як яскрава помада, став додатковим візуальним якорем. Це змушує глядача мимоволі концентруватися на кадрі, роздивлятися деталі й тримати постійний фокус на авторові та змісті відео.

Емпіричну базу дослідження суттєво збагачує залучення прикладів з українського медіапростору, а саме резонансних кейсів на платформі Threads. Коли читач бачить знайомі події та імена, йому простіше спроектувати цей досвід на себе й зрозуміти, як саме соцмережі маніпулюють нашою думкою [5; 6; 8; 33].

Найбільш вдалим кейсом у дослідженні став розбір дискусій довкола телешоу «Холостяк». Це проєкт із величезною аудиторією: наприклад, один із сезонів на ТБ та діджитал-платформах зібрав рекордні 81 мільйон переглядів. Але найцікавіше відбувалося у Threads, куди глядачі масово йшли обговорювати кожен випуск. На прикладі цього шоу мені вдалося чітко показати, як звичайний телевізійний контент стає тригером для затяжних текстових баталій, запускає потужні хвилі хейту та буквально за лічені години повністю змінює ставлення людей до учасників проєкту.

Отже, створений мультимедійний лонгрід є синтезом теоретичних засад масової комунікації, цифрової журналістики та сучасних наративних стратегій. Поєднання мультимедійних інструментів, аналізу реальних комунікаційних процесів і власного практичного досвіду дало змогу реалізувати журналістський продукт, спрямований на системне дослідження впливу Threads на комунікаційні практики та громадську думку в українському медіапросторі [31; 32; 34].

Завдяки поєднанню авторської історії, мультимедійних інструментів, відеовставок, актуальних суспільних кейсів та аналітики він спонукає аудиторію критично оцінювати власну поведінку в цифровому середовищі та переосмислювати вплив сучасних платформ на формування громадської думки [17; 19; 34].

2. СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Березенко В. В. Теорія масової комунікації : навчальний посібник. Запоріжжя : ЗНУ, 2014. 290 с.
2. Бондаренко В. Теорія масової комунікації в умовах гібридних загроз. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2022. 312 с.
3. Вербовий Р. Інструментарій створення мультимедійного контенту. Кросмедіа: контент, технології, перспективи. Київ : Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2017. 234 с.
4. Волошок І. Використання мультимедійних засобів у лонгріді як важлива складова сучасної журналістики. Актуальні питання масової комунікації. 2022. Вип. 21. С. 45–52.
5. Гідей А. К. Роль соціальних мереж у формуванні громадської думки. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Журналістика. 2024. Вип. 2. С. 18–25.
6. Голенок Л. Вплив соціальних мереж на формування громадської думки про війну в Україні в англomовному сегменті інтернету. Молодий вчений. 2024. № 2. С. 56–62.
7. Городенко Л. Мультимедійність як технологія жанрової дифузії в сучасних інтернет-ЗМІ. Наукові записки Інституту журналістики. 2023. Вип. 2 (79). С. 112–120.

8. Данько-Сліпцова А. А. Вплив соціальних мереж на формування громадської думки в кризових ситуаціях. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Філологія. 2023. Вип. 2 (50). С. 134–141.
9. Денисюк Т. Наративна журналістика: теоретичні засади та практичні стратегії. Наукові записки Інституту журналістики. 2023. Вип. 78. С. 45–58.
10. Євтушенко О. Візуальний сторітелінг у мультимедійних проєктах. Медіапростір. 2024. № 12. С. 112–126.
11. Житарюк М. Г. Масова інформація. Масові комунікації. Соціальні комунікації : навчальний посібник. Вінниця : ВСПУ, 2025. 312 с.
12. Іванов В. Ф. Основні теорії масової комунікації і журналістики : навчальний посібник. Київ : Центр вільної преси, 2010. 258 с.
13. Косюк О. М. Теорія масової комунікації : навчальний посібник. Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2012. 384 с.
14. Лешко У. Лонгрід як форма сучасної мультимедійної журналістики. Вісник Львівського університету. Серія журналістика. 2020. Вип. 48. С. 180–188.

15. Лешко У. Типи лонгвідів у сучасних онлайн-медіа: позитивні та негативні аспекти. Вісник Львівського університету. Серія журналістика. 2025. Вип. 56. С. 173–183.
16. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / пер. з англ. Львів : Літопис, 2010. 537 с.
17. Назаренко В. Психологія сприйняття цифрового контенту аудиторією. Науковий вісник. 2024. Вип. 15. С. 210–225.
18. Оленюк О. Інтерактивність у сучасних цифрових медіа: технології та тренди. Запоріжжя : ЗНТУ, 2023. 176 с.
19. Партико З. В. Теорія масової інформації та комунікації : підручник. 2-ге вид., перероб. і доп. Київ, 2024. 454 с.
20. Петренко Р. Сторітелінг як основа журналістської майстерності. Журналістика ХХІ століття. 2023. № 8. С. 45–62.
21. Потятиник Б. В. Медіа: ключі до розуміння. Львів : ПАІС, 2004. 312 с.
22. Різун В. В. Теорія масової комунікації : підручник. Київ : ВПЦ «Просвіта», 2008. 260 с.

23. Троян А. Мультимедійна журналістика: теорія та практика. Київ : АртЕк, 2023. 240 с.
24. Харитоненко О. І. Мультимедійні лонгріди в сучасних ЗМІ. Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 10. 2019. Вип. 20. С. 78–85.
25. Харитоненко О. І. Сучасні українські лонгріди як територія творчого пошуку журналістів. Журналістика. 2019. Вип. 17/18 (42/43). С. 92–99.
26. Харитоненко О. І. Сторітелінг як жанр, наратив і засіб архітекτονіки в сучасних медіа. Молодь і ринок. 2018. № 5. С. 120–125.
27. Чабаненко М. В. Мультимедійність в інтернет-журналістиці : навчально-методичний посібник. Запоріжжя : Просвіта, 2018. 80 с.
28. Шашенко С. Комунікаційні аспекти сучасних мультимедійних лонгвідів. Український інформаційний простір. 2019. № 1 (5). С. 112–120.
29. Шевченко В. Мультимедійний контент : навчальний посібник. Київ, 2017. 239 с.
30. Шевченко В. Мультимедійні історії : інтерактивний навчальний посібник. Київ, 2020. 74 с.

31. Шевченко В. Трансформація професії журналіста в цифровому середовищі. Вісник Львівського університету. Серія журналістика. 2021. Вип. 50. С. 88–96.
32. Щапова А. В. Вплив соціальних мереж на формування громадської думки : кваліфікаційна робота. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2024.
33. Юферева О. В. Мультимедійна журналістика : навчальний посібник. Київ : Академія української преси, 2021. 210 с.
34. Noelle-Neumann E. The Spiral of Silence: Public Opinion – Our Social Skin. Chicago : University of Chicago Press, 1993. 256 p.
35. McCombs M. Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion. Cambridge : Polity Press, 2014. 240 p.

3. СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Академія української преси. Мультимедійна журналістика. URL: <https://www.aup.com.ua>
2. Детектор медіа. Матеріали про цифрові медіа та соціальні мережі. URL: <https://detector.media>
3. Інститут масової інформації. Матеріали про вплив соціальних мереж на суспільство. URL: <https://imi.org.ua>
4. Комісія з журналістської етики. Кодекс етики українського журналіста. URL: <https://cje.org.ua>
5. Львівський медіафорум. Матеріали про цифрову журналістику та нові медіа. URL: <https://lvivmediaforum.com>
6. Медіакритика. Аналітичні матеріали про соціальні мережі та громадську думку. URL: <https://mediakrytyka.info>
7. Національна спілка журналістів України. Професійні стандарти журналістики. URL: <https://nsju.org>
8. Meta Newsroom. Threads by Instagram. URL: <https://about.fb.com/news>
9. Meta Transparency Center. Інформація про алгоритми та принципи роботи платформ Meta. URL: <https://transparency.fb.com>
10. Similarweb. Дані про аудиторію Threads та X. URL: <https://www.similarweb.com>
11. DataReportal. Digital Global Overview Reports. URL: <https://datareportal.com>
12. BBC Academy. Journalism Skills and Training. URL: <https://www.bbc.co.uk/academy>

4. ТЕХНІЧНІ І ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ

Під час створення кваліфікаційної роботи — мультимедійного лонгріду «Threads в Україні: як нова соцмережа формує комунікацію та громадську думку» — використовувався комплекс сучасних технічних і програмних засобів. Вони забезпечили якісний збір і аналіз даних, створення візуального контенту та інтеграцію всіх елементів у єдиний інтерактивний вебпродукт.

- Основною платформою для створення та публікації лонгріду став сервіс Shorthand. Цей інструмент дозволив органічно поєднати аналітичні тексти, інтерв'ю, скріншоти з Threads, інфографіку, відеофрагменти та інтерактивні елементи в єдиному сучасному вебформаті з зручною навігацією.
- Для проведення відеозйомки використовувалася камера **Panasonic Lumix GH5**, яка забезпечує високу якість зображення, деталізацію кадру та можливість професійного налаштування параметрів зйомки.
- Для зручності роботи з текстом під час запису використовувався **суфлер**, що дозволяв безперервно озвучувати підготовлений матеріал та підтримувати зоровий контакт із камерою.
- Освітлення знімального майданчика забезпечувала **LED-панель розміром 20×27 см**, яка використовувалася як основне джерело світла для рівномірного освітлення обличчя та створення якісного відеозображення.
- Для формування глибини кадру та візуального відокремлення об'єкта від фону застосовувалося **контрове освітлення з лампою розжарювання**, що сприяло покращенню загальної композиції та художньої виразності відео.
- Запис звуку здійснювався за допомогою бездротового мікрофона **RØDE Wireless GO II**, який забезпечував чисте та якісне звучання голосу без сторонніх шумів.
- Для обробки відзнятого матеріалу, монтажу відео, роботи з текстами та зберігання проєктних файлів використовувався ноутбук **MacBook Air M3**.

Також були використані такі програмні засоби:

- Монтаж відеоматеріалу, синхронізація звуку, кольорокорекція, додавання титрів і графічних елементів виконувалися в програмі Adobe Premiere Pro.
- Текстові матеріали, аналітичні розділи, та пояснювальну записку готували в Microsoft Word. Для оперативного редагування та спільної роботи застосовувався Google Docs.
- Зберігання фотографій, скріншотів з Threads, відеофайлів, таблиць даних та резервне копіювання здійснювалося через **Google Drive**.
- Canva активно використовувалася для створення інфографіки: візуалізації статистики зростання аудиторії Threads в Україні, мапи поширення контенту, схем впливу на громадську думку та інших графічних елементів лонгріду.

Мультимедійні матеріали продукту:

Авторський відеоролик, у якому пояснено теоретичну базу дослідження — основні поняття цифрової комунікації, роботу алгоритмів і вплив соцмереж на громадську думку.

Карикатура з фотографій. Вона вдало висміює деякі типові ситуації та суперечності, що виникають під час користування Threads в Україні, і дозволяє подивитися на тему з гумором.

Особиста історія. Реальний досвід користування платформою, спостереження за змінами в комунікації та впливом Threads на повсякденне інформаційне середовище.

Інфографіка. Стислий текст поєднано з ключовими цифрами. Вона наочно показує динаміку зростання аудиторії, порівняння з іншими соцмережами та основні тренди. Інфографіка зроблена максимально зрозумілою та читабельною, щоб її легко сприймати навіть із мобільного телефону.

Завдяки поєднанню всіх цих елементів та використанню відповідних технічних і програмних засобів вдалося створити повноцінний мультимедійний журналістський продукт, який відповідає сучасним стандартам цифрової журналістики.

5. ОПИС ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ

5.1. Технічні характеристики

Кваліфікаційну роботу «Threads в Україні: як нова соцмережа формує комунікацію та громадську думку» виконано у форматі мультимедійного лонгріду. Продукт створено на платформі **Medium**, що забезпечує зручний доступ до нього для широкої аудиторії через мережу Інтернет.

Доступ за посиланням: <https://medium.com/@pochkarina777/threads-%D0%B2-%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%96-%D1%8F%D0%BA-%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0-%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%BC%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B6%D0%B0-%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D1%83%D1%94-%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8E-%D1%82%D0%B0-%D0%B3%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%B4%D1%81%D1%8C%D0%BA%D1%83-%D0%B4%D1%83%D0%BC%D0%BA%D1%83-2110a7e530e7>

Робота поєднує текстову складову, авторське відео, інфографіку, фотографії та карикатури. Такий підхід дозволяє поглянути на тему з різних боків — від теоретичного аналізу до реальних прикладів і іронічного осмислення.

Продукт має адаптивний дизайн і коректно відображається на персональних комп'ютерах, планшетах та мобільних пристроях. У структурі лонгріду використані текстові блоки, фотографії, відеоматеріали, інфографіка та інтерактивні елементи. Вони забезпечують комфортне сприйняття інформації та сприяють глибшому зануренню читача в тему.

5.2. Структура продукту

Мультимедійний лонгрід складається з кількох взаємопов'язаних тематичних блоків:

Обкладинка продукту. Це перший візуальний елемент, який зустрічає читача. Обкладинка представлена малюнком з карикатурою, виконаним у спеціально підібраних кольорах. Кольорова гама оформлена так, щоб разом з відео створювати єдину суцільну картинку, яка задає настрій усього лонгріда. На зображенні розміщені певні постаті, які прославилися значними скандалами у Threads (Додаток Г). Карикатура динамічна, виразна та одразу привертає увагу, передаючи атмосферу скандальності та емоційного напруження платформи.

Узагальнюючий вступ. Вступна частина, виконана у формі художньо-публіцистичного тексту. Цей блок констатує факти, та що виконує важливу психологічну функцію. Він налаштовує читача на проблематику, спонукає до первинних рефлексій та плавно готує аудиторію до сприйняття подальшого глибокого матеріалу.

Основна частина. Головний масив інформації чітко структурований за допомогою інтригуючих заголовків. Вони виконують навігаційну функцію та допомагають утримувати увагу користувача протягом усього читання. Цей розділ складається з таких логічних підрозділів:

- **Особиста історія автора (Текстовий «хук»):** Першим інструментом залучення читача стає автобіографічний елемент — власна історія автора про досвід взаємодії та комунікації всередині Threads. Це деформалізує текст, робить його живим та підвищує рівень довіри до матеріалу.
- **Теоретичний відеокomпонент:** Увесь теоретичний базис та складні поняття винесені в динамічний відеоформат. Таке рішення дозволяє уникнути монотонності великих обсягів тексту, яку користувачам було б нецікаво читати з екрана. Відео робить теорію наочною та легкою для сприйняття.
- **Тематична інфографіка:** Одразу за відео йде блок статичної інфографіки. Вона візуалізує, сортує та чітко структурує всі ключові цифри та статистичні дані, що прозвучали в ролику. Яскраві акценти на цифрах і мінімум тексту допомагають швидко зафіксувати інформацію в пам'яті.
- **Кейси та приклади з медіа:** Для кращого розуміння теорії в текст інтегровані реальні приклади із сучасного медіапростору. Вони допомагають читачеві спроектувати описані поняття на реальне життя та закріпити отримані знання через конкретні живі ситуації.

Заклучна частина. Фінальний блок лонгріду акумулює та узагальнює все, про що йшлося у проєкті. Та завершити матеріал відкритим питанням, на яке читач має відповісти сам собі. Цей прийом перетворює пасивне споживання контенту на активну мисленнєву діяльність, стимулюючи глибоку внутрішню рефлексію після ознайомлення з продуктом.

5.3. Опис авторської документації

Авторський вступний текст — текстова експозиція лонгріду у художньо-публіцистичному стилі.

Особиста історія — автобіографічний наратив та досвід комунікації в Threads.

Текстові підводки — єднальні елементи між основними блоками та мультимедійними вставками.

Авторський сценарій відео — повний текстовий та режисерський план для зйомки ролика.

Текстове наповнення інфографіки — структуровані аналітичні дані та факти для візуальних схем.

Заключний авторський текст — фінальний текст матеріалу із рефлексивним відкритим питанням.

Увесь текст лонгріду — повний зведений масив текстового наповнення вебсторінки.

Дизайн та виробництво фото й інфографіки — графічні елементи та карикатурна обкладинка.

Пояснювальна записка — повний супровідний документ до кваліфікаційної роботи.

Загальний обсяг текстових та візуальних матеріалів становить понад сторінок оригінального авторського контенту.

5.4. Авторська документація

Заголовок

Threads в Україні: як нова соцмережа формує комунікацію та громадську думку (Додаток В;).

Вступ

Ми живемо у ХХІ столітті. У час, коли штучний інтелект пише тексти, створює музику й генерує зображення. У час, коли Ілон Маск одним дописом може вплинути на курс криптовалют, а інформаційні війни точаться швидше, ніж реальні. Здавалося б, сучасну людину вже важко чимось здивувати.

Ми навчилися відрізняти фейки від правди, фільтрувати інформаційний шум і скептично ставитися до всього, що бачимо в мережі. Українці пережили пандемію, повномасштабне вторгнення, сотні гучних політичних скандалів та безліч інформаційних кампаній. Здавалося, що на наші думки та емоції вже неможливо вплинути так легко.

Але потім з'явився Threads.

Соціальна мережа, яку багато хто спочатку сприйняв як чергову копію Х (Twitter), несподівано стала місцем, де звичайні люди почали отримувати небачений раніше вплив. Тут не потрібні мільйони підписників, дорога реклама чи роки побудови особистого бренду. Достатньо кількох речень, написаних у потрібний момент.

І ось уже сьогодні твій допис читають кілька десятків людей, а завтра його репостить Сергій Притула, коментують відомі журналісти, обговорюють тисячі незнайомців. Ще вчора ти був звичайним користувачем соцмережі, а сьогодні твої слова стали частиною суспільної дискусії.

Threads перетворився на справжній соціальний експеримент, який показав: для того, щоб бути почутим, уже не обов'язково бути знаменитістю. І саме тому ця платформа заслуговує на значно більше уваги, ніж може здатися на перший погляд.

Приємно познайомитися, Threads. Мене звати Каріна.

(Додаток Г)

У 2025 році я розпочала роботу на ПП ТРО «Ух радіо». Спочатку я начитувала новини в ефірі. Робота була досить одноманітною й навіть дещо скучною, адже моя душа прагнула творчості, а слухачі, на мою думку, хотіли більш видовищного контенту.

Саме тоді мене зацікавила соціальна мережа Threads, яка на той момент ще не була надто популярною. Так народилася моя перша авторська програма на радіо — «Тернопільські Тредси». Перед прямим ефіром я ретельно готувала підбірку тредів. Увечері я шукала в Threads публікації з геотегом «Тернопіль», читала найцікавіші історії, а потім разом зі співведучою обговорювала їх в ефірі.

Наприклад, одним із хітів став тред про те, як іноземці плутали Тернопіль із Чорнобилем, і місцевим доводилося майже двадцять хвилин переконувати, що місто не радіоактивне.

Програма швидко набула популярності. Це було помітно насамперед за відгуками в TikTok, куди ми викладали вирізки з ефірів. Окремі відео набирали понад 500 тисяч переглядів і викликали жваві дискусії в коментарях. Це був новий, веселий і дуже щирий формат, який приносив задоволення і мені, і аудиторії.

Однак уже наприкінці серпня ситуація почала змінюватися. Кількість позитивних і добрих повідомлень стрімко зменшувалася. Щоб знайти хоч якусь частинку щирості та добра, доводилося буквально «просіювати» дедалі токсичніше середовище.

Останній випуск програми «Тернопільські Тредси» вийшов 27 серпня 2025 року, після чого проєкт припинив своє існування. А вже 17 жовтня 2025 року на екрани вийшов перший випуск 14 сезону шоу «Холостяк», який остаточно змінив обличчя цієї соціальної мережі. (Додаток Г)

Про це ми поговоримо пізніше. А тепер про те як з'явився Treads.

Аудіовізуальна частина (Додаток Г)

<i>Час</i>	<i>Розділ</i>	<i>Концепція</i>
00:00 с. - 00:10 с.	Threads став справжнім феноменом, набравши 100 мільйонів користувачів лише за п'ять днів. Але як йому це вдалося і чи справді він «поховав» соц мережу X?	Цей показник став абсолютним рекордом швидкості в історії інтернет-платформ. Така статистика не просто шокувала ринок, а й миттєво змінила баланс сил у сфері соціальних медіа, змусивши головних технологічних гігантів переглянути свої стратегії
00:10 с. - 00:25 с.	Секрет такого вибухового старту простий — це ефект Instagram. Meta не змушувала нас створювати новий акаунт. Ви просто натискали одну кнопку, і всі ваші підписники вже були з вами.	Творці Threads інтегрували платформу з екосистемою Instagram. Користувачі отримали можливість створити акаунт в один клік, автоматично перенісши свої дані та списки підписників. Відсутність складних процедур на старті й забезпечила цей лавиноподібний приплив мільйонів людей.

00:26 с.- 00:39 с.	Люди просто шукали спокійніше місце для спілкування без зайвої токсичності. Але чи популярніший Threads зараз? Тут усе залежить від того, куди дивитися. Якщо ми говоримо про мобільні додатки, то станом на початок 2026 року Threads офіційно обігнав X. У нього понад 140 мільйонів активних користувачів щодня на смартфонах, тоді як у X — близько 125 мільйонів.	Для порівняння, платформі X знадобилися роки, щоб сформувати аналогічну базу користувачів. Проте ключова різниця полягає не лише в кількості акаунтів, а й у динаміці їхньої поведінки. Поки X втрачав активність через постійні реформи та зміну алгоритмів, Threads із перших днів показав аномально високі графіки залученості аудиторії.
00:40 с. - 00:51с.	Проте X все ще тримає оборону у вебверсії. На комп'ютерах сайт відвідують у десятки разів частіше. До того ж X залишається головним майданчиком для новин та політичних дискусій у реальному	Попри потужний старт конкурента, платформа X зберігає сильні позиції у веб-версії для комп'ютерів. Повноцінний десктопний інтерфейс X залишається основним інструментом для медіа, політиків та бізнесу. Вони використовують його для моніторингу новин у реальному часі — і саме в цьому сегменті Threads поки що помітно поступається.

	часі.	
00:52 с. - 01:10 с.	Цікаво інше: хоча в X людей більше, у Threads вони значно активніші. Дослідження показують, що один пост у Threads збирає майже на 74% більше вподобань та коментарів, ніж аналогічний пост у X.	Головний секрет Threads криється в якості внутрішньої активності. Статистика показує, що коефіцієнт взаємодії — лайків, відповідей та репостів — тут значно вищий, ніж в X. Цьому посприяла більш позитивна атмосфера та ефект новизни, які стимулюють людей активно спілкуватися і набагато охочіше створювати живий контент
01:10 с. - 01:28 с.	Але повернемося до токсичності, Чи дійсно ця соцмережа нею переповнена? Дізнаємося згодом.	У цьому фрагменті використано прийом антитези (протиставлення), який одразу переходить у риторичне запитання «Проте чи зможе цей перший етап популярності назавжди змінити правила гри.

Хейт у всьому голова

Це є думка людини, конструктивна критика і так далі — про це можна говорити багато. Але те, що у соцмережі Threads можуть захейтити навіть траву за те, що вона надто зелена для фото, — це вже факт.

Знайте, хейтять усіх і завжди. Те, як ви з подругою на кухні обговорюєте спільну знайому чи кумедних родичів за святковим столом, — теж форма хейту. Але такий «домашній» хейт зазвичай нікому не шкодить.

У реальному житті він залишається між двома-трьома людьми, а той, кого обговорюють, часто навіть не здогадується.

В епоху соцмереж усе інакше. Знаючи ім'я людини, за п'ять хвилин можна знайти всі її профілі, фото, родичів і друзів. Тому коли хтось із власного акаунта починає розповідати «цікаву» історію про подругу, яка нібито прийшла на весілля з порожнім конвертом, — знайте: її знайдуть. І зазирнуть у «безсоромні вічі».

Найнебезпечніша відмінність полягає в масштабі. Якщо плітка вживу залишається між двома, то в мережі до неї долучаються сотні. Алгоритми Threads (як і інших платформ) підкидають рандомні історії, які швидко стають вірусними. Людина часто навіть не планувала нікого хейтити — просто зайшла в коментарі... і почалося.

Саме в цьому й криється найбільша проблема. Під прикриттям «власної думки», «чесності» та маніпулятивних фраз люди ховають купи текстового лайна, загорнутого в білосніжну вуаль моралі. Друзі, знайомі, колеги — усі ми часом стаємо частиною цього.

У цифрову епоху плітка перестала бути невинною розвагою. Вона перетворилася на потужну зброю, яку алгоритми охоче поширюють, а лайки та репости лише підживлюють. Те, що починається як «невинне обговорення», часто закінчується масовим цькуванням.

Аудіовізуальна частина (Додаток Д)

Час	Розділ	Концепція
00:00 с. - 00:10 с. .	Гортаючи стрічку Threads, між історіями	На початку у відео іронічно відтворюються типові фрази з соцмереж, які вже стали

	про те, як «тато забув вас на базарі на 10 років», а потім психолог допоміг це пропрацювати, раптом натрапляєш на новий тренд.	вірусними шаблонами. Тим самим змушуємо глядача зупинитися і чесно замислитися.
00:11 с. - 00:26 с.	Користувачі масово тегають бренди одягу, їжі, розваг — і далі за сценарієм: «або ви мені щось подаруєте / дасте знижку / відреагуєте — або я продовжу цю історію». Абсурдний вигаданий текст. перетворюються на інструмент тиску.	Це класичний тренд, який давно завірусився і який мільйони людей щодня використовують свідомо чи ні. У відео наведені яскраві приклади емоційного тиску та маніпуляції — коли під виглядом «щирості» чи «мотивації» насправді працюють відпрацьовані психологічні гачки.
00:27 с. - 00:44 с.	Люди просто шукали спокійніше місце для спілкування без зайвої токсичності. Чому вони це роблять? Тому що це працює. Алгоритми просувають емоцію. Чим сильніше ти	Алгоритми і емоції — потужний інструмент, який майже завжди перемагає раціональність. Люди думають, що в інтернеті «можна все», а насправді вони самі стають частиною чужої машини залучення уваги.

	чіпляєш — тим більше тебе бачать. І неважливо, чи це сміх, обурення чи співчуття — головне реакція.	
00:40 с. - 00:51с.	Чому вони це роблять? Тому що це працює. Алгоритми просувають емоцію. Чим сильніше ти чіпляєш — тим більше тебе бачать. І неважливо, чи це сміх, обурення чи співчуття — головне реакція.	Сумно це визнавати, але це справді так. Цей механізм працює незалежно від наших емоцій — чи ти обурюєшся, чи плачеш, чи щиро віриш у те, що пишеш. Алгоритм і маніпуляція не рахуються з почуттями. Вони просто використовують їх.
00:45 с. - 00:56	Це маленька ілюзія сили в цифровому світі. Та чи не є твій гнівний пост лише	Але у цієї медалі є друга, не менш важлива сторона: чи замислюються люди, що на їхніх емоціях, вразливості та бажанні «бути як усі» хтось дуже добре заробляє? Чи

	безкоштовним паливом для алгоритмів, на яких ці ж корпорації заробляють ще більше?	розуміємо ми, що нас не просто розважають — нас монетизують?
--	--	--

Тестуємо межі та до чого ж тут Тарас Цимбалюк?

Як зіпсувати свою репутацію за один день? Піти на «Холостяк» або дати інтерв'ю Наталі Мосійчук. Наш герой обрав перший варіант — і, як виявилось, не програв.

На дворі осінь 2025 року. Усі — від домогосподарок і бізнес-леді до пенсіонерів та навіть хлопців — сідали ввечері перед телевізорами, щоб переглянути 14 сезон шоу «Холостяк». Здавалося б, усе як завжди: за звичним сценарієм минулих років люди дивилися випуск, обурювалися, обговорювали з подругами найгучніші моменти і лягали спати.

Але цього року все кардинально змінилося.

Мільйони українців навіть не здогадувалися, наскільки майстерно вони допомогли заробити телеканалу СТБ. Після кожного випуску Threads просто вибухав. Меми, жарти, дошкульні коментарі про Тараса Цимбалюка та дівчат заповнили соцмережу.

У чому феномен?

У тому, що людям терміново був потрібен спільний ворог. І цього разу ним став «крінжовий холостяк» Тарас Цимбалюк. Усе, що відбувалося на екрані, піддавали тотальному поливанню брудом.

Чи було шоу насправді настільки «крінжовим», як це зобразили в Threads? Ні. Але бульбашка була успішно створена. І саме ця бульбашка, а не реальні події, стала головним героєм обговорень.

Це класичний приклад того, як працюють публічні сварки в Threads. Важливим залишається не саме питання чи реальна проблема, яка була піднята, а та емоційна бульбашка, яка утворюється навколо неї. Люди вже були зосереджені на власних проблемах, стресах і невдоволенні життям. Шоу просто стало зручним майданчиком, щоб виплеснути накопичену негативну енергію.

Уявіть, скільки чоловіків по всій країні почули від своїх дівчат після чергового випуску:

«Чому ти не влаштовуєш мені такі побачення, як Тарас Цимбалюк?»

Або навпаки: «Боже, тільки не будь таким, як він...»

Під постами з побачень з'являлися сотні коментарів на кшталт: «Це що, романтика? Це кринж рівня космоса», «Дівчата, ви серйозно за це боретесь?», «Тарасе, брат, ти в порядку?». Меми з його фразами розліталися зі швидкістю світла і використовувалися навіть у тих темах, які не стосувалися шоу. Дівчат-учасниць теж не оминули: їх хейтили за вибір одягу, за реакції, за те, що «занадто стараються» або «занадто холодні».

Алгоритм Threads підхоплював найемоційніші та найконтroversійніші треди і розганяв їх на тисячі переглядів. Людина заходила «просто подивитися», а за годину вже сама писала уїдливі коментарі. Саме так працює механізм: починається з «невинного» жарту, а закінчується масовим хейтом.

Це ідеальна ілюстрація того, про що йшлося раніше — як маленька плітка в реальному житті перетворюється на потужну хвилю осуду в соцмережах.

Тут уже не двоє людей обговорюють третю. Тут тисячі людей одночасно судять людину, яку ніколи в житті не бачили наживо.

І саме тому історія з Тарасом Цимбалюком стала знаковою для Threads у 2025 році. Вона чітко показала, як швидко можна створити загальнонаціональний наратив, навіть якщо реальність була набагато м'якшою.

Бульбашка тріснула

У всьому світі ми постійно говоримо про штучну ідеальність соцмереж. Про те, що там відбувається, і про те, що майже все це — не правда. Ми бачимо дівчат, які в 18 років «купили» квартиру і машину, бездоганно прибрані квартири блогерів, де навіть уранці немає жодної чашки на столі, і дітей, які ніколи не плачуть, не хворіють і завжди посміхаються в камеру.

Усі ми глибоко в душі знаємо, що це постановка. Фільтри, таймінг, ретельно вибудований образ. І ми спокійно це приймаємо.

Але от коли справа доходить до висловлювання думки — все кардинально змінюється. Тут раптом не існує права на помилку, на неточне формулювання, на емоційний зрив чи навіть на зміну своєї позиції з часом.

Ми пробачаємо візуальну брехню, бо вона красива і комфортна. Але не пробачаємо людяність у думках. Бо думка — це вже не просто картинка. Це позиція. А позиція має бути ідеальною, інакше тебе скасують.

Уявіть

Уявіть, що інформація — це стріла, яку повільно натягують на тятиву, а потім запускають у ваш бік. Уявіть, що інформація — це куля, випущена з пістолета. Вона рухається значно швидше, проникає значно глибше і часто влучає раніше, ніж ви встигаєте усвідомити сам факт пострілу.

Саме так сьогодні працюють соціальні мережі. Особливо Threads — платформа, де сотні думок, історій, жартів, суперечок і переконань щосекунди змагаються за місце у вашій свідомості. Один короткий допис може викликати хвилю обговорень, змінити ставлення до певної події або навіть сформувати новий погляд на життя.

Ми часто переконуємо себе, що маємо власну думку. Що нас неможливо переконати чи змусити змінити погляди кількома реченнями в інтернеті. Але правда полягає в тому, що жодна людина не існує поза інформаційним

впливом. Кожен текст, який ми читаємо, кожен допис, який лайкаємо, кожна дискусія, в яку вступаємо, залишає певний слід у нашій свідомості.

Сьогодні не існує абсолютно безпечної соціальної мережі, яка б повністю захистила нас від впливу чужих думок. І справа навіть не в алгоритмах чи штучному інтелекті. Справа в тому, що ми самі щодня відкриваємо двері для тисяч повідомлень, дозволяючи їм оселятися у власній голові.

Тому наступного разу, відкриваючи Threads чи будь-яку іншу соціальну мережу, варто пам'ятати: кожен допис — це не просто набір літер на екрані. Це потенційний постріл. Одні повідомлення пролітають повз, не залишаючи сліду. Інші лише зачіпають. Але є й ті, що влучають точно в ціль — у ваші переконання, емоції та рішення.

І поки ви думаєте, що просто гортаєте стрічку, стрічка може непомітно формувати вас. Тож головне питання не в тому, чи стріляє в нас інформація. Вона стріляє щодня.

Головне питання — хто сьогодні тримає курок і чи впевнені ви, що саме ви обираєте ціль для власних думок?

6. РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ПРОДУКТУ

6.1. Умови впровадження

Інформаційний продукт «Threds в Україні: як нова соцмережа формує комунікацію та громадську думку» реалізовано у форматі лонгріду та опубліковано на платформі Medium

<https://medium.com/@pochkarina777/threads-%D0%B2-%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%96->

[%D1%8F%D0%BA-%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0-%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%BC%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B6%D0%B0-%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D1%83%D1%94-%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8E-%D1%82%D0%B0-%D0%B3%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%B4%D1%81%D1%8C%D0%BA%D1%83-%D0%B4%D1%83%D0%BC%D0%BA%D1%83-2110a7e530e7](#) .

Такий формат забезпечує вільний доступ до матеріалу через мережу Інтернет і не потребує встановлення додаткового програмного забезпечення для його перегляду.

Для ознайомлення з продуктом користувачу достатньо мати пристрій із доступом до мережі: персональний комп'ютер, ноутбук, планшет або смартфон. Завдяки адаптивному дизайну платформи лонгрід легко відображається на різних типах пристроїв та забезпечує комфортне сприйняття текстових, фото- та відеоматеріалів.

Продукт може бути використаний як навчальний матеріал у процесі підготовки студентів спеціальності С7 (061) «Журналістика», а також як наочний приклад створення сучасного мультимедійного журналістського твору. Крім того, лонгрід буде корисним для широкої аудиторії українського медіапростору, яка цікавиться заявленою темою.

6.2. Специфікація аудиторії

Цільовою аудиторією інформаційного продукту є широкий спектр користувачів мережі Інтернет віком від 18 років.

Основну аудиторію становлять:

– студенти спеціальності С7 (061) Журналістика, які вивчають специфіку роботи з інформацією, медіавиробництва та соціальних комунікацій;

- педагогічні працівники та науковці, які досліджують тенденції сучасної журналістики та особливості медіатизації воєнної тематики;
- журналісти-практики, керівники медіаредакцій;
- військовослужбовці та члени їхніх родин;
- громадяни України, які цікавляться історіями захисників держави;
- користувачі, зацікавлені у документальних та мультимедійних журналістських продуктах.

Особливістю цільової аудиторії є інтерес до людських історій, заснованих на реальних подіях. Продукт орієнтований на читачів, які прагнуть не лише отримати інформацію про війну, а й зрозуміти особистий досвід її учасників, їхню мотивацію та життєві цінності.

Завдяки поєднанню текстових, візуальних та аудіовізуальних елементів лонгрід є доступним для різних категорій користувачів та враховує сучасні особливості споживання медіаконтенту.

6.3. Ефективність продукту

Очікуваним результатом лонгріда є підвищення рівня критичного мислення аудиторії щодо власної поведінки в соціальних мережах. Після ознайомлення з матеріалом читачі, ймовірно, почнуть частіше зупинятися і задумуватися: «Чому я це репостю? Чому ця емоційна фраза змусила мене відреагувати? Кому вигідно, щоб я відчував саме ці емоції?»

Продукт спрямований на те, щоб люди не просто споживали контент, а усвідомлювали механізми, які ним керують.

Завдяки поєднанню іронії, реальних прикладів та аналізу вірусних технік лонгрід допомагає розпізнавати маніпулятивні прийоми, емоційні гачки та алгоритмічний тиск.

У перспективі це може призвести до більш свідомого використання соціальних мереж: зменшення імпульсивних реакцій, критичнішого ставлення до трендів, а

також розуміння, що за «простим» постом чи вірусним текстом часто стоїть продумана система монетизації уваги.

Таким чином, лонгрід виконує не лише інформаційну, а й просвітницьку функцію — сприяє розвитку медіаграмотності та цифрової гігієни в українському інтернет-просторі.

ДОДАТКИ

Додаток А

Участь у IV Всеукраїнській науково-практичній конференції молодих вчених «Сучасний масмедійний простір: реалії та перспективи розвитку» (ТНПУ, 23 квітня 2026 року)

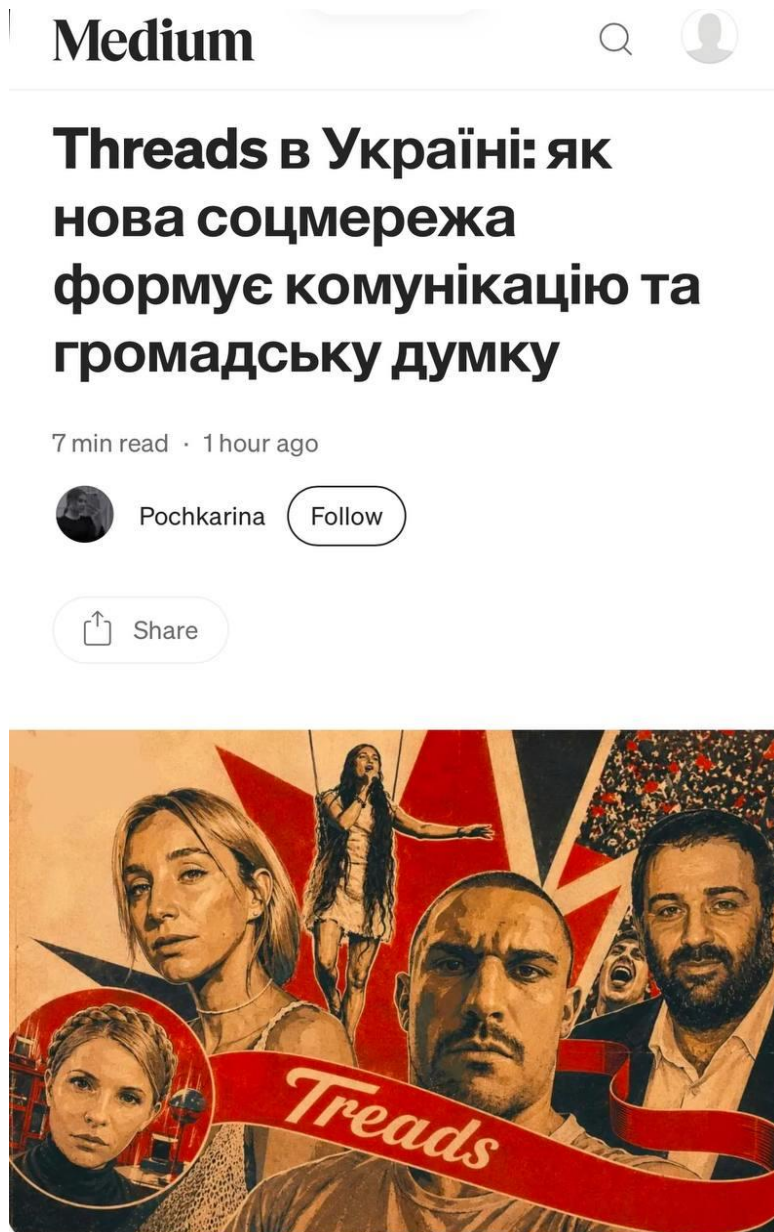


Публікація тез доповіді

Почигаїло К.Р. Меми під час війни: межа між психологічною розрядкою та ненависті в медіапросторі. Сучасний масмедійний простір: реалії та перспективи розвитку. Збірник тез за матеріалами IV Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених (м. Тернопіль, 23 квітня 2026 року) / упоряд.: Н. Поплавська, О. Мединська, О. Кушнір, О. Пелешок, Ю. Нагорна. Тернопіль: Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, 2026. С. 71–73 (Додаток Б); 11:56



за аудиторну увагу	12 /
Петришин Наталія. Мова ворожнечі у воєнному медіадискурсі: лінгвістичні маркери дегуманізації та стратегії протидії	131
Почигаїло Карина. Меми під час війни: межа між психологічною розрядкою та мовою ненависті в медіапросторі	135
Придюк Вероніка. Образ жінки в українській літературі: медійний аспект	139



Приємно познайомитися, Threads. Мене звати Каріна

У 2025 році я розпочала роботу на ПП ТРО «Ух радіо». Спочатку я начитувала новини в ефірі. Робота була досить одноманітною й навіть дещо скучною, адже моя душа прагнула творчості, а слухачі, на мою думку, хотіли більш видовищного контенту.

Саме тоді мене зацікавила соціальна мережа Threads, яка на той момент ще не була надто популярною. Так народилася моя перша авторська програма на радіо — «Тернопільські Тредси». Перед прямим ефіром я ретельно готувала підбірку тредів. Увечері я шукала в Threads публікації з геотегом «Тернопіль», читала найцікавіші історії, а потім разом зі співведучою обговорювала їх в ефірі.



Наприклад, одним із хітів став тред про те, як іноземці плутали Тернопіль із Чорнобилем, і місцевим доводилося майже двадцять хвилин переконувати, що місто не радіоактивне.

Програма швидко набула популярності. Це було помітно насамперед за відгуками в TikTok, куди ми викладали вирізки з ефірів. Окремі відео набирали понад 500 тисяч переглядів і викликали жваві дискусії в коментарях. Це був новий, веселий і дуже щирий формат, який приносив задоволення і мені, і аудиторії.

Однак уже наприкінці серпня ситуація почала змінюватися. Кількість позитивних і добрих повідомлень стрімко зменшувалася. Щоб знайти хоч якусь частинку щирості та добра, доводилося буквально «просіювати» дедалі токсичніше середовище.

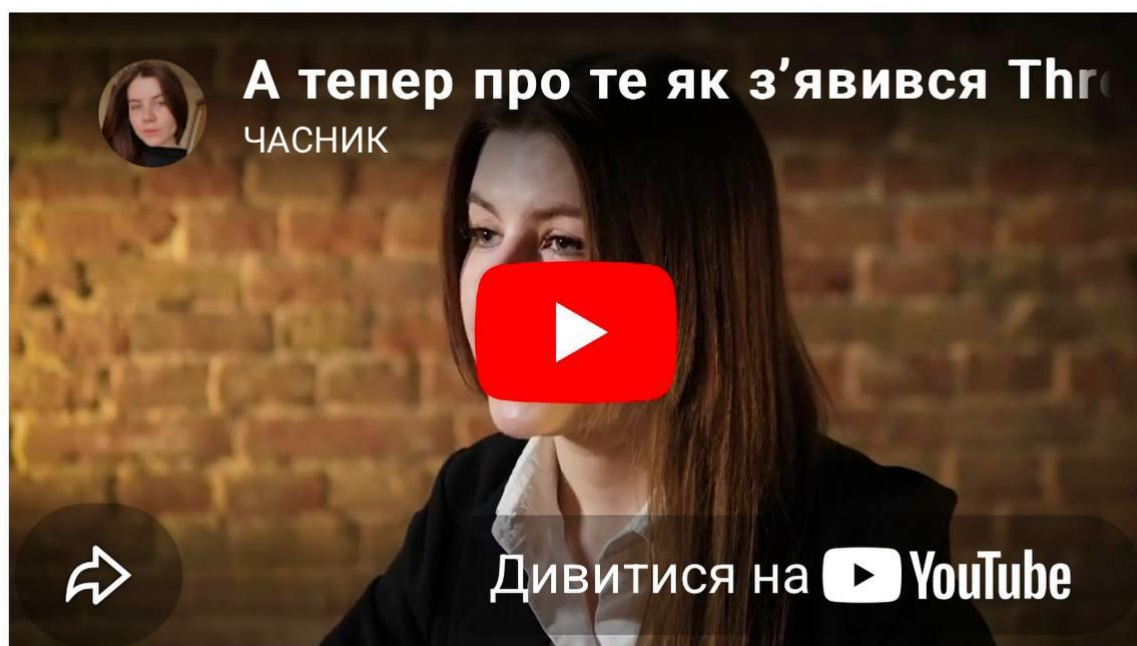
Останній випуск програми «Тернопільські Тредси» вийшов 27 серпня 2025 року, після чого проєкт припинив своє існування. А вже 17 жовтня 2025 року на екрани вийшов перший випуск 14 сезону шоу «Холостяк», який остаточно змінив обличчя цієї соціальної мережі.

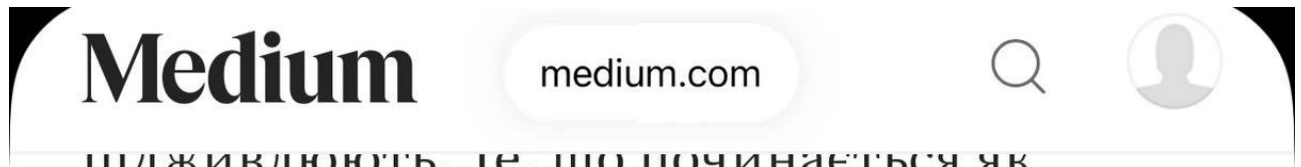
Medium



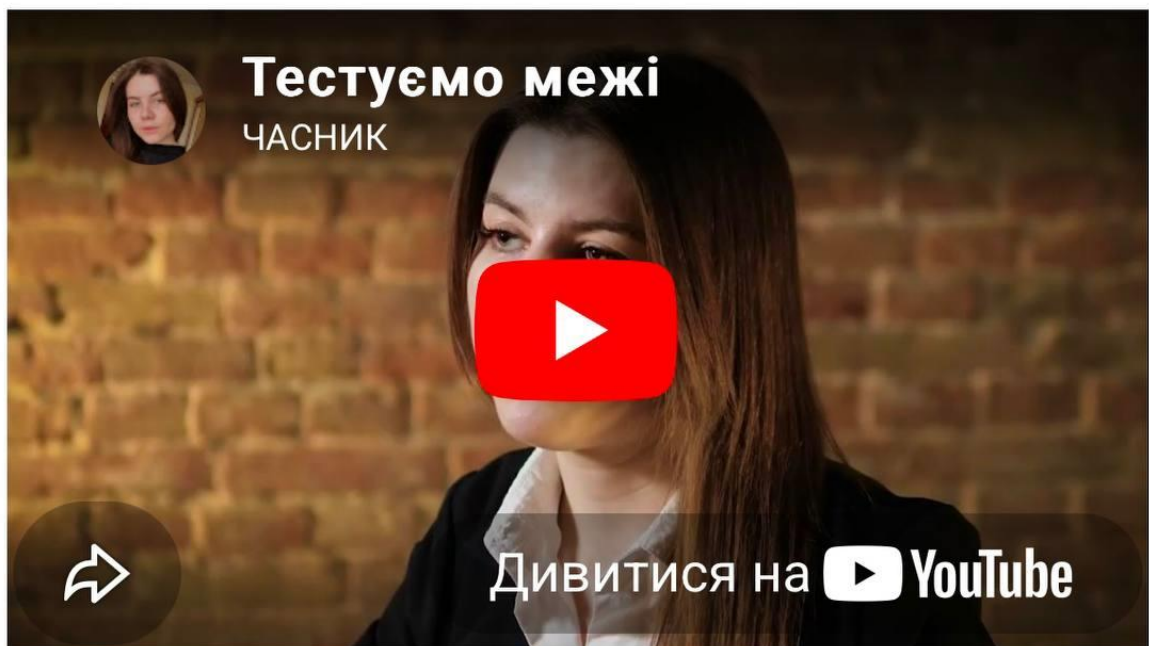
який остаточно змінив обличчя цієї соціальної мережі.

Про це ми поговоримо пізніше. А тепер про те як з'явився Threads





підживлюють. Іє, що починається як
«невинне обговорення», часто закінчується
масовим цькуванням.



**Тестуємо межі та до чого ж тут Тарас
Цимбалюк?**