**Тетяна Гиріна,**
*доктор наук із соціальних комунікацій, професор,*
*завідувачка кафедри соціальних комунікацій,*
*словесності та культури,*
*Державний податковий університет,*
*м. Ірпінь, Україна*

# РОЛЬ ЖУРНАЛІСТА У ФОРМУВАННІ ПРАВОВОЇ КУЛЬТУРИ МОЛОДІ: ОСОБЛИВОСТІ МОВИ ТА ФОРМАТІВ ПОДАЧІ МАТЕРІАЛУ

Актуальність теми дослідження зумовлена кардинальними трансформаціями українського суспільства в умовах воєнного стану та повномасштабної інформаційної війни. Сьогодні, як ніколи, зростає значущість правової культури громадян, особливо молоді, яка є не лише майбутнім нації, але й найактивнішою аудиторією в цифровому медіапросторі. Низький рівень правової обізнаності може зробити молодих людей вразливими до дезінформації, маніпуляцій та ворожих інформаційно-психологічних операцій. Водночас саме молоде покоління, що виросло в епоху цифрових технологій, потребує нових підходів до комунікації, зокрема у сфері права.

Сучасні дослідження підкреслюють, що традиційні методи правової освіти послаблюють свою ефективність. Як зазначають науковці, молодь дедалі рідше звертається до офіційних джерел та класичних медіа, натомість віддають перевагу соціальним мережам, блогам та подкастам [1, с. 17–24]. Це створює унікальний виклик і водночас відкриває нові можливості для журналістів. Саме вони можуть стати ключовими медіаторами між складною юридичною системою та молодою аудиторією, перекладаючи “мову закону” на мову, зрозумілу для покоління TikTok та Instagram. Таким чином, дослідження ролі журналіста у формуванні правової культури молоді, а також аналіз мовних особливостей та ефективних форматів подачі матеріалу, є надзвичайно актуальним завданням, що лежить на перетині юриспруденції, медіакомунікацій та соціальної психології.

Незважаючи на наявність значної кількості праць, присвячених окремим аспектам правової журналістики та цифрових медіа, бракує комплексних досліджень, які б системно аналізували специфіку мови та форматів, спрямованих саме на молодіжну аудиторію у контексті правової просвіти. Формування правової культури молоді засобами журналістики – це складний, багатоаспектний процес, успіх якого залежить від двох ключових факторів: *мови та формату подачі інформації.*

Традиційна мова юриспруденції, перенасичена термінами, канцеляризмами та складними синтаксичними конструкціями, є головним бар’єром на шляху до її розуміння масовою, а тим більше молодою, аудиторією. Тому завдання журналіста полягає

у тому. щоб виступити "перекладачем", адаптуючи юридичний контент без втрати його суті. Для цього доцільно використовувати такі прийоми, як принцип простої мови, сторітелінгу, адаптації лексики та стилістики. Принцип "простої мови" передбачає використання простої лексики, коротких речень та чіткої структури тексту, що є ключовим для створення зрозумілого контенту. Таким чином інформація стає доступнішою, як наслідок підвищується довіра до джерела інформації, емпатія та загалом розуміння. З іншого боку варто зважати на те, що надмірне спрощення може призвести до викривлення юридичних норм. У цьому контексті. завданням журналіста є віднаходження балансу між простотою та точністю, пояснювати складні терміни, а не ігнорувати їх. Замість сухого переліку статей законів, значно ефективніше розкрити їх через історію. Використання реальних образів, життєвих ситуацій (наприклад, "Що робити, якщо вас зупинила поліція?", "Як захистити свої права споживача при онлайн-покупках?") дозволяє молоді приміряти правову норму на себе, зрозуміти її практичне застосування. Історії викликають емоційний відгук, що сприяє кращому запам'ятовуванню інформації. Журналіст повинен говорити з аудиторією "однією мовою", не повчати та не бути зверхнім, тому варто використовувати живу, динамічну мову, доречний гумор, риторичні запитання, що спонукають до діалогу. Важливо аналізувати мовні маркери, що викликають довіру у молоді, а це, як правило, щирість, відкритість, готовність визнавати власні помилки.

Важливе значення мають і формати представлення інформації, оскільки сучасна молодь існує у мультимедійному середовищі, тому текстовий формат, хоч і залишається важливим, вже не є єдиним чи найефективнішим. Журналісти мають опановувати нові формати, що відповідають трендам медіаспоживання. Серед таких короткі відео (TikTok, Reels), які дозволяють за 60–90 секунд пояснити складну правову норму, дати корисну пораду чи спростувати юридичний міф. Успіх таких відео залежить від динамічного монтажу, використання трендової музики, візуальних елементів (титри, інфографіка) та харизми автора. Прикладом успішної реалізації є TikTok-канали адвокатів, які в доступній формі роз'яснюють актуальні правові питання. Подкасти обумовлюють глибокий аналіз складних тем, на який не вистачає часу у коротких відео. Перевагою подкастів є можливість слухати їх у фоновому режимі під час прогулянки, поїздки в транспорті, що зручно для активної та непосидючої молоді. Успішними є формати інтерв'ю з експертами, обговорення резонансних справ, аналіз законодавчих змін. Ще один потужний інструмент для пояснення складних юридичних процесів – візуалізація даних. Інфографіка, що покроково ілюструє, наприклад, процедуру реєстрації ФОП чи отримання спадщини, сприймається значно легше, ніж суцільний текст. Інтерактивні елементи (тести, опитування, калькулятори) залучають аудиторію до взаємодії, перетворюючи пасивного споживача інформації на активного учасника. Використання ігрових елементів (квізи, симулятори, віртуальні квести) може перетворити не динамічне вивчення законів на захопливий процес. Наприклад,

гра-симулятор судового засідання чи квест, де гравець має захистити свої права в певній ситуації, сприяє не лише засвоєнню знань, але й формуванню практичних навичок.

Прикладами успішних українських медіапроєктів, що працюють з правовою тематикою для молоді, є YouTube-канал "Клятий раціоналіст", де в доступній формі спростовуються у тому числі юридичні міфи [2], або подкаст "Просто юридично | Ukrainian Law at Ease" від "Радіо NV" [3]. Ці проєкти демонструють, що говорити про право можна цікаво, зрозуміло.

Отже, роль журналіста у формуванні правової культури молоді в сучасній Україні є надзвичайно важливою. Правова журналістика вимагає глибоких знань, тому редакціям варто заохочувати журналістів до підвищення кваліфікації у сфері права, організовувати тренінги та консультації з юристами. Адаптувати мову, а не лише спрощувати. Оскільки замість механічного спрощення, можна працювати над створенням живого, діалогічного стилю, використовуючи сторітелінг та сучасну лексику. Позитивно сприймає молодіжна аудиторія і експерименти з форматами, зокрема з використанням нових медіаплатформ та форматів (TikTok, подкасти, гейміфікація), які є популярними серед молоді. Ефективною та запам'ятовуваною є залучення до створення контенту юристів, адвокатів, правозахисників, що дозволяє забезпечувати високу точність та експертність матеріалів. Важливо не лише транслювати інформацію, але й будувати спільноту навколо свого медіа. Це можна робити через обговорення в коментарях, проведення прямих ефірів із відповідями на запитання, організацію онлайн- та офлайн-заходів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гиріна Т. С. Сприйнятливість українцями журналістських розслідувань: осмислення результатів емпіричного дослідження. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації.* 2024. № 2 (57). С. 17–24.

2. Клятий раціоналіст / Youtube. 2025. URL : https://www.youtube.com/results?search_query=%D0%9A%D0%BB%D1%8F%D1%82%D0%B8%D0%B9+%D1%80%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D1%81%D1%82

3. Просто юридично / Ukrainian Law at Ease. Радіо NV. 2025. URL : https://podcasts.nv.ua/podcast/193-prosto-yurydychno.html