1

МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ, СПОРТУ ТА РЕАБІЛІТАЦІЇ
КАФЕДРА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ, СЛОВЕСНОСТІ ТА КУЛЬТУРИ

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА (ДИПЛОМНА) РОБОТА

на тему: Інновації і стартапи у формуванні наративів економічної журналістики

Здобувача вищої освіти ІІ рівня, ІІ курсу, групи ЖМЗ-23-1,
спеціальності (061– Журналістика),
освітня програма (“Економічна журналістика”)

(підпис) Федорчук Георгій Сергійович
(прізвище, ім’я, по батькові)

Науковий керівник (підпис) Трегуб Ангеліна Михайлівна
к.н.соц. ком.
(ПІП,, науковий ступінь, вчене звання)

Керівник освітньо-професійної програми
(підпис) Зикун Наталія Іванівна
д.н.соц.ком., проф.
(ПІП,, науковий ступінь, вчене звання)

Допущено до захисту за рішенням кафедри _____
протокол від «20» 01 2025 № 6-а
Завідувач кафедри (підпис) Гиріна Тетяна Сергіївна
д.н.соц.ком., проф.
(ПІП,, науковий ступінь, вчене звання)

Ірпінь – 2024

Реєстрація № 39 20.01.2025 _____
(дата) (підпис відповідальної особи)

Результати перевірки до захисту 20.01.25 _____
(до захисту, на доопрацювання) (дата) (підпис)

Результат захисту _____ _____ _____
(оцінка) (дата) (підпис)

Голова комісії: _____ Бернацька Д.В.
(підпис) (ініціали, прізвище)

Члени комісії: _____ Зикун Н.І.
(підпис) (ініціали, прізвище)

_____ Гиріна Т.С.
(підпис) (ініціали, прізвище)

_____ Брадов В.В.
(підпис) (ініціали, прізвище)

БЛАНК ОЦІНЮВАННЯ ВИПУСКНОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ (ДИПЛОМНОЇ) РОБОТИ

Об'єкти контролю	Діапазон оцінки в балах	Фактична кількість балів	Примітки	Дата, П.І.П.: керівника, голови комісії членів комісії, секретаря, (підписи)
ОЦІНЮВАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ КЕРІВНИКОМ ТА РЕЦЕНЗЕНТОМ				
Зміст випускної роботи (якість теоретичного матеріалу, його зв'язок з практичним, вміння представляти матеріал в логічній послідовності, наявність висновків та пропозицій)	**від 0 до 30**			
2.Дотримання вимог щодо оформлення	**від 0 до 10**			
3.Вчасне виконання роботи на всіх етапах у встановлені кафедрою терміни	**від 0 до 5**			
Рецензент	**від 0 до 5**			
РАЗОМ БАЛІВ*	**від 0 до 50**			
ОЦІНЮВАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ КОМІСІЄЮ ПО ЗАХИСТУ				
І.Доповідь	**від 0 до 10**			
2. Роздатковий матеріал	**від 0 до 5**			
3. Знання теоретичного та практичного матеріалу, вміння відповідати на запитання	**від 0 до 25**			
5. Апробація (участь у конференціях)	**від 0 до 10**			
РАЗОМ БАЛІВ	**від 0 до 50**			
ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ БАЛІВ	**від 0 до 100**			

ПЕРЕВЕДЕННЯ ОЦІНКИ ЗА 100-БАЛЬНОЮ ШКАЛОЮ ДО НАЦІОНАЛЬНОЇ ШКАЛИ

Оцінка за 100-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ЕКТС	Оцінка за національною шкалою	Дата	П.І.П.: голови, членів комісії, секретаря, (підпис)

ПРАВИЛА ПЕРЕВЕДЕННЯ ОЦІНОК ДО НАЦІОНАЛЬНОЇ ШКАЛИ ТА ШКАЛИ ЕКТС

Оцінка за 100-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	5 (відмінно)
80-89	B	4 (добре)
70-79	C	
60-69	D	3 (задовільно)
50-59	E	
35-49	EX	2 (незадовільно)

4

Факультет соціально-гуманітарних технологій, спорту та реабілітації
Кафедра соціальних комунікацій, словесності та культури
Спеціальність 061 - Журналістика
Освітня програма "Економічна журналістика"

Затверджую
Завідувач кафедри
Гиріна Т.С.
«___» _____ 2024

Завдання на випускну кваліфікаційну (дипломну) роботу

здобувачу вищої освіти

Федорчуку Георгію Сергійовичу
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи
Інновації і стартапи у формуванні наративів економічної журналістики

Затверджена наказом ректора від «25» грудня 2023 №1729

2. Строк здачі закінченої роботи 16 грудня 2024 року

3. Цільова установка
Мета роботи – дослідити вплив інновацій та стартапів на формування наративів економічної журналістики, зокрема у вимірі трансформації подачі економічного контенту в умовах цифровізації, осягнення їх ролі як інструменту модернізації медійного дискурсу та вивчення впливу інноваційних підходів на якість висвітлення економічних процесів.
Об'єкт дослідження – контент провідних економічних медіа та спеціалізованих платформ, що висвітлюють інноваційну діяльність та стартап-проєкти в сучасному інформаційному просторі.
Предмет дослідження – комунікаційні особливості та наративні структури висвітлення інновацій і стартапів в економічній журналістиці цифрової епохи.
База дослідження – контент 25 спеціалізованих економічних медіа та інноваційних платформ; досліджено 30 медійних проєктів, присвячених висвітленню стартапів та інновацій в українському та міжнародному інформаційному просторі.
Вихідні дані до роботи – вступ, три розділи, висновки, список використаних джерел, додатки

5. Перелік графічного матеріалу 5 рисунків

6. Зміст випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи (перелік питань за кожним розділом)

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ ТА СТАРТАПІВ У ФОРМУВАННІ НАРАТИВІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

1.1. Концептуальні підходи та методологічний інструментарій дослідження

1.2. Трансформація економічної журналістики в епоху цифровізації

РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКА ВИСВІТЛЕННЯ ІННОВАЦІЙ ТА СТАРТАПІВ В СУЧАСНОМУ МЕДІАПРОСТОРІ

2.1. Міжнародний досвід висвітлення інноваційних проєктів та стартапів

2.2. Особливості висвітлення інноваційної діяльності в українських економічних медіа

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА АВТОРСЬКОГО МЕДІАПРОЄКТУ «STARTUP INSIGHT: ІСТОРІЇ УКРАЇНСЬКИХ ІННОВАЦІЙ»

3.1. Концепція та структура медіапроєкту

3.2. Практична реалізація та перспективи розвитку проєкту

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

7. Календарний план виконання роботи

№ з/п	Назва етапів випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи	Строк виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1	Вибір теми	до 10.12.2023	10.12.2023
2	Опрацювання літературних джерел, складання плану випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи	до 05.02.2024	05.02.2024
3	Узгодження плану випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи	до 04.03.2024	05.03.2024
4	Підготовка першого розділу випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи	до 01.04.2024	05.04.2024
5	Підготовка другого розділу випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи	до 03.06.2024	10.06.2024
6	Підготовка третього розділу випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи	до 09.09.2024	01.09.2024
7	Підготовка вступу, висновків та подання завершеної випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи керівнику	до 07.10.2024	07.10.2024
8	Доопрацювання випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи із	до 04.11.2024	05.11.2024

6

	урахуванням зауважень керівника		
9	Подання закінченої випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи, перевірка на плагіат та отримання відгуку керівника	до 02.12.2024	02.12.2024
10	Передзахист випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи	20.12.2024	20.12.2024

8. Дата видачі завдання «26» грудня 2023 року

9. Керівник випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи _____ (підпис) Трегуб А. М. (прізвище, ініціали)

10. Керівник освітньо-професійної програми _____ (підпис) Зикун Н.І. (прізвище, ініціали)

11. Завдання до виконання отримав здобувач вищої освіти _____ (підпис) Федорчук Г.С. (прізвище, ініціали)

АНОТАЦІЯ

Інновації і стартапи у формуванні наративів економічної журналістики
(назва випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи)

Магістерська робота присвячена дослідженню впливу інновацій та стартапів на формування наративів економічної журналістики в умовах цифрової трансформації медіапростору.

Мета роботи полягає у комплексному аналізі впливу інновацій та стартап-культури на формування сучасних наративів в економічній журналістиці та розробці практичних рекомендацій щодо їх ефективного висвітлення у медіа.

Завданнями роботи є характеристика теоретичних засад висвітлення інноваційної діяльності в економічній журналістиці; аналіз специфіки формування медійних наративів про стартапи; дослідження впливу цифровізації на трансформацію економічного контенту; вивчення міжнародного досвіду висвітлення інноваційних проєктів; розробка та реалізація авторського медіапроєкту «Startup Insight: Історії українських інновацій».

Предметом дослідження є комунікаційні особливості та наративні структури висвітлення інновацій і стартапів в економічній журналістиці цифрової епохи.

Об’єктом дослідження виступає контент провідних економічних медіа та спеціалізованих платформ, що висвітлюють інноваційну діяльність та стартап-проєкти.

Базою дослідження визначено контент 25 спеціалізованих економічних медіа та інноваційних платформ; досліджено 30 медійних проєктів в українському та міжнародному інформаційному просторі.

За результатами дослідження сформульовані теоретичні висновки, проведено емпіричне дослідження та створено авторський медіапроєкт.

Одержані результати можуть бути використані під час викладання дисциплін «Економічна журналістика», «Інноваційні медіа» та «Цифровий сторітелінг» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 061 - Журналістика.

Випускна кваліфікаційна (дипломна) робота містить 56 сторінок, 10 рисунків, список використаних джерел з 63 найменування.

Ключові слова: старт-ап, подкастинг, соціальні комунікації, українськомовна журналістика, інвестиції, цифровий медіапростір.

Рік виконання випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи 2023–2024.

Рік захисту роботи – 2025.

ANNOTATION

Innovations and Startups in Shaping Economic Journalism Narratives
(name of final qualification (diploma) work

The master’s thesis is devoted to studying the influence of innovations and startups on shaping economic journalism narratives in the context of digital media space transformation.

The aim of the work is to comprehensively analyze the impact of innovations and startup culture on forming modern narratives in economic journalism and develop practical recommendations for their effective media coverage.

The objectives include characterizing theoretical foundations of covering innovative activities in economic journalism; analyzing the specifics of forming media narratives about startups; researching digitalization’s impact on economic content transformation; studying international experience in covering innovative projects; developing and implementing the author’s media project «Startup Insight: Stories of Ukrainian Innovations».

The subject of research is communication features and narrative structures of covering innovations and startups in economic journalism of the digital age.

The object of research is the content of leading economic media and specialized platforms covering innovative activities and startup projects.

The research base includes content from 25 specialized economic media and innovation platforms; 30 media projects in Ukrainian and international information space were studied.

The research resulted in theoretical conclusions, empirical study, and creation of an author’s media project.

The obtained results can be used in teaching courses «Economic Journalism», «Innovative Media», and «Digital Storytelling» for students pursuing a master’s degree in specialty 061 - Journalism.

Keywords: stat-up, podcasting, social communications, Ukrainian-language media, investments, digital media space.

The year of completion of the final qualification (diploma) work is 2023–2024.

The year of job protection is 2025.

ЗМІСТ

ВСТУП 10
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ ТА СТАРТАПІВ У ФОРМУВАННІ НАРАТИВІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ 14
1.1. Концептуальні підходи та методологічний інструментарій дослідження .. 14
1.2. Трансформація економічної журналістики в епоху цифровізації 19
РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКА ВИСВІТЛЕННЯ ІННОВАЦІЙ ТА СТАРТАПІВ В СУЧАСНОМУ МЕДІАПРОСТОРІ 27
2.1. Міжнародний досвід висвітлення інноваційних проєктів та стартапів 27
2.2. Особливості висвітлення інноваційної діяльності в українських економічних медіа 33
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА АВТОРСЬКОГО МЕДІАПРОЄКТУ «STARTUP INSIGHT: ІСТОРІЇ УКРАЇНСЬКИХ ІННОВАЦІЙ» 37
3.1. Концепція та структура медіапроєкту 37
3.2. Практична реалізація та перспективи розвитку проєкту 44
ВИСНОВКИ 49
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 51

ВСТУП

Актуальність дослідження інновацій і стартапів у формуванні наративів економічної журналістики зумовлена стрімкою трансформацією медійного простору під впливом цифровізації та зростаючою роллю інноваційних процесів у розвитку сучасної економіки.

В умовах глобальної діджиталізації та технологічного прогресу змінюються не лише бізнес-моделі та економічні процеси, але й способи їх висвітлення у медіа. Економічна журналістика стоїть перед викликом адаптації до нових форматів подачі інформації та необхідністю створення якісного контенту про інновації та стартапи, що стають ключовими драйверами економічного розвитку.

Стан і ступінь розробки проблеми в спеціальній літературі визначається комплексом міждисциплінарних досліджень на національному та міжнародному рівні, а також розгляду галузевих наукових робіт із соціальних комунікацій. Теоретичне підґрунтя дослідження економічної журналістики заклали такі вчені як В. Супрун та Г. Байкєніч, які розглядали специфіку висвітлення економічних процесів у медіа. Значний внесок у розуміння трансформації економічної журналістики в цифрову епоху зробили дослідження Б. Потятиника та Л. Мельника.

Питання наративних структур та сторітелінгу в економічній журналістиці досліджували Л. Василик та О. Гоян. Особливості формування медійного контенту про інновації та стартапи розглядали у своїх працях В. Різун, В. Іванов та М. Бутиріна.

Міжнародний досвід висвітлення інноваційної діяльності став предметом досліджень таких зарубіжних науковців як Г. Тачмен (G. Tuchman), М. Дьюз (M. Deuze) та П. Друкер (P. Drucker). Вони зосередили увагу на трансформації медійних практик під впливом технологічних інновацій.

Проте, незважаючи на наявність значної кількості досліджень, комплексний аналіз впливу інновацій та стартапів на формування наративів економічної

журналістики в українському медіапросторі досі залишається недостатньо вивченим. Потребують глибшого дослідження питання адаптації міжнародного досвіду висвітлення інноваційної діяльності до українських реалій та розробки ефективних комунікаційних стратегій для висвітлення стартап-проєктів.

Мета роботи полягає у комплексному аналізі впливу інновацій та стартап-культури на формування сучасних наративів в економічній журналістиці, зокрема у вимірі трансформації подачі економічного контенту в умовах цифровізації, осягнення їх ролі як інструменту модернізації медійного дискурсу та розробки практичних рекомендацій щодо ефективного висвітлення інноваційної діяльності у медіа.

Реалізація поставленої мети передбачає:

– дослідження теоретичних засад висвітлення інноваційної діяльності в економічній журналістиці;

– аналіз специфіки формування медійних наративів про стартапи;

– вивчення впливу цифровізації на трансформацію економічного контенту;

– дослідження міжнародного досвіду висвітлення інноваційних проєктів;

– розробку та практичну реалізацію авторського медіапроєкту, спрямованого на висвітлення українських інновацій та стартапів.

Досягнення зазначеної мети дозволить сформувати комплексне розуміння сучасних тенденцій у висвітленні інноваційної діяльності та запропонувати ефективні інструменти для створення якісного економічного контенту в умовах цифрової трансформації медіапростору.

Емпіричною базою дослідження виступає контент 25 спеціалізованих економічних медіа та інноваційних платформ, а також 30 медійних проєктів в українському та міжнародному інформаційному просторі.

У межах міжнародного сегменту проаналізовано провідні видання та платформи: TechCrunch, Forbes Innovation, MIT Technology Review, Wired, The Verge, VentureBeat, Bloomberg Technology та технологічний розділ Financial Times. Серед українських медіа та платформ досліджено контент AIN.UA,

DOU.UA, MC.today, The Village Україна, Innovation House, розділ інновацій Економічної правди, Business.ua та InVenture.

До бази дослідження також увійшли спеціалізовані подкасти та YouTube-канали, зокрема Startup Grind, This Week in Startups, Masters of Scale, How I Built This та The Pitch, що формують важливий сегмент висвітлення інноваційної діяльності та стартап-культури.

Проаналізований контент за період 2021-2024 років включає понад 500 публікацій про інновації та стартапи, 200 відеоматеріалів, 150 подкаст-епізодів та 50 лонгрідів і спеціальних проєктів. Окрему увагу приділено дослідженню офіційних сторінок медіа в соціальних мережах, Telegram-каналів про інновації та стартапи, інтерактивних платформ для стартап-спільноти та освітніх ресурсів з економічної журналістики.

Хронологічні межі дослідження охоплюють період з 2021 по 2024 роки, що дозволяє простежити найновіші тенденції у висвітленні інноваційної діяльності та розвитку стартап-екосистеми. Такий часовий проміжок забезпечує можливість комплексного аналізу трансформації медійних наративів про інновації та стартапи в умовах стрімкої цифровізації медіапростору.

Методологічний апарат дослідження ґрунтується на комплексному використанні загальнонаукових та спеціальних методів, що забезпечує всебічне вивчення впливу інновацій на формування наративів економічної журналістики.

Діалектичний метод дозволив дослідити трансформацію економічної журналістики під впливом цифровізації та інноваційних процесів. Системний аналіз сприяв комплексному розгляду структурних елементів наративів про інновації та стартапи в економічній журналістиці.

Порівняльний метод застосовано для зіставлення особливостей висвітлення інноваційної діяльності в українських та міжнародних медіа, що дало змогу виявити специфічні риси та загальні тенденції. Контент-аналіз використано для дослідження тематичного наповнення та форматів подачі матеріалів про інновації та стартапи в сучасному медіапросторі.

За допомогою методу case-study проаналізовано конкретні приклади успішного

висвітлення інноваційних проєктів у медіа. Дискурс-аналіз дозволив вивчити особливості формування наративів про інновації та стартапи в медійному просторі. Метод експертного опитування забезпечив отримання фахової оцінки тенденцій розвитку економічної журналістики.

Описовий метод застосовано для характеристики сучасного стану висвітлення інновацій та стартапів, а метод моделювання використано для розробки авторського медіапроєкту та формування практичних рекомендацій.

Методологічною основою дослідження стали наукові праці вітчизняних та зарубіжних дослідників у галузі економічної журналістики, медіакомунікацій, цифрових технологій та інноваційного менеджменту. Такий комплексний підхід забезпечив досягнення поставленої мети та вирішення дослідницьких завдань.

Науково-практична значимість одержаних результатів полягає у доповненні наукового дискурсу результатами емпіричного дослідження особливостей висвітлення інновацій та стартапів у економічній журналістиці, а також розробкою моделі авторського медіапроєкту, спрямованого на якісне висвітлення інноваційної діяльності в українському медіапросторі.

Теоретична значущість роботи виявляється у систематизації та узагальненні наукових підходів до вивчення наративів про інновації та стартапи в економічній журналістиці, а також у розширенні розуміння впливу цифровізації на трансформацію форматів подачі економічного контенту.

Практична цінність дослідження полягає в розробці рекомендацій щодо створення якісного контенту про інноваційну діяльність та стартап-проєкти, які можуть бути використані як журналістами-практиками, так і редакціями економічних медіа. Результати дослідження можуть слугувати основою для вдосконалення професійних компетенцій журналістів у сфері висвітлення інноваційної економіки.

Матеріали дослідження можуть бути використані у навчальному процесі при викладанні дисциплін з економічної журналістики, інноваційних медіа та цифрових комунікацій, а також при розробці навчально-методичних матеріалів для підготовки майбутніх журналістів.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ ТА СТАРТАПІВ У ФОРМУВАННІ НАРАТИВІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

1.1. Концептуальні підходи та методологічний інструментарій дослідження

У дослідженні особливостей висвітлення інновацій та стартапів в економічній журналістиці застосовується комплексний методологічний інструментарій, що базується на фундаментальних наукових принципах. За визначенням В. Різуна, методологія дослідження має спиратися на системний підхід, який дозволяє розглядати об’єкт як цілісну структуру взаємопов’язаних елементів. У контексті вивчення економічної журналістики важливим є застосування контент-аналізу, який, як зазначає В. Городяненко [2], дозволяє виявити кількісні та якісні характеристики медіаконтенту. Дослідник О. Іванов [4] наголошує на необхідності використання порівняльного методу для виявлення специфіки висвітлення інноваційної тематики в різних медіа. Структурно-функціональний аналіз, за твердженням класика соціоліогії Т. Парсонса [25], допомагає визначити особливості подання та формує функціональну залежність, котра стає ключовою умовою існування соціальних систем і суспільства в цілому. В. Лелеко [8] підкреслює важливість герменевтичного методу для розуміння смислових конструкцій в економічних публікаціях. Метод моделювання, як зазначає М. Мінський [19], дозволяє створювати теоретичні моделі висвітлення інноваційної тематики в медіа. Дослідник Ю. Шемшученко [29] наголошує на важливості історичного методу для розуміння еволюції висвітлення інновацій. Г. Цюй [10] акцентує увагу на необхідності застосування синергетичного підходу для розуміння взаємодії різних аспектів об’єкту досліджування. О. Овечкіна, В. Вечеров, В. Божанова [9] підкреслюють значення соціологічних методів для вивчення впливу економічної

журналістики на аудиторію. Застосування статистичних методів, як зазначає В. Косєвцов [6], дозволяє виявити кількісні закономірності у висвітленні інноваційної тематики. Комплексне застосування цих методів забезпечує всебічне вивчення особливостей висвітлення інновацій та стартапів в економічній журналістиці, дозволяючи отримати об'єктивні та науково обґрунтовані результати дослідження. Теоретико-методологічною основою дослідження є міждисциплінарний підхід, що синтезує досягнення медіадосліджень, економічної теорії, комунікативістики та інноваційного менеджменту. Це дозволяє розглядати об'єкт дослідження як складну систему взаємопов'язаних елементів медійного дискурсу.

Методологічний інструментарій дослідження висвітлення інновацій та стартапів в економічній журналістиці ґрунтується на фундаментальних філософських працях та сучасних наукових дослідженнях.

Діалектичний метод, започаткований у філософських працях Гегеля [3], розглядає розвиток явищ через протиріччя та їх подолання. У контексті сучасної економічної журналістики, цей метод дозволяє простежити еволюцію медіаформатів від традиційних до цифрових. Наприклад, трансформація подання економічних новин відбувається через протиріччя між усталеними формами журналістики та новими технологічними можливостями, що призводить до появи інноваційних форматів висвітлення економічної інформації. Павлік демонструє, як через подолання протиріч між традиційними та новими медіа формуються гібридні формати, що поєднують переваги обох підходів.

Аналітичний метод, теоретичні основи якого заклав Декарт [12], передбачає розчленування складного явища на простіші складові для детального вивчення кожного елемента. Цей підхід можна застосовувати у контексті цифрових медіа, пропонуючи методологію детального аналізу медіаконтенту. Застосовуючицей метод можна розкласти складний медійний продукт на окремі компоненти: текстову складову, візуальний контент, інтерактивні елементи, структуру подання інформації. Це дозволяє глибоко зрозуміти механізми функціонування сучасних медіа та особливості сприйняття контенту аудиторією.

Синтетичний метод, обґрунтований Кантом, спрямований на об’єднання розрізнених елементів у цілісну систему. Моріс Кортні [20] у своєму дослідженні застосовує цей метод для формування комплексного розуміння цифрової журналістики. Він показує, як різні елементи сучасного медіапростору – технології, формати, бізнес-моделі, професійні практики – взаємодіють між собою та утворюють єдину систему цифрової журналістики. Це дозволяє зрозуміти не лише окремі аспекти функціонування медіа, але й загальні закономірності розвитку галузі.

Таке поєднання класичних філософських методів із сучасними дослідницькими підходами створює потужну методологічну базу для вивчення особливостей висвітлення інновацій та стартапів в економічній журналістиці. Воно дозволяє не лише аналізувати окремі аспекти медійної практики, але й формувати цілісне розуміння трансформаційних процесів у галузі. Використання цих методів допомагає виявити як загальні тенденції розвитку економічної журналістики, так і специфічні особливості висвітлення інноваційної тематики в сучасних медіа.

При цьому важливо відзначити, що сучасні дослідники не просто механічно переносять класичні методи на нову реальність, а творчо переосмислюють їх відповідно до потреб цифрової епохи. Це дозволяє зберегти фундаментальність методологічного підходу при одночасній його адаптації до специфіки сучасного медіасередовища та особливостей висвітлення економічних інновацій.

Контент-аналіз, відповідно до методології Кімберлі Нойєндорф [22], представляє собою систематичний та об’єктивний метод дослідження медіаконтенту, який поєднує кількісні та якісні підходи до аналізу текстів. У своїй роботі дослідниця пропонує структурований підхід до вивчення медіаматеріалів, зокрема у сфері висвітлення інновацій та стартапів.

Кількісний вимір контент-аналізу передбачає математично точне вимірювання частоти появи певних тем, термінів чи концепцій у медіатекстах. Наприклад, при дослідженні економічної журналістики можна відстежувати частоту згадування конкретних стартапів, інноваційних технологій чи

підприємців. Важливим аспектом є також вимірювання обсягу матеріалів, присвячених інноваційній тематиці, та їх співвідношення з іншими темами економічного контенту.

Якісний вимір контент-аналізу фокусується на глибинному вивченні змісту та контексту публікацій. Нойєндорф підкреслює важливість аналізу тональності матеріалів, способів подання інформації, використаних журналістських прийомів та глибини розкриття теми. Особлива увага приділяється вивченню стилістичних особливостей та риторичних засобів, що використовуються при висвітленні інноваційної тематики.

Дискурс-аналіз, розвинутий у роботі Рут Водак [30], представляє собою метод дослідження, який зосереджується на вивченні способів конструювання смислів у медіатекстах. У контексті цифрової комунікації Водак пропонує розглядати медіадискурс як складну систему взаємопов'язаних елементів, що формують певну картину реальності.

Дослідниця наголошує на важливості розуміння соціального контексту створення медіатекстів. При аналізі матеріалів про інновації та стартапи це означає врахування економічних, технологічних та соціальних факторів, які впливають на формування медійних наративів. Водак також звертає увагу на роль владних відносин та ідеологічних установок у формуванні медіадискурсу.

Особливістю підходу Водак є увага до мультимодальності сучасної цифрової комунікації. Дослідниця пропонує аналізувати не лише текстовий компонент, але й візуальні елементи, інтерактивні features та способи взаємодії з аудиторією. Це особливо актуально при дослідженні висвітлення інновацій, де важливу роль відіграють візуалізації, інфографіка та інтерактивні елементи.

Обидва методи – контент-аналіз та дискурс-аналіз – доповнюють один одного, дозволяючи отримати комплексне розуміння того, як економічна журналістика висвітлює інноваційну тематику. Якщо контент-аналіз забезпечує точні кількісні дані та базові якісні характеристики контенту, то дискурс-аналіз дозволяє зрозуміти глибинні смисли та контексти, що формуються у медіапросторі.

У сучасних умовах ці методи особливо важливі для розуміння того, як трансформується економічна журналістика під впливом цифровізації та як змінюються способи подання інформації про інновації та стартапи. Вони дозволяють не лише описати поточний стан медіависвітлення інноваційної тематики, але й виявити тенденції розвитку галузі та фактори, що впливають на якість журналістських матеріалів.

Компаративний аналіз, представлений у роботі Пола Брадшоу [14], є методом систематичного порівняння різних медіапрактик та моделей економічної журналістики. Дослідник пропонує структурований підхід до порівняння національних особливостей висвітлення економічних тем, форматів подання інформації та професійних стандартів у різних медіасистемах. Особлива увага приділяється порівнянню методів роботи з даними та способів візуалізації економічної інформації в різних країнах.

Case-study метод, описаний С. Лівеліном [17], передбачає детальне вивчення окремих випадків успішної реалізації медіапроєктів. Цей метод дозволяє глибоко проаналізувати конкретні приклади, виявити фактори успіху та можливості застосування отриманого досвіду в інших контекстах. Стейк наголошує на важливості врахування контексту та особливостей кожного окремого випадку.

Системний підхід Мануеля Кастельса [5] розглядає медіапроцеси як складну взаємопов’язану систему. Дослідник аналізує взаємодію різних елементів медіасистеми, включаючи технологічні, соціальні та економічні аспекти. Особлива увага приділяється ролі мережевих структур у сучасному медіапросторі.

Проєктний метод Джейн Сінгер [26] фокусується на практичних аспектах створення та розвитку медіапроєктів. Дослідниця пропонує методологію розробки, впровадження та оцінки ефективності інноваційних медіаініціатив. Важливим аспектом є поєднання теоретичних знань з практичним досвідом.

Міждисциплінарний підхід Генрі Дженкінса [15] демонструє важливість інтеграції методів різних наукових дисциплін при дослідженні медіа. Дослідник

показує, як поєднання підходів з журналістики, соціології, економіки та інших наук збагачує розуміння медіапроцесів.

Методологія тріангуляції даних, розроблена Джессікою Аббадія [1], передбачає використання різних методів збору та аналізу інформації для підвищення надійності результатів дослідження. Це включає комбінування кількісних та якісних методів, різних джерел даних та підходів до їх інтерпретації.

Цифрові методи дослідження, представлені Джейсоном Редфордом [16], фокусуються на специфіці аналізу онлайн-контенту. Дослідник пропонує інноваційні підходи до вивчення цифрових медіа, включаючи методи аналізу великих даних та автоматизованого контент-аналізу.

Методологія дослідження медіаметрик та аналітики, вивчених Аллою Кваско [7], зосереджується на кількісних показниках ефективності медіа. Це включає методи вимірювання аудиторії, аналізу залученості користувачів та оцінки економічної ефективності медіапроєктів.

Етичні аспекти медіадосліджень, висвітлені Т. Бонадеренко [28], забезпечують методологічну основу для відповідального проведення досліджень. Дослідник пропонує принципи та підходи до етичного збору та аналізу даних у медіадослідженнях.

Такий комплексний методологічний інструментарій, що поєднує класичні філософські підходи з сучасними методами дослідження, забезпечує ґрунтовний аналіз особливостей висвітлення інновацій та стартапів в економічній журналістиці. Це дозволяє не лише теоретично осмислити проблематику, але й розробити практичні рекомендації для розвитку галузі.

1.2. Трансформація економічної журналістики в епоху цифровізації

Reuters здійснив революційну трансформацію у способах обробки та подачі економічної інформації через впровадження передових технологій.

Система штучного інтелекту Reuters, відома як Lynx Insight, аналізує мільйони наборів даних у реальному часі. Вона здатна виявляти аномалії у фінансових показниках, відстежувати тренди на ринках та генерувати попередні версії новин. Система може обробляти квартальні звіти компаній за лічені секунди, виділяючи ключові показники та порівнюючи їх з прогнозами аналітиків.

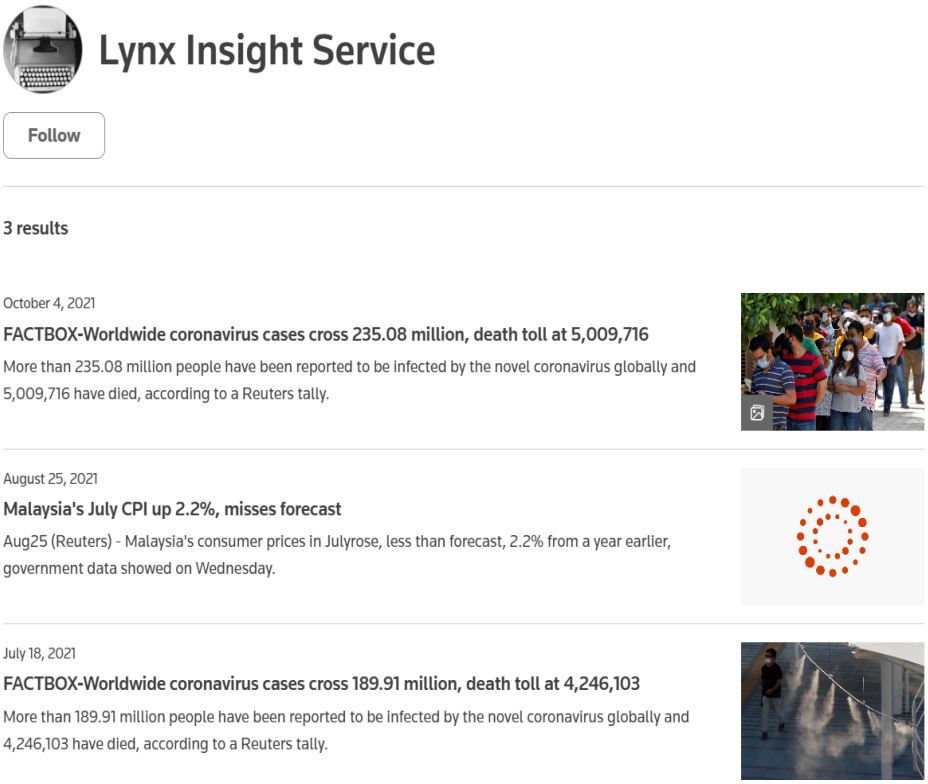

Рис. 1.1. Список статей написана Lynx Insight

Автоматизована система створення новин Reuters працює за складними алгоритмами, які перетворюють фінансові дані у читабельні тексти. Наприклад, система може автоматично генерувати новини про зміни цін на акції, валютні курси або біржові індекси. При цьому алгоритми враховують контекст, історичні дані та ринкові тенденції.

Особливу увагу Reuters приділяє точності даних. Компанія розробила систему News Tracer, яка використовує машинне навчання для оцінки достовірності інформації в соціальних мережах. Система аналізує джерела інформації, перевіряє їх надійність та оцінює ймовірність правдивості повідомлень. Reuters News Tracer використовує когнітивні технології та

машинне навчання для обробки великого обсягу матеріалів у соціальних мережах, що дозволяє журналістам швидше виявляти та перевіряти події в реальному часі. Цей інструмент аналізує твіти, щоб визначити їх новинну цінність, а також забезпечує незалежну верифікацію інформації професійними журналістами. Завдяки цим можливостям, Reuters News Tracer досягнув значних результатів, виявляючи термінові новини раніше за великі новинні агентства.

Технологія blockchain використовується Reuters для створення незмінного реєстру новин. Кожна публікація отримує унікальний цифровий підпис, який зберігається у розподіленому реєстрі. Це дозволяє відстежувати походження інформації та запобігати її несанкціонованій зміні.

Reuters також впровадив систему машинного навчання для аналізу настроїв ринку. Алгоритми аналізують тональність новин, соціальних медіа та інших джерел для прогнозування можливих змін на фінансових ринках. Ця інформація допомагає інвесторам та трейдерам приймати більш обґрунтовані рішення.

Важливим елементом цифрової трансформації Reuters стала розробка API (програмних інтерфейсів), які дозволяють клієнтам інтегрувати дані та аналітику Reuters у власні системи. Це створило нові можливості для автоматизації торгівлі та ризик-менеджменту.

За допомогою технології природної обробки мови (NLP) Reuters автоматизував переклад економічних новин на різні мови, що значно розширило доступність інформації для глобальної аудиторії. Система здатна зберігати стилістичну точність та враховувати культурні особливості різних регіонів.

Компанія також розробила систему раннього попередження про важливі економічні події. Алгоритми відстежують незвичайну активність на ринках, аналізують корпоративні документи та інші джерела для виявлення потенційно важливих новин до їх офіційного оприлюднення.

Все це дозволило Reuters значно підвищити швидкість та якість подачі економічної інформації, зберігаючи при цьому високі стандарти журналістики. Технологічні інновації також створили нові можливості для монетизації контенту та розширення клієнтської бази.

У випадку BBC цифрова трансформація економічної журналістики пішла шляхом створення мультиформатного контенту та активного залучення аудиторії.

BBC News Economics створила спеціалізований відділ з візуальної журналістики, який розробляє інтерактивні графіки та діаграми для пояснення складних економічних процесів. Наприклад, їхні інтерактивні калькулятори дозволяють читачам розрахувати вплив інфляції на особисті фінанси або оцінити наслідки Brexit для різних секторів економіки. Медіакорпорація впровадила формат «пояснювальної журналістики», де складні економічні концепції подаються через комбінацію анімованої графіки, коротких відео та інтерактивних елементів. Особливо успішним став проект BBC Visual Journalism, який створює віртуальні моделі економічних процесів та дозволяє користувачам експериментувати з різними сценаріями розвитку подій.

Подкасти BBC з економічної тематики, такі як «More or Less» та «Business Daily», стали важливим каналом поширення економічної інформації. Вони поєднують глибокий аналіз з доступною подачею матеріалу та залучають експертів для обговорення актуальних економічних питань. Формат подкастів виявився особливо ефективним для охоплення молодшої аудиторії, яка надає перевагу мобільному споживанню контенту.

BBC активно використовує соціальні мережі для поширення економічних новин. Корпорація розробила спеціальні формати для різних платформ: короткі відеопояснення для Instagram, інфографіка для Twitter, детальні аналітичні матеріали для LinkedIn. Особлива увага приділяється створенню вірусного контенту, який може швидко поширюватися в соціальних мережах.

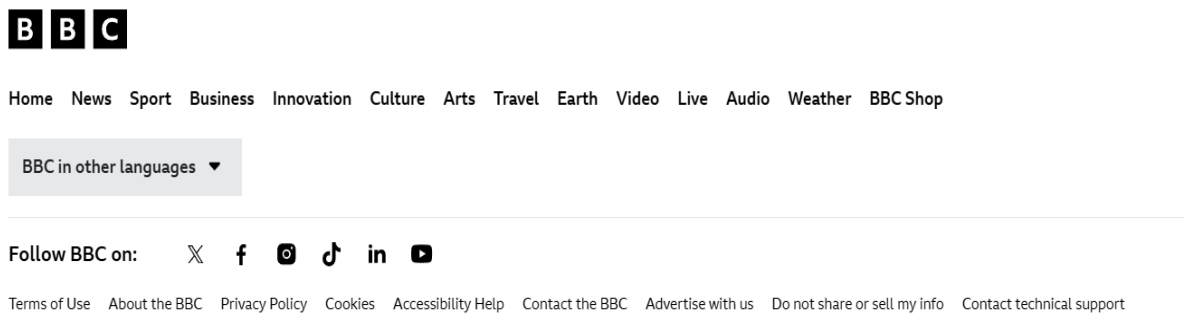

Рис. 1.2. Посилання на соцмережі BBC

Важливим нововведенням стало створення персоналізованої стрічки економічних новин. Алгоритми BBC аналізують інтереси користувачів та пропонують їм релевантний контент, включаючи новини про конкретні компанії, галузі або регіони. Це підвищило залученість аудиторії та тривалість перебування на платформі.

BBC також розвиває освітній напрямок в економічній журналістиці. Корпорація створила серію онлайн-курсів та інтерактивних посібників з фінансової грамотності, які допомагають аудиторії краще розуміти економічні процеси та приймати обґрунтовані фінансові рішення.

Особливу увагу BBC приділяє адаптації контенту для мобільних пристроїв. Всі матеріали оптимізовані для перегляду на смартфонах, а інтерактивні елементи розроблені з урахуванням особливостей сенсорного управління. Це дозволило значно розширити мобільну аудиторію економічного розділу.

Корпорація також експериментує з новими форматами подачі даних, включаючи доповнену реальність (AR) для візуалізації економічних трендів та віртуальну реальність (VR) для створення імерсивних репортажів з торгових майданчиків та фінансових центрів.

Al Jazeera демонструє унікальний підхід до цифрової трансформації економічної журналістики, фокусуючись на глобальному охопленні з особливим акцентом на країни, що розвиваються.



Рис. 1.3. Логотип AJ+

Створення AJ+ стало революційним кроком у розвитку цифрового контенту. Цей підрозділ спеціалізується на виробництві коротких, емоційно

насичених відеоматеріалів про економічні процеси, які оптимізовані для соціальних мереж. Особливістю їхнього підходу є focus на людських історіях та практичних наслідках економічних рішень для звичайних людей.

Al Jazeera розробила багатомовну цифрову екосистему, яка включає веб-платформу та мобільні додатки арабською, англійською, турецькою та балканськими мовами. Це дозволяє охопити різноманітну аудиторію та надавати економічну інформацію з урахуванням культурних та регіональних особливостей.

Видання створило спеціалізовану команду data-журналістів, які аналізують економічні дані країн, що розвиваються. Вони створюють детальні розслідування про вплив міжнародної торгівлі, боргової політики та глобальних фінансових рішень на економіки цих країн. Особлива увага приділяється питанням нерівності та сталого розвитку.

Al Jazeera впровадила інноваційну систему візуалізації даних, яка дозволяє наочно представити складні економічні взаємозв’язки між різними регіонами світу. Їхні інтерактивні карти та графіки допомагають аудиторії зрозуміти глобальні економічні тренди та їх локальний вплив.

В рамках своєї цифрової стратегії медіа розвиває формат економічних мікродокументалістик. Це короткі відеоісторії, які розповідають про конкретні економічні явища через призму особистого досвіду людей з різних країн. Такий підхід робить економічні теми більш доступними та зрозумілими для широкої аудиторії.

Важливим елементом стратегії Al Jazeera є розвиток партнерських відносин з локальними медіа в різних регіонах. Це дозволяє отримувати унікальну економічну інформацію з місць та створювати більш глибокий та різноманітний контент.

Медіакомпанія також активно експериментує з форматами залучення аудиторії. Вони проводять онлайн-дискусії, опитування та інтерактивні сесії, де експерти відповідають на питання глядачів про економічні процеси в режимі реального часу.

Al Jazeera розробила спеціальні формати для висвітлення економічних криз та їх впливу на різні регіони. Їхні «кризові дашборди» надають актуальну інформацію про економічні показники, курси валют та ціни на ключові товари в різних країнах.

Особлива увага приділяється висвітленню альтернативних економічних моделей та інноваційних підходів до розвитку в країнах глобального півдня. Al Jazeera створює матеріали про успішні економічні експерименти, соціальне підприємництво та інноваційні фінансові рішення в країнах, що розвиваються.

Цифрова трансформація медіа-індустрії створила нову парадигму економічної журналістики, яка характеризується кількома ключовими тенденціями та змінами.

Персоналізація контенту стала критично важливим елементом стратегії медіа. Використовуючи технології машинного навчання та аналізу даних, видання створюють індивідуальні стрічки новин, які враховують інтереси, професійний профіль та поведінкові патерни користувачів. Це дозволяє підвищити релевантність контенту та збільшити залученість аудиторії.

Розвиток мобільних платформ призвів до фундаментальних змін у форматах подачі інформації. Медіа адаптують свій контент для зручного споживання на смартфонах: створюють вертикальні відео, розробляють адаптивний дизайн, оптимізують швидкість завантаження сторінок. Особлива увага приділяється user experience та зручності навігації на мобільних пристроях.

Використання великих даних трансформувало процес створення економічного контенту. Журналісти отримали доступ до потужних інструментів аналітики, які дозволяють виявляти приховані тренди, встановлювати кореляції між різними економічними показниками та створювати більш глибокі аналітичні матеріали.

Мультимедійний контент став стандартом для економічної журналістики. Матеріали тепер включають відео, аудіо, інфографіку, інтерактивні елементи та анімацію. Це вимагає від редакцій створення крос-функціональних команд, де

журналісти працюють разом з дизайнерами, програмістами та фахівцями з візуалізації даних.

Присутність у соціальних мережах перетворилася з додаткового каналу дистрибуції в ключовий елемент стратегії медіа. Видання адаптують свій контент під особливості різних платформ, експериментують з форматами та активно взаємодіють з аудиторією через коментарі та обговорення.

Трансформація журналістської роботи призвела до появи нових професійних ролей. В редакціях з'явилися data-журналісти, SEO-редактори, продюсери цифрового контенту, фахівці з соціальних мереж. Це вимагає постійного підвищення кваліфікації та освоєння нових технологічних інструментів.

Зміна бізнес-моделей відображає пошук ефективних способів монетизації цифрового контенту. Медіа впроваджують різні моделі платного доступу: від повністю закритого преміум-контенту до гібридних моделей з частковим безкоштовним доступом. Розвиваються нові формати реклами: нативна реклама, спонсорований контент, programmatic-реклама.

Партнерства з технологічними компаніями стали важливим елементом розвитку. Медіа співпрацюють з tech-гігантами для розробки нових форматів контенту, впровадження інноваційних технологій та розширення каналів дистрибуції. Це дозволяє отримати доступ до передових технологій та розширити можливості монетизації.

Важливим аспектом трансформації стала необхідність балансувати між якістю журналістики та швидкістю подачі інформації. Медіа розробляють нові системи верифікації даних, впроваджують автоматизовані процеси перевірки фактів та створюють спеціальні протоколи для роботи з чутливою економічною інформацією.

РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКА ВИСВІТЛЕННЯ ІННОВАЦІЙ ТА СТАРТАПІВ В СУЧАСНОМУ МЕДІАПРОСТОРІ

2.1. Міжнародний досвід висвітлення інноваційних проєктів та стартапів

Міжнародний досвід висвітлення інноваційних проєктів та стартапів демонструє динамічну еволюцію у підходах до подачі інформації про технологічні інновації та підприємництво. В умовах стрімкого розвитку технологічного сектору, медіа розробили різноманітні формати та методи висвітлення інноваційних проєктів, які дозволяють всебічно представити не лише технічні аспекти, але й бізнес-складову стартапів.

TechCrunch став піонером у створенні комплексного підходу до висвітлення стартап-індустрії. Видання розробило унікальну методологію аналізу та презентації інноваційних проєктів, яка включає детальний розбір фінансових показників, технологічних особливостей та ринкового потенціалу. Важливим елементом стратегії TechCrunch є організація масштабних галузевих подій, таких як TechCrunch Disrupt, де стартапи отримують можливість презентувати свої проєкти перед глобальною аудиторією. Ці заходи не лише створюють додаткові можливості для висвітлення інновацій, але й формують важливі networking-майданчики для взаємодії між стартапами, інвесторами та медіа.

Рис. 2.1. Логотип TechCrunch Disrupt

Розвиваючи цей напрямок, The Verge привніс у висвітлення технологічних інновацій більш персоналізований підхід. Видання зробило акцент на людському

вимірі технологічного підприємництва, створюючи захоплюючі narrative про засновників стартапів та їхній шлях до успіху. Особливістю The Verge стало активне використання відеоконтенту, який дозволяє наочно продемонструвати роботу нових технологій та створити емоційний зв'язок між інноваторами та аудиторією. Такий підхід допомагає зробити складні технологічні концепції більш доступними для широкого кола читачів та підкреслити соціальний вплив інновацій.



Рис. 2.2. Логотип The Verge

Поєднання аналітичної глибини TechCrunch та емоційної залученості The Verge створило новий стандарт у висвітленні стартапів, який наслідують інші технологічні медіа. Цей підхід дозволяє не лише інформувати аудиторію про нові технологічні розробки, але й створювати захоплюючі історії про трансформацію ідей у успішні бізнес-проєкти.

У сучасному медіапросторі спостерігається значна диверсифікація підходів до висвітлення технологічних інновацій, де кожне видання знаходить свою унікальну нішу та методологію подачі матеріалу. Особливо показовим у цьому контексті є досвід провідних технологічних медіа.

Wired виділяється своїм міждисциплінарним підходом до висвітлення технологічних інновацій. Видання вийшло за межі традиційної технологічної журналістики, створюючи глибокі аналітичні матеріали, які досліджують взаємозв'язок між технологічними інноваціями та соціальними змінами. Особливістю їхнього підходу є залучення експертів з різних галузей - соціологів, економістів, футурологів – для створення комплексного бачення майбутнього. Такий міждисциплінарний підхід створив основу для більш глибокого розуміння впливу технологій на суспільство.



Рис. 2.3. Логотип Wired

Розвиваючи тему фінансового аспекту технологічних інновацій, VentureBeat трансформував підхід до висвітлення інвестиційної складової технологічного сектору. Видання створило комплексну систему моніторингу та аналізу венчурних інвестицій, яка дозволяє відстежувати не лише окремі угоди, але й загальні тренди на ринку. Ця трансформація значно вплинула на прозорість та доступність інформації про венчурне фінансування.



Рис. 2.4 Логотип VentureBeat

Розвиваючи систему оцінки інноваційних проєктів, Forbes Technology вдосконалив методологію рейтингування стартапів, створивши комплексну систему критеріїв. Важливим аспектом стало врахування не лише фінансових показників, але й технологічної інноваційності, соціального впливу та потенціалу масштабування. Така методологія допомогла створити більш об’єктивну картину технологічного ландшафту.



Рис. 2.5 Логотип Forbes Technology

Трансформація форматів подачі інформації про технологічні інновації викликає активні дискусії в професійному середовищі, що призводить до переосмислення ролі технологічної журналістики в сучасному медіапросторі. Експерти з різних галузей – від академічної спільноти до практикуючих журналістів – активно обговорюють переваги та виклики нових форматів висвітлення технологічних інновацій.

Інтерактивність та мультимедійність, які стали визначальними трендами в технологічній журналістиці, породжують серйозні дебати щодо їх ефективності та доцільності. Медіа-дослідник Емілі Белл з Колумбійського університету, аналізуючи сучасні тенденції, відзначає подвійну природу цих інновацій. З одного боку, вони дозволяють створювати більш глибоке занурення в тему та краще утримувати увагу аудиторії. З іншого - існує ризик надмірного захоплення технологічними елементами, що може призвести до поверхневого висвітлення важливих тем. Її дослідження показують, що найбільш успішними стають проєкти, які знаходять баланс між інноваційною формою та змістовним наповненням.

Особливо гострі дискусії розгортаються навколо використання AR/VR технологій у технологічній журналістиці. Професор журналістики MIT Етан Зукерман, спираючись на результати масштабного дослідження користувацького досвіду, підкреслює революційний потенціал цих технологій для демонстрації складних технічних концепцій. Його команда провела серію експериментів, які показали, що VR-формат дозволяє збільшити рівень розуміння складних технологічних процесів на 40%. Однак, паралельно виявилася серйозна проблема доступності – лише 15% потенційної аудиторії має необхідне обладнання для повноцінного споживання такого контенту.

Розвиток подкастингу як формату технологічної журналістики демонструє позитивну динаміку та отримує схвальні відгуки від експертної спільноти. Кеті Роджерс з New York Times, базуючись на даних внутрішніх досліджень видання, відзначає 300% зростання залучення аудиторії до технологічного контенту через аудіоформат за останні два роки. Подкасти дозволяють створювати більш

персональний зв’язок з аудиторією та ефективніше пояснювати складні концепції через живе спілкування з експертами. Проведені опитування показують, що 78% слухачів краще засвоюють технічну інформацію через аудіоформат, особливо коли вона супроводжується реальними прикладами та кейсами.

На міжнародній конференції Online News Association 2023 відбулася серія панельних дискусій, присвячених майбутньому технологічної журналістики. Особливу увагу було приділено етичним аспектам використання штучного інтелекту в створенні та персоналізації контенту. Експерти представили результати досліджень, які показують, що 62% читачів технологічних видань висловлюють занепокоєння щодо використання AI для створення контенту, але при цьому 73% позитивно оцінюють можливості персоналізації на основі AI-алгоритмів.



Рис. 2.6. Логотип ONA23

Редакційний досвід провідних технологічних видань демонструє складність впровадження інноваційних форматів у щоденну практику. Керівник цифрових інновацій WIRED Джеремі Уайт, спираючись на п’ятирічний досвід трансформації редакції, представив детальний аналіз успіхів та невдач у впровадженні нових форматів. За його даними, найбільш успішними виявились проєкти, які поєднували традиційну журналістську майстерність з інноваційними технологічними рішеннями. Статистика показує, що матеріали з інтерактивними елементами отримують на 85% більше взаємодій від читачів, але вимагають втричі більше ресурсів на виробництво.

Питання монетизації інноваційних форматів залишається одним з найбільш дискусійних в індустрії. Анатолій Мазаракі, проаналізувавши фінансові

показники 50 провідних технологічних медіа, виявив, що лише 30% інноваційних форматів досягають окупності протягом першого року. Його дослідження показує, що успішні бізнес-моделі базуються на гібридному підході, який поєднує традиційні джерела доходу (реклама, передплата) з новими монетизаційними можливостями (спонсорський контент, освітні продукти, події).

Важливим аспектом дискусії стає питання навчання журналістів роботі з новими форматами. Дослідження Пойнтерівського інституту виявило значний розрив між технологічними можливостями сучасних медіа та компетенціями журналістів. За даними опитування, 78% журналістів технологічних видань відчувають потребу в додатковому навчанні для роботи з новими форматами. Це призвело до появи спеціалізованих освітніх програм та тренінгів, спрямованих на підвищення технологічної грамотності медіапрацівників.

Результатом цих багатосторонніх дискусій стає формування нового підходу до технологічної журналістики, який отримав назву «збалансованих інновацій». Цей підхід, розроблений спільно дослідниками з Reuters Institute та практикуючими журналістами, передбачає систематичну оцінку нових форматів за чотирма ключовими критеріями: журналістська цінність, технологічна доступність, економічна ефективність та соціальний вплив.



Рис. 2.7. Логотип Reuters Institute

Міжнародні медіадослідники прогнозують подальшу еволюцію форматів технологічної журналістики. За даними Digital News Report 2023, очікується зростання ролі змішаної реальності (MR) та голосових інтерфейсів у подачі технологічного контенту. Експерти передбачають, що до 2025 року понад 40% технологічного контенту буде споживатися через нетрадиційні канали, що ставить перед індустрією нові виклики та можливості.

Таким чином, сучасна дискусія щодо форматів технологічної журналістики виходить далеко за межі простого обговорення технічних інновацій. Вона торкається фундаментальних питань про майбутнє журналістики, роль технологій у створенні та поширенні контенту, а також про відповідальність медіа перед суспільством в епоху цифрової трансформації. Ця дискусія продовжує формувати нові стандарти та практики в галузі, впливаючи на розвиток всієї медіаіндустрії.

2.2. Особливості висвітлення інноваційної діяльності в українських економічних медіа

Висвітлення інноваційної діяльності в українських економічних медіа характеризується складною динамікою розвитку та відображає загальні тенденції трансформації медійного простору. За останні п’ять років спостерігається суттєва зміна підходів до подачі інформації про інновації, що зумовлено як технологічним прогресом, так і зростаючим запитом аудиторії на глибоке розуміння інноваційних процесів.

Тематичне спрямування матеріалів про інновації демонструє певну диспропорцію. Провідний економіст Ерік Райнерт критикує надмірну увагу до технологічних стартапів при недостатньому висвітленні системних інновацій у традиційних галузях економіки. Українська дослідниця Інна Гриньова підтримує цю позицію, наголошуючи на необхідності збалансованого висвітлення всього спектру інноваційної діяльності.

Формати подачі інформації зазнають суттєвої критики з боку міжнародних експертів. Джозеф Стігліц вказує на поверховість аналізу економічних наслідків впровадження інновацій у медійних матеріалах.

Особливу дискусію викликає питання джерел інформації про інноваційну діяльність. Маріана Мацукато критикує надмірну залежність медіа від корпоративних джерел інформації, що може призводити до упередженого висвітлення інноваційних процесів. Український медіа-експерт Андрій Кулаков підтримує цю думку, наголошуючи на необхідності диверсифікації джерел та посилення ролі незалежної експертизи.

Трансформація підходів до висвітлення інноваційної діяльності яскраво демонструється на прикладі видання Mind.ua, яке запровадило спеціальний розділ «Інвестиції», де поєднується глибока аналітика з доступністю викладу. Експерти відзначають успішність їхньої методології «трирівневого занурення» в тему, коли читач може обрати глибину вивчення матеріалу відповідно до власних потреб та підготовки.

Економічна правда розробила унікальний формат висвітлення стартап-проектів через призму їх впливу на макроекономічні показники. Даний формат допомагає читачам краще розуміти системний вплив інновацій.

Liga.Tech впровадила інноваційний підхід до висвітлення технологічних новин, створивши інтерактивну платформу для оцінки потенціалу стартапів. Цей проект отримав схвальні відгуки від міжнародної спільноти, зокрема від редактора TechCrunch Майка Бутчера, який відзначив унікальність методології оцінювання інноваційних проектів.

Висвітлення інноваційної діяльності в українських економічних медіа характеризується низкою особливостей. Насамперед, варто відзначити, що ці медіа часто фокусуються на успішних вітчизняних стартапах та інноваторах, розповідаючи історії їхнього успіху. Наприклад, українське видання «Економічна правда» неодноразово висвітлювало історії успіху таких компаній, як Grammarly, Depositphotos та Reface, які стали відомими на міжнародному ринку. Це допомагає формувати позитивний імідж інноваційної екосистеми в

Україні, демонструючи, що українські підприємці здатні створювати технологічні рішення світового рівня.

Економічні медіа також приділяють значну увагу державній політиці та програмам підтримки інновацій. Вони регулярно інформують про ініціативи уряду та окремих міністерств, спрямовані на стимулювання інноваційної активності, зокрема щодо державних програм підтримки стартапів, таких як програма «Кредити на інноваційні проекти» від Міністерства цифрової трансформації, а також про інвестиції в інноваційну інфраструктуру, наприклад, у будівництво технологічного парку «UNIT.City» у Києві. Таке висвітлення покликане показати, що інноваційний розвиток є одним із пріоритетів державної економічної політики.

Крім того, економічні медіа приділяють значну увагу інтеграції України у глобальні інноваційні процеси. Вони висвітлюють залучення іноземних інвестицій в українські інноваційні проєкти, наприклад, участь компанії Dragon Capital у раунді фінансування стартапу GitLab, а також участь вітчизняних стартапів у міжнародних акселераторах, таких як Techstars та Y Combinator. Це демонструє, що українські інновації конкурентоспроможні на глобальному ринку та інтегровані у світові тенденції технологічного розвитку.

Варто також відзначити, що українські економічні медіа регулярно аналізують світові тренди в сфері інновацій, такі як розвиток технологій штучного інтелекту, Інтернету речей, блокчейну та «зелених» технологій, і розглядають їх потенційний вплив на економіку України. Наприклад, видання «Новое время» публікувало матеріали про перспективи застосування технологій блокчейну в різних галузях, зокрема у сфері відновлюваної енергетики.

Значна увага приділяється й інноваційним практикам, технологіям та інструментам, які можуть підвищити ефективність діяльності українських компаній. Економічні медіа розповідають про впровадження цифрових технологій, наприклад, застосування хмарних сервісів та рішень на базі Big Data аналітики компаніями, такими як Нафта-Газ-Сервіс, або автоматизацію бізнес-процесів за допомогою RPA-технологій, як це робить компанія Provectus.

Поряд із висвітленням успіхів та позитивних тенденцій, економічні медіа також критично оцінюють перешкоди на шляху інновацій в Україні. Вони досліджують такі проблемні аспекти, як брак фінансування для інноваційних проєктів, зокрема нестачу венчурного капіталу, недосконалу нормативно-правову базу, недостатній розвиток інноваційної інфраструктури, «відтік мізків» та інші фактори, що стримують інноваційну активність. Такий аналіз допомагає виявляти ключові виклики та формувати порядок денний для їх вирішення.

Загалом, висвітлення інноваційної діяльності в українських економічних медіа має комплексний характер, поєднуючи позитивні приклади успіху, огляд державної політики, аналіз глобальних трендів і практичних рішень для бізнесу, а також критичну оцінку проблемних аспектів. Такий підхід сприяє формуванню сприятливого іміджу інноваційного розвитку в суспільстві та окреслює перспективи модернізації вітчизняної економіки.

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА АВТОРСЬКОГО МЕДІАПРОЄКТУ «STARTUP INSIGHT: ІСТОРІЇ УКРАЇНСЬКИХ ІННОВАЦІЙ»

3.1. Концепція та структура медіапроєкту

Сучасний світ стрімко розвивається завдяки технологічним інноваціям, які щодня змінюють наше життя та відкривають нові можливості для розвитку економіки. В цьому контексті особливо важливим стає висвітлення історій успіху вітчизняних підприємців та інноваторів, які своїми проєктами доводять високий потенціал української технологічної екосистеми. Авторський медіапроєкт «Startup Insight» створюється як всеохоплююча мультимедійна платформа, покликана не просто розповідати про успіхи українських стартапів, але й формувати цілісне розуміння процесів створення та розвитку інноваційних проєктів – від першої ідеї до успішної реалізації на ринку. Проєкт ставить перед собою амбітну мету – стати ключовим елементом у розбудові потужної екосистеми технологічного підприємництва в Україні.



Рис. 3.1. Логотип авторського медіапроєкту «Startup insight: історії українських інновацій»

Концептуальною основою проєкту є переконання, що за кожним успішним стартапом стоїть унікальна історія, сповнена викликів, невдач та перемог. Ці історії розкриваються через глибокий аналіз не лише бізнес-процесів та технологічних рішень, але й через призму особистісного розвитку засновників, їхніх цінностей та життєвих принципів. Такий підхід дозволяє створити

багатовимірну картину розвитку стартапу, де технічні та бізнесові аспекти нерозривно пов’язані з людським фактором. Особливу увагу приділено висвітленню процесу прийняття ключових рішень, які визначили успіх проєкту, та аналізу факторів, що вплинули на ці рішення.

Технічною основою проєкту стане сучасний веб-портал з адаптивним дизайном та потужною системою управління контентом. Також планується створення контенту для таких мереж як Youtube, Instagram, X, тощо. Платформа забезпечуватиме оптимальний користувацький досвід на різних пристроях та включатиме сучасні інструменти аналітики для персоналізації контенту.

У форматі відео створюватимуться документальні фільми про стартапи, професійні інтерв’ю з засновниками та експертами, а також прямі трансляції з важливих подій екосистеми. Для цього облаштовується спеціальна відеостудія з сучасним обладнанням для створення контенту broadcast-якості.

Текстовий контент представлений у форматі лонгрідів, що поєднують глибокий аналітичний підхід із доступністю викладу. При цьому особлива увага приділяється візуальній складовій – кожен матеріал супроводжується професійною фото- та відеозйомкою, використовується інфографіка для візуалізації складних даних.

Щодо періодичності, основні публікації виходитимуть на щотижневій основі, що забезпечує час для глибокого дослідження кожної історії. Паралельно підтримується щоденний потік новин та оновлень у соціальних мережах. Створюються тематичні серії матеріалів про окремі галузі та технологічні тренди.

Важливою складовою є офлайн-активність через організацію нетворкінг-зустрічей, тематичних воркшопів, майстер-класів та конференцій. Особливу роль відіграють менторські програми, де досвідчені підприємці діляться досвідом з початківцями.

Фінансова стійкість забезпечується через диверсифіковану модель монетизації, що включає рекламу, спонсорство, консалтингові послуги та преміум-підписку з доступом до ексклюзивного контенту. Дослідження

показують, що успішні бізнес-моделі базуються саме на такому гібридному підході.

Для забезпечення об’єктивності впроваджується система експертної оцінки матеріалів, до редакційної ради входять представники різних сфер: підприємці, інвестори, технічні експерти. Це дозволяє забезпечити різносторонній погляд на кожну історію та високу якість контенту.

Проєкт ставить перед собою мету створити потужний інформаційний ресурс, який стане не просто джерелом натхнення, але й практичним інструментом для розвитку нових стартапів. Це досягається через детальний розбір кожного кейсу з акцентом на практичні аспекти ведення бізнесу – від розробки бізнес-моделі до побудови команди та залучення інвестицій. Важливою складовою є аналіз невдач та помилок, які часто стають найціннішими уроками для майбутніх підприємців. Проєкт прагне створити атмосферу відкритого діалогу, де засновники готові чесно говорити не лише про успіхи, але й про складнощі та виклики, з якими вони стикалися.

Цільова аудиторія проєкту формується з кількох ключових сегментів, кожен з яких має свої специфічні інтереси та потреби. Основу складають молоді підприємці та студенти, які мріють про створення власного бізнесу. Для них проєкт стає джерелом практичних знань та натхнення. Другий важливий сегмент – це досвідчені підприємці, які шукають нові можливості для розвитку та потенційні напрямки для диверсифікації бізнесу. Особливу категорію становлять представники інвестиційної спільноти – венчурні капіталісти, бізнес-ангели та представники інвестиційних фондів, для яких проєкт стає інструментом пошуку перспективних проєктів для інвестування. Важливою частиною аудиторії є також представники академічної спільноти, які використовують матеріали проєкту в освітньому процесі.

Унікальність проєкту забезпечується глибиною аналізу та комплексним підходом до висвітлення кожної історії. Замість поверхневого огляду успіхів, редакція проводить ґрунтовне дослідження всіх аспектів розвитку стартапу. Це включає аналіз ринкової ніші та конкурентного середовища, дослідження

процесу розробки продукту, вивчення стратегій виходу на ринок та масштабування бізнесу. Особлива увага приділяється фінансовим аспектам – від початкових інвестицій до моделей монетизації та стратегій залучення капіталу. Важливою складовою є також аналіз організаційної культури та підходів до управління командою, які часто стають ключовими факторами успіху.

Формат подачі матеріалу розроблений з урахуванням сучасних тенденцій медіаспоживання та особливостей сприйняття інформації різними типами аудиторії. Кожна історія розкривається через комплекс взаємопов'язаних форматів, де текстові матеріали доповнюються відеоконтентом, аудіоподкастами та інтерактивною інфографікою. Текстовий контент представлений у форматі лонгрідів, які поєднують глибокий аналітичний підхід з доступністю викладу. Відеоформат включає не лише традиційні інтерв'ю, але й документальні зйомки робочих процесів, презентації продуктів та репортажі з важливих подій у житті стартапу. Подкасти дозволяють розкрити теми в форматі невимушеної бесіди, де засновники можуть ділитися своїми думками та досвідом більш неформально.

Особлива увага приділяється візуальній складовій проєкту. Кожен матеріал супроводжується професійною фото- та відеозйомкою, яка допомагає створити емоційний зв'язок з аудиторією та краще передати атмосферу стартапу. Інфографіка використовується для візуалізації складних даних та процесів, роблячи їх більш зрозумілими для широкої аудиторії. Важливим елементом є також створення інтерактивних елементів, які дозволяють читачам глибше зануритись у матеріал та краще засвоїти інформацію.

Періодичність виходу матеріалів планується з урахуванням необхідності підтримувати постійний інтерес аудиторії без втрати якості контенту. Основні публікації виходять на щотижневій основі, що дозволяє забезпечити достатньо часу для глибокого дослідження кожної історії та якісної підготовки матеріалів. Крім того, передбачається випуск щоденних новин та коротких updates у соціальних мережах, які підтримують постійний зв'язок з аудиторією. Важливим елементом є також створення тематичних серій матеріалів, присвячених окремим галузям чи технологічним трендам.

Проєкт активно розвиває офлайн-складову через організацію різноманітних заходів, які сприяють формуванню спільноти та створенню нових зв’язків між учасниками стартап-екосистеми. Це включає регулярні нетворкінг-зустрічі, тематичні воркшопи, майстер-класи від успішних підприємців та масштабні конференції. Особливу роль відіграють менторські програми, де досвідчені підприємці можуть ділитися своїми знаннями з початківцями. Такі заходи не лише сприяють обміну досвідом, але й створюють можливості для нових партнерств та колаборацій.

Потенційні колаборації та партнерства є ключовим елементом розвитку проєкту. Серед українських стартапів планується співпраця з такими успішними компаніями як Grammarly, GitLab, Petcube та Preply. Ці компанії можуть не лише ділитися своїм досвідом, але й виступати менторами для молодих проєктів. Особливо цінним може стати досвід Grammarly у побудові глобального продукту та масштабуванні бізнесу, а також експертиза GitLab у створенні розподіленої команди та розвитку open-source проєктів.

На міжнародному рівні планується встановлення партнерських відносин з такими акселераторами як Y Combinator, TechStars та 500 Startups. Це дозволить українським стартапам отримати доступ до глобальної експертизи та мережі контактів. Важливим напрямком є також співпраця з міжнародними технологічними хабами, зокрема з Silicon Valley, Berlin Tech Hub та London Tech City, що відкриє можливості для українських стартапів на глобальних ринках.

Щодо залучення інвестицій, проєкт розглядає кілька стратегічних напрямків. Перший – це участь українських венчурних фондів, таких як AVentures Capital, TA Ventures та SMRK. Другий напрямок – залучення міжнародних інвестиційних фондів, зацікавлених у розвитку східноєвропейського ринку. Важливим аспектом є також створення синдикатів бізнес-ангелів, які можуть надавати не лише фінансування, але й експертну підтримку.

Можлива критика від існуючих конкурентів може стосуватися кількох аспектів. По-перше, це звинувачення у надмірній локалізації та фокусі виключно

на українському ринку, що може обмежувати глобальні перспективи проєкту. Відповіддю на це є планомірний розвиток міжнародного напрямку та створення двомовного контенту. По-друге, можлива критика щодо "промоутерського" підходу та недостатньої критичності у висвітленні проєктів. Для подолання цього планується впровадження збалансованого підходу з детальним аналізом як успіхів, так і невдач.

Важливим викликом може стати конкуренція з боку великих міжнародних медіа платформ, таких як TechCrunch та The Information, які мають значно більші ресурси та охоплення. Проте унікальною перевагою проєкту є глибоке розуміння локального ринку та безпосередній доступ до української стартап-екосистеми. Крім того, фокус на якісній аналітиці та практичних кейсах дозволить створити власну нішу на ринку технологічних медіа.

Для подолання можливої критики щодо фінансової стійкості проєкту розробляється детальна стратегія монетизації, яка включає різноманітні джерела доходу: від класичної реклами до створення освітніх продуктів та консалтингових послуг. Важливим елементом є також створення додаткової цінності для партнерів через надання доступу до аналітичних даних та інсайтів ринку.

Важливим аспектом розвитку проєкту є створення системи раннього виявлення перспективних стартапів. Для цього планується співпраця з українськими технічними університетами, зокрема КПІ, ЛНУ, ХАІ, де часто зароджуються інноваційні проєкти. Це дозволить висвітлювати історії стартапів не лише на етапі їх успіху, але й простежувати весь шлях розвитку від ідеї до реалізації.

Особлива увага приділяється розвитку партнерських програм з корпоративним сектором. Планується співпраця з такими компаніями як ДТЕК, Метінвест, Київстар, які активно розвивають власні інноваційні хаби та шукають технологічні рішення для своїх бізнес-процесів. Це створить додаткові можливості для стартапів у вигляді пілотних проєктів та корпоративних замовлень.

Щодо можливої критики стосовно об’єктивності висвітлення інформації, проєкт впроваджує систему експертної оцінки матеріалів. До редакційної ради входитимуть представники різних сфер: успішні підприємці, інвестори, технічні експерти, що забезпечить різносторонній погляд на кожну історію.

Для подолання скептицизму щодо життєздатності бізнес-моделі, проєкт розробляє інноваційні формати монетизації. Наприклад, створення закритого клубу для інвесторів з доступом до ексклюзивної аналітики та можливістю раннього знайомства з перспективними проєктами. Також планується запуск маркетплейсу технологічних рішень, де стартапи зможуть презентувати свої продукти потенційним клієнтам.

У відповідь на можливу критику щодо обмеженості географічного охоплення, проєкт активно розвиває мережу міжнародних партнерств. Встановлюються зв’язки з подібними медіапроєктами в країнах Центральної та Східної Європи, що дозволить створити регіональну мережу для обміну досвідом та просування українських стартапів на сусідні ринки.

Важливим елементом протидії критиці щодо поверховості матеріалів є створення власної дослідницької команди. Ця команда займатиметься глибоким аналізом ринків, технологічних трендів та підготовкою регулярних галузевих звітів. Це дозволить забезпечити високу якість аналітичних матеріалів та зміцнити експертну позицію проєкту.

Для забезпечення довгострокової стійкості проєкту розробляється стратегія масштабування на наступні 3-5 років. Вона передбачає поступове розширення географії висвітлення, включаючи не лише українські, але й регіональні success stories. Особлива увага приділяється розвитку крос-культурних колаборацій, зокрема з країнами Балтії та Польщі, де стартап-екосистеми демонструють значну динаміку розвитку.

Важливим етапом розвитку стане створення власної акселераційної програми, де найбільш перспективні проєкти, виявлені редакцією, зможуть отримати не лише медійну підтримку, але й реальну допомогу у розвитку

бізнесу. Це дозволить проєкту перейти від ролі спостерігача до активного учасника процесу створення нових успішних стартапів.

Авторський медіапроєкт «Startup Insight» представляє собою комплексну платформу, яка виходить за рамки традиційного медіаресурсу. Його унікальність полягає в поєднанні якісної журналістики, освітньої складової та практичної підтримки стартапів. Проєкт не лише висвітлює історії успіху, але й активно сприяє розвитку української інноваційної екосистеми. Незважаючи на можливі виклики та критику, проєкт має чітке бачення свого розвитку та механізми подолання потенційних перешкод. Диверсифікована бізнес-модель, сильна експертна складова та широка мережа партнерств створюють міцний фундамент для стабільного розвитку. Особлива цінність проєкту полягає у його внеску у формування нової генерації українських підприємців та популяризацію технологічного підприємництва. Через якісний контент та практичні інструменти підтримки, проєкт допомагає трансформувати перспективні ідеї в успішні бізнеси, сприяючи тим самим економічному розвитку України та її інтеграції у глобальну інноваційну екосистему. У довгостроковій перспективі «Startup Insight» має потенціал стати не просто медіаплатформою, а впливовим гравцем на ринку технологічного підприємництва, створюючи реальну цінність для всіх учасників стартап-екосистеми: від початківців до досвідчених підприємців та інвесторів.

Таким чином, проєкт закладає основи для створення потужного інструменту розвитку інноваційного підприємництва в Україні, що особливо важливо в контексті глобальної цифрової трансформації та зростаючої ролі технологічних інновацій у світовій економіці.

3.2. Практична реалізація та перспективи розвитку проєкту

Технічна реалізація платформи починається з розробки сучасного веб-порталу, який відповідатиме всім вимогам адаптивного дизайну та

забезпечуватиме оптимальний користувацький досвід на різних пристроях. Особлива увага приділяється створенню потужної системи управління контентом (CMS), яка дозволить ефективно працювати з різними форматами матеріалів - від текстових статей до відео та інтерактивного контенту. Впровадження сучасних технологій аналітики забезпечить глибоке розуміння поведінки користувачів та дозволить персоналізувати контент відповідно до їхніх інтересів.

Паралельно з веб-платформою розробляється мобільний додаток з розширеним функціоналом, який включатиме можливість офлайн-доступу до контенту, push-повідомлення про важливі події та інтеграцію з календарем заходів. Важливим аспектом технічної реалізації є забезпечення безперебійної інтеграції з популярними соціальними мережами та професійними платформами, що розширить канали дистрибуції контенту.

Контентна стратегія базується на формуванні професійної редакційної команди, яка включає досвідчених журналістів, галузевих експертів та аналітиків. Розробляється детальний контент-план, який охоплює різні формати та теми, забезпечуючи регулярний випуск якісних матеріалів. Особлива увага приділяється створенню унікального авторського стилю, який поєднує глибину аналізу з доступністю викладу.

Одним з ключових елементів практичної реалізації є створення потужної відеостудії для виробництва професійного відеоконтенту. Це дозволить створювати якісні документальні фільми про стартапи, записувати інтерв’ю з засновниками та експертами, а також проводити прямі трансляції з важливих подій екосистеми. Відеостудія обладнується сучасною технікою та програмним забезпеченням для створення контенту broadcast-якості.

Розвиток освітнього напрямку передбачає створення онлайн-академії для підприємців, де теоретичні знання поєднуються з практичним досвідом успішних засновників. Курси розробляються у співпраці з провідними експертами галузі та включають інтерактивні елементи, практичні завдання та

можливість отримання менторської підтримки. Важливою складовою є система оцінки та сертифікації, яка підтверджує набуті знання та навички.

Організація офлайн-заходів стає важливим елементом розвитку проєкту. Щоквартально проводяться масштабні конференції, які збирають ключових гравців стартап-екосистеми. Щомісячно організовуються нетворкінг-зустрічі та тематичні воркшопи. Особлива увага приділяється створенню комфортного середовища для неформального спілкування та обміну досвідом між учасниками.

В рамках міжнародного розвитку встановлюються партнерські відносини з провідними технологічними медіа та організаціями. Створюються спільні проєкти, які висвітлюють успіхи українських стартапів на глобальному ринку. Організовуються міжнародні події, які сприяють інтеграції української стартап-екосистеми у світовий контекст.

Фінансова стійкість проєкту забезпечується через впровадження інноваційної моделі монетизації. Окрім традиційних джерел доходу, таких як реклама та спонсорство, розвивається напрямок консалтингових послуг для корпоративних клієнтів. Створюється преміум-підписка, яка надає доступ до ексклюзивного контенту, розширеної аналітики та закритих заходів.

Важливим елементом практичної реалізації є створення власної системи маркетингових досліджень. Регулярно проводяться глибинні дослідження ринку, аналізуються тренди та готуються галузеві звіти. Ця аналітика стає цінним ресурсом не лише для читачів, але й для інвесторів та корпоративних партнерів, які приймають стратегічні рішення.

Розвиток регіональної мережі передбачає відкриття представництв у ключових інноваційних хабах України. Кожне представництво не лише створює локальний контент, але й активно працює над розвитком місцевої стартап-екосистеми. Організовуються регіональні заходи, формуються локальні спільноти підприємців та менторів.

Перспективи розвитку проєкту включають створення власного венчурного фонду, який інвестуватиме в найбільш перспективні стартапи, виявлені редакцією. Це дозволить проєкту перейти на новий рівень взаємодії з

екосистемою та створити додаткову цінність для засновників стартапів. Фонд працюватиме в синергії з медійною платформою, використовуючи її експертизу та мережу контактів.

У довгостроковій перспективі планується розширення географії проєкту на країни Східної Європи. Це включає створення локальних версій платформи, адаптованих під специфіку кожного ринку, але об'єднаних спільною місією розвитку інноваційного підприємництва в регіоні. Особлива увага приділятиметься крос-культурному обміну досвідом та створенню міжнародних колаборацій.

Підсумовуючи викладене, проєкт «Startup Insight» представляє собою комплексну екосистему для розвитку технологічного підприємництва в Україні. Практична реалізація проєкту охоплює кілька ключових напрямків: створення потужної цифрової платформи, розвиток якісного мультимедійного контенту, організацію освітніх програм та офлайн-заходів, а також формування міжнародних партнерств.

Технологічна складова проєкту забезпечує надійну інфраструктуру для створення та дистрибуції контенту, включаючи веб-портал, мобільний додаток та відеостудію. Контентна стратегія фокусується на створенні глибокої аналітики та практично корисних матеріалів, які допомагають підприємцям розвивати свої проєкти.

Фінансова модель проєкту побудована на диверсифікованих джерелах доходу, що забезпечує його стійкість та незалежність. Створення власного венчурного фонду відкриває нові можливості для монетизації та підтримки перспективних стартапів.

Міжнародний вектор розвитку та створення регіональної мережі дозволяють проєкту масштабуватися та сприяти інтеграції української стартап-екосистеми у глобальний контекст. Особлива увага приділяється створенню цінності для всіх учасників екосистеми: підприємців, інвесторів, корпоративних партнерів та освітніх закладів.

В результаті, «Startup Insight» має всі передумови стати провідною платформою для розвитку інноваційного підприємництва в Україні та регіоні, створюючи реальний вплив на формування нового покоління технологічних підприємців та розвиток економіки знань.

ВИСНОВКИ

У дослідженні особливостей висвітлення інновацій та стартапів в економічній журналістиці застосовується комплексний методологічний інструментарій, що базується на фундаментальних наукових принципах, котрі розглядали такі вітчизняні науковці як В. Городяненко, О. Іванов, В. Різун, А. Кваско тощо. Також дане питання набуло популярності і в іноземних науковах колах. Найвідомішими дослідниками у цій сфері є Е. Белл, Дж. Котінгем, Д. Мурдоч, Дж. Стігліц та Р. Водак.

При формування медійних наративів прослідковуються наступні тенденції: об'єктивність, комплексність, багатогранність, критичність. Дані наративи прослідковуються в таких виданнях як: HB, Wired, Verge, тощо.

При освітленні новин пов'язаних зі технологічним прогресом та економічними здобутками ЗМІ підлаштовують свій функціонал під найбільш вигідне і зручне використання для свої користувачів. На прикладі AJ+ та BBC можна побачити впровадження нових технологій у щоденне освітлення новин, котре спонукає конкурентів та інших учасників взаємовідносин зі ЗМІ розвиватись та покращувати тим самим надаваємий контент.

Враховуючи досвід міжнародних та українських економічних ЗМІ, можна прийти до висновку щодо прогресу, котрий спостерігається паралельно між усіма учасниками ринку надання інформації. На прикладі The Verge, BBC, NYT, TechCrunch та інших можна спостерігати бурхливий розвиток способів донесення інформації до споживача. Впровадження ШІ, розробка нейромереж та використання інтуїтивного та інтерактивного залучення наглядно демонструє прогрес у даній галузі.

Автором був запропонований до реалізації авторський медіапроєкт «Startup Insight», котрий має виконувати роль загального медіамайданчика, котрий охоплює найпопулярніші соцмережі, такі як Instagram, Youtube та X. Сам проєкт представляє із себе сітку різноманітних каналів на стартап тематику, котрі

можуть виконувати як інформаційну так і рекламну функцію. Для залучення авдиторії проєкту пропонуються створення колаборацій з іншими творцями економічно-популярного контенту, створення конференцій, днів відкритих дверей тощо. В результаті, «Startup Insight» має всі передумови стати провідною платформою для розвитку інноваційного підприємництва в Україні та регіоні, створюючи реальний вплив на формування нового покоління технологічних підприємців та розвиток економіки знань.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аббадія Дж. Що таке тріангуляція в дослідженнях: Шлях до надійних результатів [Електронний ресурс] / Дж. Аббадія. — 2023. — Режим доступу: https://mindthegraph.com/blog/uk/що-таке-тріангуляція-в-дослідженнях/

2. Городяненко В. Г. Соціологія : підручник / В. Г. Городяненко. — Київ : Академія, 2003. — 560 с.

3. Гегель Г. В. Ф. Encyclopedia of the philosophical sciences in basic outline / Г. В. Ф. Гегель. — Cambridge : Cambridge University Press, 2010. — 380 p.

4. Іванов О. В. Кількісний контент-аналіз: проблема контексту / О. В. Іванов. — 2012. — 156 с.

5. Кастельс М. Інтернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства / М. Кастельс, П. Хіманен. — Київ : Ера, 2007. — 304 с.

6. Косєвцов В. Вплив цифрової епохи на суспільство / В. Косєвцов [та ін.] // НАПРЯМИ РОБОТИ КОНФЕРЕНЦІЇ. — 2022. — С. 241.

7. Кваско А. Сучасні методи досліджень в медіаменеджменті / А. Кваско, О. Сухорукова, З. Григорова // Економіка та суспільство. — 2021. — № 24. — DOI: 10.32782/2524-0072/2021-24-13

8. Лелеко В. В. Застосування герменевтичного підходу до вивчення тексту / В. В. Лелеко // Наукові записки НДУ ім. М. Гоголя. Психолого-педагогічні науки. — 2011. — № 10. — С. 112-116.

9. Овечкіна О. А. Методологічні аспекти дослідження економічної поведінки індивідів на засадах політико-економічного підходу / О. А. Овечкіна, В. Т. Вечеров, В. Ю. Божанова. — 2022. — 214 с.

10. Цюй Ге. Синергетичний підхід: сутність і характерні особливості застосування в наукових дослідженнях з педагогіки мистецтва / Цюй Ге. — 2019. — 180 с.

11. Bell E. Young Persons in Research: A Call for the Engagement of Youth in Mental Health Research / E. Bell // The American Journal of Bioethics. — 2015. — Vol. 15. — P. 28-30.

12. Cottingham J. Table of citations of Descartes' works / J. Cottingham, D. Murdoch, R. Stoothoff, A. Kenny. — DOI: 10.1017/cbo9781107340824.007, 2018. — 45 p.

13. Domingo D. Inventing Online Journalism: Development of the Internet as a news medium in four Catalan online newsrooms : дис. … д-ра наук / D. Domingo ; Universitat Rovira i Virgili. — Tarragona, 2006. — 320 p.

14. Hill S. Mobile and social media journalism – past, present and future / S. Hill, P. Bradshaw // Mobile-First Journalism. — London : Routledge, 2018. — DOI: 10.4324/9781315267210

15. Jenkins H. By Any Media Necessary: The New Youth Activism / H. Jenkins, S. Shresthova, L. Gamber-Thompson. — New York, 2016. — 256 p.

16. Lazer D. Data ex Machina: Introduction to Big Data / D. Lazer, J. Radford // Annual Review of Sociology. — 2017. — Vol. 43, № 1. — P. 19-39.

17. Llewellyn S. Case studies and differentiated realities / S. Llewellyn // Qualitative Research in Accounting and Management. — 2007. — Vol. 4, № 1. — P. 53-68.

18. Mazzucato M. The Big Con: How the Consulting Industry Weakens our Businesses, Infantilizes our Governments and Warps our Economies / M. Mazzucato, R. Collington. — London : Allen Lane, 2023. — 320 p.

19. Minsky M. The Society of Mind / M. Minsky. — New York : Simon & Schuster, 1985. — 336 p.

20. Morris C. The Analytic Method, the Synthetic Method, and the Idea of Philosophy: Kant on How to Read Kant / C. Morris // Philosophy. — 2020. — Vol. 15, № 1. — P. 45-67.

21. Nelson A. Arab Media: The 2.0 Revolution [Електронний ресурс] / A. Nelson. — Режим доступу:

http://columbia.academia.edu/ANelson/Papers/398746/Arab_Media_The_2.0_Revolution

22. Neuendorf K. A. The Content Analysis Guidebook / K. A. Neuendorf. — Thousand Oaks, 2017. — 456 p.

23. Newman N. Journalism, media, and technology trends and predictions 2025 / N. Newman, F. Cherubini ; Reuters Institute for the Study of Journalism. — DOI: 10.60625/risj-vte1-x706, 2025. — 78 p.

24. Obikhod T. Comparative analysis of the structure of the economy of Ukraine and prospects for the future / T. Obikhod, E. Borodina // Економічний вісник КПІ. — 2023. — С. 25-30.

25. Parsons T. The social system / T. Parsons. — London : Routledge, 2013. — 464 p.

26. Singer R. Цифрова трансформація управління: створення цифрових робочих місць / R. Singer // The Business Times. — 2022. — 28 квіт.

27. Stiglitz J. E. Freefall: America, free markets, and the sinking of the world economy / J. E. Stiglitz. — New York : W. W. Norton & Co, 2010. — 361 p.

28. Томіленко С. Етична журналістика: короткий посібник за матеріалами тренінгів «Вивчення стандартів журналістської етики» / С. Томіленко, Т. Бондаренко. — Черкаси : Медіапрофесіонал, 2007. — 193 с.

29. Шемшученко Ю. С. Історичний спосіб тлумачення / Ю. С. Шемшученко // Юридична енциклопедія. — 2015. — Т. 2. — С. 456-458.

30. Wodak R. Methods of Critical Discourse Analysis / R. Wodak, M. Meyer. — London : SAGE Publications, 2001. — 312 p.

31. BBC News [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.bbc.com/

32. BBC Research & Development. Building the Internet of the future [Відеоресурс] // YouTube. — 2022. — Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?v=OC4rER-BFZo

33. Dev.ua. 25 Ukrainian startups to watch [Електронний ресурс]. — 2023. — 25 січ. — Режим доступу: https://dev.ua/en/news/25-ukrainskykh-naiperspektyvnishykh-startapiv-1736946403

34. EU-Ukraine. 28 найбільших інвестиційних раундів в IT-стартапи і компанії України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://eukraine.org.ua/ua/news/28-najbilshih-investicijnih-raundiv-v-it-startapi-i-kompaniyi-ukrayini

35. Mind.ua. Інвестиції [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://mind.ua/investments

36. Poynter Institute for Media Studies. How Should We Value News Used by AI? A Checklist for Publishers [Електронний ресурс]. — 2024. — 17 січ. — Режим доступу: https://www.poynter.org/commentary/2024/how-should-we-value-news-used-by-ai-a-checklist-for-publishers/

37. Reuters Agency. Reuters News Tracer: Filtering through the noise of social media [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.reutersagency.com/en/reuters-community/reuters-news-tracer-filtering-through-the-noise-of-social-media/

38. Reuters Institute for the Study of Journalism. Digital News Report 2023 [Електронний ресурс]. — 2023. — Режим доступу: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023

39. The Verge [YouTube-канал]. — Режим доступу: https://www.youtube.com/channel/UCddiUEpeqJcYeBxX1IVBKvQ

40. Укрінформ. Україна є одним із лідерів відтоку "мізків" із країни – експертка [Електронний ресурс]. — 2025. — 19 січ. — Режим доступу: https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3850351-ukraina-e-odnim-iz-lideriv-vidtoku-mizkiv-iz-kraini-ekspertka

41. AJ+ English [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://global.ajplus.net/english/home

42. Aljazeera. Why is Ukraine's army facing a desertion crisis? [Електронний ресурс]. — 2024. — 21 жовт. — Режим доступу:

https://www.aljazeera.com/news/2024/10/21/why-is-ukraines-army-facing-a-desertion-crisis

43. Волокіта В. Перший український "єдиноріг" став резидентом "Дії" / В. Волокіта // Економічна правда. — 2024. — 6 листоп.

44. Кулаков А. Андрій Кулаков: "Розвиток технології означає абсолютне переформатування ринку" / А. Кулаков // День. — 2024. — 21 лют.

45. Міністерство цифрової трансформації України. Проєкт Дія.Бізнес став одним із партнерів безкоштовної програми для стартапів від UNIT.City [Електронний ресурс]. — 2020. — 26 черв. — Режим доступу: https://thedigital.gov.ua/news/Unit-program

46. Національне антикорупційне бюро України. Укрґазбанк та Вінницька міськрада компенсують власникам електромобілів до 50% вартості зарядних станцій [Електронний ресурс]. — 2023. — 22 серп. — Режим доступу: https://nabu.ua/ua/ukrgazbank-ta-vinnitska-miskrada-kompensuyut.html

47. Online News Association. ONA23 Agenda [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://ona23live.journalists.org/agenda.asp?pfp=FullSchedule

48. Provectus. Intelligent Document Processing [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://provectus.com/intelligent-document-processing/

49. Reuters. Global Market Data [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.reuters.com/markets/global-market-data/

50. Thomson Reuters. Natural Language Processing [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.thomsonreuters.com/en/artificial-intelligence/natural-language-processing

51. Мазаракі А. А. Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні: VIII Міжнародний бізнес-форум / за ред. А. А. Мазаракі. — Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. — 384 с.

52. Tech.Liga.net. Львівський розробник "розумних будинків" потрапив до фіналу конкурсу стартапів Європи [Електронний ресурс]. — 2022. — 19 жовт. — Режим доступу: https://tech.liga.net/ua/startups/novosti/lvovskiy-razrabotchik-umnyh-domov-popal-v-final-konkursa-startapov-evropy

53. Техно НВ. Блокчейн та Україна: поговоримо з керівником LegalBlockBit про національний ринок криптовалют [Електронний ресурс]. — 2017. — 21 листоп. — Режим доступу: https://techno.nv.ua/ukr/it-industry/blokchejn-ta-ukrajina-pogovorimo-z-kerivnikom-legalblockbit-pro-natsionalnij-rinok-kriptovaljut-anons-2236324.html

54. The Business Times. Digital transformation management: creating digital workplaces [Електронний ресурс]. — 2022. — 28 квіт. — Режим доступу: https://www.businesstimes.com.sg/

55. Rogers K. Author page [Електронний ресурс] // The New York Times. — Режим доступу: https://www.nytimes.com/by/katie-rogers

56. White J. Author page [Електронний ресурс] // Wired. — Режим доступу: https://www.wired.com/author/jeremy-white/

57. Reuters. Blockchain explained: What is it and how does it work? [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.reuters.com/graphics/TECHNOLOGY-BLOCKCHAIN/010070P11GN/

58. Thomson Reuters. Thomson Reuters Developers [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://developers.thomsonreuters.com/pages/home

59. Emerging Tech Brew. TikTok Trade Wars & Tech 2.0 [Аудіоподкаст] // Apple Podcasts. — 2024. — Режим доступу: https://podcasts.apple.com/ua/podcast/82-tiktok-trade-wars-tech-2-0/id1692234179

60. The Ceo. Сервіс у fintech, робота в Google і Revolut та здоров’я [Аудіоподкаст] // Apple Podcasts. — 2025. — 9 січ. — Режим доступу: https://podcasts.apple.com/ua/podcast/

61. AJ+ Jobs [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.ajplus.net/jobs

62. AJ+. Tech Explainers [Відеоплейлист] // YouTube. — Режим доступу: https://www.youtube.com/playlist?list=PLZd3QRtSy5LNRf921JJvS_7gXKBaTI6rq

63. Lynx Insight Service. Reuters Authors [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.reuters.com/authors/lynx-insight-service/