

Таким чином, цифрові інтерактивні проекти в журналістиці свідчать про трансформаційні зміни в тому, як споживаються та подаються новини. Завдяки мультимедійному сторітелінгу, візуалізації даних та досвіду, орієнтованому на аудиторію, ці інновації підвищують рівень залученості та пропонують глибше розуміння новин. Інтерактивні формати надають аудиторії можливість активно досліджувати історії, сприяючи формуванню більш поінформованої та критичної громадськості. Потенціал цифрових інтерактивних проектів величезний. Вони об'єднують більш спільні, персоналізовані та захоплюючі відносини між журналістами та аудиторією, допомагаючи журналістиці розвиватися в цифрову епоху.

*В. О. Мартишкіна*

## **РОЛЬ ІНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛІСТИКИ В СОЦІАЛЬНІЙ АДАПТАЦІЇ МІГРАНТІВ: НА ПРИКЛАДІ ВИСВІТЛЕННЯ ЕМІГРАЦІЇ УКРАЇНЦІВ ДО ПОЛЬЩІ**

*V. Martyshkina*

### **THE ROLE OF INTERNET JOURNALISM IN THE SOCIAL ADAPTATION OF MIGRANTS: ON THE EXAMPLE OF COVERAGE OF EMIGRATION OF UKRAINIANS TO POLAND**

Адаптація мігрантів на новому місці завжди є складним процесом, оскільки вона пов'язана з подоланням мовного бар'єру, пошуком роботи, інтеграцією в нове суспільство та збереженням власної культурної ідентичності. Важливу роль у цьому процесі відіграє інтернет-журналістка, котра в цілому позитивно впливає на адаптацію мігрантів, але при цьому перед нею постають певні виклики. Позитивний вплив зокрема виявляється в декількох аспектах.

1. Онлайн-ЗМІ надають доступ до актуальної інформації про життя, роботу, освіту та інтеграційні програми українців у Польщі. Основними темами публікацій щодо висвітлення міграції з України до Польщі в онлайн-медіа є легалізація перебування, працевлаштування, житло, соціальна інтеграція та культурні аспекти.

2. Онлайн-медіа сприяють формуванню спільнот, які підтримують новоприбулих через обмін досвідом та порадами. Особлива роль у цьому належить спеціальним платформам, які допомагають мігрантам інтегруватися, онлайн-виданням польсько-українською мовою, тематичним блогам та каналам на YouTube. У процесі дослідження встановлено, що такими є:

- портал «Я в Польщі» — найбільша соціальна мережа для українців у Польщі, де можна знайти свіжі новини про життя в країні, а також познайомитися з іншими українцями;
- блог «Українці в Польщі», який пропонує поради щодо роботи, освіти та життя в Польщі, включаючи кар'єрні можливості, туристичні рекомендації та медичні інсайти;
- «Щоденники українців» — антологія малої прози українських мігрантів, видана в Познані, де автори діляться своїм досвідом адаптації до нової країни, пошуку роботи та відкриттів у польському суспільстві;
- блог «Поради від українського блогера» від Дениса Лук'янова, українським блогера, який ділиться своїм досвідом життя в Польщі та надає рекомендації щодо підготовки до переїзду та адаптації в новій країні.

Важливим внеском цих медіа є включення історій успішного досвіду адаптації, які слугують мотивацією та корисними порадами для тих, хто планує мігрувати

або нещодавно мігрував. Так, наприклад на каналі Дениса Лук'янова можна знайти відео з важливими новинами для українців у Польщі, уроки польської мови, поради щодо пошуку роботи тощо. Це відповідає запитам суспільства, адже динаміка інформаційних запитів мігрантів свідчить про зростаючу потребу в достовірній та своєчасній інформації щодо законодавчих змін, можливостей працевлаштування, медичного страхування тощо. Важливо також відзначити, що соціальні мережі та месенджери стали основними каналами комунікації між журналістами й читачами, що дозволяє швидко реагувати на запити мігрантів та поширювати корисний контент.

3. Онлайн-журналістика постає посередником між мігрантами та державними інституціями. Онлайн-ЗМІ активно сприяють поширенню офіційної інформації серед українців у Польщі через новини, інтерв'ю з експертами та аналітичні матеріали. Таку інформацію можна знайти на українськомовних онлайн-ресурсах, таких як *YAVP.pl*, *inPoland.net.pl*, а також на офіційних сторінках українських та польських державних установ. Вони публікують новини про зміни у законодавстві, особливості оформлення документів, можливості соціальної підтримки, а також інтерв'ю з юристами, економістами та іншими експертами, які допомагають мігрантам адаптуватися в нових умовах. Взаємодія журналістів з урядовими та неурядовими організаціями, які підтримують мігрантів, відіграє важливу роль і забезпечує більш ефективне поширення ключових повідомлень.

Як зазначалося, онлайн-журналістика також має справу з певними викликами. Основними з них є необхідність перевірки фактів, особливо щодо працевлаштування та умов життя, а також боротьба з дезінформацією. Подальший розвиток мультимедійного контенту, такого як відео, подкасти та інтерактивні платформи, значно полегшив би адаптацію мігрантів. Посилення співпраці між українськими та польськими ЗМІ залишається важливою сферою для двостороннього діалогу між двома суспільствами й ефективнішої комунікації між мігрантами та їхнім новим оточенням.

Отже, онлайн-журналістика стала одним із ключових інструментів соціальної згуртованості українських мігрантів у Польщі. Інтернет-ЗМІ допомагають мігрантам зорієнтуватися в новому середовищі, ознайомлюють їх з правовими аспектами перебування, можливостями працевлаштування, освітніми програмами та соціальними ініціативами. Завдяки швидкому розвитку цифрових технологій медіа можуть швидко реагувати на потреби своєї аудиторії, надаючи не лише новини, але й корисні поради, історії успіху та аналітичні матеріали. Особливу роль відіграють незалежні медіапроекти, що спеціалізуються на висвітленні міграції, такі як «*Наше Слово*», «*UAinKrakow*», «*inPoland.net.pl*» та «*YAVP.pl*». Вони створюють контент, адаптований до потреб українців у Польщі, пояснюючи нюанси складного законодавства доступною мовою. Соціальні мережі, блоги, youtube-канали та telegram-спільноти стають джерелами неформальної журналістики, де мігранти можуть не лише отримувати інформацію, а й ставити запитання, ділитися досвідом та знаходити однодумців. Мова також важлива для мігрантів в онлайн-журналістиці. Багато українців, які мігрують до Польщі, стикаються з мовним бар'єром, тому україномовні та двомовні медіаплатформи є нагальною необхідністю для їхньої адаптації.

Однак, незважаючи на значну кількість онлайн-медіа, що висвітлюють потреби мігрантів, інформація в них подекуди залишається фрагментарною, не охоплюючи

всі ключові аспекти життя українців у Польщі. Це створює потребу у формуванні окремого україномовного видання, яке системно та цілісно висвітлювало б питання міграції, надавало комплексні аналітичні матеріали та пропонувало практичні рішення для адаптації й інтеграції мігрантів. Подібний проєкт має підтримати українців у Польщі на всіх етапах адаптації та інтеграції, об'єднувати важливу інформацію, яка допоможе збудувати нове життя в іншій країні. Цей ресурс стане надійним помічником для кожного, хто хоче легко та швидко знайти своє місце в Польщі. Важливість такого медіа посилюється тим фактом, що український контент не лише полегшує розуміння важливої інформації, але й допомагає зберегти національну ідентичність у новому середовищі.

*А. Р. Маміна*

### **ВПЛИВ ГАСТРОНОМІЧНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ НА СТАНОВЛЕННЯ КАВОВОЇ КУЛЬТУРИ В УКРАЇНІ**

*A. Mamina*

### **THE INFLUENCE OF GASTRONOMIC JOURNALISM ON THE FORMATION OF COFFEE CULTURE IN UKRAINE**

Сучасний інформаційний простір активно впливає на гастрономічні тренди, формуючи не лише смаки споживачів, а й їхні уявлення про культуру споживання їжі та напоїв. Поширюється цей вплив і на становлення кавової культури в Україні, що актуалізує тему пропонуваного дослідження.

Посилення інтересу до кавової культури в медіа пов'язане з декількома чинниками:

- розвиток кавової індустрії та концепція т. зв. «третьої хвилі кави» сприяють поширенню інформації про specialty coffee, авторські методи обсмажування та унікальні смаки;
- стрімке зростання популярності соціальних мереж дозволяє блогерам і журналістам швидко впливати на смакові уподобання аудиторії, спрямовуючи їх до певних брендів, напоїв або нових гастрономічних традицій;
- сучасний споживач прагне отримувати не просто продукт, а емоцію, історію та автентичний досвід, що стає можливим завдяки професійній роботі гастрономічних журналістів.

У процесі дослідження встановлено, що гастрономічна журналістика в Україні існує з початку 2000-х рр., активно розвиваючись у зв'язку зі зростанням інтересу до кулінарної культури, ресторанної індустрії та спеціалізованих продуктів, зокрема кави. Нині вона представлена такими виданнями та медіаресурсами, як The Village Україна, Blackfield Coffee, The Ukrainians, City Coffee Guide, Bit.ua, PostEat, RestOn. Так, The Village Україна є одним із найвідоміших міських онлайн-видань, яке регулярно висвітлює теми гастрономії, нових кав'ярень, трендів у споживанні кави та розвитку кавової культури. Blackfield Coffee — перше онлайн-видання в Україні, повністю присвячене каві. Його місія — не просто інформувати про кав'ярні, а й створювати якісний контент про кавову індустрію.

Найчастіше у вітчизняних медіа обговорюються такі теми, як тренди кавової культури, відкриття нових кав'ярень, історія та еволюція споживання кави в Україні, вплив кавового ринку на гастрономічну сферу, участь українських бариста