

Міністерство освіти і науки України
Донецький національний університет імені Василя Стуса,
кафедра журналістики та соціальних комунікацій
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича, кафедра журналістики
Університет митної справи та фінансів, кафедра журналістики
Полтавський національний педагогічний університет
імені В.Г.Короленка, кафедра журналістики
Інститут демократії імені Пилипа Орлика
Вінницький прес-клуб

II ВСЕУКРАЇНСЬКА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
ДЛЯ МОЛОДИХ УЧЕНИХ

УКРАЇНСЬКІ ТА СВІТОВІ МЕДІА ПІД ЧАС ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ РФ: НОВІ ВИМОГИ ТА ВИКЛИКИ

Вінниця, 19 квітня 2024 року



фото: Костянтин Родигін

УДК 070(477+100):[327.5:355.01](477:(470+571))»2022»(063)
Рекомендовано до друку вченою радою факультету інформаційних і
прикладних технологій (протокол №11 від 21 червня 2023 р.)

Голова редакційної колегії:

ПРЯМУХІНА Наталія, професор, в.о. декана факультету інформаційних і
прикладних технологій ДонНУ імені Василя Стуса

Члени редколегії:

СТЕБЛИНА Наталія, доцент кафедри журналістики та соціальних
комунікацій ДонНУ імені Василя Стуса; ЧОРНОДОН Мирослава,
доцент кафедри журналістики та соціальних комунікацій ДонНУ
імені Василя Стуса; ВАСИЛИК Любов, завідувач кафедри жур-
налістики ЧНУ імені Юрія Федьковича; ВАСИЛЕНКО Валерія,
ст. викладач кафедри ІСУ ДонНУ імені Василя Стуса; СЕМЕНКО
Світлана, завідувач кафедри журналістики ПНПУ імені В. Г. Ко-
роленка; ДРЕШПАК Валерій, професор кафедри журналістики
Університету митної справи; РОДИГІН Костянтин, доцент кафе-
дри журналістики та соціальних комунікацій ДонНУ імені Васи-
ля Стуса.

*Українські та світові медіа під час повномасштабного втор-
гнення РФ: нові вимоги та виклики: матеріали II Всеукраїнської
науково-практичної конференції для молодих учених (м. Вінни-
ця, 19 квітня 2024 р.).* Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса. 2024. 54 с.

У матеріалах II Всеукраїнської науково-практичної конференції
для молодих учених «Українські та світові медіа під час пов-
номасштабного вторгнення РФ: нові вимоги та виклики» ви-
світлено аспекти наукових досліджень з різних галузей для вирішення
актуальних проблем сучасної науки; висвітлення переваг міждисци-
плінарних досліджень та заохочення до створення спільних міждисци-
плінарних наукових проєктів; налагодження контактів між молодими
вченими з різних галузей науки для проведення подальших досліджень.

УДК070(477+100):[327.5:355.01](477:(470+571))»2022»(063)

© Колектив авторів, 2024

© Донецький національний університет імені Василя Стуса, 2024

ЗМІСТ

Тульчій А. О., Чорнодон М. І. ВЖИВАННЯ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ У МЕДІА В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ	5
Дорош Д.А., Дрешпак В. М. ПОПУЛЯРНА МЕДІАКРИТИКА У ВОЄННИЙ ЧАС: ОСНОВНІ ТЕМИ ТА ЖАНРИ	8
Соколова М. І., Дрешпак В.М ТЕМА РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ В АВСТРІЙСЬКИХ МЕДІА	12
Мельник М.О., ВИКРИВЛЕННЯ ІСТОРИЧНИХ ФАКТІВ ЯК ЗАСІБ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ.....	16
Борищук В. В, НЕОЛОГІЗМИ ВІЙНИ В РЕГІОНАЛЬНИХ МЕДІА ВІННИЧЧИНИ.....	24
Праведна Д.Г, ВІДОБРАЖЕННЯ ГЕНДЕРНОГО БАЛАНСУ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ НА ПРИКЛАДІ ПРОЄКТУ «WOMEN IN» В ПЕРІОД ВІЙНИ ...	29
Мельничук Ю. РЕЛІГІЙНИЙ БЛОГІНГ В УМОВАХ ВІЙНИ: ПЕРСПЕКТИВИ Й НЕДОЛІКИ	33
Харченко Ю. О. СПЕЦИФІКА ВИСВІТЛЕННЯ ШКІЛЬНОГО ЖИТТЯ В ПОЛТАВСЬКИХ ОНЛАЙН-МЕДІА В ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ (НА ПРИКЛАДІ АКАУНТУ ТЕЛЕКАНАЛУ ВІТА)	40

Карпенко Є. С. Лисенко Л. І.
ВІЗУАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ДНІПРОВСЬКИХ ТЕЛЕКАНАЛІВ ПІД
ЧАС ВІЙНИ (НА ПРИКЛАДІ ДНІПРО TV) 43

Слободянюк А.О., Артеменкова О.М.
КОНЦЕПЦІЯ ЕПОХИ ПОСТПРАВДИ:
ВИТОКИ ТА ЗАГРОЗИ 49

Тульчій А.О., здобувачка;
Чорнодон М.І., доцентка ДонНУ імені Василя Стуса

ВЖИВАННЯ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ У МЕДІА В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ

У тезах з'ясовано особливості вживання гендерних стереотипів в інформаційному медіапросторі та проаналізовано матеріали медіа, у яких провідною проблематикою є повномасштабне вторгнення РФ на територію України та виявлено гендерний розподіл тем.

Ключові слова: гендерні стереотипи, медіа, медіапростір, гендер, війна.

Найпоширенішим джерелом знань населення з гендерної проблематики залишаються медіа, які сприяють рівню обізнаності серед населення. Засобам масової інформації треба стати ключовим елементом формування гендерної рівності. Але на даний момент, експерти відзначають порушення гендерної збалансованості у програмах саме телебачення. Найчастіше, можна спостерігати дискримінаційні висловлювання стосовно якоїсь статі. Більша кількість їх стосовно жінок. За результатами дослідження, на цей факт звертають увагу 42% експертів-жінок та 21% експертів-чоловіків. З цього виходить наступне – суспільство у світі є гендерно асиметричним у всіх сферах нашого життя.

Проблеми гендерних стереотипів набувають актуальності у світовому та українському медіапросторі. Потрібно надавати розголосу і викоринити стереотипність з медіа та нашого життя. Важливо, щоб висвітлення гендерних аспектів було в пріоритеті. Окрім ЗМІ, потрібно повноцінно висвітлювати ролі жінок та чоловіків у блогах. Існують численні приклади некоректного висвітлення гендерних питань на тлі ініціатив, спрямованих на вироблення етичних норм. У розважальних телепрограмах, рекламі та новинах спостерігається поширення саме гендерної нерівності, сексизму та дискримінації. Варто зазначити, що з початком повномасштабного вторгнення, в Україні стали менше звертати увагу на збалансованість висвітлення гендерних концептів у засобах масової інформації. Таким чином, на радіо, телеканалах, у газе-

тах, журналах став поширюватись гендерний дисбаланс. Особливо він поширився на початку повномасштабної війни, тобто у 2022 році.

Згідно з квітневим моніторингом Волинського прес-клубу, у якому проаналізовано 8485 матеріалів, треба зазначити – теми про війну та військових розділились на «жіночі» та «чоловічі».

Теми, де найбільше фігурують жінки :

1. Волонтерство
2. Підтримка (психологічна, гуманітарна)
3. Політика (найчастіше фігурували Ірина Венедиктова та Ірина Верещук)

Теми для чоловіків:

1. Політика (звернення політиків чоловіків)
2. Бойові дії
3. Отримання нагород
4. Обстріли [1].

Інститут масової інформації у своєму дослідженні за другий квартал 2022 рік зазначає: «Через повномасштабне російське вторгнення в Україну та війну в українських медіа суттєво зменшився показник присутності жінок. За даними ІМІ, в середньому онлайн-медіа цитують експертку лише в 16% матеріалів, відповідно експертів – у 84%. У порівнянні з попереднім моніторингом ІМІ (третій квартал 2021 року) цей показник упав на 7%. Хоча під час воєнного стану, жінки також роблять усе аби зупинити війну. Залучають світових лідерів, допомагають, захищають народ. Жінки складають 15% особового складу української армії. Не дивлячись на це, жінки стикаються з кількістю бар'єрів. Якщо ти жінка – ти слабша. Цей усталений стереотип часто ми можемо спостерігати у медіа» [4].

В Україні немає закону, що регулює гендерний баланс у ЗМІ, зате є закон про забезпечення рівних прав жінок та чоловіків. Мета цього закону - досягнути паритетного становища жінок і чоловіків у всіх сферах життєдіяльності суспільства шляхом правового забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків. Це напряму стосується гендерного балансу в українських медіа. Проблема дотримання гендерного балансу та дискримінації актуальна для багатьох світових ЗМІ. У доповіді ООН «Прогрес у досягненні цілей сталого розвитку : гендерний зріз 2022», акцентовано увагу на тому, що системна дискримінація жінок поширена в усьому світі як у житті так у засобах масової інформації.

Гендерні стереотипи поширені в світових та українських засобах масової інформації. Деякі публікації в українських медіа все-таки руйнують певні гендерні стереотипи, а деякі, навпаки. Ця проблематика була актуальна завжди. А в умовах війни питання гендерних стереотипів набуло нових масштабів.

Список літератури

1. Волинський прес-клуб: Війна, медіа і гендер... Як ситуація в країні впливає на контент (результати квітневого моніторингу 2022). URL : http://volynpressclub.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1107:-2022&catid=10:gendermedia&Itemid=21 (дата звернення: 09.04.2024)
2. Гендерний баланс у новинах телеканалів – позитивні і негативні тенденції. Національна рада з питань телебачення і радіомовлення: веб-сайт. URL: <https://www.nrada.gov.ua/gendernyj-balans-u-novynah-telekanaliv-pozytyvni-negatyvni-tendentsiyi/> (дата звернення: 09.04.2024)
3. Гендерні медійні практики: Навчальний посібник із гендерної рівності та недискримінації для студентів вищих навчальних закладів /Колектив авторів. Київ, 2014. URL: <https://www.osce.org/files/f/documents/c/3/284966.pdf> (дата звернення: 09.04.2024)
4. Women Ukraine. Гендерні стереотипи під час війни в Україні: рівність, кар'єра, військова служба. URL : <https://w2u.world/novynu/henderni-stereotypu-pid-chas-viiny-v-ukraini-rivnist-kar-iera-viiskova-sluzhba/> (дата звернення: 09.04.2024)

Дорош Д.А., студентка
Дрешпак В.М., д-держ. упр., професор
Університет митної справи та фінансів

ПОПУЛЯРНА МЕДІАКРИТИКА У ВОЄННИЙ ЧАС: ОСНОВНІ ТЕМИ ТА ЖАНРИ

Досліджено тематику та жанри матеріалів популярної медіакритики, притаманні сучасному періоду. З'ясовано, що найбільшого поширення серед матеріалів, які можуть бути корисними широкій аудиторії медіаспоживачів, є стаття. У цьому жанрі висвітлюються: контекст актуальної ситуації у медіапросторі, результати моніторингових і соціологічних досліджень, а також аналізу контенту російських медіа. Наголошено на потребі більш широко використовувати для матеріалів популярної медіакритики жанр інтерв'ю.

Ключові слова: інформаційні війни, жанри медіакритики, маніпуляції в медіа, моніторинг медіа, медіаосвіта.

В умовах воєнного стану суттєво зростає суспільна вага масової, або ж популярної медіакритики, спрямованої на широкий загал. Популярний сегмент медіакритики починає відігравати значну роль не просто як складова медіаосвіти, але і як своєрідний «фронт» – поле боротьби з ворожим медіавпливом. Тому в умовах воєнного стану завданням медіакритики є не лише притаманні їй функції щодо формування у пересічній аудиторії належної культури медіаспоживання, критичного мислення, вміння самостійно аналізувати, інтерпретувати та оцінювати медіатексти, вміння застосовувати різні технології для самовираження у медіа, але й безпекові: знання методів ворожої пропаганди, протистояння пропаганді у різних медійних просторах тощо. Відтак, популярна медіакритика у воєнний час має змінюватися.

Наше дослідження мало на меті з'ясувати сучасні тенденції в українській популярній медіакритиці, зокрема те, які теми та у якій жанровій формі доносять дослідники до широкої аудиторії. Для цього було проведено оглядове вивчення публікацій 2024 року на таких відомих платформах для розміщення досліджува-

ного нами контенту, як: Інститут демократії імені Пилипа Орлика (ІДПО), Інститут масової інформації (ІМІ), Детектор медіа,

Зауважимо наперед, що певним обмеженням нашого дослідження стали нечіткі межі різних видів медіакритики. А тому навіть у дібраних для прикладу матеріалах ми помічали риси й академічної, і професійної (цехової) медіакритики. Відповідно аудиторія таких матеріалів має бути більше чи менше підготовленою до сприйняття такого матеріалу.

На основі здійсненого огляду можемо виокремити такі тематичні блоки. Перший – це публікації, які допомагають пересічному медіаспоживачеві зрозуміти контекст того, що відбувається у медійному просторі України у воєнну добу. Прикладом тут може бути публікація «Десять років окупації, ще десять – когнітивної деокупації. Інформаційний простір Криму: виклики та можливості» від 22.02.2024 року [3]. Вона демонструє, зокрема, ретроспективний погляд на зміни, які відбулися з медійним ландшафтом регіону за час окупації півострова, а також висвітлює події, що передували окупації. Про те, як росія використовувала свої маніпулятивні «лещата» протягом року можна дізнатися з матеріалу «Коло російської пропаганди. Як змінювалися кремлівські наративи протягом 2023 року» від 23.02.2024 року [2]. Зокрема, автор демонструє аудиторії, як змінилися методи інформаційної війни проти України. Ця тематика представлена у жанрі статті.

Другий тематичний блок формують статті за матеріалами моніторингових досліджень. Зокрема, їх регулярно проводять ІДПО та ІМІ, інформуючи потім широку аудиторію з результатами. Як приклад, можемо навести статті: «Новини без фейків?» Наскільки якісно інформують українців регіональні телеграм-канали новин» за матеріалами досліджень ІДПО від 15.02.2024 р. та «Російська опозиція дає мовчазну згоду на переобрання Путіна. Моніторинг ІМІ» від 13.03.2024 року [2]. У першій публікації усі зацікавлені можуть більше дізнатися про те, якою насправді є якість популярних у регіонах України телеграм-каналів, а друга – на основі аналізу заяв у медіа найвідоміших російських опозиціонерів та «лідерів громадської думки» в екзилі, інформує про те, що російські опозиціонери не вірять у будь-які зміни у владі своєї країни, що в Росії не існує громадянського суспільства, сподіваються на зовнішню підтримку, чи очікують на якогось «месію».

Як окремий тематичний блок подаємо статті за матеріалами соціологічних досліджень. На відміну від попереднього блоку

матеріалів, ці дають масовій аудиторії розуміння того, якою є чи може бути поведінка споживачів медіаконтенту в умовах воєнного стану і де можуть бути приховані загрози. Такі матеріали ми відзначили на сайті ІДПО. Стаття «Чи озброєні ми для інформаційної війни?» від 26.03.24 року [1] інформує про проведені опитування різних соціальних груп населення щодо теми інформаційної війни. Зокрема, вивчали думку внутрішньо переміщених осіб, людей пенсійного віку, молоді та осіб з обмеженими можливостями. На результатах соціологічного дослідження та даних моніторингу медіа ґрунтується стаття «Як соціальні мережі та месенджери впливають на новини місцевих медіа: «героїчний кабан», «Васіліч-путін» та мантри псевдополітологів і екстрасенсів» від 27.03.2024 року [1]. Зокрема, авторка статті намагається пояснити сучасну тенденцію, а саме: традиційні медіа, такі як газети, телебачення та радіо, протягом останнього десятиліття значно втратили свою аудиторію. Особливо постраждали місцеві ЗМІ, кількість яких зменшується катастрофічно, а якість не покращується з об'єктивних причин, зокрема через конкуренцію з більш доступними соціальними платформами та месенджерами. Ці платформи залишаються популярними, незважаючи на повне відсутність будь-яких професійних стандартів і редакційних політик.

Досить широким є блок, що охоплює аналітичні статті на основі аналізу російського медійного контенту. Такі матеріали подають ІДПО, ІМІ. Прикладом можуть бути публікації: «Іноагенти Кремля: яке завдання виконують «хороші російські» інтерв'юери» від 18.02.2024 року [1], «Як російські медіа намагалися легалізувати «вибори» путіна» від 18.03.2024 року [2]. Автори цих матеріалів розкривають для широкої аудиторії механізми впливу чи то відверто пропагандистських, чи формально опозиційних медіа, застерігаючи тим самим українців від потрапляння на «гачок» російського медіавпливу.

Найменш поширеним, за нашими висновками, у період проведення дослідження був жанр інтерв'ю з медіаекспертами. Винятком стала публікація на сайті ІДПО «Марін Герман: Україна має будувати інформаційні хаби» від 08.04.2024 року [1]. У розмові з цим румунським журналістом, публіцистом і викладачем родом із Чернівців ішлося про діяльність медіа та журналістів під час війни, фейки та велику кількість дезінформації на тему війни, яка є особливо потужною зі сторони російських ЗМІ. На наш по-

гляд, саме жанр інтерв'ю в популярній медіакритиці може бути надзвичайно корисним. Адже стаття як жанр може бути складною саме для масової аудиторії, а інтерв'ю з цікавими та водночас фаховими співрозмовниками могли би стати для широкого кола споживачів джерелом необхідних знань зі сфери медіа.

Як висновок, слід наголосити на важливості просвітництва великої аудиторії пересічних медіаспоживачів щодо актуальних наративів про війну та їх впливу на формування громадської думки. Широкій аудиторії важливо доносити не лише результати академічних досліджень, але насамперед демонструвати можливі шляхи опору пропаганді та маніпулятивному інформаційному впливу з боку медіаресурсів ворога.

Список літератури

1. Інститут демократії імені Пилипа Орлика. URL: <https://idpo.org.ua>
2. Інститут масової інформації. URL: <https://imi.org.ua>
3. ДМ MediaSapiens. URL: <https://ms.detector.media>

Соколова М. І., студентка
Дрешпак В.М., д-держ. упр., професор
Університет митної справи та фінансів

ТЕМА РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ В АВСТРІЙСЬКИХ МЕДІА

Досліджено тематичну структуру публікацій медіа Австрії, присвячених російсько-українській війні. Продемонстровано, що австрійські медіа привертають увагу до політичних, економічних, гуманітарних і власне військових аспектів російсько-української війни. При цьому редакціями медіа береться до уваги та висвітлюється як міжнародний контекст того, що відбувається в Україні, так і те, який вплив ця війна має на суто австрійське суспільство.

Ключові слова: війна, Австрія, Україна, росія, медіа, вплив на аудиторію медіа.

Австрійські медіа акцентують увагу на різних аспектах російсько-української війни, зокрема на політичних, економічних, гуманітарних і військових. Вони намагаються забезпечити об'єктивність і глибину висвітлення подій.

Проаналізовані нами публікації австрійських медіа переважно мають об'єктивний тон, спрямований на надання фактів і аналізу подій. Можуть мати більш емоційне забарвлення залежно від конкретного видання та його позиціонування, використовують різні стилістичні прийоми для привернення уваги читачів і підсилення емоційного зв'язку.

Заголовки матеріалів часто мають емоційне забарвлення, що має на меті привернення уваги читачів. Наприклад, «Чому Зеленський хоче позбутись свого начальника армії?» («Warum Selenskyj seinen Armeechef loswerden will?», OÖNachrichten, 07.02.2024), «Україна: як довго Захід може продовжувати постачати зброю?» («Ukraine: Wie lange kann der Westen noch Waffen liefern?», Wiener Zeitung, 27.09.2023), або «Тренди Google-пошуку в росії про Путіна та війну в Україні» («Suchtrends in Russland zu Putin und Krieg», ORF.at, 17.05.2023) [1; 2; 3]. Вибір слів і фраз залежить від позиції видання та його цільової аудиторії.

Різні медіа Австрії можуть мати відмінні підходи до висвітлення російсько-української війни. Наприклад, одні видання можуть ставитись до ситуації більш об'єктивно, намагаючись дати простий і нейтральний опис подій (наприклад, ORF.at), тоді як інші виражають конкретні погляди і власне ставлення до подій (зокрема, Wiener Zeitung). Медіа можуть висвітлювати реакцію громадськості, політиків та експертів на події в Україні та Росії, що додає деталізації інформаційному полю, а також аналізують глибинні причини конфлікту та його наслідки для України та регіону загалом.

Важливими для висвітлення російсько-української війни є інтерв'ю з експертами, компетентними у цій сфері. Австрійські медіа часто звертаються до політиків, дипломатів, військових аналітиків, істориків та інших фахівців для отримання оцінок і коментарів щодо подій, що відбуваються. Як приклад, можемо навести інтерв'ю з українським істориком Ігорем Жалобою у «Wiener Zeitung» (17.03.2024) під назвою «Russland – ein Reich, das in der Vergangenheit steckenblieb» («Росія – імперія, що застрягла в минулому») [2].

Тема російсько-української війни в австрійських медіа має значний вплив на громадську думку та політичні рішення. Інформація, яка надходить до аудиторії через медіа, може впливати на уявлення про конфлікт і формувати певні погляди щодо рішень та дій уряду. Важливим аспектом висвітлення цієї теми є демонстрація та аналіз реакції політиків і міжнародних лідерів на події в Україні. Австрійські медіа відслідковують дипломатичний діалог, миротворчі ініціативи та вплив зовнішніх факторів на конфлікт. Прикладом є публікації у «Mein Bezirk»: «Große Kriegsgefahr zwischen EU und Russland» (29.01.2024) – «Великий ризик війни між ЄС та росією», «Hier können Linzer für die Ukraine spenden» (06.03.2022) – «Тут можуть пожертвувати Україні лінцер» (лінцер – традиційний австрійський десерт, випічка з пісочного тіста з начинкою із джему – М.С., В.Д.) [4].

Австрійські медіа застосовують різні мовні засоби та об'єктивність у своїх повідомленнях про російсько-українську війну. Зокрема, вони можуть використовувати метафори, візуальні символи, специфічні лексичні одиниці для підкреслення певних аспектів конфлікту або емоційного навантаження. Таким прикладом може бути публікація «Krieg in der Ukraine: Drohnenangriffe auf AKW Saporischschja» («Війна в Україні: атаки безпілотників

на Запорізьку АЕС») у GMX, де використано емоційно забарвлені слова та вирази, риторичні засоби, активна лексика, узагальнюючі та категоричні вислови, щоб створити наочне уявлення про ситуацію, акцентувати увагу на її загостренні та викликати емоційний відгук у читачів [5].

Як візуальні засоби, використовуються фотографії, відео, інфографіка тощо. У такий спосіб редакціям вдається наочніше відтворити реалії війни та привернути увагу більш широкої аудиторії до публікацій цієї теми.

Медійники Австрії також практикують у своїх публікаціях міжнародну контекстуалізацію російсько-української війни, порівнюючи її з іншими світовими воєнними конфліктами або історичними подіями. Це допомагає читачам отримати більш осяжне розуміння ситуації. Прикладом такого матеріалу, зокрема, є «Ukraine und Gaza: Einmal Krieg, einmal Frieden» («Україна і Газа: раз війна, раз мир») у «Profil», 22.10.2023, де йдеться про війну в Газі між Ізраїлем та ХАМАСом з різних геополітичних точок зору. Основна ідея полягає в порівнянні конфлікту в Газі з російсько-українською війною, підкреслюючи, що незважаючи на значно більший масштаб російсько-українського воєнного конфлікту, у світовій політиці війна в Газі привертає більше уваги [6].

Австрійські медіа часто акцентують увагу на гуманітарних аспектах російсько-української війни, зокрема на гуманітарних катастрофах, біженцях та гуманітарній допомозі. Це сприяє формуванню співчутливого ставлення до постраждалих. Як приклад, стаття «Caritasdirektorin vor Ort in der Ukraine» («Директорка Карітас, розташованого в Україні») у «Mein Bezirk», 22.02.2024 [4]. Водночас медіа досліджують реакцію австрійського суспільства та політичних лідерів на російсько-український конфлікт, аналізуючи погляди та позиції громадськості та політичних партій.

Медіа досліджують також економічні наслідки російсько-української війни для Австрії та Європейського Союзу. Це включає аналіз енергетичних зв'язків, санкцій та торгових відносин. Розглядають і більш загальний вплив цієї війни на міжнародні відносини та геополітичну ситуацію в Європі. Це включає оцінку стосунків з росією, позицію ЄС та НАТО.

Йдеться у публікаціях і про структуру та функції дипломатичних зусиль щодо розв'язання російсько-українського кон-

флікту. Це включає роль міжнародних організацій, дипломатичні переговори та миротворчі ініціативи, зокрема за напрямом народної дипломатії. Прикладами висвітлення такої тематики можемо назвати статті: «Ein Lichtermeer für Kinder in der Ukraine am Stephansplatz» («Море вогнів для дітей в Україні на Стефанплатц») (22.02.2024), «Ökumenisches Gebet für den Frieden im Dom zu St. Jakob» («Екуменічна молитва за мир у соборі св. Якова») (01.03.2024), «Benefizkonzert «United for Ukraine» am 21. Februar» («Благодійний концерт «Об'єднані для України» 21 лютого») (21.02.2024) у «Mein Bezirk» [4].

Отже, нині медіа Австрії відіграють важливу роль у формуванні як міжнародної думки про російсько-українську війну, так і ставлення до цієї війни власне австрійської аудиторії. Їхні матеріали впливають на сприйняття цих подій у самій Австрії, у Європі та світі, а також можуть впливати на рішення політичних лідерів і міжнародних організацій.

Список літератури:

1. Oberösterreichischen Nachrichten. URL : <https://www.nachrichten.at>
2. Wiener Zeitung. URL : <https://www.wienerzeitung.at>
3. Österreichischer Rundfunk. URL : <https://orf.at>
4. Mein Bezirk. URL : <https://www.meinbezirk.at>
5. GMX. URL : <https://www.gmx.at>
6. Profil. URL : <https://www.profil.at>

ВИКРИВЛЕННЯ ІСТОРИЧНИХ ФАКТІВ ЯК ЗАСІБ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ

У дослідженні створено періодизацію і доведено, що фальшування історії – це цілеспрямована політика російської імперської держави, яка послідовно велася протягом тисячоліть, незважаючи на зміну форм правління і наслідком має низку наративів, на яких базується сучасна російська пропаганда. З'ясовано причиново-наслідкові зв'язки фальшування історії і російських пропагандистських наративів сьогодення.

Ключові слова: пропаганда, наратив, періодизація фальсифікації історичних фактів.

Політична пропаганда, безсумнівно, є загрозою миру та безпеці усього світу. У Росії на перекручених і пристосованих до офіційно окреслених формулювань історичних фактів виховуються цілі покоління. У сучасному світі війни ведуться не лише зброєю, а й на політико-економічному фронті та в інформаційному просторі. Тому вторгнення військ Російської Федерації в Україну в 2014 році – не початок цієї гібридної війни. Окупація Кримського півострова – це продовження заздалегідь продуманої й чітко вибудованої століттями політики та імперських амбіцій держави-агресора. Ілюстрацією цього є звернення очільника Кремля від 24.02.2022 року та інтерв'ю Такеру Карлсону від 06.02.2024 року. Стає очевидним, чому для росіян є важливим привласнення давньої історії Русі-України, яку вони переписували з часів Петра I, намагаючись довести причетність їхніх правителів до європейських династій.

Питання переписування та змінювання історичної правди російськими секретними службами досліджуються науковцями від часів Тараса Шевченка і Михайла Грушевського. Важливи ми для встановлення історичної справедливості є праці Ореста Субтельного. Особливо прискіпливо після повномасштабного вторгнення російських військ в Україну питаннями дослідження пропаганди переймалися С. Бондаренко, А. Близнюк, М. Галеот-

ті, А. Галімов, Р. Джонсон, Дж. Кеннет, Н. Кастельс, М. Кофман, Д. Ласіка, Т. МакКалло, В. Курило, О. Литвиненко, В. Ліпкан, С. Московіч, М. Роянські, В. Торічний, О. Фрідман, П. Померанцев, Г. Яворська. Важливими є дослідження Еви Томпсон, Сергія Плохія, Віри Кравченко та інших вчених-істориків і журналістів.

На думку українського історика Акіма Галімова (Канал «Реальна історія» [1]), за викривлення історичних фактів і прилаштування потрібних для РФ наративів відповідає Сергій Нарішкін, керівник служби зовнішньої розвідки країни-агресорки, саме його Путін призначив головою Історичної російської спілки – організації, заснованої у Санкт-Петербурзі 23 травня 1866 року за ініціативи імператора Олександра II. Ця спілка об'єднує сотні тисяч російських «дослідників» та «істориків», які формують потрібні наративи у суспільства шляхом підлаштування потрібних джерел чи фактів, викривлення чи приховування історичних документів чи артіфактів [1].

Метою нашого дослідження є створити періодизацію і довести, що фальшування історії – це цілеспрямована політика російської імперської держави, яка послідовно велася протягом тисячоліть, незважаючи на зміну форм правління і наслідком має низку наративів, на яких базується сучасна російська пропаганда. Мета зумовлює завдання: сформувати періодизацію фальшувань історії України, з'ясувати причинно-наслідкові зв'язки фальшування історії і російських пропагандистських наративів сьогодення.

На думку Ярослава Дашкевича, ідея величі в Московії зародилася за часів князювання Василя III (початок XVI століття). За часів Івана Грозного продовжувалися намагання довести «законність» московських князів не лише на Київський великокняжий престол, а й на спадщину колишньої Візантійської імперії.

Ірина Костенко та Ірина Халупа у своєму дослідженні «Як Московія стала Росією? До 300-ліття викрадення назви українського народу» зазначають, що перейменував Московію на Російську імперію ще Петро I, і ідея переписати історію, з обґрунтуванням спадкоємності назви «російська» від «Русь» належала саме йому [6]. Але цю ідею втілила вже інша імператриця і найбільша фальсифікація відбулася у 18-му столітті, за часів Катерини II. 4 грудня 1783 року за наказом імператриці було створено «Комісію для составления записок о древней истории, преимущественно российской», очільником якої став граф Андрій Шувалов,

таємний радник цариці [1]. Ця комісія по суті займалася переписуванням та викривленням фактів задля прикрашання агресивної політики Московії в минулому та відбілення ролі самої імператриці в історії (нищівні війни, ліквідація Запорізької Січі, загарбання Криму, розділ Речі Посполитої тощо). Правителька прагла зрівнятися з європейськими розвиненими країнами, а задля того потрібна велич, якої у Московії не було. Привласнити історію та династичні зв'язки було найзручніше у давньої могутньої середньовічної держави Русі-України, адже наші князі мали кровні зв'язки з європейськими монархами. Тому Катерина власноруч «укладає» родовід московських князів, з якого свідчить, що вони походять від Володимира Рюриковича Великого. Але Романови та Рюриковичі не є нащадками правителів Русі. І згідно з цією вигадкою, яка лягла в основу найбільшої світової маніпуляції, Московія, ніби, успадкувала Русь. Саме цей наратив «повернення ісконно-російських земель» разом із «визволенням» російськомовного населення і бере за виправдання повномасштабного вторгнення в Україну і розв'язання нової кривавої війни Європі XXI століття російський диктатор Путін 24 лютого 2022 року [1].

Крім Катерини II, викривлення фактів продовжували й її нащадки. За часів Миколи II після розподілу Речі Посполитої Російська імперія провадила звичну їй політику нищення і пригнічення не лише українців, але й поляків, що призвело до низки повстань, котрі нещадно придушувалися російськими військами. І щоб не перекинувся вогонь заворушень на українські і білоруські землі, царський уряд запровадив ряд нових «реформ» та заброн [2].

Таблиця 1. Періодизація фальшування історії

Часові межі, рр	Період	Приклади фальшування історії
1505–1533	Період правління московського князя Василя III	Зародження ідеї величі Московії
1533-1547	Період правління Івана IV (Грозного)	вінчався титулом царя, домагався спадщини не тільки Київської Русі, а і Візантійської імперії

1681-1721	Період правління Петра I	в 1701 р. видав указ про вилучення в покорених народів усіх письмових національних пам'яток: літописів, хронографів, хронік, давніх історичних записів, церковних документів, архівів тощо. Особливо це стосувалась України-Русі. Петро I завіз з Європи велику кількість спеціалістів, у тому числі і професіоналів-істориків, яких залучив до написання і фальсифікації історії Російської держави.
1762 - 1796	Період правління Катерини II	указом від 4 грудня 1783 р. створює «Комісію для складання записок про древню історію переважно Росії» під керівництвом і доглядом графа А. П. Шувалова, в складі 10 видатних істориків. Основна задача, що була поставлена перед комісією, полягала в тому, щоби за рахунок переробок літописів, написання нових літописних зводів та інших фальсифікацій обґрунтувати «законність» привласнення Московією історичної спадщини Київської Русі і створення історичної міфології держави Російської.
1855 – 1881	Олександр II	Створення Історичної російської спілки – організації, заснованої у Санкт-Петербурзі 23 травня 1866 року за ініціативи імператора Олександра II. Ця спілка об'єднує сьогодні сотні тисяч російських «дослідників» та «істориків», які формують потрібні наративи у суспільства шляхом підлаштування потрібних джерел чи фактів, викривлення чи приховування історичних документів чи артефактів. Емський указ

1894-1917	Період правління Миколи II	Десятки томів із переписаною історією від Київської археографічної комісії подавалися порційно із передмовами, в яких було більше тексту, ніж у викладеній далі сфальшованій псевдонауковій праці. Цю Археографічну комісію очолював Михайло Юзефович.
1917 - 1991	Радянські часи	Викривлення інформації (замовчування, перекручування) щодо визвольних змагань, Розстріляного відродження, Голодомору тощо.
2000 рік...	Путінська Росія	Війни на Кавказі, війна в Грузії, війна в Сирії, війна в Україні.

Фальшування, приховування і викривлення змісту документів стосувалося не лише зовнішньої та внутрішньої політики імперії, а й церкви, науки, літератури й культури. Усі історичні документи, літописи вилучалися з архівів, монастирів та інших місць зберігання і звозилися до Києва, де було створено Київську археографічну комісію, яка займалася тим самим, що й Санкт-Петербурзька за часів Катерини II. Десятки томів із переписаною історією від Київської археографічної комісії подавалися порційно із передмовами, в яких було більше тексту, ніж у викладеній далі сфальшованій псевдонауковій праці. Цю Археографічну комісію очолював Михайло Юзефович, який є автором наративу, що українці, білоруси й росіяни – «один народ» [8]. І треба зауважити, що саме Юзефович ініціював запровадження Емського указу від 18 травня 1876 року, який допоінював Валуєвський циркуляр про заборону української мови в усіх сферах культурного, наукового та світського життя [1].

Традиції підміни правди та приховування історичних подій, фактів чи документів продовжувалися і в радянський період, коли за правду могли людину не лише ув'язнити, а й позбавити життя: найтрагічніші роки визвольних змагань, розстрілів і репресій, Голодомори, Друга світова війна, шістдесятники, дисидентство. Усе під грифом «секретно». Багато документів ще й досі не оприлюднено.

Але ще більш професійно фальшують сьогоденні історичні події сучасні російські пропагандисти, адже правда заборонена на законодавчому рівні, введено жорстку цензуру, усе,

що суперечить так званим «методичкам з Кремля», карається роками ув'язнення. Суміш фактів з видуманими деталями стала чи не найпопулярнішою у створенні фейків / дипфейків розпропаганди. За домислами важче розпізнати підміну навіть людям, які критично ставляться до отриманої інформації. Беручи до уваги, вищезазначену підготовку російського народу до легкого сприйняття потрібних російській владі наративів, вже не здається дивною беззаперечна віра жителів росії до подібного. До того ж, усі методи посилюються закритістю Росії перед світом [4].

Прикладом може слугувати публікація «Європейської правди» від 12.05.2016 року дослідження Інституту міжнародних справ Фінляндії «Туман брехні. Російська стратегія обману та конфлікт в Україні». Автори наголошували, що пропагандистські методи, майстерно використовувані російськими пропагандистами впродовж століть, мало змінилися. Додалася лише загальна стратегія введення в обіг дезінформації за допомогою ЗМІ. Дослідники звернули увагу на схожість фейкових «історій» з часів Першої світової війни. Як приклад навели історію «розп'ятого канадського солдата». Метою було залучити «добровольців» в армію союзників. Пройшло століття, і росіян знову збирають на війну байкою про «розп'ятого хлопчика у Слов'янську». Різні лише локації – мета незмінна [5].

Так працює російська пропаганда: від наративу «один народ», заборони української мови і фальшування історії до фабрикування внутрішньої і зовнішньої політики.

І коли ми ставимо питання: до чого призвело викривлення фактів минулого і сучасної історії? Висновок очевидний: пропагандисти знову піднімають «мовне питання», ніби в Україні «ущемляють» російську мову. І дивно цей закид звучить на фоні того, що державною мовою в Україні є українська (стаття 10 «Конституції України») [3], і статтею 11 Основного закону гарантовано розвиток і збереження усіх мов і культур нацменшин: «Держава сприяє консолідації та розвитку української нації, її історичної свідомості, традицій і культури, а також розвитку етнічної, культурної, мовної та релігійної самобутності всіх корінних народів і національних меншин України» [3]. Тепер не є секретом, чому «мовне питання» розбухувалося роками секретними службами країни-агресорки в незалежній Україні та врешті-решт стало однією з причин повномасштабного вторгнення Росії до України.

Ще один наслідок перекручування історії: питання належності територій. Претензії на українські землі – це результат чергової російської стратегії. Протягом десятиліть відбувалося розкрадання наших артефактів, цінних паперів, реліквій у музеях, вміст захоронень. Під час повномасштабного вторгнення знову було розграбовано та вивезено понад 110 тисяч експонатів з Херсонесу Таврійського, Вишгороду, Судаку, історичних місць та археологічних пам'яток тощо. Таких випадків зафіксовано неабияку кількість та у всіх кінцевим пунктом призначення була і залишається Російська Федерація [4]. Фальсифікації, які чинилися в секретних канцеляріях, не лише історичних документів, а й фактів; намагання довести, що історично Русь-Україна – то «исконно» російські землі – внутрішню аудиторію країни переконують, адже цю мантру їм навіюють ще зі шкільних підручників. Докопатися до правди важко, адже в московських архівах вони значаться под грифом «секретно» [4]. Ці події не лише завадили нам вивчати детально власну історію, але й спричинили дещо гірше – привласнення росіянами не лише пам'яток, а й нашої історії в цілому. І вже щоразу президент Російської Федерації у своїх зверненнях, адресованих світовій спільноті, намагається виправдати війну саме поверненням «исконно» російських земель. Розпочата ще за часів Московії велика інформаційна війна, пов'язана із викривленням історичних фактів, на сьогодні є головною зброєю в гібридній війні, яку провадить Росія.

Отже, нами створено періодизацію і доведено, що фальшування історії – це цілеспрямована політика російської імперської держави, яка послідовно велася протягом тисячоліть, незважаючи на зміну форм правління і наслідком має низку наративів, на яких базується сучасна російська пропаганда.

Список літератури:

1. Галімов А. Ось чому в Росії історію пишуть спецслужби. Реальні історії. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=FwBfPTgul1M> (дата звернення: 18.03.2024 р.)
2. Шурхало Д. 160 років тому: польське повстання і українське питання. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/polske-povstannya-rosiyska-imperiya-ukrayinske-pytannya/32248140.html> (дата звернення: 20.03.2024 р.)
3. Конституція України. URL: <https://www.president.gov.ua/ua/documents/constitution/konstituciya-ukrayini-rozdil-i> (дата звернення: 19.03.2024 р.)

4. Мельник М. Маніпуляції Росії. Чому люди вірять в пропаганду. URL: <https://intent.press/blog/2024/manipulyaciyi-rosiyi-chomu-lyudi-viryat-v-propagandu/> (дата звернення: 23.03.2024 р.)

5. Фінський інститут міжнародних справ URL: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2016/05/12/7049137/> (дата звернення: 28.03.2024 р.)

6. Костенко М., Халупа І. Як Московія стала Росією? До 300-ліття викрадення назви українського народу. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/ukrayina-rus-i-moskoviya/31521000.html> (дата звернення: 01.04.2024 р.)

7. Дашкевич Я. Як Московія привласнила назву Київської Русі. URL: <https://universum.lviv.ua/journal/2011/6/dashk.htm> (дата звернення: 05.04.2024 р.)

8. Юзефович М. До історії указу 1876 року про заборону українського письменства. URL: <http://litopys.org.ua/rizne/ukro9.htm> (дата звернення: 09.04.2024 р.)

Борищук В. В., здобувач вищої освіти,
ДонНУ імені Василя Стуса

НЕОЛОГІЗМИ ВІЙНИ В РЕГІОНАЛЬНИХ МЕДІА ВІННИЧЧИНИ

У роботі розглянуто використання неологізмів, які були утворені після початку повномасштабного вторгнення рф в Україну, в 5 регіональних онлайн-ЗМІ Вінниччини. Вдалося зафіксувати кілька груп неологізмів: 1) власне неологізми – абсолютно нові слова; 2) слова, що отримали нове значення; 3) слова, що утворені за наявними в мові словотвірними моделями; 4) запозичення з інших мов. У дослідженні порушено проблему використання нових слів у текстах медіа, оскільки вживання стилістично забарвленої лексики може порушувати журналістські стандарти.

Ключові слова: неологізми, регіональні ЗМІ, Вінниччина, військова сфера, українська мова, журналістські стандарти

Повномасштабне вторгнення в Україну не лише спричинило страждання, великі жертви та руйнування, але й суттєво вплинуло на всі аспекти життя українського суспільства, зокрема й на мову. Одним із найпомітніших мовних явищ, що виникло внаслідок війни, стало масове утворення та вживання неологізмів.

«Неологізми – це нові слова або словосполучення, які виникають в мові через потребу понятійного вираження нових реалій, ідей, предметів, явищ тощо» [3]. Нові слова та словосполучення з'явилися як реакція на нові реалії та виклики, які торкнулися кожного. Частина неологізмів є повністю новими за формою та змістом, інші є видозміненням уже відомих понять чи отримали нове значення.

Процес появи та функціонування неологізмів в мові є актуальним об'єктом дослідження багатьох науковців, серед яких І. Андрусак, О. Боярська, Г. Вусик, К. Городенська, В. Заботкіна, К. Ковтун, О. Муромцева, Л. Омельченко, О. Потебня, А. Янков та інших.

Неологізми війни активно почали використовуватися в різних сферах життя, що вплинуло на їх популярність і в мові ЗМІ.

Регіональні медіа, що є важливим джерелом інформації для місцевого населення, відіграють значну роль у поширенні та популяризації цих нових слів, тому аналіз неологізмів в мові медіа та їх необхідність вживання журналістами зумовлює актуальність нашої роботи.

Метою нашого дослідження було проаналізувати, які неологізми (слова, фрази та словосполучення) вживалися у вінницьких регіональних медіа від початку повномасштабної війни та визначити їх необхідність у текстах медіа на предмет дотримання журналістських стандартів.

Для нашого дослідження було обрано 5 вінницьких онлайн-медіа – «Суспільне Вінниця», «20 хвилин», «Вінниця. інфо», «Вежа» та «I-VIN», а періодом аналізу – 2022-2023 роки.

Основними джерелами для пошуку неологізмів, що з'явилися від 24 лютого 2022 року, в журналістських текстах стали списки лексики із «Абетки повномасштабної війни» [1] та словника АрміяInform [2], в яких медійники та аналітики зібрали основні нові слова, словосполучення та вирази, що сформувалися за час повномасштабних військових дій.

За результатами нашого дослідження зафіксовану лексику в текстах вінницьких ЗМІ можна поділити на 4 групи:

- 1) власне неологізми – абсолютно нові слова;
- 2) слова, що отримали нове значення;
- 3) слова, що утворені за наявними в мові словотвірними моделями;
- 4) запозичення з інших мов.

Серед власне неологізмів у регіональних онлайн-медіа Вінниччини були виявлені такі слова на позначення:

- росіян та їх загарбницької армії: кацапи, московити (раніше були популярні лише в розмовному стилі, і вперше вживалися в мові ЗМІ), орки, русня, свинособаки, чмоні, рашисти – на позначення росіян та їх загарбницької армії, і похідне від останнього слова рашизм та путінізм – російський різновид нацизму, злочинна політична ідеологія «русского міра»;
- назви країни-агресора: Ерефія та Оркостан;
- військової іноземної техніки: байрактар, джавелін, стінгер, хаймарс;
- дій знищення ворога: байрактарити, джавелініти, стінгерити, хаймарсити (як похідні слова від назв військової техніки).

Також у журналістських текстах траплялися дієслова, які походили від топонімів (географічних назв) – чорнобаїти «наступати на одні й ті ж самі граблі» (від села Чорнобаївка), та антропонімів (власні назви людей) – аристовити «заспокоювати», макронити «робити стурбований вигляд і водночас бути бездіяльним», шойгувати «вдавати вигляд, що все добре і йде за планом, коли це не так».

Поодиноким було вживання таких фраз: Доброго ранку/вечора, ми з України «нагадування про себе та свою проукраїнську позицію», йти за російським кораблем «зазнати поразки», диванні війська «домашні експерти, що мають знання з різних сфер».

Серед слів, що отримали нове значення вдалося зафіксувати такі слова як паляниця «шиболет як метод розрізнення росіян та українців», бавовна «вибухи на території росії», тривога «сигнал про необхідність прямувати до укриття» та словосполучення чисте небо «відбій повітряної тривоги».

Серед неологізмів є й слова, що утворилися за допомогою різних способів словотворення, наприклад через префіксальний спосіб як денацифікація «метод протидії ідеології росії»; через префіксально-суфіксальний спосіб як відВСУшити «знищити ворожу техніку», відкобзонити, віддвохсотити «відправити рашистських загарбників на той світ», декомунізувати, дерусифікувати «методи протидії ідеології рф»; через складання основ як бандеромобіль «бойовий автомобіль ЗСУ» (від двох основ «Бандера» і «автомобіль»), складання слів літакопад «безперебійне збивання російських літаків» (від словосполучення «падіння літака»), пушкінопад «знесення пам'ятників російським діячам» (від словосполучення «падіння Пушкіна»).

Зафіксовані запозичення, які були взяті з російської мови, мають саркастичне, іронічне чи гумористичне значення, зокрема, аналогонет «щось вигадане в рф», ихтамнет «заперечення росією своєї військової присутності на території іноземної держави», за поребриком «у рф», а також фраза «Русский военный корабль, иди» у значенні необхідного напрямку, яка стала символом українського спротиву і незламності.

Важливо зазначити, що на початку повномасштабного вторгнення неологізми війни використовувалися усіма медіа Вінниччини частіше, ніж минулого року (178 згадок в 2022 і 42 – в 2023), що, припускаємо, можна пояснити як зменшенням емо-

ційності у суспільства, яке було у перші місяці військових дій, так і редакційною політикою ЗМІ задля збереження об'єктивності та неупередженості в журналістських текстах.

Актуальною проблемою використання неологізмів в медіа є те, що їх вживання у текстах ЗМІ може порушувати журналістські стандарти. Більшість неологізмів, що виникли у воєнний період, та які використовувалися в медіа, містять в собі оцінне або емоційно експресивне значення, що означає про оцінку автором певних коментарів експертів, подій та явищ. Згідно з методологіями Детектор медіа [4] та Інституту масової інформації [5], такі ознаки є порушенням стандарту відокремлення фактів від коментарів, а тому як регіональних онлайн-медіа, так й інших типам ЗМІ варто уникати вживання воєнних неологізмів з оцінним та емоційно забарвленим значенням для дотримання якісної та об'єктивної подачі інформації.

Про уникання використання стилістично забарвленої лексики в інформаційних та аналітичних матеріалах зазначається в рекомендаціях Комісії з журналістської етики, яка підкреслює, що «зміни в мові, викликані широкомасштабним російським вторгненням до України, відбиваються і на мові медіа. При цьому вибір стилістично забарвленої лексики повинен враховувати жанр матеріалу, тему та аудиторію. Зловживання такою лексикою неприпустиме – наприклад, використання лише цих слів у заголовках новин» [6] та наголошує, що «журналістам варто утримуватися від вживання образливих висловів, ненормативної лексики, якщо тільки це не виправдане контекстом, але і в цьому разі уникати частого вживання такої мови» [6].

Висновки. Повномасштабна війна спричинила зміни у різних сферах життя, зокрема й в українській мові, що призвело до появи сотні неологізмів, кількість яких досі зростає з появою нових подій, явищ та фактів. Результати дослідження регіональних медіа Вінниччини довели, що популярність нових слів, фраз та словосполучення торкнулося і ЗМІ як закономірного процесу у функціонуванні мови в інформаційному просторі, хоча й з часом все рідше траплялися в журналістських текстах. Неологізми є одним із свідчень розвитку української мови, її актуальності, життєздатності і відповідності реаліям нашого життя, яке постійно змінюється. Однак медіа повинні не забувати про журналістські стандарти, яких варто дотримуватися для підтримки якості власних матеріалів та довіри суспільства, тому потрібно обмежити

вживання неологізмів, особливо які містять в собі стилістично забарвлений зміст, аби залишатися об'єктивним у подачі інформації.

Список літератури

1. Бойко О. Абетка повномасштабної війни: які слова ввійшли в ужиток і чому. Читомо. URL: <https://chytomo.com/abetka-povnomasshtabnoivijny-iaki-slova-vvijshly-v-uzhytok-i-chomu/> (Дата звернення 17.03.2024)
2. Букет Є. АрміяInform представляє словник неологізмів української мови. АрміяInform. URL: <http://surl.li/dauzu> (Дата звернення 18.03.2024)
3. Вітюк І., Кухарьонюк С. Неологізми російсько-української війни. Соціально-гуманітарні студії: інновації, виклики та перспективи: зб. матеріалів І Між. наук. конф., Житомир, 27-28 квітня 2023 р. Житомир : Житомирська політехніка, 2023. С. 158-161
4. Методологія моніторингу телевізійних і радіо програм громадської організації «Детектор медіа» (новини, підсумкові тижневики, публіцистичні авторські програми, політичні ток-шоу, інтерв'ю). Детектор.медіа. URL: <http://surl.li/aztc> (Дата звернення 27.03.2024)
5. Методологія оцінки професійності та відповідальності онлайн-медіа. Інститут масової інформації. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/metodolohiia-otsinky-profesiynosti-ta-vidpovidal-nosti-onlayn-media-i28289> (Дата звернення 25.03.2024)
6. Рекомендації Комісії з журналістської етики щодо вживання стилістично забарвленої лексики в журналістських матеріалах про війну. Комісія з журналістської етики. URL: <https://cje.org.ua/statements/rekomendatsii-komisii-z-zhurnalistskoi-etyky-shchodo-vzhivannia-stylistychno-zabarvlenoi-leksyky-v-zhurnalistskykh-materialakh-pro-viynu/> (Дата звернення 29.03.2024)

ВІДОБРАЖЕННЯ ГЕНДЕРНОГО БАЛАНСУ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ НА ПРИКЛАДІ ПРОЄКТУ «WOMEN IN» В ПЕРІОД ВІЙНИ

У роботі розглянуто питання важливості гендерного балансу у медіа на прикладі матеріалів проєкту «Women in». Також наведено варіанти того, як підтримувати баланс у матеріалах. Виокремлено перспективи, які можуть сприяти поліпшенню ситуації із дотриманням гендерної рівності в медіа України.

Ключові слова: гендерна рівність, повномасштабне вторгнення, медіа, жінки

Гендерна рівність є однією з умов забезпечення суспільного розвитку. Дотримання гендерної рівності важливе, оскільки всі людські істоти повинні мати свободу для розвитку своїх особистих здібностей та свободу вибору без обмежень, пов'язаних із жорстко закріпленими гендерними ролями. Тобто різна поведінка, прагнення та потреби жінок і чоловіків враховуються, оцінюються й підтримуються рівним чином. В такому випадку, рівність означає, що права, обов'язки та можливості жінок і чоловіків не залежатимуть від того, ким вони народилися [1].

Тема дотримання гендерної рівності має важливе значення для сучасного суспільства. Для цього є кілька причин.

Принцип справедливості та прав людини. Гендерна рівність є основним принципом справедливості та рівності, який підтримує права людини.

Економічний розвиток. Підтримка гендерної рівності сприяє економічному розвитку, оскільки вона стимулює участь жінок у ринковій економіці та підвищує продуктивність праці.

Соціальна стабільність. Гендерна рівність сприяє соціальній стабільності та мирному співіснуванню, зменшуючи конфлікти та насильство в суспільстві.

Здоров'я та добробут. Таким чином забезпечується рівноправний доступ до медичних послуг, освіти та інших ресурсів.

Інновації та розвиток. Гендерна рівність сприяє створенню інноваційних ідей та підходів, тому що різноманітність перспектив і досвіду сприяє творчому розвитку суспільства.

Створення справедливого суспільства. Гендерна рівність сприяє створенню більш справедливого суспільства, де кожна людина має рівні можливості для самореалізації та розвитку свого потенціалу.

Так, у проєкті «Women in» публікуються матеріали про жінок, які працюють у різних сферах (влади, освіти, культури тощо). Головним акцентом є успішність цих жінок, висвітлення стереотипів, з якими вони стикаються, та іншими важливими деталями. Крім цього, у деяких матеріалах наявний баланс думок між чоловіками та жінками для дотримання гендерного балансу.

Розглянемо детальніше матеріали. Загалом у кожному матеріалі центральною особою є жінка, яка щось створила, займається суспільно-корисною справою, є головою громади/організації тощо. Кожна історія розповідається через призму повномасштабного вторгнення рф в Україну.

Для прикладу, можна навести матеріал про засновницю Школи жіночого розвитку, реабілітаційного центру і шелтеру для переселенців Євгенію Качуренко. Вона розповідала про важливість жіночих кіл підтримки, аби надати можливість жінкам вийти з режиму виживання і піклування про інших [2].

Іншою категорією можна виділити жінок у владі. Одним з таких матеріалів є розмова з головою Городківської громади, що в Тульчинському районі на Вінниччині, Оленою Резнік. Вона розповідала про основні виклики для громади після початку повномасштабного вторгнення та як їх долали. Оpubлікований він був до Дня місцевого самоврядування [3].

У польському місті Міколайки тривав ІХ Європейський конгрес місцевого самоврядування. Однією з тем панельних дискусій, в якій активну участь брали українці, є діяльність громадських організацій. На ній виступила директорка

Благодійного фонду «МХП-Громаді» Тетяна Волочай, яка розповіла про діяльність фонду, виклики та співпрацю з громадами [4].

Водночас у інших матеріалах акцент був на дотриманні гендерного балансу. Сюди можна віднести матеріал про відкриття виставки «Українці за покликом серця», ініційовану Львівською обласною радою. На заході були презентовані 29 світлин. Це 29

історій українців, які без жодних сумнівів залишили звичне життя та пішли відстоювати Україну у складі добровольчих формувань [5].

Наступний стосується розвитку Ладижинської громади, на Вінниччині, попри виклики повномасштабного вторгнення. У матеріалі представлені різні сфери (медична, освітня, культурна), очільники яких коментують власну діяльність [6].

Наостанок це матеріал, що висвітлює проблемну тему – торгівля людьми в Україні. Так, повномасштабне вторгнення РФ в Україну посилює ризик торгівлі людьми. Минулого року вже було помітне певне зростання кількості людей, які звертаються по допомогу. Є припущення, що після завершення війни буде ще більше звернень [7].

Гендерний баланс у медіа має вирішальне значення для створення справедливого та представницького суспільства.

По-перше, варто зазначити, що українські медіа, так само як і медіа у багатьох інших країнах, традиційно характеризуються великим дисбалансом між чоловічим та жіночим представництвом. Чоловіки частіше займають ключові позиції як у редакційних колективах, так і в ефірі. Тоді як жінки залишаються на другорядних ролях або представлені у стереотипних контекстах.

Є кілька перспектив, які можуть сприяти поліпшенню ситуації.

Законодавча база. Україна може продовжувати розвивати законодавство, що стосується гендерного рівноправ'я у медіа. Це може включати прийняття або удосконалення законів щодо рівного представництва жінок та чоловіків у медіа, запобігання стереотипам та дискримінації за гендерною ознакою.

Створення гендерної чутливості у медіа. Важливо, щоб усі медіа в Україні створювались з урахуванням гендерних аспектів. Це означає не лише баланс участі чоловіків та жінок у медіа, а й уникнення стереотипного зображення статевих ролей.

Підтримка жіночого лідерства у медіа. Необхідно сприяти розвитку жіночого лідерства у медіа, забезпечуючи доступ жінок до вищих посад в редакціях та на екранах, а також сприяючи їхній професійній та кар'єрній підтримці.

Навчання гендерній рівності для медійників. Важливо проводити тренінги з гендерної рівності для журналістів та редакторів, щоб вони могли краще розуміти та враховувати гендерні аспекти у своїй роботі.

Тож дотримання гендерного балансу у медіа просторі України є важливим завданням. Це вимагає спільних зусиль усіх зацікавлених сторін – влади, медіа, громадськості та активістських груп.

Список літератури

1. Гендерна рівність. Національна соціальна сервісна служба України, URL: <https://cutt.ly/d4tYCRV> (Дата звернення 18.03.2024)

2. Жіночі практики та шелтер для переселенців: історія їх створення на Вінниччині. I-Vin.info. URL: [https://i-vin.info/news/zhinochi-praktiki-ta-shelter-dlya-pereselenciv--istoriya-yih-stvorenniya-na-vinnichchini-\(foo\)--7369.html](https://i-vin.info/news/zhinochi-praktiki-ta-shelter-dlya-pereselenciv--istoriya-yih-stvorenniya-na-vinnichchini-(foo)--7369.html) (Дата звернення 18.03.2024)

3. Виготовляють крупи, олію та тушкованку: у громаді на Вінниччині допомагають переселенцям та захисникам. I-Vin.info. URL: <https://i-vin.info/news/vigotovlyayut-krupi-oliyu-ta-tushkovanku--u-gromadi-na-vinnichchini-dopomagayut-pereselencyam-ta-zahisnikam--7416.html> (Дата звернення 18.03.2024)

4. Переважна більшість благодійних ініціатив пов'язана з допомогою військовим. I-Vin.info. URL: [https://i-vin.info/news/perevazhna-bilshist-blagodiynih-iniciativ-pov%60yazana-z-dopomogoju-viyskovim-%E2%80%93-tyana-volochay-\(foo\)-8245.html](https://i-vin.info/news/perevazhna-bilshist-blagodiynih-iniciativ-pov%60yazana-z-dopomogoju-viyskovim-%E2%80%93-tyana-volochay-(foo)-8245.html) (Дата звернення 18.03.2024)

5. У Польщі відкрили виставку «Українці за покликом серця». I-Vin.info. URL: [https://i-vin.info/news/u-polschi-vidkrili-vistavku-ukrayinci-zapoklikom-serca-\(foo\)--8269.html](https://i-vin.info/news/u-polschi-vidkrili-vistavku-ukrayinci-zapoklikom-serca-(foo)--8269.html) (Дата звернення 18.03.2024)

6. Вінницькі громади «на передовій»: відкриття медичного центру, іпотерапія та проектна діяльність у Ладижинській ТГ (фото). I-Vin.info. URL: [https://i-vin.info/news/vinnicki-gromadi-na-peredoviy--vidkrittya-medichnogo-centru-ipoterapiya-ta-proyektna-diyalnist-u-ladzhinskiy-g-\(foo\)-7248.html](https://i-vin.info/news/vinnicki-gromadi-na-peredoviy--vidkrittya-medichnogo-centru-ipoterapiya-ta-proyektna-diyalnist-u-ladzhinskiy-g-(foo)-7248.html) (Дата звернення 18.03.2024)

7. Найчастіше жертвами торгівлі людьми в Україні стають жінки 18-26 років. Вінницький прокурор. URL: <https://i-vin.info/news/naychastishe-zhertvami-torgivli-lyudmi-v-ukrayini-stayut-zhinki-18-26-rokiv--vinnickiy-prokuror-7027.html> (Дата звернення 18.03.2024)

Мельничук Юлія, к.н.с.к., асистент кафедри журналістики
ЧНУ імені Юрія Федьковича

РЕЛІГІЙНИЙ БЛОГІНГ В УМОВАХ ВІЙНИ: ПЕРСПЕКТИВИ Й НЕДОЛІКИ

Проаналізовано специфіку блогів на релігійні теми в контексті війни, визначено особливості блогів на різних платформах та контент, який найчастіше поширюють релігійні блогери.

Ключові слова: блог, блогосфера, релігійний блогінг, війна, маніпуляція.

Блогерство як масове явище наразі набуває все більших обертів, охоплюючи все нові й нові сфери життя. У сукупності ці процеси дають нове розуміння речей, які раніше могли існувати лише в зовсім інших соціокультурних вимірах. Зокрема так трансформації переживає й релігійна блогосфера, адже наразі це не просто інформація релігійного характеру, а й, до прикладу, масове залучення до молитви онлайн, спілкування в прямому ефірі й т. д.

Разом з тим варто зауважити, що в інших галузях популярні блогери зазвичай мають вплив переважно на молодіжну аудиторію, поширюючи таким чином свою комунікацію, натомість у сфері релігії блогерство виглядає дещо інакше, бо в окремих випадках тут широко представлені різні вікові групи, залежно від платформи, на якій розташовано блог.

Блоги і як явище масової культури, і як складова неформальної журналістики, нині дуже популярні серед дослідників, можемо виокремити праці К. Боярова, О. Власова, А. Досенко, С. Демченко, К. Лученко, К. Левченко, М. Рожило, І. Погребняк, Г. Щедрової та багато інших.

Зважаючи на кількість досліджень, що стосуються блогінгу, маємо відповідно й доволі різні класифікації чи погляди на те, як саме варто визначати різні види блогів. Загалом можемо сказати, що в основі будь-якого блогу має бути діалог на цікаву чи резонансну тему. Неабияку роль при цьому відіграватиме зворотний зв'язок з аудиторією, тобто фідбек.

Але при цьому варто з'ясувати те, навіщо й кому потрібні блоги на релігійну тематику, адже зазвичай комунікація на релігійні теми доволі успішно здійснювалась релігійними установами. Очевидно, що передусім такі блоги мають на меті привернення ширшої аудиторії, передусім молодіжної, та створення певного «бренду» тієї чи іншої церкви, популяризацію релігії серед мас та пояснення крізь призму релігійних догм окремих явищ, понять і т. д.

Якщо говорити про класифікацію блогів за тематикою, то найбільше нам імпонує структура, відповідно до якої виділяють чотири основних категорії:

1. Особистий блог.
2. Лайфстайл.
3. Експертний.
4. Бізнес.

Враховуючи особливості релігійних блогів, котрі ведуть священнослужителі різних конфесій, можемо зарахувати їх до категорії експертних, адже автори мають відповідну освіту, знання й досвід у категорії, з якою працюють.

Не менш дискусійним є й питання платформи, на якій може розміщуватись й функціонувати блог. Традиційно це можуть бути як спеціалізовані блогові ресурси («Live Journal», «Blogger», «AlterVista», «WordPress.com», «BlogSome», «LiveJournal» та ін.) або навіть новинні сайти, які мають серед своїх категорій і блоги. Але аудиторія таких сайтів доволі вузька, саме тому все частіше блогінг як явище осідає в соціальних мережах, котрі значно доступніші, а інформація через них поширюється в рази швидше.

Дослідниця І. Мудра говорить наступне: «Соціальні мережі багато дослідників зараховують до блогів. Нині вчені ведуть дискусії, чи акаунти в соціальних мережах можна назвати блогами. Адже у соціальних мережах є обмеження за символами щодо розміщення тексту. Але, незважаючи на те, багато журналістів, які мають власні блоги, діляться зі своїми підписниками думками, переживаннями, цікавою інформацією, власними матеріалами, які опубліковані у блозі. Все частіше такі соціальні мережі, як «Твітер» та «Фейсбук», називають мікроблогами. А певні канали на Youtube є повноцінними відеоблогами. Вважаємо, що «Твітер» та «Фейсбук» виконують функції блогів і їх можна називати мікроблогами» [4].

Саме тому ми зупинимось детальніше на релігійних блогах, котрі функціонують саме в соціальних мережах, зокрема в Instagram, Facebook, YouTube.

Соціальні мережі дають змогу зробити вашу сторінку та блог максимально унікальним або впізнаваним за певними символами, зображеннями, контекстом. Тут ви можете знайти як інформацію про автора блогу, так і побачити певну концепцію конкретного блогера: «Кожен блоговий запис, крім власне тексту, може містити заголовок, час публікації, інформацію про кількість коментарів. У багатьох блогах до блогових записів приєднується відповідний аватар (зображення) автора, рубрика, до якої належить цей текст, тематичні мітки (теги), а також інформація про фактори, що супроводжували момент написання тексту: настрої автора, місце та звучання музики» [3, с. 76].

Звісно, що для читацької аудиторії не менш важливе значення матиме й кількість підписників на блогера, й ступінь медійності автора, і його репутація в релігійних колах загалом.

К. Сірінюк-Долгарьова у своєму навчальному курсі «Блогінг» подає наступну схему аналізу функціонування блогу:

1. Тематика.
2. Кількість матеріалів (у середньому за місяць).
3. Типові жанри.
4. Використання сторітелінгу.
5. Наявність/відсутність хайпу.
6. Методи просування блогу.
7. Частота оновлення.
8. Експертність.
9. Наявність/відсутність комерційного контенту [6].

Відповідно, ми будемо звертатись до окремих пунктів при аналізі блогів на релігійну тематику.

Загалом проаналізовано блоги наступних релігійних діячів: Івана Гнатюка, падре Сержа, Олега Бокова, Сергія Степанюка, Юліана Тимчука, Сергія Будового та Романа Грищука. Вони є представниками різних конфесій, мають доволі строкату картину як за кількістю підписників у різних соціальних мережах, так і за контентом, з якого складається блог. Варто зауважити, що перелічені автори доволі медійні особи, часто вони є як героями журналістських матеріалів, так і навіть самі генерують контент для медій. Коротеньку інформацію про їх блоги можна побачити на Рис. 1 та Рис. 2.

Передусім помітна неоднорідність підписників у різних соціальних мережах, якщо спостерігаємо велику їх кількість в Instagram, то в Facebook у того ж блогера кількість підписників мала, і навпаки. На нашу думку, це можна пояснити віковими характеристиками підписників конкретного блогера: більш «серй-

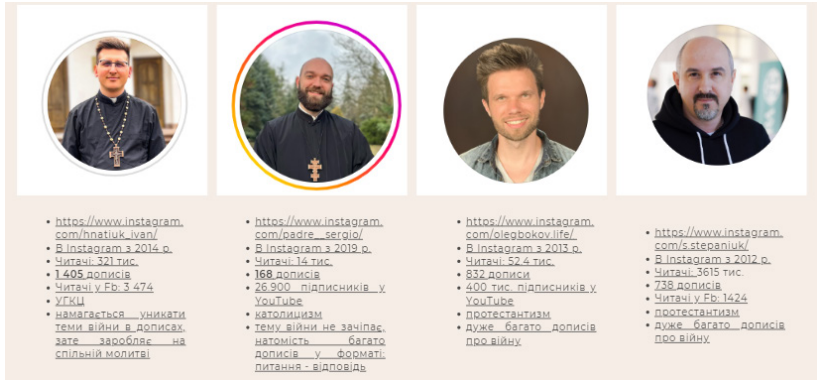


Рисунок 1



Рисунок 2

озний» релігійний контент Facebook орієнтований на читацьку аудиторію середнього і старшого віку, натомість Instagram та YouTube – переважно уподобані молоддю.

При цьому лише Юліан Тимчук використовує в своєму блозі рекламні матеріали, про що дізнаємось із бібліотеки реклами Meta, що, відповідно, може пояснити й популярність його блогу.

Усі згадані блоги регулярно оновлюються, мають доволі хороше візуальне оформлення, доповнені якісними фото та відео, аудіоматеріали записані з хорошою якістю звуку. Разом з тим «найякісніше» й фахово виглядає блог Юліана Тимчука. Натомість блог Сергія Будового на перший погляд узагалі не сприймається як релігійний, адже на аватарці ми бачимо військового,

переважно на всіх фото та відео також військові. Лише ознайомившись ближче з блогом розуміємо, що його автор – колишній військовослужбовець, а нині – капелан ЗСУ, що й зумовлює його доволі «специфічний» контент.

Тема війни так чи інакше присутня у всіх блогерів, але трактування всього, що стосується воєнних буднів доволі різне. Звісно, що кожен блогер залежно від конфесії, яку він представляє, має певну стратегію щодо свого бачення війни в Україні. Проте найбільше вражає саме релігійний контент Олега Бокова, який він розміщує в YouTube. Він є абсолютним лідером за кількістю переглядів (492 тис. підписників) з наступними відео (Див. Рис. 3).

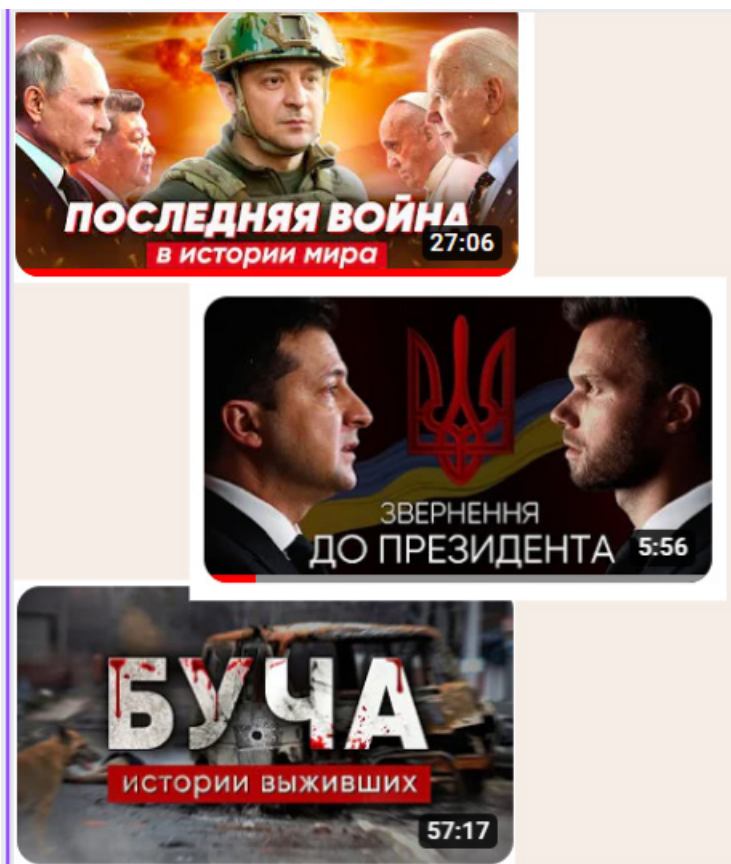


Рисунок 3

«Війна в Україні й біблійне пророцтво про завершальний конфлікт у світовій історії» – 8 млн. переглядів.

«Пастор звернувся до президента України: «Бог може зупинити війну вже сьогодні!» – 506 тис.

«Буча – що там відбулося насправді? Історії тих, хто вижив» – 3.6 млн.

Неозброєним оком виразно помітно й маніпулятивність контентом, і відповідно підібрані зображення, які ілюструють ролики. Тут ми можемо побачити й доволі популярне твердження про «теорію змови», й надмірне апелювання до емоцій, і отожднення себе з особою, котра здатна протистояти Президентові України у вирішенні політичних питань. Але в сукупності така «вибухова» суміш дає шалену популярність авторові та рекордну кількість переглядів контенту начебто релігійного змісту.

Отже, блог релігійного діяча – це не лише можливість пояснювати питання релігії тим, хто цього потребує, це й платформа для заяв власної (часто політичної) позиції та надмірного суб'єктивізму. Проте саме за допомогою таких прийомів і релігійні блогери не гребують підвищувати свою популярність, маніпулюючи подекуди навіть темою війни. Усе це змушує вчергове замислитись над тим, що Україні потрібне законодавство, аби регулювати контент, який може бути потенційно небезпечним, неточним, недостовірним і т. д., навіть якщо це стосується релігії.

Список літератури

1. Артамонова І. М. Блог як публічна автокомунікація. Держава та регіони. Серія «Соціальні комунікації». 2010. № 2. С. 9–14.
2. Балаклицький М.А. Протестантська комунікація України як предмет журналістикознавчого дослідження. Наукові записки Інституту журналістики. Т. 42. 2011. С.65-71.
3. Досенко А., Погребняк І. Інтернет-журналістика: комунікативні маркери. К., 2020. 202 с.
4. Мудра І. Класифікація журналістських блогів. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2019/aug/17789/14.pdf>
5. Погребняк І. В. Блогінг як форма сучасного мережевого художньо-публіцистичного жанру. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/39896/1/I_Pohrebniak_TNU.pdf
6. Сірінюк-Долгарьова К. Блогінг: навчальний курс. URL: <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=15074>

7. Щедрова Г. П. Блогінг як засіб політичної комунікації: теоретичний та прикладний аспекти. Збірник наукових праць «Гілея: науковий вісник. Політичні науки». К., 2018. С. 363-366.

СПЕЦИФІКА ВИСВІТЛЕННЯ ШКІЛЬНОГО ЖИТТЯ В ПОЛТАВСЬКИХ ОНЛАЙН-МЕДІА В ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ

В період воєнного стану висвітлення дитячої проблематики, зокрема шкільного життя вимагає майстерності від журналіста. Дотримання професійних стандартів та журналістської етики надзвичайно важливе для збереження честі та гідності вразливої категорії населення, тому аналіз публікацій полтавських онлайн-медіа допоможе зрозуміти стан місцевого медіаполя.

Ключові слова: полтавські онлайн-медіа, професійні стандарти, журналістська етика, дитяча проблематика.

Після пандемії COVID-19 тема освіти зазнала значної трансформації. Висвітлення дитячої проблематики стало особливо актуальним у період воєнного стану. Від початку повномасштабного вторгнення звичайна вибірка тем змінилася, а дотримання професійних стандартів та журналістської етики стало надзвичайно важливим для збереження честі та гідності вразливої категорії населення.

Чільне місце у нашому дослідженні відводиться аналізу публікацій, що стосуються висвітлення шкільного життя у провідних полтавських онлайн-медіа. У своїй розвідці ми послуговувалися працями авторитетних науковців, моніторингами медійних інституцій та організацій, а також нормативно-правовою базою України. Зокрема, значну увагу ми звернули на матеріали Інституту масової інформації та Закон України «Про медіа».

У Законі України «Про медіа» зазначається, що онлайн-медіа можуть поширювати інформацію, передбачену частиною першою цієї статті, за умови забезпечення належного попередження про потенційну шкідливість такої інформації для дітей»[1].

Тематика шкільного життя потребує особливої уваги оскільки, саме ця тема повинна бути висвітлена з особливою обережністю та увагою то деталей.

Аналізуючи полтавські онлайн-медіа, ми виокремили 3 видання, які найбільш активно продукують матеріали про освіту та все, що з нею пов'язано. До такої вибірки ми віднесли «Полтавську Хвилю», «ЗМІСТ», «0532.ua – сайт міста Полтави».

Ці медіа позиціонують себе як соціально активні та відповідальні платформи, які поширюють важливий контент.

Провівши аналіз вищезазначених видань, ми змогли виокремити важливі аспекти представлення освіти та шкільних питань у місцевих ЗМІ:

Навчальний процес та канікули;

Дозвілля (культурно-масова, спортивна та інша активність)

Надзвичайні та екстрені ситуації (обстріли, відключення світла, мінування шкіл і т.д).

Зробивши детальний моніторинг та аналіз всіх публікацій на відповідну тему ми створили вибірку із 5 публікацій, які були опубліковані у 2024 році, в кожному виданні. Ми більш детально дослідили дотримання професійних стандартів:

«баланс думок та точок зору»,

«достовірність»,

«точність»,

«повнота»,

«оперативність»,

«відокремлення фактів від коментарів».

Аналіз дотримання принципів журналістської етики був зосереджений на тому чи не порушують публікації свободи та права дітей та чи не принижує написане їх гідність.

Ми дійшли наступних висновків:

Полтавські онлайн-ЗМІ віддають перевагу двом жанрам. Більшість проаналізованих матеріалів були написані у жанрі замітки, рідше – репортажі з ілюстративним (фото, відео) матеріалом.

Жодна із проаналізованих публікацій не містила порушень професійних стандартів «Точність», «Достовірність», «Повнота».

Публікації подавалися об'єктивно та збалансовано.

Залежно від жанру матеріали подавалися відносно оперативно.

Жоден матеріал не принижував гідність та свободу дітей та підлітків.

Також можемо акцентувати на тому, що вибірка тем на шкільну проблематику час від часу змінюється. Це зумовлено

актуальними подіями. До прикладу, після масованого обстрілу по енергетичній системі України 22 березня у порядку денному вищезазначених видань з'явилася тема роботи закладів освіти в умовах відключення світла. До цієї теми полтавські ЗМІ зверталися востаннє взимку 2023 року.

Час від часу можна побачити публікацію на тему епідемії та карантину. Полтавські ЗМІ активно продукували такі матеріали у лютому-березні 2024 року.

Чільне місце продовжують займати питання безпеки, зокрема публікації, що стосуються наявності бомбосховищ й укриттів у школах та інших типах освітніх закладів.

Провівши детальний аналіз можемо дійти висновку, що полтавські онлайн-медіа намагаються працювати з дотриманням журналістських стандартів та принципів професійної етики. Тема шкільної освіти залишається актуальною, тому вона з'являється на сторінках видань та потрапляє до порядку денного.

Список літератури:

1. Про медіа : Закон України від 11.02.2024 р. № 2849-IX. [сайт]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text> (дата звернення: 09.04.2024).
2. Професійні журналістські стандарти: інформаційна довідка. ІМІ [сайт]. - Режим доступу: URL: <https://imi.org.ua/advices/profesijni-zhurnalistiski-standarty-normatyvna-dovidka-i31933> (дата звернення: 09.04.2024).
3. Новини Полтави – останні події в Полтаві і області сьогодні | Полтавська хвиля. Новини Полтави – останні події в Полтаві і області сьогодні | Полтавська хвиля. URL: <https://poltavawave.com.ua/> (дата звернення: 09.04.2024).
4. ЗМІСТ - Зміни створюєш ти!. ЗМІСТ. URL: <https://zmist.pl.ua/> (дата звернення: 09.04.2024).
5. Сайт Полтави 0532.ua - головні новини і події міста. 0532.ua - Сайт міста Полтави. URL: <https://www.0532.ua/> (дата звернення: 09.04.2024).

Карпенко Є. С. здобувачка,
Лисенко Л. І., к. н. із соц. комунікацій, доцентка
кафедри журналістики, ПНПУ імені В. Г. Короленка

СПЕЦИФІКА ВІЗУАЛЬНОЇ СКЛАДОВОЇ СУЧАСНОЇ РЕПОРТАЖИСТИКИ

У статті представлений аналіз особливостей використання графічно створених зображень у матеріалах провідного репортажного видання України «The Ukrainians». Проаналізовано види візуального супроводу, визначено їхні завдання та окреслено специфіку роботи із зображальними формами під час війни. При відборі візуальної складової до текстового матеріалу виникає питання достовірності зображення, його компонентів, на які варто звернути увагу. Роль візуальної складової в репортажистичі передбачає апеляцію до емоційної реакції аудиторії, а інтерес до нових медіаформ зумовлений запитом суспільства на атрактивність матеріалів. Адаптація медіа до потреб сучасної аудиторії настільки ж важлива, як і критичне осмислення нових форматів щодо дотримання журналістської етики та професійних стандартів.

Ключові слова: репортаж, фотографія, ілюстрація, графічно створене зображення.

Сучасне суспільство можна охарактеризувати як «естетико залежне» від візуальних форм. Медіаресурсам доводиться адаптуватися та шукати нові способи представлення контенту для своїх матеріалів, не забуваючи про специфіку роботи під час війни. Актуальність теми дослідження зумовлена зростанням інтересу до різних візуальних медіаформ, зокрема проблем їхньої доцільності, достовірності і об'єктивності. Сучасна репортажистика швидко реагує на зміни медійних тенденцій, що відображається на її мультимедійній, а саме візуальній складовій.

Об'єктом дослідження є репортажистика видання «The Ukrainians», а предметом – особливості візуального супроводу репортажів.

Мета наукової розвідки полягає у з'ясуванні ролі, видів та специфіки візуального супроводу сучасної репортажистики (на прикладі проєктів видання The Ukrainians).

Володимир Павлів визначає поняття репортажу як «немалий за обсягом журналістський матеріал, тому фото чи інші ілюстрації покликані мобілізувати увагу аудиторії, збуджувати образне мислення, впливати на ту частину емоційного спектру, на яку не змогло вплинути слово» [5, с. 9]. Візуальна складова в репортажистичі та загалом у журналістичі – це один з видів комунікації. Тобто, візуальна комунікація, завдяки якій є можливість підтримувати зв'язок з реципієнтом, і відтворювати, оживлювати, доповнювати текст. Гарі Ембер та Маріо Мінічелло зауважують, що ілюстратор виступає як особливий тип візуального журналіста, який фіксує динаміку розгортання подій за допомогою своїх робіт. Репортаж поєднує в собі замальовку зовнішнього світу, а також прагнення зрозуміти і передати історію за допомогою візуальної мови. У історичному дискурсі художники та дизайнери завжди перебували під впливом змін у технологіях і були першими, хто пристосовувався до них [8, с. 1-4]. Елементи розповіді формують сенс, перетворюючи кожен фотографію із простого знімка на захоплюючу історію. Завдяки візуальному супроводу реципієнт перевтілюється у очевидця події.

Візуальна частина може бути портретною, пейзажною, вуличною, документальною фотографією, а також у вигляді графічно створеного зображення. Головною метою для усіх різновидів залишається достовірне та всебічне зображення предмета. Кожна фотографія має змогу розповісти історію. Оволодівши техніками (композицією, світлом, перспективою, деталізацією, створенням серії), фотограф можемо підняти семантичний рівень зображення: від простих знімків до потужних оповідань. Завдяки графічно створеному зображенню автор може вчитися по-новому комунікувати з аудиторією, реагувати на розвиток медіаформ, актуалізуючи уяву та мислення реципієнта, показуючи, ілюструючи дійсність. У своїй роботі «Репортажна ілюстрація: візуальна журналістика» Гарі Ембері та Маріо Мінічелло визначають відмінність між об'єктивом камери та оком ілюстратора в тому, що художники безпосередньо інтерпретують те, що вони бачать, малюючи; малювання – це одночасно і мисленнєвий, і фізичний процес. Це дозволяє художнику бути вибірковим, в той час як камера, що працює за принципом «наведи і знімай», фіксує все, що потрібно відредагувати на пізнішому етапі. На противагу цьому, художник обирає, що малювати, коли він малює. Це має ефект спрямування уваги глядача на основну ідею історії. Ось чому ре-

портаж, як воєнне мистецтво, соціальна документалістика, міські замальовки чи репортажі із зали суду залишаються життєво важливою частиною мас-медіа та мистецтва [8, с. 10].

Також дослідники зауважують, що роботи воєнних художників стали з'являтися на шпальтах газет, тому що їхній зміст переносив читача в такі місця, куди він ніколи б не наважився піти, і це збільшувало продажі газет [8, с. 4]. У репортажі видання «The Ukrainians» авторства Ольги Меньяйло, Олесі Яремчук та фотографіями Данила Павлова «Щоденник із підвалу. Історія Ольги Меньяйло, вцілілої мешканки села Ягідне на Чернігівщині, яке росіяни перетворили на концтабір» [4] обкладинкою є фотографія. Фотографія – це не тільки про знімок, який розповідає усе без прихованих сенсів. Фотографічний супровід до репортажу також може бути метафоричним, з прихованим змістом, образним – не нівелюючи важливість дотримання документальної фактологічності у ньому. На зображенні ми бачимо календар, який викреслений на стіні підвалу, і це зображення може містити безліч сенсів, які аудиторія розкодує: від почуття жаху й до відчуття надії; візуалізації людини, яка накреслювала чимось гострим ці цифри, сподіваючись та чекаючи; людини, що рахує, щоб бути при пам'яті та не збитися з відчуття контролю й розуміння хоча б часопросторових ознак. Але при цьому фото залишається чітким, документальним елементом, основне завдання якого показати факт – щоденник, нотатки, дні, підвал, місяць, числа. А текстовий супровід не дає загубитися читачеві у власних роздумах й розповідає реальну історію. Проте, фотограф Євген Малолетка у інтерв'ю для видання LV.ua говорить: «Ми живемо в час, інформаційно навантажений зображеннями, де зображення важить більше, ніж текст» [2]. Отже, зображення дійсно виходить на новий рівень і часто функціонує окремо, тому відбирати фото треба дуже ретельно з критичною думкою доцільності того чи того зображення.

Текст авторства Олени Лівіцької «Найбільше тремтіла М. Луцький суд над шістдесятниками крізь життя Марії, яку винесли на задвірки» [3] проілюстрований Дарією Ковтун. На першій ілюстрації можна помітити головну героїню матеріалу – Марію. У тексті розповідається, що вона вчителька. Також про це може свідчити стереотипна зачіска жінки, як елемент деталізації й інтуїтивної здогадки. З тексту стає очевидним контекст її затримання та допиту, що зображений на ілюстрації. У репортажі присут-

ній детальніший опис героїв: «У кабінеті сиділа людина в сірому. Сірі стіни КДБ — біля старого цвинтаря в Луцьку і під самим інститутом. Коридор довгий і темний. У кабінеті слідчого Ковтуна Марію спершу тримали більш як добу і без упину вели допит. Вона розуміла, що вони багато знають, фактично — все. Навіть про хвору матір, про стосунки з Іващенко, про лекції на квартирах і вірші.» [3], хоча з ілюстрації можна легко ідентифікувати, хто вони: за символами, одягом, позою, поведінкою, приміщенням.

Репортаж Єви Райської з ілюстраціями Анастасії Хаджинової «Дім із каменю і троянд» [6] демонструє інший аспект, а саме: чому може виникнути проблемність сприйняття такого виду зображення. На головному зображенні – графічно намальований, масштабований чоловіка, який розташований на фоні гострих шпиль будівлі. За допомогою колористики та деталей (місяць, зірки) можна розкодувати нічний час доби. Ще одним елементом є метелик на коліні чоловіка. Використання такого типу зображень викликає питання точності, документальності. Якщо попередні візуальні форми чітко відображали об'єкт, місце, жінку, то заголовкова ілюстрація до цього репортажу є художньою інтерпретацією, яка не передає чіткої фотографічної картини. У ній немає документальності. З тексту стає зрозумілим, що ця ілюстрація про Крим, про головного героя Джамала Джамгірова, але вона не може функціонувати окремо, як попередні. Це – декоративний елемент, і в цьому є небезпека поєднання такої ілюстрації з жанром, адже репортажистика передбачає передати відчуття присутності, документальну точність та фактологічність, уникаючи романтизації. Важливо зазначити, що в умовах війни суспільство психологічно вразливе, і це може відобразитись у різкій недовірі, розчаруванні, запереченні, ретравматизації. Однак перевагою таких зображень стають новизна, незвичність, цікавість. Вони привертають увагу аудиторії, активізують мислення та уяву зберігаючи дійсність об'єкта.

Національна асоціація пресфотографів з метою лобювання найвищої якості візуального супроводу встановлює наступне: 1. Бути точним і вичерпним у представленні об'єктів. 2. Не маніпулювати інсценованими фотографіями. 3. Дотримуватися повноти та надавати контекст під час фотографування чи запису об'єктів. Уникати стереотипів. Уникати упереджень у своїй роботі. 4. Приділяти особливу увагу вразливим суб'єктам і виявляти

співчуття до жертв злочинів чи трагедій. Але потрібно бути обережними з чутливими темами. 5. Редагування має підтримувати цілісність змісту та контексту зображень. Не маніпулювати зображеннями, не додавати чи не змінювати їх будь-яким способом, який може ввести глядачів в оману або спотворити об'єкти [9]. Ці пункти передбачені для фотографії, але графічно створені зображення також мають підпорядковуватись цим рекомендаціям.

Висновок. Зацікавленість у різних візуальних медіаформах зумовлена запитом суспільства, а основна роль візуальної складової у репортажистичі - передати відчуття, можуть здаватися дивними, незрозумілими, але ґрунтуються вони на правді, у чому й зберігається документальність та точність жанру. Мстислав Чернов у інтерв'ю для Ukrainian Association of Professional Photographers зауважує: «Навіть якщо ми бачимо щось, що мені не подобається, з чим я не згоден — ми все одно це бачимо. Тобто ми зберігаємо персональну перспективу, але все ж таки розповідаємо чесно. Це і цінується в сучасному мистецтві: можливість та вміння сфокусуватися на чомусь і розповісти історію, зберігаючи фокус» [7].

Отже, це має бути правда, яка дивиться у дзеркало. Правда, яка відображається у об'єктиві. Правда, яка передається у відчуттях ілюстратора. Робити це потрібно не маніпулюючи, не вигадуючи – абсолютно істинно. У який спосіб це зроблено, чи то ілюстрація, чи то фотографія – вибір автора доцільності категорії, яка зможе краще занурити реципієнта у відтворювану дійсність. Адам Міхнік, засновник видання «Gazeta Wyborcza», розповідаючи про репортаж, зазначив: «Репортаж називали мистецтвом, яке дозволяє побачити в краплі води море» [1] Тож, візуальна складова має виконати свою функцію – показати краплю води в морі.

Список літератури

1. Головка Х. Специфіка роботи журналіста під час підготовки літературного репортажу. . Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2018. Випуск 43. С. 118–124. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/download/8335/8289> (дата звернення: 09.04.2024)
2. Євген Малолетка: “Ми плакали, коли бачили, як у Маріуполі помирають діти. Але ми мали все це фотографувати”. LB.ua. URL: https://lb.ua/culture/2022/11/20/536109_ievgen_malolietka_mi_plakali_koli.html (дата звернення: 09.04.2024)

3. Лівіцька О. Найбільше тремтіла М. Луцький суд над шістдесятниками крізь життя Марії, яку винесло на задвірки. The Ukrainians. URL: <https://reporters.media/najbilshe-tremtila-m/>
4. Меньяло О., Яремчук О., Павлов Д. Щоденник із підвалу. Історія Ольги Меньяло, вцілілої мешканки села Ягідне на Чернігівщині, яке росіяни перетворили на концтабір. The Ukrainians. URL: <https://reporters.media/shhodennyk-iz-pidvalu/> (дата звернення: 09.04.2024)
5. Павлів В. Репортаж: між фактами та емоціями. Практичний посібник для журналістів. Львів: Видавництво Українського католицького університету, 2015. – 120 с.
6. Райська Є. Дім із каменю і троянд. The Ukrainians. URL: <https://reporters.media/dim-iz-kamenyu-i-troyand/> (дата звернення: 09.04.2024)
7. Тільки правда може зупинити цю війну. Ексклюзивне інтерв'ю з режисером Мстиславом Черновим після отримання «Оскара». UAPP. URL: <https://www.ukrainianphotographers.com/post/mstyslav-chernov-exclusively-interview> (дата звернення: 09.04.2024)
8. Embury G. Reportage illustration: Visual journalism. 2018. 166 p..
9. NPPA. The voice of visual journalists. URL: <https://nppa.org/> (дата звернення: 09.04.2024)

Слободянюк А.О., здобувачка;
Артеменкова О.М., доктор філософії, викладач;
ДонНУ імені Василя Стуса, м. Вінниця

КОНЦЕПЦІЯ ЕПОХИ ПОСТПРАВДИ: ВИТОКИ ТА ЗАГРОЗИ

У роботі досліджено феномен епохи постправди, її вплив на політичні процеси та громадськість. Розглянуто витоки, чинники та ознаки постправди. Проаналізовано прояви постправди в сучасній політиці, зокрема, у контексті російсько-української війни.

Ключові слова: постправда, політика, пропаганда, війна.

Сучасність характеризується стрімким розвитком цифрових технологій та інформаційним перенасиченням. Зазначені особливості ставлять перед суспільством нові виклики. Одним із них є поширення на політичні процеси впливу концепції постправди, за якої емоції та особисті переконання домінують над об'єктивною інформацією. Мета дослідження: розглянути концепцію постправди (витоки, чинники, наслідки); висвітлити прояви постправди в сучасній політиці, зокрема, у контексті російсько-української війни.

Вважається, що вперше термін «постправда» було використано в есе 1992 року (опубліковане в журналі «The Nation») сербсько-американського драматурга Стіва Тесіча. Автор, розмірковуючи про скандал «Ірангейт» та війну в Перській затоці, зазначив: «Ми, як вільні люди, вільно вирішили, що хочемо жити в якомусь світі постправди». «Постправда» вживалася зі значенням «після того, як правда стала відома», а не натяком про те, що сама правда стала неактуальною [1]. Концепція постправди набуває поширення на початку XXI сторіччя. У 2016 році, за версією Оксфордського словника англійської мови, термін «постправда» став словом року [1]. Значна кількість згадувань була спричинена президентськими виборами в США, а також проведенням референдуму стосовно Brexit у Великій Британії. У контексті зазначених подій «постправда» переважно асоціювалася зі словосполученням «політика постправди». Зокрема щотижневий журнал «The Economist» опублікував матеріал

«Мистецтво брехні. Політики завжди брехали. Чи має значення, якщо вони повністю залишать правду?», у якому зазначена така характеристика діяльності Трампа: «Містер Трамп є провідним представником політики «постправди» – покладання на твердження, які «здаються правдою», але не мають жодного підґрунтя» [2].

Розглянемо різницю у визначеннях: «брехня», «альтернативні факти» та «постправда»:

Брехня – те, що стосується певних фактів, які мають конкретні просторово-часові координати. Зокрема Сем Лейт зауважує: «Брехун безпосередньо стосується до правдивості того, що він або вона говорить, і імпліцитно вшановує правду, заперечуючи її»[3].

Альтернативні факти стосуються тверджень, які подаються як істинні, але без врахування вже наявних доказів. Вживаються рівнобіжно з правдивими твердженнями; не є хибними, а саме альтернативними.

Постправда становить собою свідому стратегію, орієнтовану на створення середовища, у якому: неупереджені факти меншою мірою чинять вплив на формування громадської думки, ніж емоції спричинені описом певної ситуації; теоретичні основи дискредитуються, аби унеможливити розуміння певної події, явища; наукова істина є нелегітимізованою [4].

Визначимо основні чинники, що є причинами виникнення епохи постправди: стрімкий ріст обсягів інформації у світі, що спричинив когнітивні та часові обмеження можливостей людини щодо її обробки (наслідки: складність у сприйнятті та розумінні інформації, ризик інформаційного перевантаження); різноманітність каналів для поширення інформації з метою впливу на широку аудиторію; поширення політичного популізму (зростання популярності політиків, які апелюють до емоцій та простих рішень, часто експлуатуючи страхи та упередження людей); посилення позицій як радикально лівих, так і радикально правих політичних сил.

Факторами, що відіграють провідну роль у формуванні «постправди» є [5]: емоційний вплив на сприйняття інформації, вплив групового мислення та соціальної відповідальності, викривлення пам'яті, психологічна оборона, віра в забобони та стереотипи.

Серед головних критеріїв визначення постправди можна виділити такі: нехтування об'єктивними фактами в повідомленні;

використання емоційного тиску як засобу для доведення своєї позиції; звернення до переконань та цінностей особи [6].

До основних атрибутивних ознак постправди, за визначенням А. Гурківської, належать: взаємозалежність агентів (об'єкт може стати суб'єктом і навпаки); безсистемність взаємодії об'єктів/суб'єктів; алгоритмічність вибору (соціальні медіа та їхні алгоритми таргетування впливають на те, яку інформацію та позиції обирають); технологічна доступність до обраної позиції; фреймінг фактів (форма подання інформації впливає на те, яким чином особа її сприймає та оцінює); переважно тактична спрямованість [7].

Сучасна політика містить прояви постправди, що прослідковуються на рівнях від виборчих кампаній до формування міжнародних відносин. Прикладом є російсько-українська війна, розв'язана Путіним у 2014 році та, відповідно, повномасштабне вторгнення РФ в Україну у 2022 році. Рішення про збройну агресію ґрунтувалося, зокрема, на постправді, яка спотворила негативне уявлення про Україну та українців. Постправда розмиває межі між правдою та брехнею, що спричиняє в російському інформаційному просторі поширення тези про те, що «в кожного своя правда». Російська пропаганда використовує тактику «підміни понять», аби перекласти відповідальність за свої злочини на інші сторони. Прикладом є вбивства мирного населення в Бучі: російські пропагандисти намагалися зняти із себе відповідальність за вчинені звірства завдяки переведенню уваги на інші конфлікти, звинуваченню «ворожого Заходу»; поширенню думки про те, що українські військові хотіли відвернути увагу від «катувань» росіян [8]. Росія намагалася перехопити ініціативу після висвітлення фактів злочинів у Бучі, скликавши засідання Ради безпеки ООН. Також заступник постпреда РФ при ООН Дмитро Полянський відзначив, що російська сторона прагне «вивести українських провокаторів, що зарвалися, та їхніх західних покровителів «на чисту воду»» [9]. Ще одним прикладом є звинувачення РФ України та Заходу в теракті в «Крокусі» з метою нейтралізації опозиції, підняття антиукраїнських настроїв [10].

Розглянемо соціальні наслідки епохи постправди: поширення містифікацій (люди вірять твердженням, які здаються правдивими, але насправді не відповідають дійсності); неперевірена інформація: швидкий потік інформації в мережі «Інтернет» призводить до того, що люди не завжди перевіряють

факти; вірогідність уникнення відповідальності: ті, хто поширює неправдиву інформацію, не завжди несуть відповідальність за свої дії, оскільки зазвичай зберігають свій статус і легітимність в очах громадськості; маніпулювання політикою: постправа може використовуватися для просування певних політичних ідеологій; вплив на думки та поведінку: люди, що не володіють базовими навичками з медіаграмотності, вміням фільтрувати інформацію стають більш схильними до впливу постправа. У результаті: підривається довіра громадськості до інституцій та ЗМІ, ускладнюється прийняття обґрунтованих політичних рішень, зростає поляризація та розкол у суспільстві.

Отже, постправа – це свідоме створення середовища, у якому емоції домінують над фактами (має значний вплив на політику, сприяє маніпулюванню суспільною думкою та прийняттю необґрунтованих рішень). Російсько-українська війна є прикладом прояву концепції постправа: використовуючи некритичність свідомості, РФ чинить вплив деструктивний на громадськість. Поширення постправа має серйозні соціальні наслідки: підриває довіру до інституцій, ускладнює прийняття обґрунтованих рішень, призводить до розколу в суспільстві. Задля мінімізації негативних наслідків постправа потрібне забезпечення доступу громадян до неупередженої інформації, підвищення медіаграмотності населення.

Список літератури

1. Word of the year 2016. Oxford Languages. URL: <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/> (дата звернення: 09.04.2024)
2. Art of the lie. Politicians have always lied. Does it matter if they leave the truth behind entirely? (2016, 10 вересня). The Economist. URL: <https://www.economist.com/leaders/2016/09/10/art-of-the-lie> (дата звернення: 09.04.2024)
3. Leith, S. (2017). Nothing Like the Truth. Times Literary Supplement, (5968/5969).
4. Bufacchi, V. (2021). Truth, lies and tweets: a consensus theory of post-truth. Philosophy & Social Criticism, (47(3)), 347–361. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0191453719896382#fn8-0191453719896382> (дата звернення: 09.04.2024)
5. Агарков, О. (2023). Концепція «постправа» та особистість. Габітус, (46), 117–122. URL: http://habitus.od.ua/journals/2023/46-2023/46_2023.pdf (дата звернення: 09.04.2024)

6. Бунєєва, К. (2022). Фейк у контексті комунікативних практик. Гуманітарний корпус, (43), 39–42.

7. Гурківська, А. (2023). Змістовна демаркація постправди, пропаганди, дезінформації та неправдивої інформації. Грані, (26(3)), 118–125. URL: https://www.researchgate.net/publication/373470149_Zmistovna_demarkacia_postpravdi_propagandi_dezinformacii_ta_nepravdivoi_informacii (дата звернення: 09.04.2024)

8. «Бучанська різанина»: як росія прагне уникнути покарання. (2022, 5 квітня). Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-uarazom/3449195-bucanska-rizanina-ak-rosia-pragne-uniknuti-vidpovidalnosti.html> (дата звернення: 09.04.2024)

9. «Різанина в Бучі»: Україна просить Міжнародний кримінальний суд приїхати на Київщину. Що відомо. (2022, 3 квітня). Суспільне новини. URL: <https://suspilne.media/224761-rizanina-v-buci-ukraina-prosit-miznarodnij-kriminalnij-sud-priihati-na-kiivsinu-so-vidomo/> (дата звернення: 09.04.2024)

10. Серов, І. (2024, 1 квітня). «Рівень ненависті до України знову піднявся до максимуму»: експерт назвав головну мету звинувачень України в теракті у «Крокусі». ТСН. URL: <https://tsn.ua/exclusive/riven-nenavisti-do-ukrayini-znov-pidnyavsya-do-maksimuma-ekspert-nazvav-golovnu-metu-zvinuvachen-ukrayini-v-terakti-u-krokusi-2548264.html> (дата звернення: 09.04.2024)

МЕТА КОНФЕРЕНЦІЇ

Російсько-українська війна триває вже більше десяти років, повномасштабне вторгнення - третій рік.

За даними Інституту масової інформації, з часу великої війни загинуло **74 журналіста**, з них десятеро - під час виконання професійних обов'язків. На лютий 2024 року агалом країна-агресорка скоїла **567 злочинів** проти журналістів та медіа.

За цей час ми також побачили, **як складно може бути об'єктивно та незаангажовано створювати тексти про цю війну**. Провідні міжнародні видання багаторазово помилялися, довіряючи в тому числі російським вкидам чи ж потрапляючи під вплив потужних дезінформаційних операцій. Українські медіа, на додачу від традиційних проблем, стикаються із відтоком кадрів, браком фінансування, а також потребою протистояти пропаганді та навчати аудиторію бути медіаграмотною.

Тож **мета нашої конференції** - обговорити виклики, з якими стикаються медійники, що висвітлюють повномастшабне вторгнення, оцінити якість контенту медіа, які пишуть про цю війну, а також запропонувати свої рішення та рекомендації щодо описаних проблем.

ТЕМАТИЧНІ НАПРЯМКИ

- Висвітлення повномасштабного вторгнення РФ у порядку денному міжнародних ЗМІ
- Виявлення прокремлівської пропаганди та російські інформаційні атаки
- Велика війна Росії проти України в об'єктиві українських загальнонаціональних та регіональних медіа
- Роль нових ЗМІ та соцмереж під час війни: можливості та загрози
- Українські біженці та ВПО у світових та вітчизняних медіа
- Особливості роботи українських воєнних журналістів, фотокореспондентів, фіксерів
- Війна та візуальний контент медіа

**Контакти: 21021, Україна,
м. Вінниця, вул. 600-річчя,
каб. 405а
кафедра журналістики та соціальних комунікацій**

Наукове видання

**«УКРАЇНСЬКІ ТА СВІТОВІ МЕДІА
ПІД ЧАС ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ РФ:
НОВІ ВИМОГИ ТА ВИКЛИКИ»**

Збірник матеріалів

II ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
ДЛЯ МОЛОДИХ УЧЕНИХ