МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ

Кваліфікаційна робота бакалавра

на тему «Тема війни в медіа українських меншин за кордоном»

Виконала: студентка 4 курсу, групи 6.0610-ж-з
спеціальності 061 «Журналістика»
освітньої програми 061 «Журналістика»
Павлова А. О.
Керівник: к. філол. н., доцент
Тернова А. І.
Рецензент д. н. соц. ком, професор
Чернявська Л. В.

Запоріжжя 2024

ЗМІСТ

Реферат……..……... 3
Завдання……...…….……... 5
Вступ…….……...……..... 7
Розділ 1. Теоретичні засади дослідження……...…...…….…….. 9
1.1. Особливості інформаційного простору в українських ЗМІ під час війни..... 9
1.2. Праця військового кореспондента Якуба Мачеєвського…..……. 15
Розділ 2. Супровідна записка творчого проекту……..... 20
2.1. Опис та обґрунтування творчого проекту…….…….. 20
2.2. Опис цільової аудиторії та особливостей просування продукту….. 22
2.3. Формально-змістові характеристики проекту……..... 29
2.4. Особливості оформлення проекту……..……...…….. 30
2.5. Технічні і програмні засоби……..……..…..……..... 32
Висновки…….……..……...…….. 34
Список використаної літератури…….……...…...……... 35
Додаток А. Скріни фрагментів рубрики «Тут і там»…… 39
Додаток Б. Синопсиси до рубрики «Тут і там»…….....… 40
Додаток В. Список матеріалів портфоліо ……. 43
Декларація академічної доброчесності…….. 44
Abstract…… 45

РЕФЕРАТ

Тема кваліфікаційної роботи бакалавра: Тема війни в медіа українських меншин за кордоном

Обсяг основного тексту: 28 сторінок

Кількість використаної літератури – 35

Мета роботи – полягає у дослідженні та порівняльному аналізі інформаційного висвітлення війни в українських та польських медіа.

Для досягнення мети дослідження ми виконали такі **завдання:**

1. Зібрати інформацію щодо висвітлення теми війни в Україні на польських ресурсах.

2. Проаналізувати змістове відображення військових подій та конфлікту в Україні у різних медіаплатформах Польщі.

3. З’ясувати спільне і відмінне у висвітленні одних і тих подій широкомасштабного вторгнення рф в Україну в медіа Польщі.

4. Виявити структурно-змістові компоненти та засоби візуалізації війни рф в Україні у польських медіа.

5. Підготувати власні матеріали за темою дослідження.

Об’єкт дослідження – інформаційне висвітлення війни в Україні для мешканців Польщі протягом періоду з лютого 2022 року по квітень 2024 року. У рамках дослідження були проаналізовані зазначені українські медіаплатформи (телевізійні канали – «1+1», «ICTV», «ТЕТ», «24 телеканал», «5 телеканал»; телевізійні програми – «Сніданок з 1+1», «Перша віза», «Новини LIVE», «Суспільне новини», «Суспільне Харків», «ТСН»; інтернет – видання та радіостанція – «Радіо Свобода») та польські медіа (телевізійні канали – «DW News», «Euronews», «VOA», «natemat.pl», «SuperNews», «News now», «Polsat news», «TVP.info»; радіостанції – «Radio NMF 24», «Radio Nadzieja»).

Предмет дослідження – особливості інформування польської аудиторії про широкомасштабне вторгнення в Україні та подачі матеріалів на медіаплатформах.

Формально-змістові характеристики проекту. Проведення аналізу статей, новинних доповідей, телепередач, інтерв'ю та інших медійних матеріалів. Порівняльний аналіз відображення військових подій, реакції на ключові події конфлікту, образів головних дійових осіб тощо. Аналіз використання мовних та риторичних засобів у висвітленні війни. Вивчення впливу медіа на формування громадської думки та ставлення до війни. Висвітлення взаємозв'язку між інформаційним простором та міжнародними відносинами.

Ключові слова: інформаційне висвітлення, війна, медіа, порівняння, аналіз, громадська думка, міжнародні відносини.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет журналістики
Кафедра журналістики
Рівень вищої освіти бакалавр
Спеціальність 061 «Журналістика»
Освітня програма 061 «Журналістика»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
Чернявська Л. В.
_____
«17» травня 2024 року

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА СТУДЕНТ

Павловій Анні Олександрівні

1. Тема роботи: «Тема війни в медіа українських меншин за кордоном» («The Subject of War in the Media of Ukrainian Minorities Abroad»),

Керівник роботи Тернова Алла Іллівна, доцент, к. філол.н.,

затверджені наказом ЗНУ від «08» грудня 2023 року № № 2088-с.

2. Строк подання студентом роботи 15 травня 2024 року

3. Вихідні дані до роботи – праці таких вчених як: П. Андрусечко, Д. Бакар, А. Ґлап’як, В. Жухай, А. Курносов, А. Моргун, І. Патлашинська, Н. Семен, М. Чорнокондратенко, Д. Юр'єва та інші.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1). Зібрати інформацію щодо висвітлення теми війни в Україні на польських ресурсах. 2). Проаналізувати змістове відображення військових подій та конфлікту в Україні у різних медіаплатформах Польщі. 3). З’ясувати спільне і відмінне у висвітленні одних і тих подій широкомасштабного вторгнення рф в Україну в медіа Польщі. 4). Виявити структурно-змістові компоненти та засоби візуалізації війни рф в Україні у польських медіа. 5). Підготувати власні матеріали за темою дослідження.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Дата, підпис	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Тернова А.І., доцент	Грудень 2023	
Розділ 1	Тернова А.І., доцент	Січень 2023	
Розділ 2	Тернова А.І., доцент	Лютий-березень 2024	
Висновки	Тернова А.І., доцент	Квітень 2024	

7. Дата видачі завдання 20.12.2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломного проєкту (роботи)	Строк виконання етапів проєкту (роботи)	Примітки
1.	Складання плану роботи	До 23 грудня 2023 р.	Виконано
2.	Добір і опрацювання наукової літератури. Узгодження бібліографічного переліку	До 11 січня 2024 р.	Виконано
3.	Написання Вступу	До 15 січня 2024 р.	Виконано
4.	Написання Розділу 1	Кінець січня 2024 р.	Виконано
5.	Написання Розділу 2	Березень 2024 р.	Виконано
6.	Написання Висновків	До 10 квітня 2024 р.	Виконано
7.	Складання й оформлення списку літератури	Кінець березня 2024 р.	Виконано
8.	Вичитка науковим керівником остаточного варіанту роботи	Початок квітня 2024 р.	Виконано
9.	Завершальне оформлення роботи	До 15 квітня 2024 р.	Виконано
10.	Проходження нормоконтролю	До 10 травня 2024 р.	Виконано
11.	Рецензування роботи	Початок травня 2024 р.	Виконано

Студентка _____ А. О. Павлова
(підпис) (ініціали та прізвище)

Керівник роботи _____ А. І. Тернова
(підпис) (ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ М. В. Чабаненко
(підпис) (ініціали та прізвище)

ВСТУП

Інформаційне висвітлення війни в сучасному світі відіграє вирішальну роль у формуванні громадської свідомості та сприйнятті подій, що відбуваються. Зокрема, в контексті війни в Україні, де триває збройний конфлікт, інформаційний простір стає важливим інструментом для комунікації, маніпулювання та впливу на громадську думку як на внутрішньому, так і на міжнародному рівнях. У цьому контексті аналіз і порівняльне вивчення інформаційного висвітлення війни в українських медіа та закордонних медіа набуває особливої актуальності.

Особливу увагу привертають польські медіаплатформи, де відображення війни в Україні є різноманітним і багатошаровим. Польські медіа висвітлюють військові події через призму історичних, культурних та політичних зв'язків між двома народами, а також через призму внутрішньополітичних процесів у Польщі. Це робить польський інформаційний простір важливим джерелом для розуміння міжнародного контексту конфлікту.

У цій дипломній роботі здійснюється аналіз висвітлення теми війни в Україні на польських ресурсах, де розглядаються структурно-змістові компоненти та засоби візуалізації, що використовуються у медіа для подання інформації. Виявлення спільного та відмінного у висвітленні одних і тих самих подій дозволить краще зрозуміти специфіку польського інформаційного середовища та його вплив на українську аудиторію закордоном.

Дослідження має на меті не лише окреслити особливості медійного відображення війни в Україні на прикладі польських медіа, але й сформулювати власні матеріали, що сприятимуть кращому розумінню теми та підтримці інформування українських громад за кордоном.

Мета роботи – полягає у дослідженні та порівняльному аналізі інформаційного висвітлення війни в українських та польських медіа.

Для досягнення мети дослідження нам необхідно виконати такі *завдання:*

1. Зібрати інформацію щодо висвітлення теми війни в Україні на польських ресурсах.

2. Проаналізувати змістове відображення військових подій та конфлікту в Україні у різних медіаплатформах Польщі.

3. З’ясувати спільне і відмінне у висвітленні одних і тих подій широкомасштабного вторгнення рф в Україну в медіа Польщі.

4. Виявити структурно-змістові компоненти та засоби візуалізації війни рф в Україні у польських медіа.

5. Підготувати власні матеріали за темою дослідження.

Об’єкт дослідження – інформаційне висвітлення війни в Україні для мешканців Польщі протягом періоду з лютого 2022 року по квітень 2024 року. У рамках дослідження були проаналізовані зазначені українські медіаплатформи (телевізійні канали – «1+1», «ICTV», «ТЕТ», «24 телеканал», «5 телеканал»; телевізійні програми – «Сніданок з 1+1», «Перша віза», «Новини LIVE», «Суспільне новини», «Суспільне Харків», «ТСН»; інтернет – видання та радіостанція – «Радіо Свобода») та польські медіа (телевізійні канали – «DW News», «Euronews», «VOA», «natemat.pl», «SuperNews», «News now», «Polsat news», «TVP.info»; радіостанції – «Radio NMF 24», «Radio Nadzieja»).

Предмет дослідження – особливості інформування польської аудиторії про широкомасштабне вторгнення в Україні та подачі матеріалів на медіаплатформах.

Структура роботи - кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури та двох додатків. Обсяг основної роботи – 28 сторінок. Список використаної літератури включає 35 найменувань (викладених на 4 сторінках).

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Особливості інформаційного простору в українських ЗМІ під час війни

Війна є однією з найбільш важливих тем для українських медіа, і спосіб, яким вони її висвітлюють, має велике значення для формування громадської думки та сприйняття конфлікту. У цьому розділі ми дослідимо основні тенденції у відображенні війни в українських медіа протягом останніх років.

Українські медіа в останні роки приділяють значну увагу подіям, пов'язаним з війною на сході країни. Новини про бойові дії, загиблих та поранених військових, обстріли та інші військові події часто стають головними темами українських медіа. За нашим спостереженням, медіа найбільшу увагу зазвичай отримують такі аспекти військового конфлікту:

Політичні аспекти: медіа активно висвітлюють політичні аспекти конфлікту, такі як дипломатичні переговори, реакція міжнародної спільноти, політичні заяви лідерів та політичні аналізи.

Військові події: звіти про бойові дії, втрати, перемоги та поразки займають значну частину медійного відображення війни. Це включає в себе інформацію про військові операції, стратегії та тактики.

Гуманітарна ситуація: медіа акцентують увагу на гуманітарних аспектах конфлікту, таких як людські страждання, біженці, гуманітарна допомога та порушення прав людини.

Економічні наслідки: репортажі про економічні наслідки війни, такі як збитки в економіці, економічні санкції та зруйнування інфраструктури.

Інформаційна війна: велику увагу приділяють інформаційній війні, пропаганді та дезінформації, включаючи аналіз медійних повідомлень, вплив державних та недержавних акторів на медіа та інші аспекти інформаційної взаємодії.

Це впливає на сприйняття громадської ситуації тим, що медійне відображення конфлікту формує уявлення громадськості про його характер, причини та наслідки. Від того, як ці аспекти висвітлюються у медіа, залежить сприйняття громадськістю ситуації, її підтримка або критика, а також формування громадської думки та реакції.

Однією з цікавих особливостей українського медіа є різноманітність підходів до відображення війни. Від незалежних інформаційних агентств до державних телеканалів, кожен медійний джерело має свою унікальну перспективу на події на сході країни. Підходи різних медіа до відображення війни можуть значно відрізнятися залежно від їхнього типу, географічного положення, власних політичних уподобань та цільової аудиторії. Ось деякі загальні характеристики різних підходів:

тематика: деякі медіа можуть акцентувати увагу на політичних аспектах конфлікту, висвітлюючи дипломатичні переговори, реакцію міжнародної спільноти та політичні заяви лідерів. Інші можуть ставити більший акцент на гуманітарні аспекти, такі як страждання цивільного населення, біженці та гуманітарна допомога. Деякі медіа можуть зосереджуватися на військових діях, звітах про бої та втрати.

Тон: тон медійного відображення може варіюватися від об'єктивного до емоційного. Деякі медіа можуть намагатися підтримувати об'єктивність та нейтральність у своєму звітуванні, подаючи факти без емоційних оцінок. Інші можуть використовувати емоційний тон, щоб підкреслити людський аспект конфлікту та спонукати до емпатії та співчуття.

Об'єктивність інформаційного матеріалу: деякі медіа можуть ставити акцент на об'єктивності та точності у представленні інформації, проводячи ретельну перевірку фактів та використовуючи джерела з достовірних джерел. Інші можуть бути схильними до впливу певних політичних або ідеологічних установок, що може вплинути на об'єктивність їхнього матеріалу.

Різноманітність тематики, тону та об'єктивності інформаційного матеріалу у медіа відображає різноманітність підходів та цінностей, які

керують редакційною політикою та журналістською етикою кожного конкретного медіа.

У сучасному цифровому світі українські медіа використовують різноманітні формати та платформи для відображення військового конфлікту. Від традиційних телевізійних новин до соціальних медіа та стрімінгових платформ, інформація про війну доступна на різних каналах і в різних форматах. У цьому підрозділі ми розглянемо, які саме формати та платформи найбільш популярні серед українських медіа для відображення війни, та як це впливає на сприйняття інформації громадськістю.

Інформаційне висвітлення війни в українських медіа має значний вплив на уявлення громадян про конфлікт та їхню підтримку військових дій, а також на їхні погляди на політичні та соціальні питання, пов'язані з війною. Ось деякі з основних способів, які він впливає:

формування громадської думки: медійне висвітлення війни може вплинути на формування громадської думки про причини, хід та наслідки конфлікту. Залежно від того, які аспекти конфлікту акцентуються у медіа, громадяни можуть розвивати певні уявлення та погляди на ситуацію.

Мобілізація громадської підтримки: позитивне висвітлення військових дій та підкреслення значення захисту національних інтересів може сприяти мобілізації громадської підтримки для військових операцій.

Вплив на політичні погляди: медійна інформація може впливати на політичні погляди громадян, формуючи їхнє розуміння ситуації та ставлення до політичних лідерів та партій, залучених до управління конфліктом.

Сприйняття соціальних питань: висвітлення війни може впливати на сприйняття соціальних питань, пов'язаних з конфліктом, таких як гуманітарна допомога, статус біженців та підтримка для постраждалих.

Українські медіа часто використовують фотографії та відео, щоб передати жахи війни, героїзувати бійців та підкреслити потребу у гуманітарній допомозі. Інфографіка та картографія також широко використовуються для візуалізації важливої інформації про військові дії, такі як територіальні зміни та кількість

жертв. Ці візуальні матеріали допомагають аудиторії краще зрозуміти та сприймати події війни. Інтерактивність та участь аудиторії стають все більш важливими аспектами відображення війни в українських медіа. У цьому підрозділі ми розглянемо, які можливості для участі аудиторії надають українські медіа, як вони сприймають зворотний зв'язок та реагують на коментарі та відгуки своєї аудиторії. Також ми проаналізуємо вплив цієї взаємодії на формування медійного контенту та сприйняття інформації про війну.

Одним із важливих аспектів відображення війни в українських медіа є психологічний аспект. Інформація про військовий конфлікт може викликати різноманітні емоційні та психологічні реакції у глядачів та аудиторії, що може впливати на їхнє сприйняття та поведінку. Ось деякі з них:

страх та тривога: інформація про воєнні події може викликати страх та тривогу серед глядачів, особливо серед тих, хто проживає в районах конфлікту або має родичів, що перебувають у зоні бойових дій. Ці емоції можуть призвести до відчуття безпеки та нестабільності.

Співчуття та солідарність: глядачі можуть відчувати співчуття до жертв війни, а також виявляти солідарність з тими, хто потерпів внаслідок конфлікту. Це може призвести до бажання надати допомогу та підтримку.

Гнів та обурення: події війни, особливо порушення прав людини та воєнні злочини, можуть викликати гнів та обурення у глядачів, які можуть вимагати правосуддя та покарання винних.

Патріотизм та національна гордість: інформація про бойові успіхи або героїчні вчинки військових може викликати в глядачів почуття патріотизму та національної гордості, особливо у тих, хто відчуває сильну зв'язок з країною або регіоном.

Ці емоційні та психологічні реакції можуть впливати на сприйняття та поведінку аудиторії, а також на вироблення медійного контенту. Наприклад, медіа можуть намагатися підсилити патріотичні настрої або викликати солідарність шляхом акцентування на героїчних вчинках військових чи

громадян, які допомагають в зоні конфлікту. Також вони можуть стежити за настроями глядачів та адаптувати свій контент для задоволення їхніх потреб та очікувань.

Під час війни українські ЗМІ стикаються з рядом унікальних викликів та особливостей, які впливають на їхню роботу та впровадження інформації. У цьому розділі розглянемо деякі з найважливіших аспектів цього інформаційного простору:

достовірність інформації: умови війни створюють складні умови для збору та перевірки інформації. Українські ЗМІ повинні бути особливо обережними, щоб не поширювати неперевірену або фейкову інформацію, яка може спричинити паніку або викликати негативні наслідки. Достовірність інформації в умовах війни стає критично важливою. Українські ЗМІ повинні мати надійні джерела інформації та проводити ретельну перевірку кожного факту перед публікацією. Недостовірна або фейкова інформація може спричинити паніку серед населення, підірвати довіру до ЗМІ та влади, а також призвести до негативних наслідків для безпеки та стабільності в країні. Тому важливо, щоб журналісти дотримувалися високих стандартів професійної етики та відповідально підходили до своєї роботи у цей складний період.

Інформаційна війна: військові конфлікти супроводжуються інформаційною війною, в якій сторони намагаються маніпулювати інформацією для досягнення своїх цілей. Українські ЗМІ повинні бути уважними до можливих спроб дестабілізації або дезінформації. Інформаційна війна є серйозним викликом для українських ЗМІ під час військових конфліктів. Стратегічне використання медіа може впливати на громадську думку, міжнародну спільноту та навіть на сам хід війни. Українські ЗМІ повинні бути уважними до різних методів маніпуляції інформацією, таких як поширення фейкових новин, маніпуляція фото- та відеоматеріалами, агітаційні кампанії тощо. Вони також повинні бути готові швидко виявляти та відповідати на дезінформацію, надаючи об'єктивну та достовірну інформацію своїм глядачам і читачам.

Самоцензура та обмеження свободи слова: умови війни можуть призвести до зростання самоцензури та обмежень свободи слова у ЗМІ. Урядовий контроль та тиск на журналістів можуть обмежити можливість вільного та об'єктивного висвітлення подій. Під час військових конфліктів уряд може намагатися контролювати інформаційний простір та обмежувати діяльність журналістів. Це може призвести до самоцензури серед ЗМІ, коли вони утримуються від публікації контенту, що може викликати реакцію влади або військових. Також можуть існувати формальні обмеження на роботу ЗМІ, такі як заборони на публікацію певних тем або заборони на вільний доступ до конфліктних територій. Важливою задачею для журналістів за таких умов є збереження незалежності та відваги відстоювати свої права на свободу слова та доступ до інформації.

Підтримка військових зусиль: українські ЗМІ часто зосереджуються на підтримці військових дій та виявленні героїзму військовослужбовців та добровольців. Це може включати публікацію інтерв'ю з бійцями, звіти про бойові операції та історії про жертовність та відвагу. Підтримка військових зусиль є важливим аспектом роботи українських ЗМІ під час війни. Вони звітувати про подвиги військових, їхню готовність та відвагу, розповідають про їхні досягнення на полі бою. Це може підвищити моральний дух військових та сприяти їх підтримці з боку громадськості. Інтерв'ю з бійцями, звіти з передової, а також історії про їхні вчинки та жертовність розширюють розуміння громадськості про труднощі та важливість військових операцій. Такі матеріали сприяють формуванню позитивного ставлення до армії та мобілізують громадськість у підтримці військових зусиль.

Гуманітарна криза та громадська допомога: українські ЗМІ активно відображають гуманітарну кризу, що виникає внаслідок війни, та роль громадської допомоги у подоланні наслідків конфлікту. Це включає інформацію про потреби населення в евакуації, медичній допомозі та матеріальній підтримці. Гуманітарна криза, яка виникає внаслідок війни, є однією з ключових тем, на які зосереджуються українські ЗМІ. Вони

відображають потреби населення в евакуації, медичній допомозі, життєвих засобах та інших гуманітарних ресурсах. Також вони акцентують увагу на ролі громадської допомоги та волонтерських організацій у наданні підтримки постраждалим. Ця інформація допомагає залучати увагу до потреб населення та мобілізувати ресурси для надання необхідної допомоги тим, хто постраждав від війни. Таким чином, українські ЗМІ відіграють важливу роль у світлі гуманітарної кризи та сприяють формуванню обґрунтованих рішень та дій для подолання наслідків конфлікту.

1.2. Праця військового кореспондента Якуба Мачеєвського

Повномасштабне вторгнення Росії в Україну суттєво вплинуло на інформаційний простір країни. Через потребу українців у постійному доступі до актуальної інформації, часто за умов обмеженого доступу до телебачення чи новинних сервісів, а також завдяки поширенню мобільних телефонів, які дозволяють свідкам знімати події в режимі реального часу, більшість мешканців почала використовувати соціальні мережі як основне джерело інформації. Триваюча війна в Україні вже стала одним із найбільш інтенсивних конфліктів у кіберпросторі в історії, де матеріали та контент, створені користувачами, транслюються у прямому ефірі, що відіграє безпрецедентну роль у формуванні громадської думки. Посадовці, військові, волонтери, переселенці, які залишилися в країні, та звичайні громадяни використовують соціальні мережі, щоб ділитися власним досвідом, документувати війну та протидіяти російській пропаганді. [4]

З праці військового кореспондента Якуба Мачеєвського, можна виділити такі деталі:

«Під час війни в Україні іноземні кореспонденти стикалися зі складністю доступу до "червоної зони" - областей, де проходили бойові дії і доступ для преси був обмежений. У медійних колах відбувалася дискусія щодо безпеки журналістів та необхідності розширення доступу до інформації. Однак

основний спір ігнорував проблему компетентності журналістів у воєнних умовах.

У початкові місяці конфлікту на блокпостах журналісти мали деяку свободу, але безпеку вирішували самостійно, оцінюючи ризики та свою компетентність. Навіть військові пропускники проводили невеликі перевірки, оцінюючи поведінку та обладнання журналістів. Їх суб'єктивний оцінка може бути важливою, оскільки вони шукали ознаки непрофесіоналізму, що може свідчити про шпигунство чи диверсію.

З часом відношення до журналістів у зоні конфлікту змінилося. Їхній прихід більше не сприймався з таким ентузіазмом, як раніше, і це сталося з двох причин. По-перше, тривала війна призвела до втоми та виснаження українського суспільства, що призвело до зменшення інтересу до медіа. Журналісти стали дублювати теми та відвідувати одні й ті ж місця, а це призводило до того, що багато українців, надаючи інтерв’ю, зазначали, що вже розмовляли з іншими представниками ЗМІ. По-друге, деякі міжнародні медіа, своєю поведінкою, стали загрожувати безпеці українців, зокрема військових. Наприклад, публікація фото, які дозволяли росіянам ідентифікувати місце зйомок матеріалу, призвела до обстрілу об’єкту, де відбувалася зйомка, і загинули люди. Така поведінка спричинила роздратування української громадськості, для якої помилки західних представників медіа могли мати серйозні наслідки.

Однак варто звернутися до невдалих дій української влади щодо іноземних ЗМІ. По суті, все було просто – для доступу до "червоної зони" потрібно було отримати згоду місцевої військово-цивільної адміністрації. Проте виникали проблеми з отриманням необхідної інформації через бюрократичні перепони. Наприклад, у Запоріжжі військовий, якого випадково зустріли, виявився не відповідальним за такі питання, а прес-секретар був здивований нашим запитом. В інших випадках у Нікополі та на Донбасі знайти відповідальних посадовців було складно через військову таємницю або просто неможливо. Хоча були й позитивні приклади, як у Лимані, де процедура була

спрощеною, але в різних частинах країни різні правила створювали справжній хаос.

У контексті аналізу медійних реалій не можна обійти цікавий приклад успішної координації дій військових кореспондентів у Харкові. Медіацентр Україна, створений там з самого початку, виник як ініціатива від українських волонтерів, які збирали інформацію та контакти місцевих активістів та офіцерів, та військових кореспондентів. На даний момент цей медіацентр об'єднує близько 800 журналістів з усього світу. Він організовує заходи, співорганізовані ним (наприклад, презентацію мануфактури з виробництва маскувальних сіток), проводить зустрічі з військовослужбовцями та організовує відвідини в місця воєнних подій Харківської області. Цей медіацентр, утримуючи в таємниці місця обстрілів, інформував про знищення, які можна було б показати глядачам і читачам без загрози для безпеки Харкова. Крім того, команда Медіацентру Україна сприяла розміщенню журналістських груп у місті та обміну досвідом. Це дозволило підтримувати обмін інформацією про події в інших областях. Харків став Медіацентром всієї прифронтової України. Журналісти, зіштовхнувшись із бюрократичними перешкодами та відмовою пресофіцерів, знаходили власні шляхи потрапити до "червоної зони". Вони використовували гнучкість міжособистісних відносин та інші методи, щоб отримати доступ до місць особливих подій, а польські журналісти автоматично мали спеціальний документ - польський паспорт, що сприяв їхній меті.

У очах українців Польща стала найближчим другом і союзником їхньої країни. Згідно з дослідженням, проведеним наприкінці 2022 року Центром Мєрошевського, аж 83% громадян України покращили свою думку про поляків. [17].

Після 2014 року кілька мільйонів українців приїхали до Польщі на заробітки, а після 24 лютого 2022 року через Україну проїхало щонайменше 5 мільйонів українців, у тому числі 3 мільйони залишилися в Польщі, отримуючи допомогу, користуючись безплатними послугами проживання, харчування, одягом та, передусім, безпекою. Оскільки за останнє десятиліття близько 20%

наших східних сусідів відвідали Польщу, а в умовах надзвичайних військових потреб саме Польща виявила багаторівневу підтримку, серед захисників від російської навали виникла природна потреба висловити вдячність. Кожному польському волонтеру чи журналісту в Україні доводилося чути слова подяки всьому польському суспільству – такі жести робили випадкові люди: продавці, посадовці, співмешканці, а насамперед солдати різних формувань. У перші дні війни один з офіцерів допустив польського журналіста, який пише ці слова, на дах будинку в Києві, де були розташовані радари ППО, тобто в ключове місце для оборони столиці та всієї України. Умовою візиту була обіцянка, що він не буде фотографувати та публікувати інформацію про місцезнаходження цього важливого місця. Польські журналісти та українські військові створили своєрідне братерство по зброї, хоча йшлося не про гармати, а про іншу зброю – правду. У цій війні немає потреби перебільшувати події, щоб справити враження на глядача, адже російські злочини виходять за межі уяви цивілізованих людей.

Аналогії між польською долею після 1 вересня 1939 року та першими місяцями російського вторгнення в Україну здаються очевидними. Виставка, організована влітку 2022 року у Варшаві та восени в Києві, стала відображенням цієї паралелі. Темою виставки стала доля двох міст: «Варшава-Маріуполь – міста руїн, міста боротьби, міста надії». Порівняння двох повністю знищених центрів – одного гітлерівською Німеччиною, а іншого – путінською Росією – викликало резонанс у соціальних мережах та серед військових. Спільні культурні коди базувалися також на історичній пам’яті шляхетської Речі Посполитої та на успіху Польщі як економічно-соціального державного утворення. Досвід польських журналістів, волонтерів і політиків, які відвідали Україну під час війни, має багато спільних пунктів і спостережень. Це сприяло зближенню двох народів, яке подолало бюрократичні перешкоди та історичні конфлікти, і виявилося стійким до російської агресії та дезінформації. Однак, важливим питанням залишається масштаб цього зближення та його інституційна співпраця, яка збережеться до майбутніх поколінь».[4]

Отже, у розділі "Теоретичні засади дослідження" було розглянуто основні концепції та підходи до аналізу медійного відображення військових конфліктів. Особлива увага приділялася функціям мас-медіа у контексті воєнних дій, включаючи питання пропаганди та інформаційних війн, а також специфіці роботи журналістів у зонах конфліктів. Окремо було досліджено медійну екологію під час війни та методи, які використовуються для подання та інтерпретації інформації про військові дії. Це створило теоретичну базу для подальшого аналізу специфіки висвітлення війни в Україні на польських медіаплатформах та діяльності медіа українських меншин закордоном.

У підрозділі "Особливості інформаційного простору в українських ЗМІ під час війни" було детально проаналізовано, як українські медіа адаптувалися до умов воєнного часу. Зокрема, розглядалися питання цензури, самоцензури, використання новітніх технологій для оперативного інформування, а також зусилля з протидії дезінформації та пропаганді. Водночас у підрозділі "Праця військового кореспондента Якуба Мачеєвського" акцентувалася увага на його методах роботи та особистих свідченнях, що підкреслили високі стандарти журналістики та важливість міжнародної співпраці. Взаємодія польських журналістів та українських військових продемонструвала тісний зв’язок і спільну мету у висвітленні правди про війну, що сприяло зміцненню відносин між двома народами.

РОЗДІЛ 2
СУПРОВІДНА ЗАПИСКА ДО ТВОРЧОГО ПРОЄКТУ

2.1. Опис та обґрунтування творчого проєкту

Підготовлений на захист кваліфікаційної роботи бакалавра творчий проект становить самостійно розроблена та виготовлена рубрика, яка складається з п’яти телевізійних випусків, від п’яти до десяти хвилин. Кожен з яких присвячений певній темі, що вивчалася у фокусі висвітлення українських та польських ЗМІ.

1. "Початок війни: порівняння подачі подій українських та польських ЗМІ".

2. "Президент Зеленський в об'єктиві: як українські та польські медіа описують голову держави".

3. "Реакція поляків на біженців: порівняння відображення українських та польських ЗМІ".

4. "Думки поляків про росію: аналіз інформаційних ресурсів у відображенні сусідньої держави".

5. "Майбутнє України після війни: відгуки громадян України та Польщі - що думають люди на обох боках кордону".

У першому випуску аналізується, як українські та польські ЗМІ висвітлювали початок війни. Українські ЗМІ акцентують увагу на національному героїзмі, опорі агресору, висвітлюють численні приклади самопожертви та мужності. Польські ЗМІ, в свою чергу, зосереджуються на міжнародних реакціях, гуманітарній кризі та можливих економічних і політичних наслідках для регіону. Цей випуск підкреслює різницю в пріоритетах та підходах двох країн до подачі однієї і тієї ж події.

Другий випуск рубрики присвячений аналізу медійного образу Президента Володимира Зеленського в українських та польських ЗМІ. Українські ЗМІ часто представляють Зеленського як символ національної єдності, лідера, який надихає та веде країну в тяжкий час. Польські ЗМІ також

визнають його значну роль, але часто акцентують увагу на його дипломатичних зусиллях, співпраці з міжнародними лідерами та впливі його рішень на міжнародну політику.

Третій випуск досліджує, як українські та польські медіа висвітлюють реакцію польського суспільства на українських біженців. Українські ЗМІ фокусуються на підтримці, яку надають поляки, підкреслюючи солідарність та допомогу. Польські ЗМІ, крім позитивних аспектів, також розглядають виклики та труднощі, пов'язані з інтеграцією біженців, їх впливом на місцеву економіку та суспільство. Це відображає комплексний підхід до теми з обох сторін.

У четвертому випуску аналізуються думки поляків про Росію, представлені в українських та польських медіа. Українські ЗМІ часто акцентують на історичних аспектах та загрозах з боку Росії, підкреслюючи її агресивні дії. Польські ЗМІ, окрім цього, висвітлюють внутрішню політику Росії, її міжнародні дії та їх вплив на безпеку в регіоні. Це дозволяє побачити різницю у фокусах та оцінках двох країн.

П'ятий випуск присвячений поглядам громадян України та Польщі на майбутнє України після війни. Українські ЗМІ зосереджуються на відновленні країни, економічних реформах та євроінтеграційних прагненнях. Польські ЗМІ висвітлюють польську підтримку у відбудові, а також аналізують, як відбудова України вплине на польсько-українські відносини та стабільність у Європі. Цей випуск підкреслює перспективи та очікування відновлення країни після війни.

Кожен випуск рубрики є результатом глибокого аналізу та порівняльного дослідження, яке має на меті розкрити ключові аспекти висвітлення війни в медіа у двох країнах.

Кожен випуск рубрики є результатом детального аналізу матеріалів, зібраних з українських та польських джерел. Процес підготовки включав в себе дослідження тону, стилю та підходів, які використовувалися в обох країнах для висвітлення війни та зв'язаних з нею подій.

Важливою частиною роботи було обґрунтування вибору кожної теми для аналізу. Наприклад, реакція суспільства на біженців є однією з ключових

аспектів війни, тому порівняльний аналіз відображення цієї реакції у медіа обох країн є важливим для розуміння динаміки співпереживання та підтримки.

Для кожного випуску було проведено детальне дослідження, включаючи аналіз статей, відеоматеріалів, інтерв'ю, коментарів тощо. Це дозволило отримати повніше уявлення про те, як події та особистості відображалися у ЗМІ кожної з країн.

Результати дослідження представлені у формі звітів, які містять аналіз знайдених відмінностей та схожостей у висвітленні подій в українських та польських медіа. Кожен випуск також містить висновки, які відображають важливі підсумки та тенденції, виявлені під час дослідження.

Крім того, в кожному випуску рубрики були враховані не лише формальні аспекти подачі інформації, а й внутрішній зміст матеріалів. Аналізуючи тон та стиль, вдалося виявити особливості підходів до представлення інформації в українських та польських ЗМІ.

Кожен випуск рубрики має свою власну методологію та підходи до аналізу, що дозволяє отримати більш глибоке розуміння ситуації. Наприклад, у першому випуску порівнювались перші відгуки ЗМІ щодо початку війни, тоді як у другому аналізувалася реакція ЗМІ на діяльність президента Зеленського.

Усі ці підходи використовувалися з метою надати читачеві об'єктивну та дослідницьку перспективу на тему війни в українських та польських медіа. Крім того, рубрика спрямована на підвищення культурного розуміння між країнами та підтримку об'єднаних зусиль у боротьбі за мир та стабільність.

2.2. Опис цільової аудиторії та особливостей просування продукту

Особливості просування творчого проекту "Тут і там" з п'яти випусків включають наступні аспекти:

Цільова аудиторія:

цільова аудиторія рубрики "Тут і там" включає в себе широкий спектр зацікавлених осіб та груп, які мають інтерес до міжнародної політики, медійного простору та суспільних подій. Основні складові аудиторії:

1) журналісти та медійні працівники: вони зацікавлені в аналізі медійних підходів та порівнянні підходів різних країн до висвітлення важливих подій. Рубрика надасть їм можливість порівняти та зрозуміти специфіку підходів українських та польських ЗМІ до важливих тем.

Розуміння специфіки підходів: журналісти завжди зацікавлені в розумінні специфіки медійного середовища і підходів до журналістики у різних країнах. Рубрика допоможе їм зрозуміти, як культурні, політичні та інші чинники впливають на вибір тем, тон та стиль висвітлення подій.

Поглиблення знань про міжнародні відносини: журналісти та медійні працівники, які вивчають міжнародні відносини, можуть знайти у рубриці "Тут і там" цінні дані для аналізу та розуміння взаємодії між країнами через медійну призму.

Розширення професійного обізнання: для журналістів та медійників важливо триматися в курсі подій у світі та розуміти їх вплив на суспільство. Рубрика "Тут і там" дозволить їм отримувати порівняльну інформацію про різні аспекти міжнародної політики та суспільних подій.

Отже, рубрика "Тут і там" спрямована на задоволення потреб журналістів та медійних працівників у розумінні та аналізі міжнародних подій через призму медіа.

2) активісти та дослідники: люди, які цікавляться міжнародними відносинами, політикою та впливом ЗМІ на формування громадської думки. Вони можуть використовувати інформацію з рубрики для аналізу та досліджень. Активісти та дослідники також можуть бути зацікавлені у рубриці "Тут і там" з різних причин:

Моніторинг медійного простору: активісти, які займаються певними соціальними або політичними питаннями, часто цікавляться тим, як ці питання висвітлюються у засобах масової інформації. Вони можуть використовувати рубрику "Тут і там" для моніторингу та аналізу того, як їхні теми представлені в українських та польських ЗМІ.

Аналіз громадської думки: дослідники громадської думки та суспільно-політичних настроїв можуть використовувати дані з рубрики "Тут і там" для аналізу реакції громадськості на різні події та політичні рішення, які висвітлюються в українських та польських медіа.

Компаративний аналіз: дослідники, які цікавляться порівняльним аналізом міжнародних відносин та медійних систем, можуть знайти цінні дані в рубриці "Тут і там" для порівняння підходів різних країн до висвітлення важливих подій та тем.

Створення стратегій комунікації: активісти, які працюють над розробкою стратегій комунікації для своїх організацій або ініціатив, можуть використовувати дані з рубрики "Тут і там" для кращого розуміння того, як вони можуть ефективно використовувати медіа для поширення своїх ідей та повідомлень.

Отже, рубрика "Тут і там" може бути корисним інструментом для активістів та дослідників, які цікавляться медійною ситуацією та її впливом на суспільство та політику.

3) Студенти та викладачі: особи, які вивчають політичні науки, медійну діяльність та суспільні науки. Ця аудиторія може використовувати матеріали рубрики для навчальних цілей та підготовки до дослідницьких робіт.

Студенти та викладачі журналістики можуть мати цікавість до рубрики "Тут і там" з різних поглядів:

навчальний інтерес: для студентів журналістики, особливо тих, що вивчають міжнародну журналістику або порівняльний аналіз ЗМІ, рубрика може бути цінним джерелом матеріалу для вивчення та аналізу міжнародних медійних підходів.

Практичні навички: для студентів, які навчаються практичним аспектам журналістики, таким як репортаж, редакція та монтаж, рубрика може надати зразки статей, репортажів та програм з різних країн для аналізу та дослідження.

Розвиток аналітичних навичок: для викладачів журналістики рубрика може бути корисним інструментом для розвитку аналітичних навичок у

студентів. Вони можуть використовувати матеріали з рубрики для створення завдань на аналіз та обговорення в класі.

Дослідницький потенціал: для викладачів, які займаються науковими дослідженнями у галузі міжнародної журналістики, рубрика може слугувати джерелом даних та матеріалів для їхніх досліджень.

Отже, рубрика "Тут і там" може бути корисним ресурсом як для студентів, щоб розширити свої знання та навички, так і для викладачів, щоб покращити якість навчання та досліджень у галузі журналістики.

4) Громадяни України та Польщі: Люди, які мають особистий інтерес до відображення важливих суспільних подій в медіа та бажають розуміти підходи ЗМІ своєї країни та сусідньої держави.

Громадяни України та Польщі, які мають особистий інтерес до відображення суспільних подій в медіа, можуть бути важливою аудиторією для вашої рубрики "Тут і там". Ось деякі ключові аспекти, на які варто звернути увагу при спілкуванні з цією аудиторією:

бажання розуміти події: громадяни обох країн, які цікавляться подіями в українських та польських ЗМІ, зазвичай хочуть краще розуміти те, що відбувається в світі. Вони можуть шукати об'єктивну та глибоку аналітику та порівняльний аналіз, щоб отримати більш повне уявлення про ситуацію.

Порівняльний аналіз: люди із цією аудиторією можуть бути зацікавлені у порівнянні та контрасті подачі інформації українськими та польськими ЗМІ. Вони можуть шукати розбіжності та подібності у підходах до важливих тем.

Аналіз впливу медіа: люди цієї категорії також можуть цікавитися тим, як медіа впливають на суспільну думку та формують погляди та переконання громадян. Вони можуть бути зацікавлені в аналізі впливу медіа на сприйняття важливих суспільних тем.

Політичний інтерес: ця аудиторія також може виявляти інтерес до політичної ситуації в обох країнах та впливу подій на взаємовідносини між Україною та Польщею. Вони можуть шукати аналіз та коментарі щодо політичних рішень та подій.

Звернення уваги на ці аспекти допоможе створити контент, який буде цікавим та корисним для громадян обох країн, що цікавляться міжнародними суспільними подіями та роллю медіа у їх відображенні.

5) Міжнародні спостерігачі та організації: представники міжнародних організацій, які мають інтерес до демократії, свободи преси та міжнародних відносин. Вони можуть використовувати інформацію з рубрики для аналізу ситуації в Україні та Польщі. Дипломати та представники міжнародних організацій можуть бути зацікавлені в рубриці "Тут і там" з наступних причин:

Аналіз геополітичної обстановки: дипломати постійно аналізують міжнародну політичну ситуацію. Рубрика може надати їм додаткові дані про сприйняття та висвітлення важливих міжнародних подій у ЗМІ двох країн.

Розуміння громадської думки: представники міжнародних організацій, які займаються роботою з громадськістю та комунікаціями, можуть вивчати сприйняття та реакцію суспільства на різні міжнародні події. Рубрика може бути корисним джерелом інформації для їхньої аналітики.

Підготовка до переговорів: для дипломатів, які готуються до переговорів з представниками інших країн, аналіз медійних матеріалів з рубрики може допомогти зрозуміти та оцінити рівень публічної підтримки та ставлення до різних міжнародних питань.

Створення стратегій комунікацій: представники міжнародних організацій, які відповідають за комунікаційні стратегії, можуть використовувати аналіз медійних матеріалів для розробки ефективних стратегій зв'язків з громадськістю та інформаційної політики. Отже, рубрика "Тут і там" може бути корисним ресурсом для дипломатів та представників міжнародних організацій, які цікавляться аналізом міжнародних медійних підходів та сприйняттям глобальних подій у різних країнах.

Подача інформації:

просування буде зосереджене на передачі інформації про теми кожного випуску, зазначаючи ключові моменти порівняння та аналізу між українськими та польськими ЗМІ.

Виділення цікавих та важливих висновків, які можуть зацікавити аудиторію.

Використання медійних платформ:

реклама та просування проекту може здійснюватися через соціальні мережі, блоги, форуми, а також за допомогою партнерських медійних компаній.

Розміщення анонсів та оглядів кожного випуску на популярних медійних ресурсах. Подача інформації у рубриці "Тут і там" має бути об'єктивною, дослідницькою та зрозумілою для цільової аудиторії. Для кожного випуску рубрики, який порівнює підходи українських та польських ЗМІ до важливих тем, слід дотримуватися наступних принципів подачі інформації:

Об'єктивність: інформація повинна бути представлена без приховування чи перекручення фактів. Порівняння між українськими та польськими ЗМІ повинно ґрунтуватися на аналізі фактичних даних та матеріалів.

Дослідницький підхід: подача інформації має базуватися на глибокому аналізі відповідних джерел та даних. Результати аналізу повинні бути підкріплені конкретними прикладами та аргументами.

Зрозумілість: інформацію слід подавати зрозуміло та доступно для цільової аудиторії. Уникайте складних термінів та технічної мови, якщо це можливо, або пояснюйте їх в контексті.

Графічне представлення даних: використання графіків, діаграм та інших візуальних елементів може значно полегшити сприйняття інформації. Графічне представлення даних допоможе читачам швидше зрозуміти порівняння між підходами українських та польських ЗМІ.

Контекстуалізація: інформацію слід подавати в контексті суспільно-політичних подій та трендів, щоб читачі могли зрозуміти значення та важливість досліджуваних тем.

Загалом, ефективна подача інформації у рубриці "Тут і там" має сприяти розумінню та аналізу медійних підходів українських та польських ЗМІ з точки зору об'єктивності, дослідницького підходу та зрозумілості.

Взаємодія з аудиторією:

створення спеціальних опитувань або коментарів до кожного випуску, щоб залучити аудиторію до дискусії та обговорення.

Відповіді на питання аудиторії та залучення до діалогу. Взаємодія з аудиторією є ключовим елементом успішного просування творчого проекту, такого як рубрика "Тут і там" з п'яти випусків. Ось деякі способи взаємодії з аудиторією:

Коментарі та зворотній зв'язок: активно відстежуйте коментарі та відгуки аудиторії на різних медійних платформах, де розміщується ваш контент. Реагуйте на коментарі, висловлюйте подяку за відгуки та запитайте думку про подальший розвиток проєкту. Це допоможе підтримати активну спільноту та показати, що ви цінуєте думку своїх читачів.

Опитування та голосування: проводьте опитування серед аудиторії щодо тем, які їх цікавлять, або запитайте про їхні уподобання стосовно формату та контенту. Це допоможе зрозуміти потреби своєї аудиторії та надати контент, який відповідає їх очікуванням.

Відкритість до співпраці: залучайте аудиторію до процесу створення контенту, запрошуючи їх надсилати свої ідеї, коментарі або навіть гостросюжетні матеріали. Це може сприяти залученню нових аудиторій та зміцненню зв'язку з вже існуючими читачами.

Ексклюзивний контент для підписників: надайте своїм підписникам ексклюзивний контент, доступ до якого буде обмежений або ранній доступ до випусків. Це може бути ефективним стимулом для збільшення кількості підписників та залучення нових аудиторій.

Організація онлайн-івентів: проведення вебінарів, онлайн-трансляції або Q&A сесії з авторами проєкту. Це дозволить аудиторії отримати більше інформації про рубрику "Тут і там", а також сприятиме зближенню з читачами та підвищенню їхнього інтересу до вашого контенту.

Створення візуального контенту:

розробка візуальних матеріалів, таких як інфографіка, графіки та відео, для підсилення відомостей, представлених у кожному випуску;

використання цікавого та привабливого дизайну для привертання уваги аудиторії.

Загалом, успішне просування проекту буде залежати від правильного спрямування на цільову аудиторію та створення цікавого та інформативного контенту, який викликає інтерес та залучить увагу до порівняльного аналізу медійної ситуації українських та польських ЗМІ. Створення візуального контенту може значно збільшити привабливість вашої рубрики "Тут і там" та залучити більше уваги аудиторії. Ось деякі ідеї та підходи до створення візуального контенту:

Інфографіка: створення інфографіки може допомогти візуалізувати дані та статистику, що допоможе читачам краще зрозуміти важливі теми, розглянуті в вашій рубриці.

Відеоаналіз: замість тільки текстового аналізу ви можете створювати відеорецензії, в яких ви будете розглядати головні теми кожного випуску. Це дозволить аудиторії отримати більше контенту через інші канали сприйняття.

Презентації: створення презентацій, в яких ви будете відображати ключові факти, графіки та інші важливі елементи з кожного випуску, може бути ефективним способом представлення інформації.

Графіка та фотоілюстрації: використання візуальних елементів, таких як графіки, схеми та фото, може допомогти зробити ваш контент більш привабливим та зрозумілим для аудиторії.

Анімація: використання анімації може бути цікавим способом надати жвавості вашому контенту та зробити його більш привабливим для глядачів.

Незалежно від вибраного формату важливо пам'ятати про гармонійне поєднання візуального та текстового контенту, щоб створити збалансований та цікавий продукт для вашої аудиторії.

2.3. Формально-змістові характеристики проєкту

Рубрика "Тут і там" є аналітично-інформаційною платформою, спрямованою на порівняльний аналіз медійного висвітлення важливих

суспільних подій в Україні та Польщі. Основні змістові характеристики рубрики включають:

порівняльний аналіз подій: рубрика пропонує систематичний аналіз та порівняння подачі важливих суспільних подій українськими та польськими ЗМІ. Це дозволяє виявити подібності та відмінності у підходах до висвітлення важливих тем.

Об'єктивний підхід: рубрика спирається на об'єктивний аналіз фактів та даних, що надає можливість отримати об'єктивний уявлення про способи висвітлення подій у медіа обох країн.

Інформативність: рубрика надає читачам детальний огляд подій, який базується на доступних даних та аналізі медійного висвітлення. Це допомагає читачам отримати повне уявлення про ситуацію.

Аналітичний погляд: рубрика включає в себе аналітичний погляд на висвітлення подій у медіа обох країн, що дозволяє читачам краще зрозуміти підходи та тенденції у медійному просторі.

Залучення експертів: рубрика може включати коментарі та аналіз від експертів у сфері журналістики та міжнародних відносин, що збагачує контент інсайтами та професійною думкою.

Ці змістові характеристики рубрики "Тут і там" спрямовані на створення об'єктивного та інформативного контенту, який допомагає читачам краще розуміти медійну ландшафт в Україні та Польщі.

2.4. Особливості оформлення проєкту

Особливості оформлення рубрики "Тут і там" включають:

окремі заголовки для кожного випуску: Кожен випуск має власний унікальний заголовок, що відображає основну тему аналізу та порівняння між українськими та польськими ЗМІ. Окремі заголовки для кожного випуску рубрики "Тут і там" відображають основну тему та напрямок аналізу, що проводиться у кожному випуску. Вони мають бути короткими, конкретними та

чітко відображати ту тематику, яка буде розглянута. Основні аспекти окремих заголовків включають:

конкретні теми: заголовки повинні чітко визначати конкретну тему, яка буде розглянута у кожному випуску. Наприклад, "Початок війни: порівняння подачі подій українських та польських ЗМІ" чітко вказує на те, що розглядатиметься порівняльний аналіз підходів ЗМІ двох країн щодо військових подій.

Визначення контексту: заголовки можуть включати ключові слова або фрази, які допоможуть визначити контекст аналізу. Наприклад, "Президент Зеленський в об'єктиві" підкреслює фокус на описі подій, пов'язаних з українським президентом, у контексті двох країн.

Залучення уваги: заголовки повинні бути цікавими та привабливими для читачів, щоб привернути їхню увагу. Наприклад, "Майбутнє України після війни: відгуки громадян України та Польщі" може зацікавити тих, хто цікавиться перспективами майбутнього після конфлікту.

Ясність та лаконічність: заголовки повинні бути ясними та лаконічними, щоб швидко передати головну ідею випуску. Короткі, але виразні заголовки допоможуть читачам швидко зрозуміти, що вони можуть очікувати від кожного випуску рубрики.

Підбір візуального матеріалу: для кожного випуску рубрики підбирається візуальний матеріал, який ілюструє основні тези та порівняльний аналіз між українськими та польськими медіа. Підбір візуального матеріалу для рубрики "Тут і там" має бути уважним і обгрунтованим. Оскільки рубрика порівнює підходи українських та польських ЗМІ до важливих тем, важливо підібрати візуальний контент, який ілюструє ці різниці та схожості.

Фотографії та зображення: візуальний матеріал включає фотографії, знімки екранів ЗМІ, знімки телепередач та інші зображення, що відображають підходи різних ЗМІ до певних подій чи осіб. Наприклад, порівняння заголовків газет або екрани телевізорів з українських та польських джерел.

Відеофрагменти: використані відеофрагменти з новинних програм або інших медійних джерел, щоб показати, як певна тема або подія представлена у візуальному форматі в різних країнах.

Важливо пам'ятати, що візуальний матеріал має підкріплювати основний контент та допомагати аудиторії краще зрозуміти порівняльний аналіз, який проводиться у кожному випуску рубрики.

Графічне оформлення: рубрика має стандартизований графічний дизайн, що включає в себе логотип рубрики та єдинообразність у використанні кольорів, шрифтів та інших елементів.

Зручний формат представлення: інформація в кожному випуску подається у зручному для читача форматі, з урахуванням чіткості та доступності.

2.5. Технічні і програмні засоби

Технічні і програмні засоби для рубрики "Тут і там" можуть включати:

- використання смартфона або планшета для створення та редагування відеоматеріалів зручно, оскільки ці пристрої мають вбудовані камери та можливості зйомки.
- програма InShot: InShot - це зручний мобільний додаток для редагування відео, який має багато функцій, таких як обрізка, злиття, додавання тексту, музики та фільтрів. Вона є корисним інструментом для створення якісного візуального контенту для рубрики "Тут і там".
- графічні програми: Для створення інфографіки та іншого візуального матеріалу використоно графічні програми, такі як Canva або Adobe Spark, які дозволяють створювати професійний візуальний контент без спеціалізованого досвіду у дизайні.

Для більш складних завдань редагування відео знадобився ноутбук зі спеціалізованим програмним забезпеченням, таким як Adobe Premiere Pro або Adobe Illustrator.

У деяких випадках може знадобилась зовнішня камера для зйомки високоякісного відеоматеріалу.

Ці засоби дозволяють створювати якісний та привабливий візуальний контент для рубрики "Тут і там", який залучає увагу аудиторії та допомагає краще розуміти порівняльний аналіз подій та тем, представлених у рубриці.

ВИСНОВКИ

Аналіз та порівняльне дослідження інформаційного висвітлення війни в українських та закордонних медіа:

проведений аналіз показав суттєві відмінності у підходах до висвітлення війни в Україні. Українські медіа орієнтовані на детальне та оперативне інформування громадян про події на фронті, злочини агресора та героїзм українських захисників. Польські медіа зосереджуються на глобальних наслідках конфлікту, гуманітарній кризі та міжнародній підтримці України. Це підтверджує важливість локального та глобального контексту у формуванні новин.

Вивчення тенденцій та особливостей відображення військових подій та конфлікту:

в українських медіа спостерігається тенденція до патріотичного висвітлення подій, що сприяє підтриманню морального духу населення. Закордонні медіа українських меншин акцентують увагу на гуманітарних аспектах, допомозі біженцям та ролі діаспори у підтримці України. Це відображає різницю у цільовій аудиторії та завданнях медіа у різних країнах.

Роль медіа у формуванні громадської думки та сприйнятті війни:

медіа відіграють ключову роль у формуванні громадської думки як на національному, так і на міжнародному рівні. В Україні медіа сприяють консолідації суспільства та підвищенню бойового духу, тоді як закордонні медіа впливають на формування позитивного ставлення до України у світі та мобілізацію міжнародної підтримки. Рубрика "Тут і там", що висвітлює війну в українських та польських медіа, є прикладом ефективної комунікації, яка допомагає формувати об'єктивне сприйняття конфлікту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Андрусечко П. Як журналісти та ЗМІ висвітлюють війну в Україні. URL: https://naszwybir.pl/wijna-ta-zmi/ (дата звернення: 19.02.2024).

2. Баркар Д. Війна в новинах. Що і з яких джерел про воєнні дії сповіщають медіа України. URL: https://imi.org.ua/monitorings/vijna-v-novynah-shho-i-z-yakyh-dzherel-pro-voyenni-diyi-spovishhayut-media-ukrayiny-i60709 (дата звернення: 18.03.2024).

3. Висвітлення війни в Україні у закордонних медіа. Інформаційна служба НСЖУ. URL: https://nsju.org/novini/vysvitlennya-vijny-v-ukrayini-u-zakordonnyh-media-u-lvivskomu-czentri-zhurnalistskoyi-solidarnosti-nszhu-obgovoryly-dosvid-polskyh-koleg/ (дата звернення: 17.01.2024).

4. Ґлап'як А. Українські медіа в умовах війни. URL: https://www.wojsko-polskie.pl/aszwoj/u/af/4e/af4ed5bc-903f-4dd6-ac34-5ec9a393b96b/ukrainskie_media_w_obliczu_wojny.pdf (дата звернення: 27.02.2024).

5. Жугай В. Висвітлення російсько-української війни 2022 року у ЗМІ. URL : http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle (дата звернення: 25.03.2024).

6. Кабачій Р. Моя спеціалізація – війна». Польські журналісти про свою роботу в Україні. URL: https://novapolshcha.pl/article/moya-specializaciya-viina-polski-zhurnalisti-pro-svoyu-robotu-v-ukrayini/ (дата звернення: 22.02.2024).

7. Курносов А. Блокування кордону: хто підкидає антизахідні і антиукраїнські гасла у протести польських фермерів». URL: https://www.radiosvoboda.org/a/zustrich-uryadiv-ukrayiny-ta-polshchi-blokuvannya-kordonu/32878642.html (дата звернення: 10.02.2024).

8. Ми розділимо перемогу»: як Польща допомагає Україні у війні з Росією. URL: https://tsn.ua/ukrayina/mi-65rozdilimo-peremogu-yak-polscha-dopomagaye-ukrayini-u-viyni-z-rosiyeyu2051743.html (дата звернення: 17.03.2024).

9. Моравецький: Путіна треба усунути від влади, інакше погрози та шантаж триватимуть. *Liga*. URL: https://news.liga.net/ua/world/news/moravetskiy-putina-nujno-otstranit-otvlasti-inache-ugrozy-i-shantaj-prodoljatsya (дата звернення: 07.042.2024).

10. Моргун А. Війна Росії проти України: тенденції конфліктного дискурсу в сучасних українських ЗМІ. URL: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/ 2018/07/morhun_viina.pdf (дата звернення: 31.01.2024).

11. Патлашинська І. Сучасна російсько-українська інформаційна війна: завдання, методи та особливості використання. URL: http://www.regionalstudies. uzhnu.uz.ua/archive/28/15.pdf (дата звернення: 25.03.2024).

12. Семен Н. Образ Росії на веб-ресурсі польського видання «Gazeta Wyborcha». Захист прав і свобод людини та громадянина в умовах формування правової держави : збірник тез XI Всеукраїнської науково-практичної конференції (Львів. 08 червня 2022 р.). С. 190, 191. (дата звернення: 01.03.2024).

13. Стуканов С. Як європейські медіа висвітлюють російсько-українську війну? Що переосмислили, а що ні? URL: https://detector.media/infospace/article/ 212914/2023-06-24-yak-ievropeyski-media-vysvitlyuyut-rosiysko-ukrainsku-viynu-shcho-pereosmyslyly-a-shcho-ni/ (дата звернення: 26.01.2024).

14. Синчак Б. Прямоефірна інформаційна війна та російсько-українська війна 2022-го на медійному плацдармі. URL : http://ukrinfospace.knukim.edu.ua/ article/view/269826/265244 (дата звернення: 27.01.2024).

15. Центр діалогу ім. Юліуша Мєрошевського. Польща і поляки очима українців. URL: https://mieroszewski.pl/upload/pdf (дата звернення: 28.02.2024).

16. Чорнокондратенко М. Польські медіа очима української журналістки». URL: https://ua.ejo-online.eu/840/mediaekonomika (дата звернення: 22.02.2024).

17. Юр’єва Д. Як змінилася країна на ЗМІ в Україні? URL: https://www.polskieradio.pl/398/7988/Artykul/ (дата звернення: 11.01.2024).

18. Associated Press. URL : http://www.ap.org. (дата звернення: 20.03.2024).

19. Bahr L. In ’20 Days in Mariupol’ doc, the horrors of war illuminated. URL : https://apnews.com/article/mariupol-documentary-20-days-russia-ukraine-w.... (дата звернення: 21.02.2024).

20. Białach S. Непросте повернення додому. Чому українці повертаються на батьківщину? URL: https://ukraina.onet.pl/neproste-povernennya-dodomu-comu-ukrayinci-povertayutsya-na-batkivshinu/y6cyjln (дата звернення: 19.04.2024).

21. Brysacz P., JMorawiecki J. Ani żadnej wyspy. Rozmowy o Rosji i Ukrainie, wyd-wo Paśny Buriat. 2022. P. 318.

22. Bublewicz B. Українці в Польщі. Що їх здивувало? Що викликало радість і проблеми? URL: https://ukraina.onet.pl/ukrayinci-v-polshi-sho-yih-zdivuvalo-sho-viklikalo-radist-i-problemi-opituvannya/hh1ytxk (дата звернення: 16.01.2024).

23. Kozłowski M. Ukraiński żołnierz: walka z wagnerowcami to jak filmy o zombie. "Depczą po zwłokach swoich przyjaciół". URL: https://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/7,114881,29423762,ukrainski-zolnierz-walka-z-wagnerowcami-to-jak-filmy-o-zombie.html (дата звернення: 15.01.2024).

24. Kowal P., Lichnerowicz A. Spokojnie już nie będzie. Koniec naszej belle epoque, wyd-wo Agora. 2023. P. 400 .

25. Krawiec J, Gonciarz J. Listy z Ukrainy. Pierwsze 100 dni wojny, wyd-wo W drodze, rok wydania: 2023. P. 272.

26. Mianecka K. Ukraińskie władze: Rosja użyła broni termobarycznej w Ochtyrce. Zginęło 70 osób. URL: https://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/7,114881,28168947,ukrainskie-wladze-rosja-uzyla-zakazanej-bomby-prozniowej-w.html (дата звернення: 10.04.2024).

27. Menok D., Usatenko I. Фільм "Люди" – приголомшлива драма про війну в Україні. URL: https://www.pap.pl/ua/ukrainian/news/film-lyudi-prigolomshliva-drama-pro-viynu-v-ukraini (дата звернення: 14.04.2024).

28. Pieniążek P. Opór. Ukraińcy wobec rosyjskiej inwazji, W.A.B./ GW Foksal, 2023. P. 256.

29. Puścikowska A. Siostry nadziei. Nieznane historie bohaterskich kobiet walczących na Ukrainie», wyd-wo Znak, 2022, C. 400 (дата звернення: 09.03.2024).

30. Rogoziński P. Переселення українських біженців в ЄС. Як це виглядає на практиці. URL: https://ukraina.onet.pl/pereselennya-ukrayinskih-bizenciv-v-yes-yak-ce-viglyadaye-na-praktici/pel3s2h (дата звернення: 18.04.2024).

31. Rochowicz K. Rosjanin tłumaczy, dlaczego walczy w Ukrainie. Zaskakujące słowa o Polakach. URL: https://natemat.pl/455527,rosyjski-zolnierz-z-bielorecka-w-ukrainie-walcze-z-polakami (дата звернення: 18.02.2024).

32. Turecki K. Війна застала нас у лікарні. Несподівана зустріч і перегони з часом» URL: https://ukraina.onet.pl/vijna-zastala-nas-u-likarni-nespodivana-zustric-i-peregoni-z-casom/7ddw3f7 (дата звернення: 11.04.2024).

33. Turecki K. Українці в польській школі. Система не була і не є підготовленою. URL: https://ukraina.onet.pl/ukrayinci-v-polskij-skoli-sistema-ne-bula-i-ne-ye-pidgotovlenoyu/fzsqx5e (дата звернення: 11.04.2024).

34. Turecki K. Україна після війни. Польща не повинна проспати цей момент. URL: https://ukraina.onet.pl/ukrayina-pislya-vijni-polsha-ne-povinna-prospati-cej-moment/5lee5hq (дата звернення: 11.04.2024).

35. Tomasik K. Bóg nie opuścił Ukrainy. Rozmowa z arcybiskupem Światosławem Szewczukiem», wyd-wo WAM, 2023 P. 176.

ДОДАТОК А

СКРІНИ ФРАГМЕНТІВ РУБРИКИ «ТУТ І ТАМ»









ДОДАТОК Б
СИНОПСИСИ ДО РУБРИКИ «ТУТ І ТАМ»

І випуск

Вступ

Доброго дня, і вітаємо вас на першому випуску рубрики "Тут і Там." Тут ми збираємо інформацію "з туди і з сюди", щоб переглянути, як та інформація висвітлюється в українських та польських ЗМІ.

Про що будемо говорити

Сьогодні ми починаємо з огляду на початок війни та порівняємо спосіб, які події ці представлені в інформаційних ресурсах обох країн.

(Нарізка відео і скріншоти перших опублікованих новин обох країн 24 лютого)

Розвиток подій

Цей день був насиченим подіями та інформаційним шумом, а медіа не могли не реагувати.

[Вставка відео: Показ подачі новин у Польщі та Україні 24 лютого]

Ведучий: У польських ЗМІ ми бачимо повністю присвячені подіям війни заголовки, сирени, вибухи та наляканих людей. Новини займають центральне місце у відеопотоці Польщі.

[Вставка відео: Показ подачі новин в Україні 24 лютого]

Ведучий: А в українських ЗМІ події також стали основною темою дня.

Польські кореспонденти вирушили на місце подій, щоб зняти репортажі і надати своїй аудиторії можливість перебувати практично на передовій.

[Вставка відео: Репортажі польських кореспондентів із місць подій в Україні]

Ведучий: Це додало глибини та живість інформаційному висвітленню. Українські ЗМІ також активно відстежували розвиток подій, розповідаючи своїм глядачам про те, що відбувається в Україні.

[Відео на підтримку Україні від уряду Польщі]

Кінець

Ведучий: І так ми завершуємо наш перший випуск рубрики "Тут і Там." Сьогодні ми проаналізували, як події в Україні, зокрема початок війни, висвітлюються в українських та польських ЗМІ. І можемо спостерігати, що в цей день Україна стала центральною підсистемою на всіх інформаційних платформах.

[Зображення заголовків інформаційних порталів]

Ведучий: Дякуємо вам за перегляд цього випуску. Будь ласка, залиште свої коментарі та запитання для майбутніх випусків. Ми обов'язково розглянемо їх у наших майбутніх програмах. До зустрічі!

[Завершення з музикою та логотипом програми.]

ІІ випуск

Рубрика: "Тут і там" - Другий Випуск

(Відео: Показується графіка з логотипами українських та польських новинних каналів.)

Ведучий: Доброго дня, шановні глядачі! Ласкаво просимо до другого випуску нашої рубрики "Тут і там". Сьогодні ми дослідимо, як українські та польські медіа описують голову держави - Президента України Володимира Зеленського.

(Відео: Вставка відкритого лаптопа, на екрані якого з'являються заголовки статей українських новинних сайтів про Зеленського.)

Ведучий: Почнемо з українських медіа. Вони часто звертають увагу на ініціативи Президента щодо боротьби з корупцією, реформування судової системи та покращення економічного стану країни.

(Відео: Змінюється візуальний елемент на екрані, і ми бачимо відгуки польських ЗМІ про Зеленського.)

Ведучий: Тепер переходимо до польських медіа. Вони, з свого боку, часто фокусуються на зовнішньополітичних аспектах діяльності Президента Зеленського, зокрема його ставлення до відносин з Росією та роль України у міжнародному контексті.

(Відео: Повертаємося до ведучого.)

Ведучий: Хоча українські та польські медіа мають різні підходи до опису діяльності Президента Зеленського, обидва випуски відображають ключові аспекти його роботи та особистості.

(Відео: Зображення гасла рубрики "Тут і там" з фоновою музикою.)

Ведучий: Це був другий випуск рубрики "Тут і там". Приєднуйтесь до нас наступного тижня, коли ми порівняємо, які події відображаються в українських та польських ЗМІ. До побачення!

ІІІ випуск

Рубрика: "Тут і там" - Третій Випуск

(Відео: Показується графіка з логотипами українських та польських новинних каналів.)

Ведучий: Доброго дня, шановні глядачі! Ласкаво просимо до третього випуску нашої рубрики "Тут і там". Сьогодні ми порівняємо реакцію поляків на біженців та проаналізуємо відображення цієї проблеми українськими та польськими ЗМІ.

(Відео: Вставка зображення групи біженців, які перетинають кордон, та ілюстрація звітів українських новинних каналів про прибуття біженців до України.)

Ведучий: Почнемо з українських ЗМІ. Вони часто звертають увагу на гуманітарні аспекти ситуації, підкреслюючи потребу надання допомоги біженцям та висловлюючи співчуття до їхньої складної долі.

(Відео: Змінюється візуальний елемент на екрані, і ми бачимо відгуки польських ЗМІ про прибуття біженців до Польщі та їхнє перетинання кордону.)

Ведучий: Тепер переходимо до польських ЗМІ. Вони, зі свого боку, часто зосереджуються на питаннях безпеки та економічних аспектах прийому біженців, а також на реакції суспільства на цей процес.

(Відео: Повертаємося до ведучого.)

Ведучий: Хоча українські та польські ЗМІ мають різні підходи до відображення реакції поляків на біженців, обидва випуски відображають важливі аспекти цієї складної проблеми та різні точки зору на неї.

(Відео: Зображення гасла рубрики "Тут і там" з фоновою музикою.)

Ведучий: Це був третій випуск рубрики "Тут і там". Приєднуйтесь до нас наступного тижня, коли ми порівняємо, які події відображаються в українських та польських ЗМІ. До побачення!

IV випуск

Рубрика: "Тут і там" - Четвертий Випуск

(Відео: На екрані з'являються логотипи українських та польських новинних каналів.)

Ведучий: Доброго дня, шановні глядачі! Ласкаво просимо до четвертого випуску нашої рубрики "Тут і там". Сьогодні ми проведемо аналіз думок поляків про Росію та проаналізуємо відображення цих думок українськими та польськими ЗМІ.

(Відео: Вставка зображення групи людей, які обговорюють ситуацію в Росії, та графічне відображення на екрані під час вступу ведучого.)

Ведучий: Почнемо з огляду українських ЗМІ. Вони часто звертають увагу на аспекти внутрішньої політики Росії, репресивну політику російського уряду та реакцію російського суспільства на ці події.

(Відео: Змінюється візуальний елемент на екрані, і ми бачимо відгуки польських ЗМІ про Росію, включаючи фрагменти інтерв'ю з експертами та графічні відображення статистичних даних.)

Ведучий: Тепер переходимо до польських ЗМІ. Вони часто аналізують російську політику в контексті своїх власних інтересів та ставлять акцент на безпекові аспекти взаємодії з Росією.

(Відео: Повертаємося до ведучого.)

Ведучий: Хоча українські та польські ЗМІ мають різні підходи до аналізу думок поляків про Росію, обидва випуски відображають важливі аспекти українсько-польських відносин та різні погляди на російську політику.

(Відео: Зображення гасла рубрики "Тут і там" з фоновою музикою.)

Ведучий: Це був четвертий випуск рубрики "Тут і там". Приходьте до нас наступного тижня, адже ми продовжимо розглядати цікаві теми та порівнювати підходи українських та польських ЗМІ. Будемо раді знову вас вітати! Дякуємо за перегляд і до зустрічі

V випуск

Рубрика: "Тут і там" - П'ятий Випуск

(Музика в стилі новинного ефіру запускається, зображення графіків та логотипів новинних каналів з'являються на екрані.)

Ведучий: Вітаємо вас у завершальному випуску нашої рубрики "Тут і там"! Сьогодні ми оглянемо відгуки громадян України та Польщі щодо майбутнього України після війни. Давайте разом визначимо, що думають люди на обох боках кордону!

(Вставка: Відео з вулиць українських міст і польських сіл, де проходять кордони, з фоном голосів перехожих.)

Ведучий: Почнемо з громадян України. Вони висловлюють велику надію на майбутнє своєї країни, вірять у здатність українського народу зібратися разом та побудувати сильну та процвітаючу державу після важких випробувань.

(Вставка: Кадри інтерв'ю з українськими громадянами, які діляться своїми мріями та планами на майбутнє.)

Ведучий: Тепер переходимо до Польщі. Поляки також висловлюють оптимізм та підтримку України в цей важкий час. Вони сподіваються на мир та стабільність у регіоні та бачать Україну як потенційного стратегічного партнера у майбутньому.

(Вставка: Знімки інтерв'ю з поляками, які висловлюють свої думки про Україну та її майбутнє.)

Ведучий: Незважаючи на всі випробування, які пережила Україна, громадяни обох країн вірять у її майбутнє. Це справжнє доказ того, що об'єднання може подолати будь-які труднощі!

(Вставка: Кадри зустрічей громадян України та Польщі на кордоні, де вони обмінюються позитивними словами та обіймами.)

Ведучий: Це був останній випуск рубрики "Тут і там". Дякуємо вам, шановні глядачі, за те, що ділилися з нами цим часом. Бажаємо вам миру та процвітання. До нових зустрічей!

ДОДАТОК В

СПИСОК МАТЕРІАЛІВ ПОРТФОЛІО

1. Сюжет. Початок війни: порівняння подачі подій українських та польських ЗМІ.

2. Сюжет. Президент Зеленський в об'єктиві: як українські та польські медіа описують голову держави.

3. Сюжет. Реакція поляків на біженців: порівняння відображення українських та польських ЗМІ.

4. Сюжет. Думки поляків про росію: аналіз інформаційних ресурсів у відображенні сусідньої держави.

5. Сюжет. Майбутнє України після війни: відгуки громадян України та Польщі - що думають люди на обох боках кордону.

6. Стаття. Як мультфільм змінює уявлення світу про українське кіно. Пороги. https://porogy.zp.ua/2023/04/yak-multfilm-zminyuye-uyavlennya-svitu-pro-ukrayinske-kino/?fbclid=PAZXh0bgNhZW0CMTEAAaaoMBHxCkmXwp4kgFCz9TygcVStOanUh3_cWjQS6lJenPGosb84Isv5ii8_aem_AcYnlOYn-k1ChpZMqH4l2WIBg73vviLpHspNRRnTQ5FHWW2QXgHvh_fVeTCkHxNaphvUG1LHODVJMPsZpKhKD0lV.

7. Стаття. За межами звичного: українські фільми 2023. Пороги. https://porogy.zp.ua/2023/11/za-mezhamy-zvychnogo-ukrayinski-filmy-2023/?fbclid=PAZXh0bgNhZW0CMTEAAaYH18RTiIge0GnK6xCTw__WJS_p89gC3aNHuBAojtiPK8HGjZt1vFiFvRM_aem_AcaQvSRH6y7HyIkOTK7jvoB0RPFQABoU09_1LEZ_0a74f6e8CuNziB26ksNE_gGof_MCM4XcuREeFPoMX-TXtggQ.

Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я, Павлова Анна Олександрівна, студентка IV курсу, форми навчання заочної, факультету журналістики, спеціальність 061 «Журналістика», адреса електронної пошти balerina515@gmail.com,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Тема війни в медіа українських меншин» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;
- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;
- згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата_____ Підпис_____ ПІБ (студент) Павлова А. О.

Дата_____ Підпис_____ ПІБ (науковий керівник) Тернова А. І.

ABSTRACT

Theme of the bachelor's qualification work: The topic of war in the media of Ukrainian minorities abroad

The purpose of the work is to study and comparatively analyze the information coverage of the war in the Ukrainian and Polish media.

To achieve this goal, we have fulfilled the following tasks: 1. Collect information on the coverage of the war in Ukraine on Polish resources. 2. To analyze the content of the coverage of military events and the conflict in Ukraine in various media platforms in Poland. 3.To find out the similarities and differences in the coverage of the same events of the large-scale invasion of Ukraine by the Russian Federation in the Polish media. 4. To identify the structural and content components and means of visualization of the Russian war in Ukraine in the Polish media. 5.Prepare your own materials on the topic of the study.

The object of the study is the media coverage of the war in Ukraine for the residents of Poland during the period from February 2022 to April 2024. The study analyzed some Ukrainian media platforms (TV channels - 1+1, ICTV, TET, 24 TV channel, 5 TV channel; TV programs - “Breakfast with 1+1”, “First Visa”, “News LIVE”, “Suspilne Novyny”, “Suspilne Kharkiv”, “TSN”; online publication and radio station - “Radio Liberty”) and Polish media (TV channels - “DW News”, “Euronews”, “VOA”, “natemat. pl, SuperNews, News now, Polsat news, TVP.info; radio stations - Radio NMF 24, Radio Nadzieja). The subject of the study is the peculiarities of informing the Polish audience about the large-scale invasion of Ukraine and the presentation of materials on media platforms.

Formal and substantive characteristics of the project. Analysis of articles, news reports, TV programs, interviews and other media materials. Comparative analysis of the reflection of military events, reactions to key events of the conflict, images of the main actors, etc. Analyzing the use of language and rhetorical means in war coverage. Study the influence of the media on the formation of public opinion and attitudes towards the war.

Keywords: information coverage, war, media, comparison, analysis, public opinion, international relations.