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

Кваліфікаційна робота магістра

на тему «Тренди інформаційної діяльності у військовій журналістиці»

Виконав: студент 2 курсу, групи 8.0613-ж
Спеціальності 061 «Журналістика»
(освітня програма «Медіакомунікації»)
Кучеренко Р.С.
Керівник: к. соц. ком., доц.
Костюк Ю.В.
Рецензент: к. філол. н., доц.
Горбенко І.Ф.

Запоріжжя – 2025

ЗМІСТ

Реферат…….. 3
Завдання…… 5
Вступ……. 7
Розділ 1. Військова журналістика та інформаційні тенденції…… 10
1.1 Військова журналістика: генеза професії та сучасність……. 10
1.2 Робота журналіста під час війни: юридичний та етичний аспекти…… 21
1.3 Особливості поширення інформації в медіа в умовах воєнного стану…….. 44
Розділ 2. Інформаційні тренди в часи війни (на прикладі інтернет-видання «Українська правда»)……. 65
2.1 Особливості висвітлення війни вітчизняним медіа «Українська правда»…… 65
2.2 Інформаційні тренди інтернет-видання «Українська правда»…….. 74
Висновки…… 85
Список використаних джерел…….. 87
Декларація академічної доброчесності…….. 94

РЕФЕРАТ

Тема магістерської роботи: Тренди інформаційної діяльності у військовій журналістиці.

Обсяг основного тексту: 80 сторінок.

Кількість використаних джерел: 57.

Метою дослідження є вивчення стандартів (етичних, юридичних) і тенденцій інформаційних, котрі виникали під час російсько-української війни (де період відліку є 2014 рік). Здійснюється аналіз інформаційних запитів серед суспільства, ідентифікуються тематики, котрі є провідними для населення у визначений відрізок часу.

Для реалізації мети потрібно виконати такі з**авдання**:

1) проаналізувати генезу практичної складової військової журналістики: від періоду первинного згадування до нинішнього століття;

2) охарактеризувати юридичні та етичні аспекти, що пов’язані з роботою воєнних журналістів в Україні;

3) висвітлити процес поширення інформаційних трендів у російсько-українській війні;

4) проаналізувати результати контент-аналізу інформаційних трендів на сторінках «УП» протягом російсько-української війни.

Об’єкт дослідження: інформаційне середовище нашої держави під час російсько-української війни (на прикладі інтернет видання «Українська правда»).

Предмет дослідження: інформаційні тренди, що формуються в українських медіа, цифрових платформах та соціальних мережах під впливом воєнного стану й активних бойових дій.

Отримані результати: моніторинг інформаційних трендів на сторінках вітчизняного інтернет-видання «Українська правда» (за період російсько-української війни – з 2014 по 2024 роки включно).

Ключові слова: контент-аналіз, тренди, війна, стандарт.

SUMMARY

The Master's paper is dedicated to the analysis of Informational Trends, Standards and Limitations for Journalists Covering Military Topics.

The object of the research is the mass of journalistic materials about the russian-Ukrainian war published in the online media «Ukrainska Pravda», since beginning the conflict.

The subject of the study is the informational trends that shaped public opinion in Ukraine: the words and expressions that became the most debated and in-demand among national society.

The purpose of this research is to examine the standards (ethical and legal) and informational trends that emerged during the Russo-Ukrainian war (starting from 2014).

To achieve this goal, the following objectives were set:

1) To analyze the genesis of the practical component of military journalism: from its earliest mentions to the present century: type of work, methods, locations and periods.

2) To characterize the legal and ethical aspects related to the work of war correspondents in Ukraine.

3) To highlight the process of disseminating informational trends during the russian-Ukrainian war.

4) To analyze the results of a content analysis of informational trends on the pages of «Ukrainska Pravda» throughout the russian-Ukrainian war: according to information about popularity of specific definiions.

Obtained results: monitoring of information trends on the pages of the Ukrainian online publication «Ukrainska Pravda» (for the period of the russian-Ukrainian war – from 2014 to 2024 inclusive).

Keywords: content analysis, trends, war, standard.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет журналістики
Кафедра журналістики
Рівень вищої освіти – «магістр»
Спеціальність 061 журналістика
Освітня програма «Медіакомунікації»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри Чернявська Л.В.
«12» березня 2025 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА СТУДЕНТОВІ
Кучеренко Роману Сергійовичу

1. Тема роботи «Тренди інформаційної діяльності у військовій журналістиці», керівник роботи – Костюк Ю.В., к. соц.ком., доц,
затверджені наказом ЗНУ від «12» березня 2025 року №378-с.
2. Строк подання студентом роботи (проєкту) до 01 грудня 2025 року.
3. Вихідні дані до роботи: розгляду стандартів, інформаційних трендів та обмежень у роботі журналіста під час висвітлення тематики війни в українському медіапросторі присвятили свої роботи такі автори: Н. Виговська, Г. Вусик, Р. Гривинський, М. Дорош, Д. Дуцик, І. Земляна, Ю. Костюк, О. Покотило, О. Холоденко.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1) з’ясувати правові норми, особливості та обмеження діяльності журналістів в Україні та світі під час воєнного стану (від 2014 року і до нині); 2) охарактеризувати поняття пов’язані з роботою журналістів в Україні, котрі висвітлюють тематику збройного конфлікту; 3) висвітлити особливості інформаційних трендів у вітчизняному медіасередовищі за 12 років війни з агресором; 4) проаналізувати результати контент-аналізу інформаційних трендів під час війни на сайті «УП».
5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Вступ	Костюк Ю.В., доцент	02.09.2025	02.09.2025
Розділ 1	Костюк Ю.В., доцент	03.10.2025	03.10.2025
Розділ 2	Костюк Ю.В., доцент	16.10.2025	16.10.2025
Висновки	Костюк Ю.В., доцент	28.11.2025	28.11.2025

6. Дата видачі завдання 26 квітня 2025 року.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Скласти графік виконання роботи, визначити мету, завдання, об’єкт, предмет дослідження.	23.06.25	Виконано
2	Написати попередній варіант вступу і змісту.	22.07.25	Виконано
3	Підібрати наукову л-ру, визначити емпіричні джерела.	15.08.25	Виконано
4	Опрацювати літературу, написати теоретичну частину.	07.09.25	Виконано
5	Провести наукове дослідження.	25.09.25	Виконано
6	Написати практичну частину.	05.10.25	Виконано
7	Пройти попередній захист на кафедрі.	20.10.25	Виконано
8	Виправити недоліки, сформулювати висновки, оформити додатки.	09.11.25	Виконано
9	Здати роботу на нормоконтроль, пройти рецензування.	22.11.25	Виконано

Студент _____ Р.С. Кучеренко
(підпис) (ініціали та прізвище)

Керівник роботи (проекту) _____ Ю.В. Костюк
(підпис) (ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено
Нормоконтролер _____ Н.В. Романюк
(підпис) (ініціали та прізвище)

ВСТУП

Актуальність дослідження. Збройне вторгнення агресора на територію нашої країни стало безпрецедентним викликом не тільки для сектору безпеки України, соціальної сфери або фінансової, політичної. Така дія ворога була неочікуваною й для медіа спільноти (у масовому вимірі, оскільки деякі вважають, що вони попереджали заздалегідь про це). У XXI столітті рамки ведення війни перебувають вже за межами виключно мілітаристсько-стратегічних операцій: вона реалізовується водночас і у цифрових медіа, соціальних платформах, хостінгах, у закритих середовищах, ігрових майданчиках, (на перший погляд) тих програмах, шоу, котрі не дотичні до конфліктів. Вітчизняне інформаційне поле є місцем, де чітко здійснюються гібридні битви, котрі є окремою складовою війни, а у деяких моментах і доповнюючи фактором. Різноманітні ІПСО, неіснуючі заяви, сайти, створення масиву неправдивої інформації і т.п. є проявами, результатами такої діяльності, котре впливає на формування емоційно-психологічного стану населення.

Проте війна у всіх своїх проявах породжує ще один напрям, який варто вважати трендами, тенденціями (в інформаційному вимірі). Те, що стає актуальним на полі бою, у соціальному житті під час війни, є її обличчям (або антигероєм), знаходить своє відображення, відповідно проектується в інформаційне поле. Таким чином у суспільстві штучно або природньо виникають теми, теги, особистості, події, явища для обговорення, а для медіа, відповідно, для аналізу та інформування. Подібні явища стають одним із ключових індикаторів стійкості медіасередовища, адаптивності самої сфери.

Досить важливим фактором, у таких обставинах, є те, що значення ЗМІ у часи війни набуває бінарного змісту: з одного боку, вони є прибічниками реалізації базисної засади свобідного суспільства – збирати інформацію, повідомляти населення, трактувати події, контроль державницьких інституцій; проте, з іншого – набувають ролі неформального елементу національної безпеки, де виборюють медійну стійкість, гігінєнізують середовище, прагнуть тримати на

раціональному рівні морально-психологічний стан суспільства, у ході процесу протидії відповідним ворожим заходам.

Метою дослідження є вивчення стандартів (етичних, юридичних) і тенденцій інформаційних, що виникали під час російсько-української війни (період відліку – 2014 рік). Проаналізовані інформаційні запити в суспільстві, ідентифіковані провідниі тематики серед населення у визначений відрізок часу.

Для реалізації мети нам потрібно виконати такі *завдання*:

1) проаналізувати генезу практичної складової військової журналістики: від періоду первинного згадування до нинішнього століття;

2) охарактеризувати юридичні та етичні аспекти, що пов'язані з роботою воєнних журналістів в Україні;

3) висвітлити процес поширення інформаційних трендів у російсько-українській війні;

4) проаналізувати результати контент-аналізу інформаційних трендів на сторінках «УП» протягом російсько-української війни.

Об'єкт дослідження: інформаційне середовище нашої держави під час російсько-української війни (на прикладі інтернет видання «Українська правда»).

Предмет дослідження: інформаційні тренди, що формуються в українських медіа, цифрових платформах та соціальних мережах під впливом воєнного стану й активних бойових дій.

Теоретико-методологічною основою дослідження є теоретичні положення журналістики в наукових розвідках: Н. Виговської, Г. Вусика, Р. Гривинського, М. Дорош, Д. Дуцик, І. Земляної, Ю. Костюка, Н. Марсьєра, Р. Найтлі, О. Покотило, О. Холоденко та інших.

Методи дослідження: У роботі було використано комплекс загальнонаукових та спеціальних методів:

а) теоретичні методи: аналіз і синтез (для систематизації наукових знань про військову журналістику), історичний метод (для простеження генези професії), порівняльний метод (для зіставлення різних інформаційних трендів);

б) емпіричні методи: контент-аналіз (кількісний та якісний аналіз публікацій «Української правди» – заголовків, жанрів, джерел інформації, частотності вживання ключових слів);

в) моніторинг: відстеження динаміки інформаційних трендів протягом різних періодів війни;

г) Case Study (Тематичний аналіз): глибоке вивчення конкретних резонансних кейсів (наприклад, висвітлення боїв за Донецький аеропорт);

ґ) структурно-функціональний метод: для оцінки ролі та функцій видання в українській медіа-екосистемі.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у тому, що вперше здійснено комплексний аналіз інформаційних трендів військової журналістики на основі емпіричного матеріалу провідного українського онлайн-медіа. Систематизовано та класифіковано сучасні жанрові та технологічні особливості висвітлення війни, включаючи гібридні формати контенту.

Удосконалено: визначені основні особливості роботи над матеріалами про російсько-українську війну.

Набули подальшого розвитку: використання методу контент-аналізу журналістських матеріалів про російсько-українську війну у воєнний час для об’єктивного дослідження теми.

Теоретичне і практичне значення дослідження. Її висновки та рекомендації можуть бути використані журналістами та редакторами для підвищення ефективності та безпеки роботи в умовах воєнних дій; викладачами профільних дисциплін при формуванні навчальних програм з військової та діджитал-журналістики; аналітичними центрами та державними органами, що займаються питаннями інформаційної політики та протидії дезінформації.

Структура роботи складається зі вступу, двох розділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 81 сторінку. Список використаної літератури включає 57 найменувань (викладених на 6 сторінках).

РОЗДІЛ 1
ВІЙСЬКОВА ЖУРНАЛІСТИКА ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕНДЕНЦІЇ

1.1 Військова журналістика: генеза професії та сучасність

Військову журналістику, як правило, відносять до інформаційного жанру, характеристиками якої є особлива націленість автора на опис або висвітлення дій на полі бою (чи у рамках збройного конфлікту). Очевидно, що чим триваліша війна, тим частіше працівники медіа сфери мають справу із висвітленням тем реального життя під час війни. У таких обставинах комунікація із представниками мілітаристської сфери є невідворотною, а сама специфіка є відмінною від тієї, котру використовують при розмовах з цивільними.

Більше того, сучасний журналіст, його роль та функціональність значно розширилися, де він виконує роль і оповідача, і психолога, і оператора, і власне комунікаційну.

Додамо, що специфікою такого типу діяльності медіа є ідентифікація теми та предмету повідомлення, які підкріпленні фаховою оцінкою, коментарем тощо. Відповідний меседж у військовій журналістиці має досить сталі форми:

а) репортажу;

б) замітки;

в) звіту;

г) інтерв’ю.

Очевидно, що такі репрезентативи у жанровій складовій медіапрацівника при висвітленні збройної конфлікту не завжди були сталими і формувалися під впливом часу: професійний аспект, технологічний, соцілаьний, економічний та інші фактори. Нині, коли журналіст веде стрім з місця обстрілу чи битви з ворогом, війну та її страхи доносити до суспільства є досить просто: присутність інтернету, гаджету та аудиторії.

Але така реальність є у наші часи, а ми ж спробуємо дослідити у цьому підрозділі питання генези війни у різних повідомленнях (ще з періоду

античності). Очевидно, що тоді не існувало професії «журналіста» як такої, а головну роль у оповіді про збройні конфлікти брали на себе мандрівники, поети та письменники.

Умовами, які впливали на відсутності журналіста як кореспондента на війні (у різні часи) є такі:

– розуміння журналістики як соціального інституту: освітній, соціальний та економічні аспекти. Кардинальні зміни у цьому аспекті настають на початку XX століття, коли: «Університет Вісконсин-Медісон (University of Wisconsin-Madison) входить у топ-50 вишів у США. Це найстаріший університет штату: його заснували в 1848 році.

Професор Віллард Ґ. Блеєр свого часу запустив курс «Право та преса». На той час в університеті функціонував тільки відділ журналістики. У 1927 була створена Школа журналістики та масових комунікацій SJMC. Це одна з найстаріших журналістських шкіл у США.

SJMC одна з перших почала вчити електронного редагування й технології офсетного друку. До початку Другої світової тут уже запустили курс із радіоновин» [54];

– (до певного часу) низький рівень споживання, осмислення інформації серед суспільства, тобто низька здатність споживати надану інформацію, особливо передану в усній формі;

– слабка спроможність передачі інформації у масових кількостях (до створення Ґутенбергом друкарського верстату);

– особистісний фактор, коли журналіст безпосередньо мав право на збір, обробку та поширення інформації, отримавши її безпосередньо на війні. Тут мова ведеться про професію «військового журналіста/кореспондента». Зміни настають у середині наступного століття «До цього часу інформація про війни доставлялася здебільшого через офіційні військові депеші, листи солдатів або приватні повідомлення. Ключовою фігурою цього періоду став Вільям Говард Рассел – кореспондент британської газети The Times» [38].

Саме цей працівник британського медіа перебував у відрядженні та висвітлював події Кримської війни. Чому ж «тут» було зафіксовано таку роль – військового журналіста? Яку функцію він виконував, перебуваючи у цьому відрядженні? Відповідь є простою: його дописи були проявами реалізації одного із завдань журналістики – «сторожового пса», яка досить негативно сприйняло політичне керівництво країни: «І майже від початку війни виявилося, що своїми публікаціями Вільям Рассел підриває авторитет британського командування. Річ у тім, що Британська імперія тоді тримала під контролем величезні території. Солдатів часто не вистачало, тому під час Кримської війни влада активно вербувала добровольців. Вербувальник отримував плату за кожного солдата. Звісно, для того щоб умовити людину піти воювати за сотні миль від будинку, йому доводилося розповідати про те, що нічого страшного там немає, війна триватиме недовго і буде практично легкою прогулянкою за добру платню» [38].

Як бачимо, практика найму (вербування) людей на вбивства, котру використовує агресор у війні, є досить не новою та поширеною. Проте, ми хочемо привернути увагу до зовсім іншого факту у цій цитаті: коли дописи кореспондента не є прийнятними для політичного керівництва. Ба більше, суспільство, британське суспільство отримуючи таку інформацію, починає мислити зовсім по-іншому, переглядаючи важелі цінностей, де на одній стороні терезів є перспектива фінансового збагачення, а на іншій загроза втрати здоров’я чи навіть життя.

Як пише один із дослідників роботи журналістів під час війни, публікації у виданнях того часу, які базувалися на основі телеграм Рассела «… були настільки критичними, що лави добровольців почали рідшати. Військкор досить чесно писав про війну, проблеми постачання і помилки британського штабу. Публікація Рассела викликала шок у британському суспільстві. Почали згадуватися у інших матеріалах у Times про проблеми в армії. З ініціативи члена Палати громад Джона Артура Робака було розпочато розслідування, підсумком якого стала відставка всього кабінету міністрів лорда Абердіна. У своїх публікаціях він описував проблеми, які британське командування замовчувало.

І парламентське розслідування показало, що ці проблеми з постачанням і прорахунками штабу були цілком реальними» [38].

Ось такі дії, а головне вплив мали військові матеріали Рассела на суспільство та політичну кар'єру багатьох можновладців того часу. Цей кейс, у розрізі необхідності присутності журналіста на війні, спробі показати її такою ж огидною, жалюгідною, якою й вона насправді є (без романтизації), продукує досить важливий, повчальний прецендент.

Якщо працівник медіа, побувавши на фронті, бачить загрозу для свого суспільства, то його професійною ціллю є упередження потоку своїх громадян на війну, куди їх влада забирає, обіцяючи ледь не рекреаційну поїздку.

До речі, схожа ситуація стала причиною Уотергейтського скандалу, коли одне із американських медіа, опублікувало секретні матеріали та пішли проти політичного керівництва Америки. Свої дії вони аргументували досить просто: щоб зберегти якомога більше життів американців, оскільки та війна, про яку говорять політики є досить кровопролитною, з великими втратами. Такі реальні випадки у житті військових кореспондентів є показовим прикладом служіння медіа суспільству, демонстрацією інтенції надання переваги інтересам, а не страху потенційно опинитися в немилості до керівництва країни: політичного та військового.

Військова журналістика, навіть ще не набувши форми окремого виду у медіа, пройшла багато етапів на шляху власного еволюційного розвитку. Очевидним є той факт, що люди говорили і переповідали про конфлікти, війни впродовж багатьох століть Деякі з них описували події, свідками яких були, навіть через роки. Деякі з них писали за переказами, навіть багато років по тому: наприклад, відомий давньогрецький мандрівник, історик Геродот.

Він особисто не брав участі у війні (перська), але манера, у котрій він оповідав про тогочасні події, є проформою публіцистики. Інший представник із когорти давньогрецьких істориків, котрий, окрім того був на посаді полководця – Фукідід. За його авторства було написано «… історію Пелопоннеської війни, очевидцем та учасником якої він був» [17, с. 27-30].

Важливість повідомляти суспільству про власні військові звитяги була досить очевидною, зрозумілою власне для військових керівників, очільників держав. Зокрема, до військових походів під керуванням Олександра Македонського залучали спеціальних осіб, завданням яких полягало у фіксації інформації про успіхи таких походів, розповсюдженням повідомлень про них.. Гай Юлій Цезар став автором видання «Записки про Галльську війну», яка містить сім частин та опис воєнних подій, в яких римляни брали участь: «Вони мали потужний пропагандистський вплив, були дуже популярними у Римі і масово переписувалися, ставши з часом яскравим прикладом класичної античної літератури» [56].

Подібний стиль передачі інформації про війну існував у такій формі аж до середини XV століття, до часу поки не був винайдений Й. Гутенбергом друкарський верстат. Його поява здійснила очевидний прорив у поширені інформації серед населення, мілітарної зокрема.

Ще одним фактором, котрий шліфував формат, тип військового журналіста, були спогади військовослужбовців, осіб, які були ветеранами різноманітних воєн. «Проте, з часом коли публікація новин у друкованих ЗМІ стала звичною справою, військові журналісти почали виділятися в окрему спеціалізацію» [56].

Однією із прем’єрних версій військового пражурналіста, котрий передав ілюстраціями інформацію про війну став нідерландський митець Віллем ван де Вельде. На відміну від згаданому нами раніше В. Рассела, котрий доносив інформацію до споживачів словом та матеріалами, віллам працював виключно з ілюстраціями. У 1653 році він вирушив у відкрите море (за допомогою маленького човника) та фіксував побачене: битву в морі між представниками його країни та британцями. Як результат, було створено низку замальовок, котрі описували події з місця військових дій.

Його роботи дозволяли аудиторії ніби перенестися на місце битви, спостерігати за війною. Такий стиль «за художньою цінністю не можна

порівняти з сучасними фотографіями, але у сенсі результатів роботи військового кореспондента, на думку автора, таке порівняння може бути доречним» [41].

Деякі науковці вважають, що вперше матеріал про війну за жіночого авторства містився у листах баронеси Шарлотти Рідезель, котрі були написані у VIII столітті. У них описують військовий конфлікт під час Американської революції та битва (з німцями) під Саратогою.

Досить незвично, що ще одним репортером про війну став легендарний політик – Вінстон Черчилль. Незважаючи на те, що широкому загалу він більше відомий як очільник держави у буремні часи, зокрема ІІ Світова війна, але чималу частку свого життя він був професійним літератором та публіцистом, а «… гонорари та відрахування від публікації його статей, публічних лекцій, промов та книг становили значну частину його прибутків» [36].

Репортажі майбутній британський очільник уряду надсилав до видання «Дейлі Графік». Додамо, що деякі із них з’являлися під заголовком «Листи з переднього краю», а в кінці автор підписувався «ВСЧ». Додамо, що Черчилль намагався описувати події на Кубі об’єктивно, у деяких рядках захоплювався країною та зазначав, що Куба має стати «вільною і процвітаючою, зі справедливими законами і патріотичним урядом..» [8, с. 66].

Зазначимо, що він був одним із перших медійників, який окрім журналістських завдань ще й служив кадровим офіцером у війську. Черчиль писав, що «… війна, яка колись була жорстокою та величною, стала жорстокою та мерзенною. Вона повністю зіпсувалась…Тепер, замість малої 12 кількості гарно навчених професіоналів…ми маємо цілі народи, включно з жінками і дітьми, натравлені один на одний (одного) в брутальному обопільному винищенні, і залишиться лише купка чиновників, з затуманеними очима, які будуть підбивати рахунок м'ясника» [36].

Починаючи з Першої світової війни керівництва держав, котрі були учасниками збройного конфлікту, обмежували діяльність медійників, у роботі на фронті зокрема. Такі кроки вони аргументували декількома причинами, серед яких варто виокремити саме такі:

– регулярна недовіра до роботи працівників медіа, журналістів (адже така діяльність, на думку урядовців, політиків постійно провокувала паніку серед цивільного суспільства, що додавало проблем для керівників відповідних держав);

– оприлюднювали інформацію без їх відома, погодження котра, потенційно, могла належати до групи «заборонені до опублікування» чи військової таємниці;

– по-третє, підозри, недовіра урядовців щодо працівників медіа на рівні потенційного долучення до колабораціонізму, тобто на користь ворога і надання їм важливої інформації.

Причини таких заборон були дуже простими: з одного боку військове керівництво не довіряло своїм журналістам, вважаючи, що їхня діяльність сіє паніку і сприяє розголосу відомостей, що становлять військову таємницю. До того ж медіа чітко ведмежовували себе від політиків, демонструючи (у більшій мірі) незалежність від влади, прагнучи донести до суспільства правду.

У такій суперечці колись мав настати час, коли одна зі сторін повинна була оголосити себе «переможцем» і змусити опонента йти на поступки: «Британці послабили заборону на роботу кореспондентів аж наприкінці 1915 року. З французького боку діяльність преси обмежувалась до кінця війни. У царській Росії та кайзерівській Німеччині було запроваджено жорстку цензуру на роботу військових кореспондентів. Такий стан справ не дозволяв громадськості отримувати відомості про реальний стан на фронтах, що призвело до бурхливого росту різноманітної пропаганди, яка маніпулювала відомостями у інтересах окремих урядів, політичних течій тощо» [6].

У XIX та XX століттях, коли медіа мали досить таки примітивне технічне оснащення (коли порівнювати із сучасними можливостями), їх діяльність характеризувалися меншою оперативністю, низькою динамікою подачі повідомлень. У більшості випадків це були художні та документальні матеріали, які доповнювалися інформаційними меседжами з фронту.

На додаток зазначимо, що держави, які були учасниками воєнних дій, прагнули контролювати «слово», використовували журналістику більше як пропаганду: для виправдання власних агресорських дій, показу картинки лише зі зручного для них ракурсу, майже не зважаючи на об'єктивність та правдивість поданих повідомлень.

Зокрема, у період правління Францією Наполеона Бонапарта, штаб його армії «… в більшості його військових походів супроводжувала друкарня, для підтримання духу власних військ та різноманітних впливів на противника були створені газети «Кур'єр італійської армії», «Франція очима армії», «Журнал Бонапарта та доброчесних людей», «Єгипетський кур'єр» [23, с. 19].

Така специфіка діяльності преси у ході висвітлення воєнних подій, була пов'язана зі спроможністю оперативно та масштабно поширювати наративи агресора, які функціонували як виправдовування вторгнення і зміни ролі агресора: із ворога на важливого союзника (така діяльність також є характерною і для російської медійної діяльності).

Вперше про журналіста, як кореспондента на війні, який висвітлює хід подій на основі побаченого власними очима, пише закордонний дослідник: «Військові кореспонденти з місією перевіряти свою інформацію у джерелі вперше з'явилися в середині дев'ятнадцятого століття і незабаром привернули увагу громадськості» [53, с.20].

Також автор згадує про кореспондента Вільяма Рассела, який спочатку висвітлював події Кримської війни (1854-1855), а з часом громадянської війни в США для британського видання «The Times».

З плином часу все більше журналістів намагалися потрапляти на війну, тому влада намагалася цензурувати діяльність журналістів, оскільки їх напрацювання не могли гарантувати «…успіх на полі бою чи підтримати моральний дух серед військ чи цивільних осіб» [53, с. 57].

За словами ще одного закордонного дослідника, влади країн, які були задіяні у воєнних подіях, запроваджували цензуру щодо роботи журналістів, контролювали їх кореспонденції. «Під час Першої світової війни військові

міністерства призначали чиновників до різних газет, щоб тримати звітність під суворим контролем. На місцях журналісти були віддалені від самих операцій…, їх робота піддавалася жорсткій цензурі» [55].

Такі історіографічні дані свідчать, що журналістика та фахівці, що її обслуговують, регулярно намагалися перебувати в найгарячіших точках, щоб повідомити якомога більше інформації для людей. Очевидно, що наслідком такої діяльності ставало перешкоджання не тільки від політиків та уряду держави, яку вони репрезентували, але й полювання від супротивника чи ворога. «Професія журналіста є однією з найбільш ризикованих у світі. Ніхто особливо не замислюється, що стоїть за цими словами. І, насправді, ніхто особливо в це й не вірить. Усі думають – журналістика ризикована десь там, далеко» [40].

Якщо вести мову про Сполучені Штати, то Конгрес прийняв два специфічні закони:

1. Про шпигунство (1917 р.);

2. Про заколот (1918).

Такі юридичні кроки, які у багатьох асоціювалися із найсуворішими обмеженнями діяльності медіа в їх історії. До них входили, наприклад, заборона на опублікування будь якої інформації, котра могла розцінюватися як пропозиція ворогу надати допомогу. Ті ж юридичні норми забороняли критичні статті щодо будь-яких дій уряду Америки, включаючи рішення щодо мілітаристських дій.

Нині, коли понад століття минуло, такі правові постанови навіть важко уявити. Очевидно, що війна накладає певні обмеження на журналістські матеріали, але якщо говорити про політичну складову. Влітку цього року українці стали свідками того, до чого може привезти прийняття деяких законів, постанов, де війна може бути підставою до таких рішень.

Американські закони мали на меті виправдовувати цензуру, яка була сприйнята журналістами з очевидним невдоволенням.

Вже у цьому столітті сторони збройних конфліктів активно намагаються використовувати медіа у своїх політичних інтересах:

– як засіб пропаганди;

– популяризація керівництва якоїсь із сторін у війні, створюючи хвалебні матеріали

Проте, з іншого боку, існує неупереджене висвітлення ходу війни, яку забезпечують професіонали, майстри журналістики, котрі добре орієнтуються у військовій тематиці, правилах війни, однозначно розуміють всі заборони і обмеження.

Свого часу редакція столичного видання «День» на сторінках одного із номерів, подала перелік порад та пропозицій, котрих має дотримуватися професіонал при висвітленні теми «війни»:

«1. Робота журналістів під час війни є важливою, необхідною та відповідальною.

2. Під час війни журналісти не можуть продовжувати працювати в такому самому режимі, в якому вони працювали в мирний час.

3. Деякі зі стандартів журналістики в умовах бойових дій є небезпечними для життя та здоров’я як самих журналістів, так і інших людей, а деякі можуть завдати шкоди державній безпеці.

4. Представлення «балансу думок», «іншої точки зору» під час захисту країни від військової агресії неможливе.

5. Журналісти та медіа мають нести відповідальність (моральну й не тільки) не тільки за достовірність інформації, що поширюється, а й за можливі наслідки її оприлюднення з точки зору безпеки.

6. Супротивник невпинно моніторить інформаційне поле. 80% розвідувальної інформації береться з відкритих джерел. Про це слід постійно пам’ятати й фільтрувати всю публічну інформацію й тим більше матеріали ЗМІ.

7. Гонитву за якомога швидким оприлюдненням інформації слід відкласти до мирного часу. Якщо є хоча б один шанс, що швидке поширення якоїсь новини може бути шкідливим з безпекової точки зору, треба відкладати оприлюднення такого матеріалу.

8. Головними джерелами інформації, яку можна й слід оприлюднювати без додаткової перевірки, на час війни стають органи влади, насамперед – Генеральний штаб Збройних сил та Міністерство оборони.

9. Журналістам та редакціям доведеться консультуватися з силовими структурами та займатися самоцензурою під час підготовки матеріалів.

10. Жоден сюжет чи стаття не варті життя його авторів» [19].

Ш. Шмікл завдячуючи власному досвіду перебування у зонах різних збройних конфліктів (у ролі кореспондента), створює посібник під назвою «Як писати про війну». У преамбулі видання автор характеризує її як: «Рекомендації від досвідчених журналістів-ветеранів щодо подолання емоційних труднощів під час висвітлення війни» [57].

Одне із ключових питань, що є у епіцентрі професійної, медійної (і не тільки) дискусії – емоційні проблеми, що виникали у журналістів, як результат роботи у зоні бойових дій або пов'язані з відповідною діяльністю. Дослідник, котрий мав такий досвід, засвідчує, що зовсім недостатньо лише вивчити, засвоїти правила поведінки та безпеки, раціонального використання захисного спорядження на фронті.

Володіння інформацією про безпечні дистанції, заборонені предмети, обмеження у фото/відео зйомці, етика публікування чутливого контенту та інше.

Звісно, що такі опції є неодмінними при перебуванні ведучого на виконанні небезпечного завдання, але нагальним правилом є також турбота про стресові ситуації та здатність їх долання. «Варто попіклуватися про свій емоційний стан до того, як травма порушить вашу здатність ясно мислити і добре виконувати свою роботу. Ви будете схильні посилювати емоційність своїх матеріалів, бо саме цього очікують від журналістики» [57].

Автор цих рядків Ш. Шмікл має практичний досвід перебування у зоні бойових дій як журналіст, тому ділиться тими порадами, котрі персонально імплементовував у своїй ситуації. Ба більше, за його словами такі дії є дієвими та ефективними. Перелік порад, що покликані допомогти медіа працівникам під час перебування на фронті (або при висвітленні тематики війни) від ризику

ментальних зривів, неврологічних захворювань і т.п., були виписані лаконічно у шість пунктів:

«1) Завжди дотримуйтеся заздалегідь складеного плану. Встановіть зв'язок з вашою редакцією, сім'єю та іншими журналістами.

2) Якщо замінюєте кореспондентів у зоні бойових дій або до них долучаєтесь, намагайтеся отримати якнайбільше порад від колег.

3) Журналістів, які мають військову підготовку, часто сприймають за своїх. Тому завжди потрібно дотримуватися професійної дистанції від військ.

4) Спіть, харчуйтеся якнайкраще, за можливості робіть вправи. Якщо не можете поговорити з тим, кому довіряєте, просто запишіть свої відчуття.

5) Дозвольте собі нормальні людські реакції. Ви хоробрий журналіст, але й людина з глибинними емоціями, які можуть потім заважати роботі.

6) Варто занепокоїтись, коли безсонні ночі, провали пам'яті керують щоденними емоціями, і не можете їх позбутися. Таке може статися після пережитого травматичного досвіду – наприклад, бомбардування» [57].

Досить важливо, щоб ще на етапі ознайомлення з роботою таких спеціалістів, приділялося багато уваги саме цьому аспекту, адже психологія є одним із ключових викликів для нашої держави нині. Через роботу над собою, відсутності елементів глибокого і емоційного самозанурення, відвідування різних заходів, сесій, терапії чи ретритів, професіонал зможе зменшувати психологічне навантаження щодо себе, колег чи оточуючих. Демонстрація стійкості та впевненості важлива і під час роботи, щоб таким чином давати такий імпульс:

– своїм колегам;

– цивільному населенню;

– військовим;

– навіть супротивнику.

1.2 Робота журналіста під час війни: юридичний та етичний аспекти

Очевидно, що для жителів нашої країни відповідна діяльність працівників медіа стала актуальною починаючи з подій 2014 року, які пов'язані з мілітаристською діяльністю агресора. Спочатку вона локалізувалася на території півострова Крим, донецького та луганського регіонів і у якійсь мірі стала неочікуваною для представників медійної спільноти.

Саме тому, за словами Р. Гривинського, оперативне інформаційне висвітлення «…конфлікту на Донбасі взяли на себе, з одного боку, кадри, які підготовлені ще попередньою системою, перш за все випускниками Львівського вищого вооєнно-політичного училища; а з іншого – талановиті громадянські військові кореспонденти, які не мають профільної освіти, однак досягли серйозного прогресу в цій сфері» [12].

Потенціал такої підготовки медійників на Львівщині відзначав один із очільників училища, який наголошував на широкому географічному діапазоні, у розрізі потенційного працевлаштування для таких спеціалістів: «То була дуже серйозна й потужна кафедра, створена за часів Радянського Союзу на теренах Львівщини, а конкретно – Львівського вищого військово-політичного училища в 1961 р., де готували спеціалістів для 29 країн світу. Цю кафедру відкрили в училищі з тієї причини, що військових журналістів ніхто доти не готував» [11]. Додамо, що з часом відповідну кафедру було закрито.

Друга фаза, яка розпочалася у Лютому 2022-го року (отримала назву «війна у прямому етері») і де географія фронту значно розширилася, спонукала журналістів використовувати значно частіше оперативні канали поширення інформації: соціальні мережі, відеохостинги, платформи, ніж елементи традиційної журналістики.

Журналісти тепер, зважаючи на інтенсивність бойових дій, оперативність змін, громіздкого потоку інформації, почали працювати у форматі повноцінного ненормованого графіку, перейшовши від журналістики мирного часу на «рейки воєнної журналістики». Потрібно було вжити заходи, здійснити кроки, які дозволили б швидко, ефективно налаштуватися до нових реалій буття «На шок від початку війни більшість українських медійників відреагувала переходом на

цілодобовий режим роботи. У перші дні війни це стосувалося буквально всіх регіонів України: тих, де почалися бойові дії, тих, які РФ атакувала ракетами дистанційно, і тих, які можна назвати умовно тиловими. Власне, перехід на рейки воєнної журналістики здійснили всі медіа, які продовжували свою роботу в перші тижні й місяці повномасштабного наступу російських агресорів» [5].

Лаконічний опис (практичної складової) роботи медіафахівців над тематикою «війни» на початковому етапі двох фаз, датованих 2014 та 2022 роками, мав приблизно такий вигляд, як наведено у висловах Р. Гривинського та Н. Виговської. Можна в джерелах знайти інформацію і про те, які події відбувалися у підготовці військового журналіста, кореспондента зокрема, до часів, які передували діям агресора: «До 2014 року, коли почалася українсько-російська війна, воєнних кореспондентів в Україні не готували. Натомість вони були і працювали в гарячих точках по всьому світу. Воєнкори українських ЗМІ набували досвіду самотужки, винятково на практиці й розраховували хіба що на підтримку редакції. Їхні колеги із представлених в Україні міжнародних медіакомпаній забезпечувалися страховкою та регулярно проходили спеціальні курси, де максимально моделювалася ситуацію бою» [46].

Тобто українські військові журналісти гартували практичний досвід у різних точках планети, де безпосередньо були представниками різноманітних світових медіа. Варто зазначити, що така діяльність, очевидно, несла велику загрозу для журналістів «… і вони гинули. Приміром, Тарас Процюк, телеоператор агентства Reuters, який загинув у квітні 2003 року в Іраку. Можна сказати, він зафільмував власну смерть» [46].

Виокремимо той факт, що й роль журналіста при висвітленні тематики збройного конфлікту значно змінилася. У нинішні часи, вони є не лише виробниками контенту чи його селекторами, але й дистриб’ютором, де «доставка» продукту відбувається за прямим маршрутом від виробника до споживача: така можливість забезпечується прямими трансляціями, дописами на персональних сторінках у соціальних мережах, тощо.

Варто зазначити, що теперішній стан вітчизняної військової журналістики має декілька визначальних характеристик та завдань (які мають виконувати спеціалісти):

1) має надзвичайно важливе значення у контексті інформування суспільства про хід подій, як на передовій (роботу армії, інших мілітаристських угрупувань, формувань), так і в тилу (особливості адаптації ВПО, тематика релокації бізнесу, діяльності у соціальному секторі, фінансовому, ветеранському та багато інших).

Тут журналісти виступають водночас і свідками подій, розкриваючи факти порушень прав людини та міжнародного права, і носіями, ретрансляторами історій героїв своїх матеріалів, де спроможність уважно (обережно) вислухати та раціонально розговорити свого співбесідника є досить важливою.

2) Небезпечна для журналістів, де є реальні загрози бути підданим фізичному насиллю, арештам, а інколи й загибель. Тут має місце одне із завдань, яке полягає у захисті журналістів, що водночас кваліфікується і як нагальна проблема: «116 журналістів загинули з 24 лютого 2022 року, ще 27 медійників утримують в полоні РФ. Про це повідомило Міністерство культури та стратегічних комунікацій України 2 листопада, у День боротьби з безкарністю за злочини проти журналістів» [51].

3) Війна на інформаційному фронті, кий насичений ворожою пропагандою, дезінформація виявилися надзвичайно складною проблемою для експертів із військової журналістики в Україні. Представники відповідних професій мають не лише своєчасно інформувати суспільство про різноманітні загрози, а й власне демонструвати ефективні результати у забезпеченні інфогігієни, критичному споживанні інформації й також наносити потужне контрураження свого противника:

Для 46% опитаних українців дезінформація залишається нагальною проблемою. Про це свідчать результати дослідження «Українські медіа: споживання новин і довіра у 2025 році», яке провела ГО «Інтерньюз-Україна». Організація презентувала їх 23 вересня в Укрінформі.

Загалом про існування дезінформації знають 84% опитаних, серед них 75% упевнені, що можуть її розпізнати. Утім, за результатами експерименту, лише 6% респондентів, які обізнані про фейки, правильно оцінили достовірність трьох запропонованих новин, а 78% – хоча б одну» [4].

Нагадаємо, що свідоме, раціональне споживання контенту, ба більше, під час збройного конфлікту є однією з важливих навичок для homo sapiens, адже саме ЗМІ нині багато в чому «наповнюють» наше життя. Як тут не погодитися зі словами вітчизняної соціологині, яка радить: «Нам час переусвідомити статус медіа у нашому житті. Вони вже не просто впливають, як було десь років 100 тому, вони стали середовищем нашого буття. Все, що ми знаємо про світ, ми знаємо завдяки медіа: як і що ми сприймаємо, як оцінюємо реальність, як діємо – усі ці знання, зразки практик, цінності ми набули завдяки медіа, навіть якщо ми цього не усвідомлюємо. Тож єдина порада, яку я даю і собі, – більше свідомого споживання контенту» [4].

4) Ще однією характерною особливістю роботи медіа в часи війни є залучення громадянського суспільства. Вітчизняні (і не тільки) представники медіа налагоджують контакти, співпрацюють із активістами, громадськими організаціями (ГО), щоб зібрати й поширювати інформацію щодо збройного конфлікту: передумови, перебіг подій та потенційні/реальні наслідки. Такі дії сприяють процесу зростання. усвідомлення війни, мобілізації суспільства на підтримку ЗСУ, СБУ, ГУР МО, ветеранів та інших представників збройних сил України.

До того ж такий спосіб є також дієвим при спробі «продавати» контент за кордон, щоб розширювати за кордоном географію підтримки (економічної, соціальної, житлової та інших) нашій державі у цій війні з агресором «З іншого боку – і я не бачу іншого виходу – нам усім необхідно доносити до людей, на Заході насамперед, людські трагедії від війни. Історії людей завжди «продавалися» краще, ніж будь-які політичні історії. Мені здається, людські історії, які наші журналісти вміють розповідати, вміють знімати, вміють про них

писати, будуть одним із найголовніших факторів привертання уваги до нашої війни» [1].

Саме про апеляцію до суспільства за кордоном через історії війни наших громадян говорив свого часу генеральний директор інформагентства «Інтерфакс-Україна» О. Мартиненко (*нині покійний — прим .автора*). Він наголошував на важливості пошуку, ідентифікації та встановлення контакту з таргетованою аудиторією у когорті поза політичними рамками «Зараз влада, зокрема президент, багато робить візитів до інших держав, спілкується з політиками, і це зрозуміло й необхідно. Але мені здається, має бути інший формат — звернень безпосередньо до людей, а не політиків, до масової аудиторії. І такий діалог з аудиторією також міг би вплинути й на західних політиків. Я знаю, що такий формат розробляли в Офісі Президента, але як крайній варіант – на випадок, якщо в нас узагалі закінчиться підтримка. Але мені здається, що це можна було б робити й зараз» [1].

5) І, нарешті, стан технологій та на якому рівні вони на разі перебувають. Окрім оперативності у передачі інформації, персоналізованості контенту, здатності надсилати інформацію безпосередньо до споживачів, інформаційні тренди підтримують (інколи й задають) люди, які не мають освіти відповідної, проте знають як створювати «клікабельні» повідомлення. Окремо, варто приділити увагу й штучному інтелекту: рівень вживаності, застосування якого на разі важко й встановити, адже є масовим: «Найважливіше в порядку денному наших міжнародних колег — це вплив штучного інтелекту: з ним уже багато експериментують. Усі обговорюють ризики, які створює використання цих технологій, і мало хто розуміє, до чого готуватися: до поганих чи хороших сценаріїв.

Штучний інтелект має бути використаний, щоб до невпізнаваності змінити ринок виробництва контенту, – це позитивна адженда. Але як по дорозі не вбити довіру до медіа; не стати жертвами якісних кампаній із дезінформації? Як комунікувати етично чутливі питання, як бути медіа, для яких важливо не

розгубити довіру в процесі експериментів із технологічними іграшками – це грандіозні питання, над якими зараз міркують всі наші колеги за кордоном.

Важливо, щоб ми усвідомили себе у новій реальності, де цифрові платформи випереджають ефірні лінії в досяжності й охопленні людей» [27].

Проте, військова журналістика не завжди була такою, а медіа фахівець виконував зовсім інші ролі – залежно від періоду, подій того часу та стану розвитку технологій. Проте, деякі дослідники говорять, що «…з 1991 року до 2014 року такого жанру вітчизняної журналістики як «військова» взагалі не існувало» [6, с. 8].

Варто нагадати, що журналісти є цивільними особами, а значить і підпадають під «використання» відповідним захистом тільки тоді поки перебувають у цьому статусі. Тут ми говоримо (маємо на увазі) про такого працівника медіа на фронті, котрий є умовно «стороннім» спостерігачем, тобто не про осіб, які є безпосередньо учасниками бойових дій. А це значить, що за статусом, вони не мають права долучатися до участі у військових діях, мати зброю при собі, несанкціоноване перебувати поблизу військових об’єктів.

Уперше про кваліфікацію статусу журналіста у контексті збройного конфлікту згадується більше ніж 100 років тому, а саме у Гаазькій конвенції від 1907 року «Про закони і звичаї сухопутної війни». У одній зі статей (тринадцятій) додатку до відповідної конвенції вказується: «Особи, які супроводжують армію, але прямо не належать до неї, такі як кореспонденти газет і репортери, маркітанти та постачальники, які потрапляють до рук ворога і він вважає за доцільне затримати їх, користуються правами військовополонених за умови, що вони мають при собі посвідчення від військового керівництва тієї армії, яку вони супроводжували» [6, с. 9].

Ще одним юридичним документом, який на міжнародному рівні регламентує спеціальні положення про захист гуманітарних працівників і журналістів (під час збройного конфлікту), є Женевська Конвенція (з окремими додатками, протоколами та положеннями). «Згідно зі статтею 79 Додаткового протоколу I до Женевських конвенцій, які кодифікують звичаєве право,

журналісти у зонах бойових дій мають розцінюватися та захищатися як цивільні особи, за умови, що вони не беруть участь у військових діях [21].

Пропонуємо звернути увагу на словосполучення «мають розцінюватися» у наведеній цитаті. По-перше, власне слово «розцінюватися» у цьому контексті виглядає неакцептовано, адже звучить нешанобливо, адже найчастіше вживається по відношенню до якоїсь дії, вчинку, але ж не до особи. Ліпше було б замінити словами, які надають людського сенсу: наприклад, «кваліфікуватися» або «сприйматися».

По-друге, інше слово із цього словосполучення - «мають» є тим, котре у цій фразі надає вибір, ніби «можуть кваліфікуватися або не можуть», що надає опцію тим, хто чинить злочин щодо журналістів, робити посилання на нестійкість такої норми у статті 79. Відповідно, тому й ми можемо бачити таку кількість вбитих та поранених журналістів виключно під час висвітлення війни нашої держави з агресором.

Окрім того, у цій статті містяться такі пункти, які визначають статус журналіста, тлумачать їх права, обов'язки та інше:

« 1. Журналісти, що перебувають у небезпечних професійних відрядженнях у районах збройного конфлікту, розглядаються як цивільні особи у значенні пункту 1 статті 50.

2. Як такі вони користуються захистом згідно з Конвенціями й цим Протоколом за умови, що вони не чинять дій, несумісних з їх статусом цивільних осіб, і без шкоди праву воєнних кореспондентів, акредитованих при збройних силах, на статус, передбачений статтею 4 А (4) Третьої конвенції.

3. Вони можуть отримувати посвідчення особи згідно зі зразком, що наводиться в Додатку 2 до цього Протоколу. Це посвідчення, що видається урядом держави, громадянином якої є журналіст, або на території якої він постійно проживає, або в якій перебуває інформаційне агентство, де він працює, підтверджує статус його пред'явника як журналіста» [21].

27 травня 2015 року Радою Безпеки ООН була прийнята ще одна Резолюція (за номером 2222), мета якої полягала у розширенні та посиленні іншої (номер

1738 від 2006 року). У цьому документі міститься нагадування всім сторонам (будь якого) збройного конфлікту щодо їх зобов'язання поважати журналістів (і тих, хто працює у ЗМІ), упередити та захистити їх від будь яких форм прояву насильства.

Генеральна Асамблея ООН також актуалізовувала увагу до цього питання у інших своїх резолюціях: 68/163 від 18 грудня 2013 року та 69/185 від 18 грудня 2014 року. Головний сенс, який вони містять – це заклик до країн представників ООН організовано працювати над методами, процесами, які сприятимуть запобіганню насильницьких дій військових проти працівників медіа.

Ми навели перелік законодавчих актів, Резолюцій (додатків до них), Конвенцій, які регламентують діяльність журналістів при висвітленні збройного конфлікту, але маємо зазначити, що вони у значній мірі не мають практичного характеру, адже виконуються вибірково, точніше не дотримуються. У періоди різних воєн працівники різноманітних ЗМІ, на жаль, досить регулярно зазнають переслідувань, фізичних знущань, тортур та навіть вбивств зі сторони ворога, зокрема.

На сторінках вітчизняних видань можемо знайти різні статистичні дані щодо цього факту: «З 1 березня по 30 листопада 2015 р. в Україні зафіксовано 709 фактів порушень прав журналістів, з яких 194 – у Донецькій та 89 – у Луганській областях. Такі дані наводить Інститут масової інформації (ІМІ) за результатами власного моніторингу «Барометр свободи слова». Усього за цей період експерти ІМІ зафіксували 132 випадки побиття журналістів, 128 фактів цензури, 115 перешкоджань законній професійній діяльності медійників, 75 викрадень чи незаконних затримані журналістів, 70 випадків погроз і залякувань, 59 нападів на офіси ЗМІ. Також в зоні бойових дій АТО за цей час загинуло шестеро журналістів» [21].

За даними різноманітних профільних організацій, наприклад, Міжнародного інституту преси (МІП) (базується у Відні) та Комітету захисту журналістів (КЗЖ), понад 1400 журналістів і працівників відповідної професійної сфери втратили життя у період з 1997 по 2014 роки. Серед цієї

кількості загиблих основою є ті, які висвітлювали війну або різні збройні конфлікти. Додамо, що МІП був заснований у Австрії в 1950 році, а з 1992 року регулярно намагається візувати рівень смертності серед журналістів по всьому світу.

Пропонуємо ознайомитися із тлумаченням МІП терміна «журналіст», що включає в себе «…працівників ЗМІ, таких як продюсери, фрілансери та місцеві кореспонденти» [53, с.10].

У свою чергу, КЗЖ було започатковане у м. Нью-Йорк у 1981 році. Організація розпочала збір даних щодо журналістів і ризики у їх роботі ще у 1992 році. КЗЖ кваліфікує працівників медіа як «… людей, які висвітлюють новини або коментують суспільні справи за допомогою будь-яких засобів масової інформації - у тому числі в друкованому вигляді, на фотографіях, на радіо, телебаченні та в Інтернеті» [53, с.10].

Окрім виконання своїх прямих обов'язків під час війни (інформування суспільство про хід подій на фронті та навколо воєнні події), працівники медіа сфери також намагаються виконувати ті завдання, котрим рідше приділяють увагу у побуті:

«1. Робота журналістів під час війни є важливою, необхідною та відповідальною.

2. Під час війни журналісти не можуть продовжувати працювати в такому самому режимі, в якому вони працювали в мирний час.

3. Деякі зі стандартів журналістики в умовах бойових дій є небезпечними для життя та здоров'я як самих журналістів, так і інших людей, а деякі можуть завдати шкоди державній безпеці.

4. Представлення «балансу думок», «іншої точки зору» під час захисту країни від військової агресії неможливе.

5. Журналісти та медіа мають нести відповідальність (моральну й не тільки) не тільки за достовірність інформації, що поширюється, а й за можливі наслідки її оприлюднення з точки зору безпеки.

6. Супротивник невпинно моніторить інформаційне поле. 80% розвідувальної інформації береться з відкритих джерел. Про це слід постійно пам’ятати й фільтрувати всю публічну інформацію й тим більше матеріали ЗМІ.

7. Гонитву за якомога швидким оприлюдненням інформації слід відкласти до мирного часу. Якщо є хоча б один шанс, що швидке поширення якоїсь новини може бути шкідливим з безпекової точки зору, треба відкладати оприлюднення такого матеріалу.

8. Головними джерелами інформації, яку можна й слід оприлюднювати без додаткової перевірки, на час війни стають органи влади, насамперед - Генеральний штаб Збройних сил та Міністерство оборони.

9. Журналістам та редакціям доведеться консультуватися з силовими структурами та займатися самоцензурою під час підготовки матеріалів.

10. Жоден сюжет чи стаття не варті життя його авторів» [49].

Говорячи про тонкощі роботи журналіста, який безпосередньо занурений у тематику війни, ба більше, власне здійснює робочі відрядження до територій на яких відбуваються бойові дії, мають пам’ятати, неухильно дотримуватися певних правил безпеки щодо організованості у процесі виконання своїх посадових обов’язків:

«Передусім дбайте про свою цифрову безпеку

Полювання на журналістів задля отримання секретних даних і подальшого використання їх у негативних цілях – завдання номер 1 для спецслужб і агентури ворога. Зберігайте інформацію на декількох надійних носіях і перевірених сховищах, дбайте про їх правильне розміщення, засекречуйте дані складними паролями і обов’язково вмикайте двофакторну аутентифікацію. Користуйтеся псевдонімами і відмінними від особистого акаунту сторінками, якщо знаходитеся в безпосередній близькості до фронту або відчуваєте себе у небезпеці.

Обов’язково носіть захисну екіпіровку

Вона потрібна навіть на відносно мирній території, а у зоні проведення бойових дій – поготів. Це не тільки збереже ваше життя і здоров’я, але і

допоможе уникнути непорозумінь із місцевими цивільними. Наліпки «Press», акредитаційні картки і посвідчення відрізняють вас від «деергешника». Зазначимо, що бронежилет і каска мають бути синього кольору – особливого, який притаманний виключно для журналістів.

Завжди носіть із собою повний пакет документів

Щоби ніхто не сплутав вас із розвідником чи диверсантом або ворожим журналістом необхідно мати з собою повний пакет документів, а також усі можливі акредитації. Якщо ви вважаєте, що дозволу від ЗСУ вистачить – це не завжди так. Деякі військові не знають, як вони виглядають і не сприймають їх, тому дозволи на зйомку і роботу мають бути ще або від голів ОВА, або від інших урядових установ. Перш за все військові мають бути впевнені, що ви і результат вашої роботи не принесе їм клопоту і проблем» [33].

Якщо проаналізувати вітчизняне законодавство та його регуляцію щодо діяльності журналістів на війні, то тут варто взяти до уваги декілька особливих положень, а саме:

– стаття 15 Закону України «Про державну підтримку медіа, гарантії професійної діяльності та соціальний захист журналістів»

– стаття 25 Закону України «Про інформацію».

Обидві містять тотожну норму, яка дозволяє медіа направляти/відряджати працівників «… у місця збройних конфліктів, вчинення терористичних актів, ліквідації небезпечних злочинних груп» [6, с. 9].

У тих же нормах наводиться вичерпний перелік щодо обов’язків журналістів при використанні інформації, котра була ними зібрана та отримана у ході виконання посадових обов’язків.

3 березня 2022 року Міністерство оборони України видало наказ, який регламентує діяльність журналістів під час воєнного стану. Цей документ додається до дозволу на акредитацію від Збройних Сил та пояснюють, що можна, а що не можна робити, як співпрацювати з військовими та журналістами, а також що там категорично заборонено знімати та говорити.

У разі порушення потенційно можна позбутися прескарти та права на присутність на лінії фронту. «Головнокомандувач Збройних сил України Валерій Залужний підписав зміни до Наказу №73 «Про організацію взаємодії між Збройними Силами України, іншими складовими сил оборони та представниками засобів масової інформації на час дії правового режиму воєнного стану».

Востаннє зміни затверджено наказом №51 від 3 лютого 2024 року.

Відтепер до самого наказу додано згадку про новий Закон України «Про медіа», і він базується на актуальному медійному законодавстві України.

Однією з найважливіших змін до наказу є те, що з додатка 1 вилучили пункт 1.10, який передбачав, що «в разі виникнення ситуації, яка може загрожувати життю та здоров'ю представників засобів масової інформації", військові мають негайно припинити їхню роботу на військовому об'єкті. Відтепер безпекова складова не буде використовуватись як привід тими, хто не хотів бачити медіа» [20].

На нашу думку, варто ще зупинитися на деяких пунктах цього наказу. По-перше, у ньому міститься детальний опис зон перебування медіапрацівника, які до того були взагалі відсутніми. Подано дві позиції – червоната жовта, з тлумаченням щодо доступності, обмежень у роботі «… у червоній зоні може бути дозволена робота окремим акредитованим представникам медіа виключно в супроводі відповідних посадових осіб (раніше роботу акредитованих представників ЗМІ в червоній зоні було заборонено). Дозвіл надається з урахуванням можливостей забезпечити супровід відповідним представникам медіа та дотриманням заходів безпеки застосування військ (сил)» [20].

Робота медійників у громадських місцях (жовтої зони), до яких мають вільний доступ цивільне населення, не передбачає обов'язковість супроводу прес-офіцера чи іншої, визначеної командиром особи за маршрутом, який погоджено на підставі акредитаційної заявки. Вона розглядається упродовж трьох календарних днів (з моменту отримання запиту). Відмінність полягає у тому, що «… раніше журналістам дозволялося працювати в жовтій зоні лише в

супроводі офіцера зі зв’язків із громадськістю або іншої, визначеної командиром посадової особи» [20].

Як бачимо, представників медіа (проте у обмеженій кількості) почали допускати до лінії бойових дій (попередньо пройшовши підготовку та акредитацію), де вони перебувають у супроводі уповноважених на те персон. До таких, як правило належать чи то прес-офіцери, військове командування, тощо.

Перебування з відрядженням у такій зоні є досить небезпечним й редакціям, відправляючи журналістів в такі місця, варто пам’ятати про відповідальність та ризики у таких випадках.

Відповідно, підготовчі дії перед виїздом в зону бойових дій має здійснити й власне журналіст «… поставте собі такі запитання та чесно дайте відповіді:

01

ЯКУ КОРИСТЬ МЕНІ ПРИНЕСЕ ПОЇЗДКА?

Журналіст має чітко розуміти свою мету. Можливо, це бажання підготувати унікальний та актуальний матеріал, або ж особистий пізнавальний інтерес. Головне – визначитися зі своєю ціллю.

02.

ЧИ БУДЕ КОРИСТЬ ДЛЯ РЕДАКЦІЇ?

Такі поїздки потребують матеріально-технічних витрат: спорядження, транспорт, пальне. Тому журналіст має бути впевнений, що обрана тема заслуговує витрачених зусиль. Продумайте всі сильні сторони теми й порадьтеся з редактором і колегами. Також можна зробити декілька матеріалів на різні теми, щоб точно повернутися з хорошим сюжетом.

03.

ЧИ ГОТОВИЙ Я МОРАЛЬНО?

Це складне запитання й точно відповісти на нього можна лише після перебування в зоні небезпеки. Проте важливо знати межі свого морального стану та можливості психологічного здоров’я. Будьте чесними, адже переоцінювання себе та бажання стати героєм/героїнею може поставити під загрозу всю поїздку.

04.

ЧИ ЗДАТЕН Я ОПРАЦЮВАТИ ЗІБРАНУ ІНФОРМАЦІЮ ТА СФОРМУВАТИ УНІКАЛЬНИЙ МАТЕРІАЛ?

Матеріал на військову тему має іншу мету, аніж новини цивільного характеру. Тому подібні виїзди потребують завчасної підготовки та професійної компетентності журналіста» [44.].

Саме так про бажаний самоаналіз перед поїздкою військового журналіста на фронт говорить представник медійної спільноти із Миколаївщини - Олександр Матюшенко. Він у перші місяці 2022 року більше інформаційної уваги у власних матеріалах приділяв своєму рідному регіону, а згодом, з колегами вирішують розширити географію своєї журналістської діяльності і здійснюють робочі вояжі в ті локації, які масштабно потерпають від атак окупантів.

Ми вже говорили про небезпечність аналізованої нами професії і вважаємо за доцільне нагадати про кількість загиблих журналістів *(інформація є актуальною)* на початок Листопада 2025 року: 116 осіб (разом - вітчизняних та закордонних): «Від початку повномасштабного вторгнення в Україну у лютому 2022 року загинули 116 журналістів, з них 18 – безпосередньо під час виконання професійних обов’язків.

Серед загиблих – не лише українські, але й іноземні репортери, які ризикували життям, щоб світ дізнався правду про російську агресію.

Також до цього часу у російському полоні перебувають щонайменше 26 цивільних українських медійників і один журналіст, який долучився до Сил оборони» [47].

Як бачимо цифра загиблих журналістів, на жаль, є досить масштабною і залишається додати, що такий перелік осіб включає, як тих, які втратили життя при виконанні професійних обов’язків, так і тих, хто був вбитий, перебуваючи на службі у лавах збройна сил. Розроблені та презентовані таблиці (графіки) зі статистичними даними містять розділи, які поділені на:

– роки (загибелі медійників): діапазон хронології - від 2014 року і до 2025;

– стать особи;

– національність, що є важливим фактом, оскільки травмувань та вбивства зазнали не лише наші співвітчизники, але й представники інших країн світу.

Зважаючи на поділ діючої війни на два основні (умовні) періоди з 2014 до 23.02.2022 та з 24.02.2022 і до нині (початок Листопада 2025 року), пропонуємо взяти за основу цю ж хронологічну градацію і при аналізі статистики журналістів, що втратили життя у цьому конфлікті.

Деталізовану інформацію щодо таких трагічних подій наводять чимало вітчизняних видань, тим самим зберігаючи й передаючи пам’ять про своїх полеглих колег. Ба більше, таким способом, вони забезпечують реалізацію функції свідчень щодо злочинів, котрі були вчиненні вбивцями під час війни. Інформаційним джерелом для нас у цьому випадку був саме той список, котрий розміщений на сторінці поважного медіа ресурсу - Інститут Масової Інформації (IMI) у розділі «Список загиблих» [44].

Зазначимо, що у першій таблиці дані стосуватимуться саме того періоду війни з агресором, коли ними були анексовані кримський півострів, а також восьми років протягом яких здійснювалася збройна агресія на два українські регіони - донецький та луганський.

Таблиця 1.1 – Вбиті журналісти, працівники сфери на війні (період 2014-2022 роки)

Рік	Вітчизняний журналіст	Стать ч/ж	Закордонний	Стать ч/ж	Рід заняття
2014	0		2	2/	Перекладач, фотокор
2015	1	1/	0		Фотокореспондент
2016-2022 (до 24.02.2022)	0		0		

Загалом	1	1/	2	2/	

Наведена статистика, котра стосується періоду 2014-2022 років (до 24.02.2022), дає нам підстави говорити, що загалом за вказаний відрізок часу було вбито одного українського журналіста (Сергій Ніколаєв) та двох закордонних (італійця та росіянина).

Додамо, що вітчизняний фотокореспондент (працівник газети «Сегодня») загинув 28.02.2015 року під час здійснення зйомки на лінії фронту у селищі Піски Донецької області, потрапивши під артобстріл. Зрозуміло, що вже тоді агресор ігнорував норми та правила Женевських конвенцій і влаштовував полювання на цивільних осіб, журналістів зокрема.

Що стосується справи загибелі двох закордонних працівників медіа, то до її «вирішення», ворог долучив спецслужби італійських, а головним підозрюваним зробили українського військовослужбовця – Віталія Марківа: «Суд в Мілані починає розгляд апеляції у справі Віталія Марківа – старшого сержанта Національної гвардії України, якого звинувачують в причетності до вбивства італійського фоторепортера Андреа Роккеллі та його російського перекладача і журналіста Андрія Миронова під час боїв під Слов'янськом у 2014 році» [47].

Варто зазначити, що країна Італія тих часів, котра керувалася одіозним прем’єр-міністром Сільвіо Берлусконні (партнер по цінностям керівника країни-агресора), досить активно допомагала ворогу у цій справі. Також важливим є той факт, що Марків мав італійське громадянство, тому ця держава й була долучена до аналізованого нами кейсу.

Про обставини загибелі обох працівників медіа досить детально описували представники незалежних закордонних видань, які отримали свідчення від одного із колег, котрий був свідком ситуації: «24 травня 2014 року 30-річний італійський фотожурналіст Андреа Роккеллі та його перекладач, 60-річний

російський журналіст і правозахисник Андрій Миронов, дізналися про обстріл, який стався неподалік від Слов'янська, і вирішили виїхати на місце інциденту. До них приєднався французький журналіст Вільям Рогелон, що жив з ними в одному готелі.

На машині місцевого таксиста вони виїхали зі Слов'янська, а на околиці міста зупинилися біля керамічної фабрики «Зевс», яку перетворили на один зі своїх опорних пунктів сепаратисти. Фабрика була розташована біля підніжжя гори Карачун – стратегічно важливої висоти, на якій була телевежа. Станом на той момент Карачун контролювали урядові сили.

Біля фабрики – залізничні колії, для захисту своїх позицій від українських силовиків сепаратисти використовували розташовані на цих коліях товарні вагони. Від постійних обстрілів потяг поступово руйнувався – як видно з матеріалів кримінальної справи, що є в розпорядженні BBC, саме його і вирішили сфотографувати журналісти.

Після того, як вони вийшли з авто, підійшли до потяга і зробили кілька знімків, над їхніми головами просвистіли автоматні черги. При цьому на одязі репортерів не було жодних символів з написом «преса», вони працювали без бронежилетів і шоломів.

Журналісти, таксист і місцевий хлопець, що випадково опинився там, стрибнули в яр поруч з дорогою, вирішивши перечекати атаку. На відео, яке зняв у цьому яру Андреа Роккеллі та яке пізніше виклали в YouTube, чути постріли, а Андрій Миронов, що вже мав досвід роботи в гарячих точках, каже, що група, вочевидь, потрапила під перехресний вогонь.

Уже після того, як камера Роккеллі вимкнулась, залпи стали гучнішими. Місце, де сховалися журналісти, почали обстрілювати з міномета. Очевидно, один зі снарядів влучив просто в їхнє укриття.

Андреа Роккеллі й Андрій Миронов загинули на місці. Вільям Рогелон отримав поранення ніг, але зумів дістатись Слов'янська, де розповів про події іншим журналістам» [47].

Після років у неволі, справа Віталія Марківа була все таки вирішена у суді на користь українського військовослужбовця. Неодмінно відзначимо, що частину роботи, щоб досягти такого результату, була виконана й вітчизняними засобами масової інформації та комунікації, які активно та регулярно намагалися утримувати цю тему у фокусі міжнародної уваги, що сприяло досягненню юридичної справедливості.

У таблиці 1.2 подаємо вичерпний перелік імен, прізвищ та професійних посад українських журналістів (і працівників цієї професії), які втратили своє життя через збройну агресію ворога у відповідний період. Така статистика говорити про те, що ця війна є однією із найкривавіших, якщо говорити про загибелі серед працівників медіа: журналістів, спеціалістів обслуговуючого персоналу, тощо.

Додамо, що у колонці «При виконанні» наводиться цифра тієї кількості осіб, які були вбиті ворогом у той момент, коли виконували свої посадові обов'язки і ворог, ймовірніше за все бачив у кого цілив, тому ці вбивства можна вважати навмисними.

Відповідно до графи «Не при виконанні» були віднесені ті, хто або був у лавах ЗСУ, іншого вітчизняного мілітаризованого підрозділу (на момент загибелі), або був вбитий «не у робочий час»: вдома, на вулиці (тобто унаслідок артилерійського, ракетного обстрілу та інше).

Таблиця 1.2 – Вбиті вітчизняні журналісти, працівники сфери журналістики на війні (період 2022 - 2025 роки)

Рік	При виконанні	Стать ч/ж	Рід заняття	Не при виконанні	Стать ч/ж	Рід заняття	Загалом

2022	3	2/1	Фотокор, продюсерка, оператор	38	34/4	Журналіст/ка, оператор, ведучий, викладачка, відеоінженер, продюсерка, фотограф, менеджер філії, пресслужба, публіцист, редактор сайту, системний адміністратор, режисер, звукорежисер.	41
2023	1	1/	Продюсер	27	27/	Журналіст, телеопера-тор, головред, фотокор, редактор, відеограф, звукорежисер, автор, ведучий, інженер.	28
2024	1	/1	Журналістка	17	15/2	Режисер монтажу, інженер, редактор, журналіст, відео/телеоператор, музред, режисер монтажу, продюсер, фотограф, кореспондент	18
2025	2	1/1	журналістка, оператор	18	17/1	фотограф, менеджер з продажу, оператор, журналіст, ведучий новин, монтажер, спортивний коментатор, випус-ковий редактор, відеограф, продюсер	20
За весь період	7	4/3		100	93/7		107

Відзначимо, що ця інформація була актуальною станом на початок Листопада 2025 року. І цифра у сто сім осіб, які були вбиті (закатовані) ворогом у період коли виконували журналістські обов’язки або колись докладали зусиль до такої роботи. Іншими словами, якщо проводити паралелі між двома

наведеними таблицями, то за період вдвічі менший (майже чотири роки – 2022-2026 у порівнянні з вісьмома – 2014-2022), цифрова пропорція вбивств працівників у сфері медіа (під час агресії ворога) демонструє зростання на 107 відсотків.

Серед жертв агресії ворога є й випадки, коли журналісти гинули у полоні: нелюдські умови, тортури, знущання, приниження та інші репресивні заходи, що вчергове засвідчував ставлення агресорів до наших людей, журналістів зокрема. У 2023 році на території одного із окупованих регіонів зникла вітчизняна працівниця медіа – Вікторія Рощина. Понад рік нічого не було відомо про її долю, місцеперебування, а влітку 2024 року її батькові надійшов лист. У ньому ворожа сторона «… визнала, що затримала позаштатну авторку "Української правди"» Вікторію Рощину, яка зникла 3 серпня 2023 року на тимчасово окупованій території» [39].

Наступного інформаційного листа щодо своєї дочки Володимир Рощин отримав вже 10 жовтня 2024 року, у якому родину журналістки поінформували, що її більше не має і вона померла, при цьому не надавши навіть мінімальних деталей чи обставин цієї трагедії. Реакція п. Володимира була очевидною на такі шокові новини: «Це був для мене як удар… Мені важко про це говорити. Я не очікував такого... Тим більше балакали, вже налаштувалися зустрічати, а тут тобі таке!» [35].

А згодом деякі вітчизняні («Українська правда», «Слідство інфо»: проводили окремі дослідження) та закордонні медіа у ході реалізації журналістського розслідування, що стосувалися тематики катувань цивільних у полоні, умов їх утримання, зібрали інформацію і про загиблу. «Це міжнародне розслідування не лише відновлює голос журналістки Вікторії Рощиної – воно проливає світло на одну з найтемніших сторінок російсько-української війни, вимагаючи справедливості та відповідальності за злочини, скоєні проти цивільного населення» [35].

Дані, котрі наводяться у цьому матеріалі є досить шокуючими і читати їх спокійно непросто. У ньому наводяться припущення щодо умов утримання

журналістки, є спроба відтворення хронології останніх місяців її життя. Але найбільш шокуючими є подробиці щодо стану тіла, котре було повернуто ворогом у рамках обміну і вказуючи на причину смерті був припис «СУАС» (сумарне ураження артерій серця). «Через стан тіла і його муміфікацію, за результатами судово-медичної експертизи, встановити причини смерті не вдалося», – повідомив журналістам начальник Департаменту війни Офісу генпрокурора Юрій Бєлоусов.

За його словами, на тілі жертви були виявлені численні ознаки катування та жорстокого поводження, зокрема садна та крововиливи на різних частинах тіла, зламане ребро. Також експерти побачили можливі ознаки застосування електроструму. Слідча група, яка проводить розслідування, підтвердила нашому проєкту, що тіло привезли в Україну з ознаками розтину, який робили на території Росії. Також проєкту «Вікторія» від своїх співрозмовників в силових відомствах вдалося дізнатися, що деякі внутрішні органи були відсутні. Зокрема головний мозок, очні яблука, а також частина трахеї.

Міжнародний експерт-патологоанатом, до якого ми звернулися, вважає, що відсутність цих органів могла приховати той факт, що смерть настала внаслідок удушення або задушення» [35].

Згодом журналісти вітчизняної редакції «Слідство інфо» опублікували матеріал-розслідування, де описували деталі останніх тижнів життя журналістки. Також у цьому відео було вперше оприлюднено офіційну дату смерті Вікторії Рощиної та місце: «Журналісти у закритих російських базах знайшли свідоцтво про смерть Рощиної. Документ видав Ленінський відділ управління запису актів цивільного стану адміністрації міста Пермі… Журналісти «Слідство.Інфо» дізналися, що українська журналістка Вікторія Рощина померла 19 вересня 2024 року року в СІЗО міста Кізел Пермського краю» [39].

І це історія смерті лише одної журналістки, яка за період з 24.02.2022 року спробувала чотири рази відвідати окуповані території, де останній виявився ще й фатальним. Основною ціллю таких поїздок Вікторія визначала досить просто:

«Розповідати про умови життя українців в окупації вона вважала своєю місією та обов'язком. Вікторія продовжила це робити і після першого полону, куди потрапила в березні 2022 року поблизу Бердянська. Тоді співробітники ФСБ утримували журналістку 11 днів і примусили записати відео, в якому вона відмовлялася від будь-яких претензій до російської сторони.

Вже після звільнення, незважаючи на вмовляння колег, Вікторія продовжила свою роботу в російській окупації. Вона розповідала про те, як проходили референдуми в окупованому Мелітополі та Маріуполі, разом із українцями провела 14 днів у пункті перетину у Василівці, намагаючись вибратися на підконтрольні українські території» [35].

У таблиці 1.3 наводимо аналогічну статистику, але вона стосується працівників медіа, які мають іноземне громадянство. Варто звернути увагу на той факт, що майже всі вони (окрім однієї людини) були підступно вбиті агресором у той момент, коли виконували свої журналістські обов’язки, і вбивці очевидно розуміли, по кому б’ють (напевно, і з якою ціллю т робилося).

Таблиця 1.3 – Вбиті закордонні журналісти на війні (період 2022-2025 років)

Рік	При виконанні	Стать ч/ж	Рід заняття	Не при виконанні	Стать ч/ж	Рід заняття	Загалом
2022	5	4/1	Журналіст, режисер, документаліст, оператор	0	0		5
2023	1	1/	Відеожурналіст	1	1/	Фотограф	2
2024	1	/1	Радник з пи-тань безпеки інформаційного агентства	0			1
2025	1	1/	Фотограф	0			1

За весь період	8	7/1		1	1/		9

Вище ми вже згадували про те, що пропорція у кількості загиблих працівників медіа на цій кривавій російсько-українській війні має показники більше ніж 1 до 10 (дуга цифра відноситься до наших журналістів). Також, нагадаємо, що якщо кейс з вбитими закордонними кореспондентами у період з 2014-2022 роки мав сценарій, до якого активно долучилася ворожа пропаганда і намагалися звинуватити у тому вітчизняного військовослужбовця – Віталія Марківа.

Жертви, які трапилися після 24 лютого 2022 року були здійснені ворогом цинічно, відкрито і нічого не приховуючи: чи то через обстріл, чи то дроном/БПЛА. І при стані нинішніх технологій (все відбувається у прямому ефірі, кожен випадок фіксується на камеру, оперативно розповсюджується через різноманітні соціальні канали), при очевидних (для тих то здійснює постріли) обставинах, що цілять в журналістів, працівників медіа, агресор все одно здійснює атаку/обстріл і не переймається за юридичні наслідки такої діяльності. Ними повністю нівелюються як Женевські конвенції, так і загалом правила ведення війни, умови отримання цивільних.

На жаль, ця кривава війна забрала життя чималої кількості людей: військових, цивільних та журналістів. Найвищу ціну, у аспекті небезпеки професії для вітчизняного медійника, було «встановлено» саме у ході цієї агресивної діяльності ворога.

Як результат, тим професіоналам, котрі доєднуються до лав тих, хто боронить країну, йде в атаку на інформаційному фронті, варто надзвичайно відповідально поставитися до таких аспектів цієї діяльності і пам’ятати, що ця доля вже торкнулася «… медійників і медійниць, яких усе ще утримують у полоні російські агресори, переслідування, залякування і погрози журналістам, робота з постійною небезпекою для життя і здоров’я, блекаути й пошуки нових

методів роботи в умовах кризи. Більша частина цих цифр – це історії українських медіа, медійників і медійниць, які зранку 24 лютого 2022 року зіткнулися з новою реальністю роботи. Незалежно від того, де вони перебувають – в умовно безпечних чи тилових районах, у прифронтових містах, чи це підпільні ресурси на окупованих територіях – українські медіа взаємодіють з усіма можливими загрозами й викликами повномасштабної війни. Від шоку до створення нових алгоритмів роботи під час військової агресії РФ пройшли шлях усі без винятку медіа країни. Хтось – не вижив. Когось – знищили російські окупанти. Хтось – релокувався і залишається ядром підтримки для аудиторії, яка, як і ці медіа, втратила свій дім і землю. Хтось – створив нові стандарти роботи, які змінюють журналістику загалом» [5].

Такі виклики, загрози, котрі формує війна впливають не лише на професію журналіста, але й форматує сам медіаландшафт, створює нові тенденції, інформаційні приводи. Саме про них і поговоримо у наступному розділі.

1.3 Особливості поширення інформації в медіа в умовах воєнного стану

Після Революції Гідності та з початком агресорських дій проти нашої держави, тематика війни в нашому медіапросторі існувала виключно як елемент контексту про міжнародні події, котрі формувалися як такі ,що нас не стосуються. У часовому сегменті займали невеликий відрізок часу, тому не досить були помітними для аудиторії. Вражати могли відео кадри в Сирії, Іраку, мілітаристська агресія проти Грузії та інше. здавалися відбувається десь далеко які на пряму не стосувалися тогочасного сьогодення пересічного українця і займали небагато ефірного часу. Тому досить очевидним є той факт, що вітчизняні медіа ніби були захоплені зненацька і не готовими до тих інформаційних викликів, які перед ними з’явилися з початком збройного нападу на нашу країну.

Події початку 2014 року почали поступово змінювати традиційний інформаційний порядок денний журналістів, змушували зміщувати акцент на інші події, вводити в журналістську лексику нові терміни. Ба більше, змінювалися професії, методики роботи, питання безпеки ставало ключовим у будь-яких розуміннях.

Для початку поговоримо про нові слова, котрі створювалися у ході збройної агресії, формували інформаційні тренди. Одним із тих понять, котре стало популярним серед суспільства, було АТО (зона АТО): «Що таке зона АТО? Район проведення антитерористичної операції – визначені керівництвом антитерористичної операції ділянки місцевості або акваторії, транспортні засоби, будівлі, споруди, приміщення та території чи акваторії, що прилягають до них і в межах яких проводиться зазначена операція» [40].

Відповідний термін з 2014 року став одним із основних у вжитку вітчизняного інформаційного простору. Більшість новин, заголовків та журналістських завдань були присвячені саме діяльності в АТО чи навколо нього. Це поняття, точніше його значення для життя українців важко було осягнути, тим більше візувати, щодо його подальших стадій (переформатування в ООС, а згодом і етап повномасштабної війни) та вплив подій на інформаційний простір.

Якщо говорити про значення АТО для журналістів, то серед них стали популярні заходи, де вони ділилися з колегами порадами, щодо підготовки до поїздки до відповідної локації, речі котрі потрібно брати туди: «… Роман Бочкала навів перелік речей, які журналісту слід узяти з собою, вирушаючи в місце збройного конфлікту:

– додаткові батареї та акумулятори для техніки;

– альтернативний знімальний пристрій, який був би портативним – оскільки не завжди можна дістати велику камеру;

– другий мобільний телефон простої моделі з потужним акумулятором;

– комплект запасного одягу (актуально для телевізійників – для запису стендапа, якщо основний одяг зіпсувався);

– ліхтарик (краще з можливістю інфрачервоного підсвічування, тому що в деяких ситуаціях заборонено використовувати пряме світло);

– складаний ніж (може використовуватися для великої кількості потреб, у крайньому разі як засіб самооборони. Жодної іншої зброї брати з собою не потрібно, це лише погіршить становище журналіста);

– GPS у мобільному телефоні (при цьому вимкнути геолокацію);

– паперова карта – на випадок, якщо не буде зв'язку, крім того, при спілкуванні з солдатами зручніше користуватися звичайною картою);

– альтернативна копія даних (приховані флешки, жорсткий диск – але при цьому оригінальну записану версію не треба видаляти з носія, інакше ті, хто буде обшукувати, можуть запідозрити, що вона десь ще є);

– спальник;

– бронежилет;

– каска;

– вологі серветки (щоб очистити руки перед їжею);

– аптечка (в ній має бути все необхідне для надання першої медичної допомоги – але важливо не просто мати це з собою, а вміти нею користуватися. Тому журналістам важливо пройти курси надання допомоги);

- сигарети (навіть якщо журналіст не курить, пачка чи блок сигарет може стати в пригоді, коли потрібно буде налагодити комунікацію з військовими чи іншими)» [13].

На початку агресії та до моменту повномасштабного вторгнення, різноманітні слова ставали трендовими: тимчасово-окуповані території, анексія Криму (анексований Крим), Кіборги, лендліз, тощо. Вітчизняний дослідник Г. Вусик, вивчаючи військову термінологію, котра з'являлася та примножувалася у ході агресії ворога проти нашої держави у період до повномасштабного вторгнення, наголошує, що деякі слова, які стали інформаційними трендами у медіа, – це, як правило, запозиченні з інших мов, наприклад, німецької, польської, англійської і т.д.

До когорти цих слів варто віднести наприклад «лендліз», що є композицією від англійських lend – «позичати» і lease – «здавати в оренду» [7].

Відомий є той факт, що всесвітньовідомі Словники щороку оголошують результат у номінації «Слово року». Відповідну роботу виконують і в нашій країні. Наприклад, онлайн Словник під назвою «Мислово», який був створений у 2012 році з ціллю засвідчення сленгу, неологізмів, сленгу та тих слів, які є брендовими у вжитку вітчизняному. Тобто такі, які визначали інформаційні тренди нашої держави. На наш погляд, навівши їх перелік, ми зможемо встановити ті тенденції, які були основою українського інформаційного медійного поля. Так званий інформаційний гайдлайн буде таким собі дороговказом, котрий дозволить відстежити інформаційні тренди, у аспекті медійного контенту.

Отже, словом 2014 року, згідно з «Мисловом», стало «кіборги» «… яке отримало своє нове значення у вересні 2014 року, швидко підхопили користувачі соцмереж, а вслід за ними і традиційні ЗМІ та політики… Прикметно, що слово «Кіборги» у значенні “захисники Донецького аеропорту” подарував українській мові у вересні 2014 року проросійський бойовик. Тоді він намагався пояснити, чому передові загони російсько-терористичних військ у всеозброєнні не можуть взяти Донецький аеропорт, який захищає кілька десятків українських військових зі стрілецькою зброєю» [48].

Дійсно, події навколо аеропорту міста Донецьк та героїчної боротьби українських військових у тій локації стали легендарними, а оборонці - героями. «Кіборги вистояли, не встояв бетон» – та фраза, яка однозначно описує ту ситуацію. Існує чимало журналістського матеріалу, як друкованого, так і аудіо-відео форматів, у яких переповідається легендарна битва за аеропорт.

Також додамо, що серед слів, котрі формували інформаційний запит серед вітчизняної аудиторії на той рік були такі, котрі мали позитивну конотацію, так і ті, що були «негативно забарвленими». Серед знакових позитивних слів можна назвати ще два: «волонтер» та «доброволець». Саме волонтери прийняли на себе основний тягар допомоги українській армії та переселенцям з окупованих

територій. А добровольці були першими, хто став на захист України, коли державні збройні формування виявили моральну та технічну неспроможність протистояти зовнішній агресії. Інші слова, які описували 2014 рік, такі як «анексія», «війна» чи «ватніки», мають яскраве негативне забарвлення. Слово «реформи», попри величезний суспільний запит після Євромайдану, не увійшло до списку головних слів року, що минув [48].

Звернемо увагу на той факт, що медіа часто використовують відповідний стиль спілкування, де переслідують ціль деморалізації ворога, доносячи до них меседж, що толерування такої агресорської діяльності не можливе (особливий бурхливий розвиток формації термінів, які демонструють ставлення до ворога відбулися після 24 Лютого 2022 року, чого тільки варта фраза про вказування напрямку ворожому кораблеві). Загалом використання такого стилю є одним із елементів інформаційної війни.

Досить регулярно українські медіа, формуючи інформаційний тренд, використовували слова, які досить оперативно набули популярності серед суспільства та досягли розряду «масового вжитку». Серед флагманських є такі: москаль, лугандон, рашка, кацап, рашизм/рашист, колорад, мордор, сєпар та ін.

Варто додати, що подібну термінологію відносять до розряду мова ворожнечі – «це будь-яке самовираження з елементами заперечення принципу рівності між людьми у правах» [26, с.11]. За словами дослідниці Лептуги, цей термін використовується для позначення слова чи словосполучення, які знаменують напруження в медіа, якщо мова йде про вразливі теми.

У науці присутні й інші лексеми, які позначають таку мову ворожнечі – «вербальний екстремізм», «мовна (мовленнєва) агресія», «мовна демагогія», «мовний конфлікт», «мовне (мовленнєве) насилля», «мовна маніпуляція», «hate speech» («хейт спіч»). Власне термін, «hate speech», початково потрапив до регулярного вжитку в середині XX століття: стартовими локаціями використання словосполучення були США та Європа, а з часом виникали й в інших країнах світу.

Л. Панкратова, В Крат умовно класифікують hate speech за декількома рівнями:

« – жорсткий, до якого можна віднести прямі або завуальовані заклики до насилля, дискримінації, сегрегації певної групи;

– середній – виправдування насилля чи дискримінації, приписування кримінальності певній групі, тверджень про її неповноцінність або поганий вплив на іншу групу чи суспільство в цілому;

– слабкий – створення негативного іміджу групи через закидання моральних недоліків чи згадування групи чи її представників у принизливому контексті, зіставлення груп, зокрема і через поширення тверджень, що одна група заважає іншій» [33].

Варто зауважити, що подібний стиль подачі інформації може мати форму не лише вербальну, але й візуальну: ілюстрації, фото, відео, зображені символи – це та інше може бути проявом мови ворожнечі.

Для ЗМІ регулярне застосування мови ворожнечі не є явищем нормальним, контрпродуктивне в етичному аспекті (варто додати, напевно, у мирний час). Дослідниця Д. Дуцик говорить про те , що знизити рівень «напруги у медіа» (тобто мінімізувати відсоток мови ворожнечі) неможливо, якщо діяти виключно шляхом запровадження цензури чи санкцій щодо такого медіа. На її думку, ефективнішими кроками вважалося б регулярне візування (моніторинг) ЗМІ на предмет вжитку hate speech з боку поважних громадських організацій. Таким чином вони відіграватимуть роль органу, «… які виступлять стримуючим фактором, робота журналістів над подоланням власних стереотипів, усталені етичні норми висвітлення різного роду порушень, зокрема кримінальних, та діалог між медіа та дискримінованими групами» [15, с. 114].

Такі рекомендації є досить доречними, як для діяльності медіа у мирний час, так і в умовах збройного конфлікту.

Не можна оминути увагою рекомендації від І. Земляної, які вона розмістила у посібнику «Журналіст і (не)безпека» і де відстоює думку щодо дотримання принципу балансу думок та етичному підході при подачі інформації

ворожої сторони. Вона підкреслює, що потрібно регулярно використовувати відповідну термінологію: «На перший погляд може здатися, що немає особливої різниці, як назвати протилежну сторону конфлікту…

Проте залежно від того, які означення використовує журналіст, інформаційна стратегія може переходити від журналістики миру до журналістики війни і навпаки». Дослідниця І. Земляна зазначає, що між прихильниками обох сторін точаться суперечки. Адже перші наполягають на важливості протидії російській пропаганді, зокрема і за допомогою використання їхніх методів, наприклад маніпуляцій, мови ненависті тощо, а другі вважають, що такі методи призведуть до розпалювання ворожнечі і, як наслідок, ще більших жертв» [19, с. 18].

З цього варто зробити висновок, що агресія ворога додала роботи вітчизняним медійникам, котрим, окрім збалансованої, професійної подачі інформації, потрібно було також утримуватися від зайвої емоційності та не підіймати «градус напруги» серед суспільства, де спосіб мінімізації мови ворожнечі є запорукою. Залучення штучного інтелекту до вироблення контенту, створювало додаткові труднощі для журналістів, адже тепер варто спростовувати не лише неправдиві повідомлення у форматі тексту, але й ті, які використовують чи то голос, чи то картинку.

І у той проміжок часу, коли фахівці працюють над спростуванням/розтлумаченням одного повідомлення, агресор вже продукує інші, котрі заповнюють інформаційний простір, здійснюють певний вплив на споживача контенту, спонукає до радикалізованих дій у політичному просторі, ігноруючи опцію «критичного мислення».

Резюмуючи питання вживаності мови ворожнечі з початком збройної агресії ворога, варто додати:

1. Російсько-українська війна 2014-2015 років спричинилася до розширення лексичного складу «мови ворожнечі», що застосовується у взаємних оцінках між прихильниками законної влади й сепаратистами.

2. Сторони конфлікту вживають іронічно-зневажливі назви стосовно одна одної, принизливо характеризуючи супротивників за ознаками території, розумових здібностей, політичної орієнтації, злочинних методів воєнної діяльності, соціальної поведінки, національної приналежності.

3. Серед образливих прізвиськ прихильників законної влади з боку сепаратистів вживаються здебільшого слова з етнічною конотацією, що виражається в появі розгалуженого гнізда неологізмів із коренем «укр.» («укри», «укропи», «укропітеки» тощо). Це – відгомін ідеології й політики зверхників ворога та т.зв. днр/лнр, спрямованих на створення негативного етностереотипу українця та на організацію етноциду українців на окупованих територіях.

4. Натомість з українського боку пріоритет належить прізвиськам супротивника, утвореним у зв'язку з їхньою політичною позицією, символікою, світоглядно-поведінковими моделями.

5. Одними із найпопулярніших пейоративів щодо українців стали слова «укри», «укропи» та похідні від них. Це, на нашу думку, пов'язане з суттєвими змінами в колективному несвідомому російсько-сепаратистських учасників подій, які змінили свої уявлення про українців як етнічно неповноцінних і покірних волі «старшого брата» «хахлів» і побачили в них – унаслідок бойових дій – представників самодостатньої української нації [9, с. 51].

Повертаючись до тематики інформаційних трендів, а точніше слів, котрі наповнювали медійний простір з 2015 до 2024-го років, наведемо перелік тих, котрі були уособленням перипетій війн: продуковано журналістами, а значить широко/часто вживані серед вітчизняного населення (світового також).

Якщо говорити про 2015 рік, то зазначимо, що «… блокада – було названо словом 2015 року. Давно відоме слово, яке актуалізувалося в українській мові у вересні цього року, дуже швидко стало однією з головних тем української суспільної дискусії. Попри неоднозначні, а часом і діаметрально протилежні оцінки, громадська блокада повернула анексований ворогом Крим, який на фоні війни на Донбасі відійшов на другий план, у повістку денну України та світу.

Торгова блокада зупинила чорну торгівлю з агресором, у якій Крим виступав як транзитний хаб для подальшого продажу українських товарів»[42].

Додамо, що блокада також згадується у і інших аспектах людського життя:

а) енергетична блокада

б) морська.

Серед інших важливих слів, які хвилювали українське суспільство у 2015 році, можна виділити такі поняття як «корупція», «переселенці», а також «безвізовий режим».

Інтерес до головних слів минулого, 2014 року, таких як «волонтер», «доброволець», «анексія», «війна», «АТО» та «ватніки», дещо знизився, але все ще перебували у фокусі уваги вітчизняного медіа ландшафту.

У таблиці 1.4 подані приклади тих, хто став «переможцем» в інформаційному просторі та тих, хто також були трендовими [48]. Наведення таких даних, на наш погляд, надасть нам змогу відстежувати ті теми, котрі були у фокусі уваги української спільноти, розуміти тенденції інформаційної діяльності і т.п.

Таблиця 1.4. Слова тренди періоду 2016 - 20221 років

Рік	Слово	Аргументація популяризації	Інші трендові поняття
2016	Корупція	Станом на кінець 2016 року окупація Криму та частини Донбасу де-факто призвели до зниження темпів активних бойових дій. Внутрішні державні проблеми, які асоціювалися з екзистенційними загрозами державності (наприклад, мова), знову опинилися у фокусі уваги. Ключовою проблемою, яка регулярно згадувалася у різних контекстах, упродовж відповідного року, стала корупція. Більше того, тогоріч Україна була визнана найбільш корумповано державою Європи і на думку численної кількості громадян держави, завдавала країні більшої шкоди, ніж війна з агресором.	офшор, е-декларація, банкопад, безвіз, брекзит, зрада/перемога

2017	Безвіз	Найкраще відображає настрій та переживання того року. Слово, котре утворилося внаслідок сполучення двох: «без» та «візовий» Новотвір знаходився в центрі інформаційного поля України протягом всього року з піковим інтересом у червні, коли безвізовий режим з ЄС вступив у ді. Під кінець року одне з соцопитувань визначило безвіз головною подією.	Безкарність, агент кремля, заручники, євробляхи, біткоїн, спінер.
2018	Томос	Донедавна було відомо лише вузькому колу фахівців з тематики релігійної та викликало найбільший суспільний інтерес у 2018 році. Вперше у вітчизняному публічному просторі воно з'явилось у квітні того року. Відтоді інтерес до цього слова з боку українських медіа та суспільства лише зростав, і у грудні українці назвали об'єднання церкви та надання томосу головною політично подіє року, що минув.	Євробляхи, безкарність, агресія, воєнний стан, новічок.
2019	діджиталіза ція	Неологізм, який прийшов в українську мову лише кілька років до того та є транслітераціє (англ.) digitalization та означає зміни в багатьох сферах суспільного життя, які пов'язанні з масовим використанням цифрових технологій. Є спрощеною формою від більш точного терміну «цифрова трансформація» та є демонстрацією масштабної світової цифрової революції. Глобальні тогочасні тренди: зміна клімату, проблеми ґендерної ідентичності, не отримали відповідної уваги серед вітчизняного суспільства.	Держава в смартфоні, Зе, монобільшість, турборежим, розведення, червоні лінії, полонені.

2020	коронавірус	Вірус справив визначальний вплив на життя суспільства у світі, українського зокрема. Слово набуло широкого вжитку, інформація про пандемію стала трендовою, породжуючи не лише новинний контент, але й розважальний - теми, колажі, жарти і т.п.	Пандемія, карантин, самоізоляція, вакцина, дистанційний, перемир'я, децентралізація, криза.
2021	вакцина	Очевидно продиктоване пандемією коронавірусу, але вже як шлях вирішення проблеми. Цей термін та похідні від нього («вакцинація») повністю домінували в інформаційній дискусії року. Цікавим є факт, що вітчизняний аналог «щеплення» переважало у вжитку «вакцинацію» аж до початку кампанії масового щеплення від коронавірусу.	Антивакцинатор, ревакцинація, бустерна доза, імунізація, імунітет, деолігархізація, вагнергейт, війна.

Перша фаза війни з агресором, котра мала відрізок у вісім років, ознаменувалася різними інформаційними трендами та контекстами. Початкові роки наповнювали медійний простір темами війни (та тими, котрі до неї дотичні). Такі тренди також пов'язані з гарячою фазою війни, що відповідно і спонукало до формування запитів. Коли війна з фронту «почала» вміщатися в інформаційну площину, відповідно і змістився фокус інтересів нації, медійників. Більше уваго почало приділятися тематиці корупції: зароблянню на крові, блокаді.

2017 та 2018 роки характеризуються соціальними трендами в інформаційному просторі, адже отримання безвізу та томосу не могли не стати трендовими. Проте, як видно з таблиці, досить запитуваними були теми безкарності, агресії, війни, тощо. У цій ситуації варто віддати належне журналістам, особливо сфери розслідування, котрі регулярно намагалися

«підсвітити» цю проблематику і не дозволяли політикам ввести в оману суспільство про прозорість, нульову толерантність до махінацій і т.п.

Період, який знаменується приходом до влади Зеленського, асоціюється (в аспекті інформаційних запитів) спочатку з динамічним стартом в напрацюванні, прийнятті законів, а також трансформації більшості державних послуг у смартфон (створення «Дія»). У 2020 та 2021 роках в основному обговорюється тематика пандемії, коронавірусу та тих похідних, котрі вона створила. Рік до повномасштабної війни світова спільнота намагається знайти медичну протидію вірусу, а медіа регулярно комунікують щодо цієї тематики, даючи опцію вибору для споживачів контенту.

Незважаючи на глобальний тренд у комунікації, котрий асоціювався в основному з «коронавірусом», «вакциною», «карантином» і т.п., з другої половини 2021 року в інформаційному просторі нашої держави все частіше з’являється тематика продовження гарячої фази війни з агресором, потенційному розширенню географії військових дій.

Інформаційні тренди (контекстуальні), які панували у вітчизняних медіа в наступні три роки, відтворені в таблиці 1.5. Напевно, досить передбачувано, що ключовими темами будуть «… війна, боротьба з ворогом, проблематичність у мобілізації» [48].

Таблиця 1.5 – Слова тренди періоду 2022 - 2024 років

Рік	Слово	Аргументація популяризації	Інші трендові поняття

2022	русский военный корабль, иди на …	Така відповідь нашого захисника о. Зміїний окупанту стала трендом спротиву держави збройній агресії. Вислів є рімейком неформальної національної ідеї, котра була запропонована українським митцем Подерев'янським ще у 2014 році, — «від…ться від нас». Застосування такого та інших ненормативних висловів багатьма представниками нашого суспільства, засвідчує багатошарову рефлексію на дію ворога, що є характерним для війни.	Катастрофа, біженці, ЗСУ, волонтер, геноцид, Байрактар, терор, допомога.
2023	Мобілізація	Термін перебував в епіцентрі державної інформаційної дискусії, впродовж цілого року та з піковим інтересом суспільства у Грудні, коли уряд вніс до парламенту досить протирічний законопроект про мобілізацію. Слово «мобілізація» потіснила іншого фаворита, контрнаступ, який, на жаль, отримав значно більше медійної підтримки, аніж реально-військової реалізації і, як наслідок, приніс більше розчарування, аніж досягнень.	Ухилянт, позиційна війна, літо в Криму, конфлікт, дрон.
2024	Бусифікація	Неологізм, який позначає примусову мобілізацію за прискореною процедурою, перебував в епіцентрі суспільної уваги 2024 року. Термін говорить суспільству, що існують реальні проблеми з мобілізацією, коли кількісні показники переважають над якісними, а права людини (подекуди разом зі здоровим глуздом) відходять на другий план. Слово є похідним від кореня "бус" у значенні "мікроавтобус" та суфіксоїда "-іфікація", котрий знаменує дію чи перетворення (від лат. facio — роблю). Таке утворення реалізується за схожою схемою, що і «верифікація».	СЗЧ (самовільне залишення частини), Курська операція, втома, переговори, МСЕК (медико-соціальна експертна комісія), популізм, Магура, лалохезія (використання лайки для зняття болю або стресу), квадробери (представники дитячої субкультури, які копіюють тварин).

Як і передбачали, основа тем та інформаційних заголовків стосується тематики війни. Досить показовими є 2023 та 2024 роки, коли у медіа жваво обговорювалися пункт «мобілізація», котрий був досить резонансним для суспільства. Чимало дискусій, скандальних відео, дописів, жартів, мемів і т.п. контенту стосувалися саме цього питання. Якщо говорити про професійний підхід до висвітлення такого питання, то зауважимо на тому факті, що профільна організація «Комісія з журналістської етики» окремо видала рекомендації (вміщені у вісім пунктів) щодо алгоритму дій для журналіста при описі мобілізації:

« 1. Порушуйте теми, які справді хвилюють українців у зв'язку з мобілізацією. Це не лише роз'яснення важливості мобілізації у воєнний час, а й дотримання закону, прав мобілізованих, справедливість рішень, взаємодія центрів комплектування із підрозділами Збройних сил України. Якщо ці теми не обговорюють українські медіа, аудиторія шукатиме інформацію в інших джерелах, в тому числі тих, які контролюються країною-агресором.

2. Покажіть приклади успішного розв'язання проблем, які виникають під час мобілізації.

3. Уникайте узагальнень і «ярликів» («ухилянти»), якщо провина людей, про яких ви пишете, не доведена, – наприклад, якщо йдеться про вручення повісток в людних місцях.

4. Не порівнюйте вручення повісток із «полюванням» чи «відловом» чоловіків (На них також почали «полювати»: на Закарпатті повістки вручили в одному з освітніх закладів).

5. Перевіряйте й уточнюйте інформацію з офіційних джерел, ставте додаткові запитання для того, щоб бути максимально точними. Наприклад, в новині «Начальник Чернівецької ОВА Запаранюк дозволив працівникам військкоматів на Буковині здійснювати перевірку документів» бракує відповіді на запитання, в яких саме місцях працівники центрів комплектування можуть перевіряти документи: на блокпостах, на вулиці, на роботі, у квартирах?

6. Ретельно перевіряйте інформацію, яка з'являється в соціальних мережах (приклад: На Закарпатті хлопець втратив свідомість після того, як йому «вручили» повістку). З'ясуйте, хто є першоджерелом, що відомо про цю людину і чому вона оприлюднила певну інформацію. Знайдіть підтвердження в інших джерелах, не пов'язаних із першим. Використання без перевірки інформації лише з одного джерела, часто анонімного, є порушенням.

7. Враховуйте, що автори дописів у соціальних мережах можуть бути упередженими й переслідувати власний інтерес.

8. Не підтримуйте інформаційно хибну практику вручення повісток за правопорушення (Повістки за дрифт: у Києві оригінально покарали вуличних гонщиків). Такий підхід представляє військовий обов'язок як форму покарання, а не захисту своєї країни від ворога» [21].

Тема мобілізації була однією із тих, на котру багато зусиль спрямовував ворог, щоб зірвати цей процес, призупинити поповнення ЗСУ новобранцями. Тому на вітчизняній журналістиці лежало відповідальне завдання відрізняти правдиву інформацію від ворожих вкидів, демонстративно користуватися тільки офіційними джерелами, тим самим даючи суспільству зразок якісної медіаграмотності, що сприяло захисту національної безпеки.

Станом на кінець 2024 року IMI оприлюднило репрезентативне дослідження, яке стосувалося саме цієї тематики: «Моніторингове дослідження IMI зафіксувало 371 публікацію зі словом «мобілізація». Понад половину з них (54,2 %) наводять цю лексему в нейтральному контексті. Частка матеріалів із негативними згадками становить 35,3 %. Пів року тому вона дорівнювала 41,9 %. Водночас позитивну конотацію щодо мобілізації мають 10,5 % публікацій. Попереднє дослідження виявило 12,6 % таких матеріалів. Їхня частка скоротилася» [1].

Така статистики є черговим підтвердженням того, що медіа вдавалися до маніпуляційних методів, тим самим створюючи негативне тло для процесу мобілізації. Відповідна діяльність робила слабшими наші позиції на фронті, погіршувала аспект ротації військових, демобілізації, тощо.

Ми вже описали контекстний аспект російсько-української війни, виокремили теми та поняття, котрі стали трендовими, у якійсь мірі визначальними.

Тепер поговоримо про канали поширення/споживання інформації в аналізований нами відрізок часу, де особлива увага буде приділена ІІ етапу війни: « Початок повномасштабного вторгнення призвів до різкого зростання використання соціальних мереж як джерела новин, а також посилення ролі традиційних джерел інформації.

Соціальні мережі використовують 76,6% українців, 66,7% – телебачення, 61,2% – інтернет за винятком соцмереж. Це свідчить про зростання потреби в більш оперативних джерелах інформації, однак призводить до того, що споживання дезінформації також зростає.

Після ескалації бойових дій українці почали більше довіряти телебаченню та радіо. Крім того, наразі також помітне зростання довіри до соціальних мереж: вона вища на 6%, ніж до інших джерел інформації онлайн, а серед усіх інших джерел новин соцмережі перебувають на 2-му місці за рівнем довіри.

З початку широкомасштабної агресії провідним джерелом інформації для українців став месенджер Telegram, за ним опинився YouTube, а Facebook змістився на третє місце з першого, яке до того він посідав стабільно декілька років поспіль.

Найпопулярнішим джерелом інформації за останні два місяці виявилися соціальні мережі: ними для отримання новин користуються 76,6% українців.

На другому місці – телебачення з 66,7% голосів.

Третє місце взяв інтернет (за винятком соцмереж) – 61,2% користувачів.

Радіо наразі слухають близько 28,4% громадян України, а друковані ЗМІ читають лише 15,7% опитаних» [50].

Ці дані, котрі були подані авторкою у середині 2022-го року є актуальними і до нині, адже українці споживають найбільше інформації саме із соціальних мереж. І тому є декілька пояснень:

– оперативність оновлень інформаційних повідомлень, котрі сприяють отриманню інформації буквально щохвилини;

– мобільність, яка відіграє нині значну роль, особливо для поінформування наших співвітчизників про потенційні загрози обстрілу ворожих атак;

– домінування відеоконтенту, котрий досить зручно переглядати при умові наявності гаджету.

Хоча соціальні мережі забезпечують надто швидке поширення контенту, надає можливість переглядати відео, читати тексти та слухати аудіо навіть в одному повідомленні, проте популярність такого каналу поширення інформаційних трендів має й свої негативні сторони. Одна із них — анонімність, а відповідно й зростаюча загроза поширення неправдивої інформації, «зливів» мови ворожнечі.

Організація «Опора» здійснила аналіз споживання контенту суспільством і прийшла до такої гіпотези: «Саме тому громадянське суспільство та наукова спільнота приділяють стільки уваги проблемі соціальних мереж – питанням медіаграмотності та інформаційної гігієни для захисту від дезінформації та інших способів маніпулювання громадською думкою, а також проблемам загальної цифрової грамотності в контексті безпеки персональних даних та іншої приватної інформації» [43].

Медіа спільнота регулярно фіксує як ворог застосовує багаторівневі інформаційні операції як частину своєї воєнної стратегії. До таких ми можемо віднести:

– фабрикацію відео та фото;

– використання ботоферм і координацію ворожих каналів;

– створення фейкових акаунтів та мемів;

– масові кампанії деморалізації;

– маніпуляції на темах біженців, економіки та військових дій та багато інших тематики.

Вітчизняні видання створили окремі сторінки, де окремо опрацьовують створені ворогом повідомлення: пояснюють у чому неправдивість, уточнюють

як була сформульована офіційна позиція, наводять адреси офіційних джерел та інше.

Загалом, боротьба з інформаційними «вкидами», поширенням неправдивої інформації стала досить протирічною, адже публікуючи методи, котрі варто використовувати для боротьби з відповідними явищами у медіа, тим самим надаємо ворогові підказку/антидот щодо відповідного контенту власного виробництва.

Зокрема, одна із вітчизняних дослідниць І. Земляна наводить перелік порад, котрі мають сприяти визначенню шкідливих повідомлень, забезпечать точність інформації, що подається, у ході процесу висвітлення теми війни:

– перевіряти джерела інформації (зокрема і документи та задокументовані свідчення), на які спирається публікація, на достовірність;

– використовувати дані з першоджерел та свідчення очевидців, які потрібно відмежовувати від слів власне журналіста;

– вказувати імена експертів та очевидців, за потреби можна зазначити, що редакція не поділяє думку, що була висловлена;

– виправляти допущені помилки та забезпечити поширення спростування;

– публікація не повинна містити закликів до насилля або розпалювання ворожнечі;

– повідомлення про конфлікт має бути збалансованим [19].

Загрози від війни у збройному аспекті, баталії на інформаційному полі спонукали журналістів вдаватися до нетрадиційних рішень, щоб залишатися на зв’язку зі своєю аудиторіє, доносити правдиву інформацію до них. Іншими словами, агресія ворога спровокувала процеси професійної адаптації та стійкості серед українських ЗМІ, де вони:

– мали у більшій мірі перейти на дистанційні редакційні моделі;

– активно та оперативно впроваджувати раціональні заходи цифрової безпеки;

– інколи вдаватися до методів використання зашифрованих каналів комунікації;

– йти на комунікацію та кооперацію з журналістами зі всього світу, щоб разом доносити інформаційні меседжі до суспільства;

– оперативно створювати, розвивати механізми, котрі функціонували за алгоритмами фактчекінгу;

– тимчасова, тривала евакуація власних редакцій та релокація в безпечні регіони.

З виникненням потенційної та реальної загрози для певної локації, стало важливо саме висвітлення ситуацій на місцях: щодо повітряних тривог, процесу евакуації жителів, надання гуманітарної допомоги, забезпечення населення необхідними засобами для життя і т.п. Війна є тим бар'єром, котре в собі містить декілька похідних, які інколи виникають одночасно і долати їх потрібно відповідно, тому «… українські регіональні медіа стикаються з безпрецендентними викликами, які загрожують їх існуванню. Так, труднощів багато, однак ми зобов'язані не просто вижити, а розвиватися і працювати далі, шукати негайних та комплексних рішень, аби зберегти незалежне регіональне інформування, яке є життєво важливим для громад у складні часи» [45].

Ще одним інформаційним трендом у цій війн є активне, багатогранне залучення гумористичного контенту, як одного із елементів подачі інформації, її опрацювання. Меми, сатира, короткі відео та креативні ролики виконують функцію:

– психологічної стійкості;

– висміювання ворожих фейків;

– зниження впливу пропаганди;

– мобілізації громадської думки.

Одне із вітчизняних електронних видань пише про доречність використання гумору нашими громадянами у часи війни. Парадоксально, що соціум досить регулярно апелює до цього жанру: «Українці жартують про повітряні тривоги та навіть очікування ядерних ударів. У поціновувачів чорного гумору були усі шанси розкрити свої таланти, жартуючи з «дуже хороших» росіян-окупантів. Військові на передовій вигадують свої меми: під роздачу може

потрапити будь-що, навіть бобри. Так само і поранені часом знаходять сили сміятися зі своїх недугів.

У чому сила гумору? Він дозволяє зняти напруження, пояснювати складні речі просто через жарти та аналогії та не втрачати жаги до життя. Гумор також – ефективна зброя проти рашизму, яка руйнує його пафос та брехню. Але, беручи гумор на озброєння, суспільство не повинно впадати в крайність – недооцінку ворога та надмірну самовпевненість» [48].

Один із закордонних дослідників, вивчаючи генезу сатиричного контенту як реакції на конфлікт, писав, що «… ще давньогрецькому поету Аристофану вдалося завершити написання 4 комедій, у той час коли йшла Пелопенейська війна (432 р. до н.е. – 404 р. до н.е.)» [56].

Досить оригінально та креативно апелювали до гумору у XIX столітті, де він був використовувався як засіб для висміювання дій супротивників. Висміювання, а значить деморалізація бойового духу, мала ставати запорукою отримання ініціативи на полі бою заздалегідь, при цьому джерелом інформаційних атак ставали публікації опонентів, а значить суперники уважно слідкували один за одним, у пошуках слабким місць. Зокрема, коли Союз Конфедерації звернулися до волонтерів з пропозицією долучатися до їх лав, де основною ціллю було селекція групи осіб у кількості понад 75 000 добровольців, то супротивники створили повідомлення, якее мало різко знизити бажання до такого залучення адже «опублікували оголошення «Розшукуються 75 000 трун» [15].

Висміювання ворога визнавалася як рутинна техніка протягом кількох століть. Жартами намагалися принизити противника, підірвати у опонента бойовий дух з середини. Ба більше, таким чином прагнули зміцнити необхідну солідарність під час небезпеки. Наймасштабніше зростання військового гумору спостерігалося у часи Першої світової війни, коли продукувалися так звані «окопні» газети та «фронтові» журнали, які часто наповнювалися жартами, сатирою та іронією, до того ж, видавалися самими солдатами.

Отже, у першому розділі ми дослідили генезу військової журналістики, ознайомилися із ключовими періодами, коли представники медіа висвітлювали тематику збройного конфлікту.

Також ми проаналізували основні виклики, обмеження та права, які регулюють діяльність спеціалістів зі сфери засобів масової інформації: які стратегії поведінки у тій чи іншій ситуації, як працювати над власним психологічним станом, тощо.

І, нарешті, ми ознайомилися з інформаційними трендами медійного простору нашої держави, які були найбільш популярними, мали високий попит серед реципієнтів інформації. Також, до фокусу уваги потрапили слова (тренди), які були дещо «у тіні», якщо порівнювати з «лідерами». Оскільки аналізований нами період (прямо) збігається з етапом початку російсько-української війни, то й слова, котрі мали попит є відповідними.

У фокусі уваги суспільства були війна, корупція, томос, диджиталізація, пандемія та вакцина від неї, а з 2022 року все «оберталося» навколо збройної агресії ворога. Суспільство жваво обговорювало фронт, крилаті вислови, продекламовані військовими, жарти, сатира. Також масового вжитку зазнали тематики мобілізації (точніше сказати «бусифікації»), корупції в політичних та мілітаристських колах, тощо.

РОЗДІЛ 2
ІНФОРМАЦІЙНІ ТРЕНДИ В ЧАСИ ВІЙНИ (НА ПРИКЛАДІ ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯ «УКРАЇНСЬКА ПРАВДА»)

2.1 Особливості висвітлення війни вітчизняним медіа «Українська правда»

Спочатку коротко про саме медіа, при вимові назви якого багато хто згадує Георгія Гонгазде і історію, яка з ним трапилася (за часів президентства Л. Кучми). «Українська правда» була заснована 16 квітня 2000 року і цього року вже відзначали 25-річчя від дня свого заснування. У 2000 році Георгій Гонгадзе разом з Оленою Притулою заснували «Українську правду» у відповідь на цензуру, що панувала в медіапросторі пострадянської України. Це були перші роки інтернету. Сайт відвідували не більш як 15-20 людей на добу. Але українці були спраглими до правди [45].

Додамо, що замовник/и викрадення та вбивства журналіста до цього часу юридично не ідентифіковані. Існують теорії, розповіді в інтерв'ю, але жоден суд не встановив істину ситуації, котра трапилася понад 25 років тому. Ба більше, ще одна трагічна загибель є в пасиві «УП». Тепер вбивство здійснюється у 2016 році і спосіб реалізації був досить зухвалим: у ранковий час, у центрі столиці, а жертва – один із провідних журналістів аналізованого нами медіа. «У середу вранці (*прим. автора – 20.07.2016*) в результаті вибуху машини загинув відомий журналіст Павло Шеремет *(прим. автора - див. Рисунок 2.1. авто, у якому перебував Павло Шеремет під час вибуху)*.

За інформацією УП, машина вибухнула на розі вулиці Богдана Хмельницького та Івана Франка навпроти ресторану МкДональдс. Ця машина належала керівнику "Української правди" Олені Притулі, але її в машині не було… Вибух стався о 7:45 ранку, коли Шеремет їхав у машині.

На місце прибула поліція.

Станом на 8:50 на місце прибул глава Національної поліції України Хатія Деканоїдзе. Павел Шеремет народився і виріс в Білорусі. Прийшов у журналістику із банківської справи. Працював на Білоруському телебаченні та ОРТ. Через конфлікт з режимом президена Лукашенка, арешти та засудження до умовного строку, Шеремет переїхав в Росію, де працював на ОРТ. Був ведучим головної новинної програми «Время».



Рисунок 2.1 – Авто у якому перебував Павло Шеремет під час вибуху

Останні п’ять років Шеремет жив в Україні, працював журналістом в «Українській правді» та ведучим на різних каналах телебачення і радіо» [26].

Ситуація з розслідуванням і цього вбивства (яке до того ж трапилося під час російсько-української війни) до цього часу не завершена. Були підозрювані кого й заарештовували, а потім відпускали на свободу. Були різні версії, здогади, свідчення, проте факт такий - ніхто не засуджений, нуль покараних.

Видання «Українська правда» завжди входило до когорти найбільш рейтингових вітчизняних медіа. Особлива ця роль посилилася і після повномасштабного вторгнення агресора. Інститут масової інформації регулярно наводить перелік видань рекомендованих для споживання інформації. Особливістю цих медіа, на

думку інституції, є дотримання стандартів журналістики. Так, навесні 2024 року був оприлюднений черговий перелік, де у когорті Топ-11 опинилося й медіа, що було засноване Георгієм Гонгазде (рис. 2.2.).



Рисунок 2.2 – Список прозорих і відповідальних медіа

Додамо, що до «білого списку» IMI (за друге півріччя 2024 року) додалося ще два видання і їх стало загалом 13 і «… ввійшли такі редакції: Суспільне, Радіо Свобода, «Українська правда», «Бабель», Громадське, «Тексти», ZN,ua, «Еспресо», «Слово і діло», «Український тиждень», Громадське радіо, NV та «Ґрати»» [2]. І як бачимо, аналізоване нами медіа знову у когорті зразкових. Варто відзначити таку роботу редакції, котра «не зламалася» після двох резонансних вбивств провідних журналістів видання.

На наш погляд, одним із елементів такої успішної діяльності є чітка визначеність редакції щодо своєї роботи, вдалий підбір журналістів за ціннісним

принципом, вірність вісьмом робочим правилам, про які «Українська правда» заявила на своїй сторінці**:**

«1) Ми відповідаємо за точність інформації, яка поширюється нашим виданням

Ми завжди прагнемо точно та правдиво висвітлювати події. Точність для нас є важливішою за швидкість. Інформація, яку ми поширюємо в новинному блоці, повинна мати тверді докази, отримані з надійних джерел, вона має бути ретельно перевірена перед публікацією.

При цьому ми публікуємо не лише те, що відповідає позиції редакції. Заява політика з питання, за яке він відповідає, може стати приводом для новини, навіть якщо ми не поділяємо його думку.

2) Ми визнаємо свої помилки та перепрошуємо перед читачами

Якщо нашим виданням ненавмисно було поширено неправдиву або неточну інформацію, ми виправляємо її та перепрошуємо за помилку.

3) Ми шануємо багатоманітність думок

Ми прагнемо відображати всі значущі думки, у тому числі і через конфлікти різних точок зору. Що серйознішою є критика чи звинувачення, про які ми повідомляємо, то чіткішим є наше зобов’язання надати право на відповідь. Ми відкриті і готові до широкої дискусії та всебічного обговорення матеріалів, опублікованих на сайті "Української правди".

4) У своїй роботі ми керуємося суспільним інтересом

Під час публікації резонансної інформації ми завжди виходимо з позиції суспільного інтересу та зважаємо на те, чи не вводить хтось в оману суспільство, приховуючи важливі факти.

5) Ми поважаємо приватне життя

Ми поважаємо принцип недоторканності приватного життя та не порушуємо його без достатніх на те підстав, але враховуємо те, що суспільний інтерес має вищий пріоритет. Ухвалюючи рішення про публікацію даних про публічну особу, ми шукаємо баланс між суспільним інтересом та повагою до приватності.

6) Ми гарантуємо анонімність джерела інформації, коли це необхідно

Ми з повагою ставимося до наших джерел інформації. Джерела інформації, яким ми обіцяли конфіденційність, зберігають захист за будь-яких умов. Але за можливості джерела інформації мають бути вказані якомога точніше, аби читач міг сам визначати надійність походження інформації.

7) Ми стоїмо на захисті прав людини

Ми не допускаємо упереджених або принизливих висловів щодо раси, кольору шкіри, віросповідання, статі, сексуальної орієнтації або фізичного чи психічного захворювання будь-якої людини.

8) Ми цінуємо та захищаємо свою незалежність

"Українська правда" була створена та лишається під керівництвом українських журналістів з 2000 року. Ми вважаємо одним із наших найбільших здобутків свою незалежність від політичних партій та великого бізнесу, яка зберігається від заснування і донині. Будь-яке намагання вплинути на нашу роботу з боку політиків, чиновників та представників бізнесу ми можемо розцінювати як тиск» [42].

Війна, котру розпочав ворог ще у 2014 році стала певною несподіванкою і для «УП» також. Хоча редакція намагалася оперативно подавати інформацію про події в Криму, луганську та Донецьку. Проте їм було непросто у перехідний період сформулювати стандарти, формувати спосіб інформування про війну, тобто плекати відповідних журналістів. Про складності для роботи медіа у часи війни, виклики та завдання говорила діюча головна редакторка медіа «Українська правда»:

«1. Велика проблема західного світу в тому, що він не розуміє цієї частини світу, не розуміє пострадянського простору, не розуміє росії та не хоче вивчати, на жаль. Це має бути змінено. Мені здається, зокрема зараз унікальний час, аби змусити академічне середовище США та інших країн змінювати своє ставлення до України.

2. А щодо наших проросійських "журналістів", мені здається, вони не займалися журналістикою – вони весь час були солдатами інформаційного

фронту. Я їх не сприймаю за журналістів та колег. Або ці люди не є журналістами, тому що в них просто критичне мислення відсутнє, або вони не є журналістами, тому що робили це за гроші. Один із уроків цієї війни – ніколи знову жодного заграванння, жодної толерантності до російських зазіхань: російського інформаційного простору, російських і проросійських політичних сил.

3. Рівень втрат, рівень жертв, рівень ціни, яку сплачують українці за можливість змін, настільки безпрецедентний, що ми просто не можемо знову допустити корупції. Якщо війна завтра закінчиться, а ми – є Михайло Ткач, є інші програми розслідувань – будемо знову розповідати про зловживання або заробітні плати в конвертах, я особисто цього не зможу сприймати, мені буде дуже боляче. Дуже сподіваюся, що такі практики залишаться в минулому.

Ми будемо робити все можливе й неможливе, щоб викривати це, розповідати суспільству, а також, щоб покарання за такі зловживання було дуже серйозним і стовідсотковим» [30].

На жаль, слова головної редакторки щодо мінімізації корупції не справдилися, а кількість розслідувань на цю тему (під час війни) зросла: чого тільки варта справа «Мідас/Міндіч гейт». Проте, важливим є той факт, що медіа поставило за мету щиро говорити про війну, визначило додаткові цілі, які супроводжуватимуть цей процес.

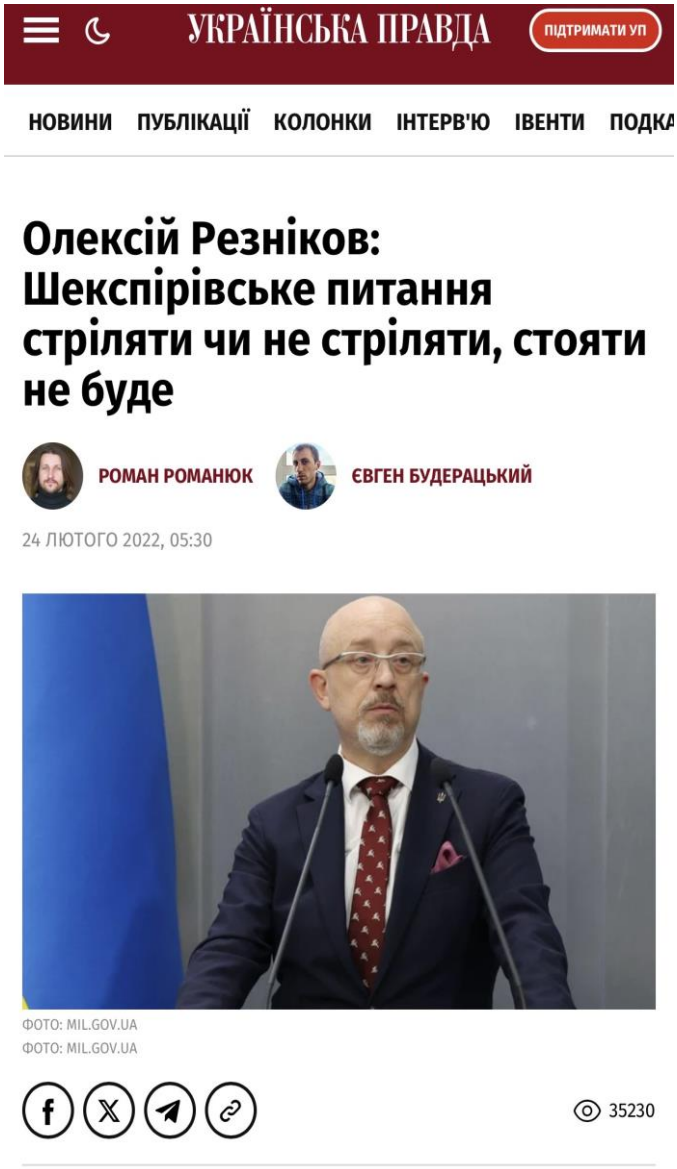
На передодні повномасштабного вторгнення (14.02.2022 року) «Крим Реалії» публікує інтерв'ю з очільницею «УП» під заголовком ««Тривожної валізи в мене немає». Севгіль Мусаєва – про можливе вторгнення Росії та ситуацію в Криму» [30].

Варто відзначити, що вона досить часто дає інтерв'ю, коментарі, бесіди, пише колонки, публікує тексти своїх виступів на міжнародній арені, тим самим намагаючись підтримувати інформаційний тренд щодо відкритості, прозорості, доступності очільників медіа.

У ході розмови з журналістами Севгіль Мусаєва роздумує: «Багато моїх знайомих говорили що якби Путін хотів це зробити (йдеться про вторгнення, –

КР), він би зробив це досить давно. Але ми живемо зараз у такому тимчасовому відрізку, коли взагалі складно говорити про те, як ситуація розвиватиметься.

На тлі висловлювання Путіна на зустрічі з Макроном (президентом Франції, – КР), коли російський президент сказав: «Нравится, не нравится – терпи моя красавица» – а йдеться про зґвалтування – мені здається, у деякому плані поведінка України останні вісім років сприймається російським лідером як



зрада.

Рисунок 2.3 – Інтерв'ю з очільником МОУ Олексієм Резніковим

Якщо ми згадаємо риторику агресора, коли він готувався до якихось активних дій, він якраз використовував подібні вирази. Це дзвіночок досить

тривожний. Але при цьому ми повинні холоднокровно ставитися до даних розвідки. Не нагнітати ситуацію, бо частина плану – це, зокрема, тиск на нас» [37].

У цих рядках бачимо спробу очільниці видання заспокоїти суспільство, не давати оманливих обіцянок, прогнозів, апелює до слів агресора та проводить аналогію щодо потенційного значення таких фраз. Можна сказати, що вона таким чином виконувала роль такої собі інфлюєнсерки – думка чия важлива для соціуму, є трендовою.

Проте на шляху бути вірним своїм інтересам, цінностям, траплялися різні казуси, як наприклад той, що мав місце 24 Лютого 2022 року. Саме у той ранок, коли вбивці атакували нашу країну по всьому її периметру «Українська правда» виставляє на своїй сторінці матеріал за авторством Романа Романюка та Євгена Будерацького. Це було інтерв'ю з тогочасним міністром оборони нашої держави і мало заголовок «Олексій Резніков: Шекспірівське питання стріляти чи не стріляти, стояти не буде» (див. Рис. 2.3).

Проблема, можливо навіть доречним буде дібрати визначення «фіаско», редакції полягало у тому, що на запитання журнаілстів «Чи може агресор наступати на Київ по білоруському напрямку?», міністр відповів: «Дивіться, все може бути. Тому що вплив, це бачимо, створення Союзної держави насправді є.

Знаєте, що смішно? Очільника Кремля лякає наближення НАТО до його кордонів. Але в той же час він сам наближається до НАТО через вплив на Білорусь. Тому все може бути завтра. Але станом на сьогоднішній день, **от ми з вами розмовляємо 22 лютого**, складно уявити. В мене друзі займаються автоспортом, я теж колись був чемпіоном України, майстер спорту, саме по їзді по бездоріжжю. Я на своєму багі тричі від Києва до Шацьких озер проїхав вздовж кордону з Білоруссю, тисячу з чимось кілометрів. Я знаю, які там місця, які там болота, які там торф'яники, які там ліси.

Зараз мої друзі тренуються, приїхали звідти і кажуть – все те, що ти знаєш, ще гірше. Вода вже стоїть всюди. Тобто немає вже замерзлого, тільки по дорогах можна рухатися. В інший спосіб ви не перейдете там, тим паче з технікою. Ну і

треба ще пройти непоміченим, щоб тебе не вгатили. Ми ж там не просто так люльку палимо. 9 тисяч (особового складу – УП) сьогодні тих, яких ми виявили. Ок, нехай їх більше. Ну це несерйозно – 180 кілометрів треба пройти, **щоб добратися до Києва, якщо сценарій саме з Білорусі. Це нереально**» [3].

Тобто, у той момент, коли ракети та артилерія спрямовували снаряди на нашу держава, виходить матеріал на сторінках «УП», у якому профільний міністр повністю піддає сумніву повномасштабне вторгнення та напад на країну через напрям північно-білоруський, а це дійство відбувається саме у відповідний час.

Такий казус у журналістській професії є досить непростим, із випадків, коли не зразу розумієш як реагувати. Тим не менш, редакція взяла до уваги цей кейс і не раз працівники медіа згадувала його (у т.ч. Севгіль Мусаєва) як повчальний. Ба більше, ще одна цитата, яка там присутня могла стати заголовковою: «***Вадим Міський*** **(***прим.автора - журналіст подкасту «Медіуми»***)**: Ось зараз 2 мільйони 235 тисяч 92 перегляди новини «Путін почав війну в Україні» станом на момент запису нашого цього подкасту. Але, крім новини про початок війни, на стартовій сторінці «УП» того ранку була цитата тодішнього міністра оборони Резнікова, що Київ не бомбитимуть, хоча Київ уже був під вогнем. Ось цей заголовок: «Київ – це другий Єрусалим. Путіну бомбити Єрусалим звучить сумнівно».

Євген Будерацький (прим.автора - один із журналістів, хто брав те саме інтерв'ю у очільника МОУ): Інтерв'ю з Резніковим було напередодні, воно дуже швидко писалося. Ввечері 23-го в редакції ми залишилися з Севгіль (Севгіль Мусаєва – головна редакторка «УП») удвох, думали про це інтерв'ю, сперечалися про заголовок. У мене був варіант «Шекспірівське питання "Стріляти чи не стріляти" стояти не буде». А в Севгіль був варіант «Київ. Другий Єрусалим. Путіну бомбити Єрусалим звучить сумнівно». Ввечері 23 лютого відправили на верстку це інтерв'ю, і о 5.30 воно мало вийти. У цьому хаосі, який творився у перші години вторгнення, воно так і висіло. Аж 2,5 години в момент початку Великої війни – і висить текст, у якому міністр оборони країни говорить,

що в Києві ніхто бомбити не буде. І так до восьмої ранку, поки хтось із читачів напряму не зателефонував мені чи Севгіль і не сказав: а що ж у вас узагалі стоїть на головній сторінці? Навіть не наступного дня, а годин через 15, після того, як Резніков це сказав, усі його слова були перекреслені» [32].

Про цю ситуацію працівники редакції будуть згадувати регулярно, коли говоритимуть про колізії у роботі журналістів, динаміці поширення інформації та як війна змінює роботу ЗМІ.

У наступному підрозділі ми розглянемо рівень запитів інформаційних трендів, котрі ми визначили у попередньому розділі, на сторінках аналізованого нами інтернет-видання.

2.2 Інформаційні тренди інтернет-видання «Українська правда»

У розділі 1.3 у створених нами таблицях, ми навели перелік слів, які ставали брендовими у відповідний рік в Україні. Пропонуємо для початку за основу взяти ці слова та проаналізувати їх вживаність на сторінках обраного нами медіа.

Але спочатку вкажемо на той факт, що перше згадування про війну на сторінках матеріалів «Української правди» (у контексті поточного російсько-українського збройного конфлікту) з'явилося у матеріалі від 27 Лютого 2014 року. Матеріал під назвою «Яценюк: Росіяни, не воюйте з нами» [62]. Нагадаємо, що саме цього дня був призначений уряд, після подій на Майдані (Революція Гідності), котрий очолив А. Яценюк. Саме у своєму зверненні до Верховної Ради України (ще у статусі кандидата на посаду), він продекларував таку фразу: «Росіяни, не воюйте з нами. Ми з вами друзі. Ми партнери. Ми з вами повинні іти разом» [62].

Тут не дослівно використовується «війна», проте слово вживане кандидатом є:

– спільнокореневим до нього;

– виражає тотожні смисли, процеси та дії, які мають на меті реалізувати збройний напад, агресію військового вторгнення.

Власне слово «війна» було розміщено у матеріалі «Independent: кримське питання може призвести до війни» [63] і був датований 28 Лютим 2014 року. Вже у самому заголовку ми бачимо відповідне поняття, яке спочатку опублікувала англійська газета «Independent», а «Українська правда» вже у

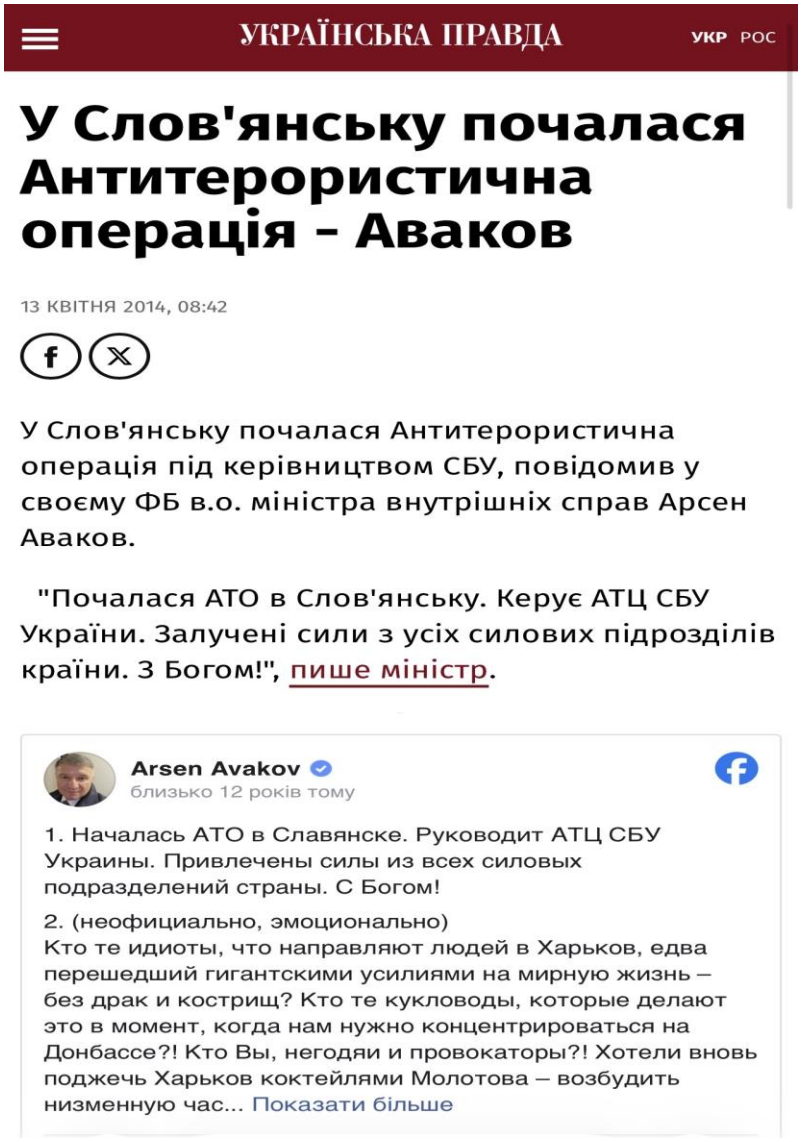
Рисунок 2.4 – Перше згадування про АТО на сторінках «УП»

рамках рубрики огляду іноземної преси навело цю цитату: «Крим може стати ще одним прикладом війни "під приводом сили агресора", веде далі видання, пригадуючи відомі історичні приклади, останній з яких – вторгнення до Грузії у 2008 році» [63].

Варто додати, що у тому ж матеріалі видання піддає сумнівам намір агресора здійснити анексію півострова, посилаючись на юридичні домовленості, котрі існували на той момент між країнами, етнічні, економічні та інші показники (вже тоді можна було побачити нестійке розуміння глобальними медіа підлості нашого ворога, нехтування ним юридичних правил, норм і т.п.)

Окрім того, додамо, що вперше слово «АТО» згадується на сторінках інтернет-медіа у той же день, коли офіційно й була оголошена відповідна операція на Сході України – 13 квітня 2014 року (Рис. 2.1.). Видання посилалося на повідомлення в.о. міністра МВС Арсена Авакова (було розміщено в його акаунті в соціальній мережі «Фейсбук»), де він вказав у якій локації почалася, хто нею керує.

Якщо говорити про трендові слова у період з 2014-2024 року, статистика, контекст їх вживання на сторінках аналізованого нами видання наведена у



Таблиці 2.1. Так ми зможемо відстежити, наскільки заявлені раніше слова були популярними і для «УП». У колонці «Контекст» ми подаємо цитати саме з того матеріалу видання, який зазначений у третій колонці таблиці 2.1.

Таблиця 2.1. Інформацій ні тренди на сторінках видання «УП», 2014-2017 років

Рік	Слово	Прем’єрна поява слова (дата, автор)	Контекст	Загальна кількість згадувань
2014	Кіборги	16.10.2014 Олексій Іщенко	«Киборги» з 95-й. Лицем до лиця. Бійці, які "обламали" плани Путіна в Слов'янську і воюють тепер за донецький аеропорт.	187

2015	Блокада	03.03.2015	Транспортна блокада Криму рятує Україну від терористів - губернатор. Транспортне обмеження, яке Україна ввела відносно окупованого Криму з грудня 2014 року, полегшило контроль кордону.	116
2016	Корупція	02.01.2016, Володимир Шкляр	Старі, у розумінніі політичного стажу, політики, навіть най більш заслужені – чудово знають, що таке влада і яка її ціна, чим вона цінна для серйозного бізнесу, як функціонує система і почому котируються принципи. І дуже часто минулі зв'язки, у т.ч. й із діючими опонентами, є значно вагомішими, ніж нові задекларовані цілі, які існують перед Україною.	664
2017	Безвіз	14.01.2017	«Мінгареллі: Україна отримає безвіз, вона на нього заслуговує. У представництві ЄС в Україні не можуть назвати конкретну дату узгодження безвіза для України, але сподіваються, що це станеться протягом наступних декількох місяців»	187

Наведені нами цифри дають зрозуміти, що ті слова дійсно були у фокусі уваги суспільства і на сторінках аналізованого нами ЗМІ. Очевидно, що «корупція» була топовою темою для обговорення у різних сферах суспільства у 2016 року: оборонна сфера, економічна, побудова фортифікаційних споруд і т.п. (відповідна тематика була і, на жаль, є однією із найбільш дискусійних серед жителів нашої держави, що чітко засвідчує і «УП»).

Термін «кіборги», до речі, ввійшов у медійний «обіг» тільки восени аналізованого року, тобто понад дві сотні згадувань були продуковані не за весь рік, а лише за 3-4 місяці (що й засвідчує важливість теми, значення вказаних героїв для нашої нації).

«Блокада», як нами вже зазначалося у попередньому розділі, згадувалася виданням у різних тематиках:

– економічна (коли блокувалися рахунки політиків, сепаратистів і така діяльність була однією із методик «комунікації»);

– фінансова (особливо набула масштабності, коли держава блокувала фінансові рахунки «ухилянтів», осіб, котрі не сплачували своєчасно аліменти за законом та інші операції);

– політична (котра базувалася на демаршах політиків, щоб не дозволити опонентам отримати доступ до трибуни у Верховній Раді (відомий випадок, коли один із депутатів намагався зірвати виступ тогочасного прем'єр-міністра Арсенія Яценюк і навіть застосував силу щодо нього));

– торгівельна (насамперед асоціюється з діяльністю добровольчих батальйонів, котрі намагалися зупинити транспортні перевезення за маршрутом з підконтрольної частини нашої держави на її окуповані території);

– морська (яка в основному здійснювалася ворожими угрупуваннями ,котрі прагнули «зірвати» роботу наших портів, застосовуючи блокувальні дії у водах);

– мілітаристська.

«Безвіз» мав помірний результат згадуваності, якщо порівнювати з тими, котрі були досить запитуваними серед журналістів. Така цифра пояснюється ще слабким розумінням суспільства (на той момент) самого процесу, проте засвідчує бажання медіа активно про неї говорити, тлумачити суспільству про переваги і протилежне щодо безвізу. Українські громадяни, на той момент, ще не користувалися високим попитом на виїзд до країн Європи з подальшим працевлаштуванням (більше цей процес спостерігатиметься після Лютого 2022 року, коли міграція за кордон набуде досить масштабних цифр, майже буде невідворотньою).

Проаналізуємо інші терміни, які були актуальними в період з 2018-2021: коли держава активно обговорювала релігійну тематику, обрання нового очільника держави та курс його команди на цифровізацію державних послуг і пандемію (з її похідними). Додамо, що особливо тематику всесвітнього вірусу,

його глобалізація хвилювали наших співвітчизників найбільше. Інформація того часу, котра стосувалася коронавірусу була настільки серйозною та загрозливою, що українці (у масовому вимірі) активно долучалися до процесу перебування на карантині, гігієни.

Як і весь світ ,так і громадяни нашої держави, з нетерпінням очікували на появу лікарського засобу, котрий буде дієвим у боротьбі з відповідною хворобою, її симптомами та похідними. «Коронавірус» та «вакцина» (на двох) вживалися частіше за 10 аналізованих років, ніж інші вісім термінів разом взяті.

Результати подані нами в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2. Інформацій ні тренди на сторінках видання «УП», 2018-2021 років

Рік	Слово	Прем'єрна поява слова (дата, автор)	Контекст	Загальна кількість згадувань
2018	Томос	14.06.2018 Романюк, Сарахман, Панченко	«Патріарх Філарет: Якщо Томосу нам не дадуть, то це означає, що Москва перемогла Вселенського патріарха Чому саме зараз Константинополь став прихильний до ідеї автокефалії Української церкви? На що може піти Москва, щоб не допустити автокефалії для УПЦ? Чи не стане в Україні Церква і держава одним цілим».	220
2019	Діджиталі-зація	06.03.2019 Роман Романюк	«Голова діджитал-команди Зеленського: Ми самі просимо клікати на "Беніного клоуна». Про те, як за скромні гроші перетворити Instagram на "знаряддя Зе!революції", як зібрати мільйон передплатників і головне – перетворити їх на виборців»	127

2020	Коронавірус	23.01.2020 Наталія Бушковська	«Науковці визначили тварину, яка могла спричинити спалах коронавірусу. Науковці припускають, що джерелом нового коронавірусу, який викликав епідемію пневмонії в Китаї, можуть бути змії. Про це йдеться в досліджені, опублікованому в Журналі медичної вірусології (Medical Journal of Virusology). "Наші аналізи показують, що новий коронавірус 2019-nCoV з'явився в результаті генетичного поєднання коронавірусу кажанів та коронавірусу невідомого походження", – вчені.	7397
2021	Вакцина	01.01.2021	У компанії Moderna Inc запевнили, що здоров'ю осіб, які були щеплені зіпсованою вакциною, нічого не загрожує. Проте реципієнт залишається незахищеним від зараження COVID, тому щеплення треба повторити. Поки невідомо, що спонукало фармацевта до саботажу вакцинування проти Covid-19. Через інцидент імунізація для 570 людей, які до цього часу повинні були зробити перший укол дводозової вакцини, буде затримана.	2032

Як бачимо, релігійна тематика та цифровізація не мали такої дискусійної актуалізації, як назва пандемії та антидоту від боротьби з нею. Кількість згадувань аналізованих слів є досить показовими, демонструючи наскільки ці тематики були важливими для суспільства. Додамо, що такий ажіотаж ще пояснюється новизною вірусу, неочікуваністю його появи, панічними настроями серед суспільства, конспірологічними теоріями, не зважди фаховими коментарями спеціалістів медичної галузі. Наголосимо на тому, що поняття «коронавірус» було трендовим у глобальному (світовому) масштабі та не

залишало заголовки міжнародних медіа протягом наступних двох років, а з початком повномасштабного вторгнення і ця тема раптово кудись зникла, ніби й не було того ажіотажу.

Це саме можна сказати і про вакцину, доцільність, раціональності якої також обговорювалися у матеріалах «УП». Великий відсоток журналістських матеріалів щодо протидії коронавірусу стосувалася її надійності, подиву щодо оперативності у її створенні. Досить масштабним був аналіз на предмет ризиків застосування вакцини серед населення, великого масиву неправдивих повідомлень про її протипоказання.

«Томос» та «диджиталізація» також отримували значну увагу на сторінках інтернет-видання, проте можна сказати, що про їх існування, цінність і значення для суспільства (котрі є досить важливими), можна вже було забути. Пандемія вражала не лише людські імунні системи, вона «нищила» журналістський простір своєю безапеляційністю, асоціативністю зі смертельною загрозою. Хоча «томос» і є епохальним для нашої країни, проте війна, корупція та наближення нових виборів знижували інформаційний шум щодо релігійної теми.

Таблиця 2.3 присвячена фінальному аналізованому нами часовому проміжку, який припадає на час повномасштабного вторгнення, де і значаться відповідні слова, а одна фраза стала легендарною, символом року (чи протистояння ворогу), а у деякій мірі провокативно-суперечливою.

Таблиця 2.3. інформацій ні тренди на сторінках видання «УП», 2022-2024 рр.

Рік	Слово	Прем’єрна поява слова (дата, автор)	Контекст	Загальна кількість згадувань

2022	русский военный корабль, иди на …	25.02.2022 Валентина Романенко	«Стала відома відповідь українських прикордонників на острові Зміїний на півдні України на вимогу російського агресора – здатися. Деталі: Згідно з записом, росіяни вимагають від українських прикордонників, які служать на острові Зміїний, здатися. "Я русский военный корабль. Предлагаю сложить оружие и сдаться во избежание коровопролития и неоправданных жертв. В противном случае по вам будет нанесен бомбовый удар", – двічі повторює противник. Дослівно відповідь українських воїнів: "Русский военный корабль, иди на х..й!»".	35
2023	Мобілізація	01.01.2023	«Генеральний секретар НАТО Єнс Столтенберг вважає, що Росія готує нову хвилю наступу під час своєї агресії проти України, та також закликає не недооцінювати вплив проведеної в РФ мобілізації. Про це, як повідомляє "Європейська правда", він заявив в інтерв'ю каналу BBC Radio 4 у програмі World at One. Єнс Столтенберг підкреслив, що зараз Україна має перевагу на полі бою і нагадав, що це триває вже достатньо довго. Однак він вважає, що Україна ще не відчула усі наслідки так званої "часткової мобілізації", що проходила у РФ восени»	343
2024	Бусифіка-ція	07.02.2024	«Адже ніхто не може бути примушений робити те, що не передбачає законодавство. Також державні органи та їх посадові особи зобов'язані діяти у межах своїх повноважень та відповідно до Конституції й законів України. Нагадаю й те, що Конституція України закріплює: кожному, хто на законних підставах перебуває на території України, гарантується свобода пересування, вільний вибір місця проживання, право вільно залишати територію України, за винятком обмежень, які встановлюються законом».	327

Фраза, яка була сказана українським прикордонником на «пропозицію» скласти зброю і здатися в полон, була однією із найбільш цитованих у той період. Матеріали були присвячені безпосередньо опису цієї ситуації, прагнення працівників редакції з'ясувати особу, кому належать ці слова, дізнатися щось більше про його подальшу долю (був у полоні, з часом повернутий до дому під час одного із обмінів полоненими). У контексті цього виразу, «УП» писало про тренд, котру вислів надав:

– створення та запуск у продаж Укрпоштою серії марок, де використовуються ці слова;

– зростання серед населення використання одягу, аксесуарів та інших речей, на котрі було нанесення вираз;

– подальша еволюція сказаного, котра лунає як «… відправити за російським кораблем».

Ці та інші ситуації, обставини, були висвітленні працівниками «Української правди» у своїх дописах. Це лозунг і його згадуваність не були топовими у цифровому аспекті, проте мали неоціненне значення у психологічному, атмосферному на рівні нації.

Загалом, більшість аналізованих нами слів, були та є з відтінком чутливості, тобто у когорті тих тем, котрі суспільством сприймаються досить неоднозначно, інколи з протиріччям. Саме до таких належать мобілізація та бусифікація. Вже самі цифри вживаності понять демонструють наскільки тематики були актуальними (такими залишаються і до нині).

«Українська правда» торкаючись цих тематик, намагалася використовувати підхід варіативності жанрів:

– інтерв'ю;

– новини;

– аналітика;

– розслідування;

– репортажі;

– огляд.

Протягом доби в розділі «Новини» було розміщено 128 публікацій. 40% з них присвячено війні Росії проти України. Більша частина таких новин розповідає безпосередньо про події на лінії фронту, а також ракетні й дронові атаки росіян на українські населені пункти. Найчастіше повідомлення про події на лінії фронту посилаються на Генеральний штаб ЗСУ. Також серед джерел такої інформації повідомлення Державної прикордонної служби, Офісу президента, Кабінету Міністрів та заяви міністра оборони Олексія Резнікова й командувача сухопутних військ ЗСУ Олександр Сирського. Поряд з тим новина про загибель на фронті колишнього депутата Верховної Ради Олега Барни посилається на соціальні мережі.

Сили оборони відбили понад 70 атак ворога – зведення

Росія перекидає на Бахмут додаткові сили з лінії фронту в районі Донецька – британська розвідка

Новини щодо російських обстрілів мирних територій України здебільшого посилаються на місцеві органи влади. Також у цьому переліку чотири публікації на тему допомоги Заходу Україні зброєю, що посилаються переважно на західні ЗМІ, і ще дві, присвячені наслідкам війни.

Крім того, у семи повідомленнях ідеться про дії окупантів на лінії фронту та на окупованих територіях, два з них розповідають про поїздку президента Росії Володимира Путіна до тимчасово окупованих територій України. Серед джерел таких новин: Інститут вивчення війни (ISW), Центр національного спротиву, служба розвідки Великобританії та західні медіа. Також джерелами інформації іноземні ЗМІ мають три публікації на тему зливу в соцмережі секретних документів Пентагону.

З нападом Росії на Україну пов’язані 20 міжнародних новин, сім з яких стосуються теми експорту українського зерна.

Більшу частину з решти 60% публікацій у стрічці новин протягом доби становили 17 новин політичного та економічного змісту і три розважального. Крім того, п’ять публікацій присвячено подіям у Росії, одна – у Білорусі, більшість із яких посилаються на російські пропагандистські ресурси.

Загалом, видання «Українська правда», котре вже існує чверть століття, регулярно намагається:

– висвітлювати тематику війни, при цьому використовуючи різноманітні журналістські жанри;

– інформує своїх читачів про ті теми, котрі є актуальними, інформаційно брендовими у відповідний період;

– не відходить від реалізації функції «сторожового пса», постійно висвітлюючи тематику війни, чітко аргументуючи, що така діяльність є досить важливою саме для країни, яка перебуває у війні.

ВИСНОВКИ

У ході написання магістерської роботи було проведено комплексне дослідження інформаційних трендів, які сформувалися в українському медіапросторі під впливом російсько-української війни. Отримані результати свідчать про глибоку трансформацію усіх рівнів комунікації – від журналістських практик до моделей споживання інформації, від державних стратегій до децентралізованих ініціатив громадянського суспільства.

Першим ключовим висновком є те, що українське інформаційне середовище в умовах війни стало надзвичайно динамічним, мобільним і технологічно залежним. Цифрові платформи, соціальні мережі та месенджери перетворилися на головні канали поширення новин, оперативних повідомлень та пояснювального контенту. Це суттєво вплинуло на структуру медіаспоживання, прискорило темп обміну інформацією та водночас підвищило вразливість громадян до маніпуляційного впливу.

Другою важливою тенденцією стало масоване використання ворогом інструментів дезінформації, психологічних спецоперацій та гібридних інформаційних тактик. Дослідження показує, що інформаційний фронт став повноцінною складовою бойових дій. Для України це означає потребу не лише в захисті від зовнішніх впливів, але й у формуванні власної інформаційної стратегії, заснованої на прозорості, точності та оперативності.

Третій важливий висновок – підвищення ролі локальних і громадських медіа. Регіональні редакції виявилися критично важливими для забезпечення громадян оперативною та персоналізованою інформацією, особливо у прифронтових регіонах. З іншого боку, зросла фрагментація аудиторій, які все більше формують власні інформаційні «екосистеми» упродовж війни.

Ці та інші фактори сприяли тому, які тренди ставали інформаційно популярними серед суспільства у період з 2014-2025 роки (період російсько-української війни). Нами були проаналізовані слова, які у різні роки набували найбільшою популярності серед суспільства, відповідну інформацію вивчали у

розрізі практичному: чи були такі терміни популярними на сторінках видання, котре було обрано нами для аналізу - «Українська правда».

Проведений нами контент-аналіз та його результати, котрі ми презентували у Таблицях, засвідчують, що обране нами медіа ставало яскравою репрезентативою тих трендів, котрі існували в інформаційному полі на той час. Ба більше, видання продовжує реалізовувати одні зі своїх ціннісних функцій – сторожового пса, де докладає зусиль, щоб боротися з корупцією під час війни, розповідаючи своїм читачам чому це важливо.

Таким чином, підсумовуючи результати дослідження, можна стверджувати, що війна стала потужним каталізатором трансформації українського інформаційного поля. Інформаційні тренди, які виникли в цей період, визначатимуть розвиток української журналістики та медіакомунікацій і після завершення бойових дій. Вони є свідченням адаптивності, зрілості та інноваційного потенціалу українського медіапростору, що відіграє ключову роль у формуванні стійкості суспільства та збереженні демократичних цінностей в умовах сучасних загроз.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баркар Д. Як українські медіа маневрують між негативом і нейтральністю у висвітленні мобілізації. *Моніторинг IMI*. URL: https://imi.org.ua/monitorings/yak-ukrayinski-media-manevruyut-mizh-negatyvom-i-nejtralnistyu-u-vysvitlenni-mobilizatsiyi-i64894 (дата звернення: 26.10.2025).

2. Білий список IMI за друге півріччя 2024 року: увійшли 13 медіа. URL: https://imi.org.ua/monitorings/bilyj-spysok-imi-za-druge-pivrichchya-2024-roku-uvishly-13-media-i64640 (дата звернення: 03.11.2025).

3. Будерацький Є., Романюк Р. «Олексій Резніков: Шекспірівське питання стріляти чи не стріляти, стояти не буде». URL: https://www.pravda.com.ua/articles/2022/02/24/7325213/ (дата звернення: 19.10.2025).

4. Буняк В. Майже половина опитаних українців вважає дезінформацію нагальною проблемою, – дослідження «Інтерньюз-Україна». URL: https://ms.detector.media/withoutsection/post/38442/2025-09-23-mayzhe-polovyna-opytanykh-ukraintsiv-vvazhaie-dezinformatsiyu-nagalnoyu-problemoyu-doslidzhennya-internyuz-ukraina/ (дата звернення: 29.10.2025).

5. Виговська Н. 1000 днів повномасштабної війни: як українські медіа вистояли під час російської військової агресії. URL: https://imi.org.ua/monitorings/1000-dniv-povnomasshtabnoyi-vijny-yak-ukrayinski-media-vystoyaly-pid-chas-rosijskoyi-vijskovoyi-i64963 (дата звернення: 26.10.2025).

6. Військова журналістика. Український аспект / укл.: Копотун І. М., Коропатнік І. М., Микитюк М. А., Павлюк О. О., Пасіка С. П., Пєтков С. В. Київ : ВД «Професіонал», 2023. 676 с.

7. Вусик Г. Л. Термінологічна журналістська етика воєнного часу. *Modern science: innovations and prospects* : Proceedings of X International Scientific and Practical Conference. Stockholm. 2022. С. 258-264.

8. Гілберт М. Черчилль. Біографія / пер. з англ. Я Войтко, Р. Ладохіна. Київ : Видавнича група КМ-БУКС. 2019. 888 с.

9. Гнатюк В. «Мова ворожнечі» в російсько-українській війні 2014-2015 років та національна самосвідомість українців. *Історико-культурні студії :* наук. журн. / Нац. ун-т «Львів. політехніка». Львів : Нац. ун-т «Львів. політехніка».Т. 2. № 1. С. 47-52.

10. Горбулін В., Власюк О., Кононенко С. Україна і Росія: дев'ятий вал чи Китайська стіна. Київ : НІСД, 2015. 132 с.

11. Горевалов С. Друковані органи Збройних сил незалежної України. URL: htpp//:franko.lviv.ua/faculty/jur/…/PART-5_16.htm (дата звернення:25.10.2025).

12. Гривинський Р. Необходимо повышать уровень профессиональных требований к корреспондентам, которые работают в зоне АТО. URL: https://m.day.kyiv.ua/ru/article/media/kak-vozrodit-voennuyu-zhurnalistiku (дата звернення: 29.10.2025).

13. Дорош М. Журналісти в зоні АТО : практичний порадник. URL: https://ms.detector.media/how-to/post/11543/2014-08-08-zhurnalisty-v-zoni-ato-praktychnyy-poradnyk/ (дата звернення: 26.10.2025).

14. Дуцик Д. Про людяність, свободу і відповідальність в часи війни. URL: https://ms.detector.media/zhurnalistska-osvita/post/14088/2015-09-01-pro-lyudyanist-svobodu-i-vidpovidalnist-v-chasy-viyny/ (дата звернення: 06.10.2025).

15 Дуцик Д. Р. «Мова ворожнечі» в дискурсі українських медіа. *Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління* : зб. наук. пр. Дон. держ. ун-ту упр. / гол. ред. Поважний О. С. та ін.]. Донецьк : Вид-во ДонДУ, 2012. Т. XIII. Вип. 217. С. 112-118.

16. Жиленко І. Історія зарубіжної журналістики (від античності до II пол. XVIII ст.) : навчальний посібник. Суми : Вид-во СумДУ, 2010. 285 с.

17. Жугай В. Й. Висвітлення російсько-української війни 2022 року у ЗМІ. *Європейський вибір України, розвиток науки та національна безпека в реаліях масштабної військової агресії та глобальних викликів XXI століття* : у 2 т. :

матеріали Міжнар.наук.-практ. конф. (м. Одеса, 17 червня 2022 р.) / за заг. редакцією С. В. Ківалова. Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2022. Т. 1. С. 847-851.

18. Захист журналістів під час воєнного конфлікту. URL: https://ukrainepravo.com/international_law/public_international_law/zakhyst-zhurnalistiv-pid-chas-zbroynogo-konfliktu/ (дата звернення 23.10.2025).

19. Земляна І. Журналіст і (НЕ) безпека. Посібник для журналістів, які працюють в небезпечних умовах. Київ : IMI, 2016. 192 с.

20. Зміни до наказу 73 лібералізація зон, безпека журналістів, новий перелік нерозголошення. URL: https://imi.org.ua/monitorings/zminy-do-nakazu-73-liberalizatsiya-zon-bezpeka-zhurnalistiv-novyj-perelik-nerozgoloshennya-i59034 (дата звернення: 17.10.2025).

21. КЖЕ дала рекомендації щодо висвітлення теми мобілізації в Україні. URL: https://detector.media/infospace/article/210656/2023-04-28-kzhe-dala-rekomendatsii-shchodo-vysvitlennya-temy-mobilizatsii-v-ukraini/ (дата звернення: 29.10.2025).

22. Коваленко О. У Києві від вибуху в машині загинув журналіст Павло Шеремет. URL: https://www.pravda.com.ua/news/2016/07/20/7115344/ (дата звернення: 03.11.2025).

23. Костюк Ю. Військове та воєнне радіомовлення України. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації.* Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2019. № 1 (37). С. 17-26.

24. Кузьменко Ю. Від початку повномасштабного вторгнення загинули 116 українських журналістів – Мінкульт. URL: https://suspilne.media/1154580-vid-pocatku-povnomasstabnogo-vtorgnenna-zaginuli-116-ukrainskih-zurnalistiv-minkult/ (дата звернення: 21.10.2025).

25. Лавришин Ю., Наумова О., Остапа С., Скляревська Г. Вплив соціальних мереж, руйнування ринку, цензура та самоцензура. Медійники – про головні виклики та тренди в медіа. Частина 2. URL: https://detector.media/community/article/221222/2023-12-31-vplyv-sotsialnykh-

merezh-ruynuvannya-rynku-tsenzura-ta-samotsenzura-mediynyky-pro-golovni-vyklyky-ta-trendy-v-media-chastyna-2/ (дата звернення: 22.10.2025).

26. Лептуга О.К. «Мова ворожнечі» в україномовному медіапросторі. *Вісник Науково-методичного центру навчальних закладів сфери цивільного захисту.* Харків : НУЦЗУ, 2019. № 31. С. 11-12.

27. Міський В., Соколенко Н. «Політика почала «їсти» нашу війну», — заступник головреда «УП» Євген Будерацький. URL: https://detector.media/mediumy/article/220634/2023-12-15-polityka-pochala-isty-nashu-viynu-zastupnyk-golovreda-up-ievgen-buderatskyy/ (дата звернення: 03.11.2025).

28. Москаленко О. Безпекове питання: як працювати журналістам під час війни? URL: https://pressassociation.org.ua/ua/bezpekove-pitannya-yak-praczyuvati-zhurnalistam-pid-chas-vijni/ (дата звернення 23.10.2025).

29. Мусаєва С., Горпінченко Н., Козлюк С. Проєкт «Вікторія». Історія полону та катувань, що пережила журналістка Рощина й тисячі ув'язнених Росією українців. URL: https://www.pravda.com.ua/articles/2025/04/29/7509612/ (дата звернення: 30.10.2025).

30. Нановська В.Онлайн-медіа України стали емоційніше висвітлювати мобілізацію – моніторинг IMI. URL: https://mediamaker.me/onlajn-media-ukrayiny-staly-emoczijnishe-vysvitlyuvaty-mobilizacziyu-monitoryng-imi-13875/ (дата звернення: 30.10.2025).

30. Некреча К., Гах О. «Тривожної валізи в мене немає». Севгіль Мусаєва – про можливе вторгнення Росії та ситуацію в Криму. https://ua.krymr.com/a/mozhlyve-vtorhnennia-rosii-v-ukrainu-sevhil-musaieva-krym/31703313.html (дата звернення: 02.11.2025).

31. Оголошення бурів – обіцянка виплатити 25 фунтів за кореспондента Черчілля, який втік з-під варти. *Історична Правда*. 2012. URL: https://www.istpravda.com.ua/reviews/2012/07/18/90132/ (дата звернення: 06.11.2025).

32. Олійник Т. Росія вперше визнала, що затримала позаштатну авторку УП Вікторію Рощину. URL: https://www.pravda.com.ua/news/2024/05/27/7457900/ (дата звернення: 29.10.2025).

33. Панкратова Л., Крат В. Журналістська діяльність в умовах конфлікту : посібник для журналістів. Київ : ІРП, 2017. 28 с.

34. Покотило О. Становлення військових газет незалежної України та їх роль у реформуванні збройних сил. *Гілея* : науковий вісник. 2014. Вип. 80. С. 115–120.

35. Принципи та правила роботи інтернет-видання «Українська правда». URL: https://www.pravda.com.ua/cdn/cd1/rules/ (дата звернення: 29.10.2025).

36. Раєвський Д. Телетика: хто такий Вільям Говард Рассел? URL: https://telekritika.ua/uk/teleetika-hto-takii-vilyam-govard-rassel/ (дата звернення: 13.09.2025).

37. Ракша Л. «У мене є місія – показати війну та ворога такими, якими вони насправді є». Історії військових журналістів. URL: https://bazilik.media/u-mene-ie-misiia-pokazaty-vijnu-ta-voroha-takymy-iakymy-vony-naspravdi-ie-istorii-vijskovykh-zhurnalistiv/ (дата звернення: 27.10.2025).

38. Регіональні медіа під час війни: від виживання до розвитку. URL: https://nsju.org/novini/vid-vyklykiv-do-mozhlyvostej-shho-dopomozhe-regionalnym-media-proklasty-shlyah-do-stalogo-rozvytku/ (дата звернення: 26.10.2025).

39. Романюк О. Професія для сміливих. URL: https://cutt.ly/I3IqGyH (дата звернення 27.10.2025).

40. Саєнко М. За час великої війни в Україні загинули 116 журналістів – Нацрада. URL: surl.li/oybwvd (дата звернення: 29.10.2025).

41. Слово «кіборги» назване словом 2014 року. URL: https://surl.li/klyeir (дата звернення: 28.10.2025).

42. Слово “блокада” названо словом 2015 року. URL: https://surl.li/ntdhxd (дата звернення 13.10.2025).

43. Снопок О. Дивимося, читаємо, слухаємо: як змінилося медіаспоживання українців в умовах повномасштабної війни. URL:

https://www.pravda.com.ua/columns/2022/06/22/7353987/ (дата звернення: 26.10.2025).

44. Список загиблих. URL: https://imi.org.ua/deceased-journalists?publication-year=2025&nationality=foreigner (дата звернення: 16.11.2025).

45. «Українській правді» – 25 років. URL: https://www.pravda.com.ua/news/2025/04/08/7506583/ (дата звернення: 29.10.2025).

46. Холоденко О. Коли у країні війна, всі журналісти — воєнні. URL: https://detector.media/community/article/143670/2018-12-27-koly-u-kraini-viyna-vsi-zhurnalisty-voienni/ (дата звернення: 24.10.2025).

47. Хоменко С., Барабанов І., Голубєва А. Що сталося під Слов'янськом і за що посадили Марківа в Італії. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/features-54343890 (дата звернення: 23.10.2025).

48. Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3689974-gumor-na-mezi-ak-zarti-dopomagaut-ukraincam.html (дата звернення: 16.10.2025).

49. Шевченко О. Цифрове поле бою: як інтернет змінив війну. URL: https://cutt.ly/D3IqdNg (дата звернення 19.10.2025).

50. Як навчають студентів у одній з найстаріших шкіл журналістики у США. URL: https://osvitanova.com.ua/posts/853-yak-navchaiut-studentiv-u-odnii-z-naistarishykh-shkil-zhurnalistyky-u-ssha (дата звернення: 26.10.2025).

51. Яценюк: Росіяни, не воюйте з нами. URL: https://www.pravda.com.ua/news/2014/02/27/7016510/ (дата звернення: 27.10.2025).

52. Independent: кримське питання може призвести до війни. URL: https://www.pravda.com.ua/inozmi/bbc-20141222145215/2014/02/28/7016592/ (дата звернення: 26.10.2025).

53. Knightley P. The First Casualty – The War Correspondent as Hero & Myth-Maker from the Crimea to Iraq. Johns Hopkins. Baltimore, 2004.

54. McLaughlin G. URL: https://www.jstor.org/stable/pdf/j.ctt19qgf0x.6.pdf?refreqid=fastly-default:a69078723ba9d87831eeb93de83145e3&ab_segments=&origin=&initiator=&acceptTC=1 (дата звернення 22.09.2025).

55. Mercier A. War and media: Constancy and convulsion. URL: https://www.corteidh.or.cr/tablas/a21918.pdf (дата звернення: 16.11.2025).

56. Military and the Media – History. *The Freedom Forum First Amendment Center*. 1995. URL: https://www.lehigh.edu/~jl0d/J246-97/246war1.html (дата звернення: 26.10.2025).

57. Schmicle Sh. Reporting war. URL: https://cutt.ly/m3U6VcD (дата звернення: 26.10.2025).

Декларація
академічної доброчесності
здобувача освітнього ступеня магістра
ЗНУ

Я, Кучеренко Роман Сергійович студент 2 курсу, форми навчання: заочна, факультету журналістики, спеціальність: «Журналістика», адреса електронної пошти kucherenko_roman 27@ukr.net,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Тренди інформаційної діяльності у військовій журналістиці» 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;

- 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) Р.С. Кучеренко_____

Дата_____ Підпис_____ ПІБ (науковий керівник)_Ю.В. Костюк_