

Чорноморський національний університет імені Петра Могили
факультет політичних наук
кафедра журналістики

«Допущено до захисту»

Т. В. О. завідувача кафедри журналістики

_____ Анна СОЛОВЙОВА

(підпис)

“ _____ ” _____ 2024 року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття ступеня вищої освіти бакалавр

за освітньо-професійною програмою «Журналістика»
зі спеціальності 061 Журналістика

на тему: «Особливості висвітлення теми війни в Україні українськими та зарубіжними ЗМІ: порівняльний аспект»

Виконала:

Здобувачка IV курсу, групи 448
Лазарєва Маргарита Анатоліївна

_____ (підпис)

Науковий керівник:

кандидат політичних наук,
доцент кафедри міжнародних відносин
та зовнішньої політики
Тихоненко Ірина Вікторівна

_____ (підпис)

Рецензент:

кандидат філологічних наук,
доцент кафедри української філології
та міжкультурної комунікації
Пономаренко Сергій Сергійович

_____ (підпис)

Засвідчую, що в цій кваліфікаційній
роботі немає запозичень із праць
інших авторів без відповідних посилань

Здобувач _____ (підпис)

Миколаїв – 2024 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИСВІТЛЕННЯ ТЕМИ ВІЙНИ У ЗМІ.....	6
1.1. Теоретичні підходи та особливості висвітлення теми війни у ЗМІ..	6
1.2. Вплив ЗМІ на сприйняття війни суспільством.....	14
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ВИСВІТЛЕННЯ ТЕМИ ВІЙНИ УКРАЇНСЬКИМИ І ЗАРУБІЖНИМИ ЗАСОБАМИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ.....	19
2.1. Особливості відображення теми українсько-російської війни українськими ЗМІ.....	19
2.2. Погляд на українсько-російську війну через призму зарубіжних ЗМІ.....	24
2.3. Порівняльний аналіз особливостей подання інформації про війну в Україні українськими та зарубіжними ЗМІ.....	34
ВИСНОВКИ.....	40
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	44

ВСТУП

Актуальність теми. Війна в Україні, яка триває ще з 2014 року постійно привертала увагу як українських, так і зарубіжних ЗМІ, адже саме вони не лише подають інформацію відповідно до всіх журналістських стандартів, а ще й мають можливість сформуванню суспільну думку щодо військових конфліктів, їх причин, ходу та наслідків. З іншого боку – здатні до маніпуляцій та пропаганди певних дій та реакцій своєї аудиторії.

З початку повномасштабного вторгнення 24 лютого 2022 року тема українсько-російської війни стала найбільш популярною у світі. Однак, підходи до висвітлення одних і тих самих подій у ЗМІ різних країн можуть кардинально різнитися, а від цього залежить не лише образ України як держави на світовій арені, але й надання нам військової і фінансової допомоги. Тому так важливо відстежувати настрої світового суспільства щодо подій в Україні, а зробити це, найпростіше, відстежуючи наративи, які створюють місцеві ЗМІ.

Для українців під час війни засоби масової інформації стали надзвичайно важливою ланкою, яка об'єднує народ із державою. Тому тема особливостей висвітлення інформації щодо війни українськими, і зарубіжними ЗМІ є актуальною і надважливою.

Проаналізовані роботи таких науковців, як Г. Почепцов, В. Посмітіна, Л. Богуш, К. Акапян, зосереджувалися на різних аспектах медіа, інформаційної війни та маніпуляції інформацією. Зокрема, Почепцов досліджував комунікаційні технології та пропаганду, Посмітіна аналізувала медіа вплив на суспільну свідомість, а Богуш та Акапян розглядали питання дезінформації та інформаційної безпеки.

Проте їхні роботи не охоплювали тему порівняльного аналізу висвітлення війни 2022 року в українських та зарубіжних ЗМІ. Журналісти, хоча і писали про висвітлення війни, переважно зосереджувалися на аналізі матеріалів зарубіжних видань, ігноруючи специфіку українських медіа.

Таким чином, для даного дослідження були залучені статті, монографії та різноманітні медіаресурси, щоб заповнити прогалину у вивченні висвітлення війни 2022 року саме українськими ЗМІ. Основними джерелами стали роботи згаданих науковців, а також аналітичні статті та публікації на медіаресурсах, що дозволило створити більш комплексну картину медійного простору під час війни.

Мета роботи – з'ясувати особливості висвітлення теми війни в Україні зарубіжними та українськими ЗМІ на основі порівняльного аналізу. Відтак робота передбачає виконання таких завдань:

- визначити особливості висвітлення теми війни у ЗМІ та теоретичні підходи, які застосовувались під час її вивчення науковцями;
- через огляд матеріалів засобів масової інформації з'ясувати, яким чином їх контент впливають на сприйняття війни суспільством;
- дослідити особливості відображення теми війни в Україні українськими ЗМІ;
- з'ясувати бачення українсько-російської війни очима аудиторії різних країн світу;
- провести порівняльний аналіз особливостей подання інформації про війну в Україні українськими та зарубіжними ЗМІ.

Об'єктом даної роботи є українські і зарубіжні засоби масової інформації. *Предметом дослідження* – інформаційний контент українських і зарубіжних засобів масової інформації щодо війни в Україні.

Хронологічні рамки даного дослідження охоплюють період від початку повномасштабного вторгнення 24 лютого 2022 року до часу написання роботи.

Теоретичне значення дослідження полягає у вивченні та систематизації інформації щодо висвітлення теми війни в Україні українськими і зарубіжними ЗМІ і може сприяти подальшому вивченню цієї теми.

Практичне значення одержаних результатів полягає в популяризації й активізації книжкової тематики серед містян. Також матеріали можуть бути використані іншими українськими медіа. Аналіз медіаматеріалів щодо

порушення книжкової тематики може бути корисним для студентів під час підготовки до дисциплін «Журналістський фах», «Медіакритика», «Сучасна українська мова ЗМІ і текстознавство» тощо.

Методологія. У дослідженні використано метод контент-аналізу як одного з найефективніших методів у медіа-дослідженнях, а також метод порівняння.

Структура дипломного проєкту. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури (46 позицій). Загальний обсяг роботи – 41 сторінка. У першому розділі окреслені теоретичні аспекти даної проблематики, другий присвячений проведенню дослідження і аналізу українських і зарубіжних ЗМІ даної тематики

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИСВІТЛЕННЯ ТЕМИ ВІЙНИ У ЗМІ

1.1. Теоретичні підходи та особливості висвітлення теми війни у ЗМІ

Згідно з даними дослідження, що проводить Женевський Університет у межах проєкту «Верховенство права у збройних конфліктах» (RULAC), станом на початок 2023 р. У світі відбувалось 110 збройних конфліктів за участі 55 держав і понад 70 озброєних недержавних суб'єктів. Таким чином, за підрахунками, більше двох мільярдів людей у світі в тій чи іншій формі відчують на собі вплив збройних конфліктів [17]. Наразі найбільше конфліктів відбувається в Африці та Азії. Через політичну нестабільність, зростання зброї та невирішеність корінних проблем старі (заморожені) конфлікти періодично відновлюються, незважаючи на укладені перемир'я. Такі ситуації мають місце в Анголі, Косово, Конго і багатьох інших країнах.

Сучасні війни характеризуються великою роллю в них засобів масової інформації, які, завдяки маніпуляціям думками громадськості та пропаганді певних ідей, зумовлюють виникнення певної реакції з боку аудиторії, яка в подальшому й впливає на перебіг військового конфлікту.

У державах, які втягнуті у війну або переживають збройні конфлікти, існує постійна загроза щодо дотримання прав людини, порушення усіх законодавчих норм. Тому саме в умовах війни ЗМІ набуває ключового значення, захищаючи демократію і права людини. Вони також можуть виступати як посередники в деескалації і врегулюванні конфліктів шляхом збору та поширення неупередженої інформації. Звичайно, крім цього, журналістика під час війни виконує і традиційну роль - надає суспільству об'єктивну, достовірну та зрозумілу інформацію, під впливом якої формується громадська думка. Тому вона повинна висвітлювати різні точки зору і допомагати людям у розумінні складних проблем.

Під час війни Інститут масової інформації [21] виділяє шість стандартів журналістики, які залишаються актуальними і в період війни:

- *Баланс думок і точок зору* базується на всебічності і неупередженості при висвітленні подій війни. Потрібно надати слово різним учасникам події і відобразити їх точки зору без упередження і маніпуляції, не виконувати ролі експерта, приймаючи чийось думку. Така подача інформації сприяє формуванню обґрунтованих висновків у суспільстві та розумінню проблеми;

- *Достовірність інформації* базується на надійних джерелах кожного поданого факту. Під час війни джерела інформації часто доводиться приховувати через можливу загрозу життю або здоров'ю інформатора, особливо, якщо він знаходиться на окупованій чи прифронтовій території, яка може бути захоплена ворогом або є учасником бойових дій та може бути захопленим у полон;

- *Важливо відокремлювати факти про військові події від журналістських коментарів* з метою запобігання маніпуляції. Факт - це об'єктивна подія, яку можна перевірити і підтвердити, коментар - особиста оцінка чи думка журналіста;

- *Принцип точності* вимагає, щоб кожен висвітлений факт відповідав реальності і був наданий надійним джерелом інформації, а помилково подану інформацію слід спростовувати;

- *Вимога до повноти інформації* потребує максимально повного набору фактів і думок, взятих з компетентних джерел та залучення незалежних незаангажованих експертів;

- *Оперативність* в журналістиці військового часу надважлива в зв'язку з великою кількістю подій, але без втрати повноти і якості.

За дослідженням, проведеним Інститутом масової інформації серед популярних онлайн-медіа України, з початку війни зріс загальний рівень дотримання стандартів достовірності, балансу думок і точок зору (баланс думок і точок зору – 96,2%, достовірність – 95,5%, відокремлення фактів від коментарів – 87, 92%). До лідерів дотримання стандартів увійшли такі онлайн-видання як

«Бабель», «Громадське», «Суспільне», «Українська правда», «Еспресо» і інші, а видання LB.ua дотримало стандарти на рівні 95 % без жодних порушень. Найгіршими за цим показником виявились стандарти видань РБК-Україна, УНІАН, «Фокус», ТСН, «24 канал» [12].

Окрім стандартів під час війни журналісти повинні враховувати ряд заборон щодо своїх матеріалів: не публікувати інформацію, що стосується дислокації і переміщення техніки, кількості військових, озброєння, застосовану тактику ведення бою чи плани командирів на майбутні бої. Їм також забороняється показувати панорамні кадри, стежити, щоб в кадр не потрапили знаки, що вказують на місцевість, не знімати обличчя військових, якщо вони просять. Найбільше скарг військових саме на кадрування зброї та техніки, тому до ЗМІ вони не завжди ставляться доброзичливо. Як наголошують самі військові – краще показати весь відзнятий матеріал командуванню і воно вилучить неприйнятні кадри. Це ж саме стосується і зйомки цивільних, які знаходяться поблизу фронту. Неодноразово розгорався скандал, коли «після приїзду журналістів у це місце прилітали ракети». Тому часто і мирні жителі сприймають представників ЗМІ досить вороже [1]. Заборони для журналістів в Україні регламентуються Наказом головнокомандувача Збройних Сил Валерія Залужного № 73 від 3.03.2022 [20].

Журналістика – нелегка справа, навіть у «мирному» житті, а під час війни стикається з великими викликами. Та саме тоді вона набуває ключового значення, оскільки, по суті, мас-медіа стають основним, а то й єдиним джерелом інформації. Тому військовий журналіст повинен бути у центрі подій, ризикуючи власним життям і здоров'ям.

За звітом правозахисної організації (RSF) станом на грудень 2023 року у світі під час виконання журналістських завдань загинули 45 журналістів. За два роки війни в Україні – 11, 521 журналісти перебуває у в'язниці. Найбільше – в Китаї (121) і Білорусі (39). У заручниках – 54 журналісти, 84 – зникли безвісти [32]. З огляду на ці дані, Україну включили в список найбільш небезпечних для роботи журналістів країн ще в 2014 році.

Через постійну небезпеку для життя, журналісти під час війни повинні дотримуватись певних правил роботи і мати навички фізичної безпеки. Незважаючи на те, що під час виконання своєї роботи вони перебувають під захистом міжнародного права, яке визначає права журналістів та захищає їх в зоні бойових дій, на нього, найчастіше, покладатись не можна, бо його дія є актуальною лише у випадку дотримання міжнародно визнаних правил ведення війни. У війні в Україні, наприклад, ці правила порушені з перших днів повномасштабного вторгнення.

Існують три категорії журналістів, які можуть працювати в зоні збройного конфлікту та користуються захистом Міжнародного Гуманітарного Права (МГП): військові кореспонденти, журналісти, які відправляються на небезпечні відрядження у ці зони та ті, які відправлені до військових частин. Всі вони повинні мати посвідчення певного зразка.

Терміни «воєнний журналіст» і «військовий журналіст» схожі між собою, проте мають різні значення. «Військовий журналіст» – це військовослужбовець або працівник структур Міністерства Оборони та Збройних Сил України, в якого висвітлення інформації про бойові дії - основа професійної діяльності. На відміну від нього, «військовий журналіст» – це цивільна особа, яка висвітлює події під час військових дій. Воєнні кореспонденти не мають спеціальних навичок поведінки під час війни і змушені розробляти їх самостійно на основі власного досвіду і знань.

В умовах війни надзвичайно важливим питанням є дотримання журналістської етики. Це допомагає зберегти довіру до ЗМІ з боку громадськості і підтримати повагу до самого журналіста. Журналістська етика включає дотримання основних стандартів журналістики, описаних раніше, а також інших норм поведінки, які включені в Кодекс етики журналіста, заснованого на дев'ятнадцяти статтях. Основою їх є права і свободи людини, задокументовані в міжнародних документах [10]. Наприклад, журналісти повинні шанобливо ставитись до жертв війни, проявляючи основні принципи: співчуття і повагу до жертв трагедії, емпатію і розуміння до їх переживань, збереження приватності та

нерозголошення конфіденційної інформації, повагу до особистої гідності жертви і інше.

Питання етики в професії журналіста детально проаналізовано в ряді академічних досліджень, зважаючи на актуальність і важливість цього питання. Матеріал щодо етичних засад – один із розділів багатьох підручників для журналістів, як в нашій країні, так і за кордоном. Так, Т. Приступенко в посібнику «Теорія журналістики: етичні і правові засади діяльності засобів масової інформації» звертає увагу саме на правові основи діяльності та принципи етики. В своїй роботі вона аналізує два документа: Декларацію принципів поведінки журналістів та Етичного кодексу українського журналіста та виділяє спільні їх норми. У роботі також висвітлюються юридичне значення етичних засад [18].

К. Акапян в науковій публікації [1] «Медіаетика воєнного часу: військова журналістика в українсько-російській війні» звертає увагу на особливості роботи військового журналіста і застосування ним на практиці принципів етичної поведінки. Зазначені праці відносяться до періоду до 2014 року.

Серед зарубіжних авторів найбільш актуальною для України є робота Й. Гальтунга і М. Руге «Дослідження миру і конфліктів». У ній критикується традиційний підхід до висвітлення конфліктів у ЗМІ і того факту, що журналісти акцентують увагу лише на конфлікті, ігноруючи можливість примирення. У роботі пропагується «журналістика миру», що закликає до швидкого вирішення конфлікту. Проте для українсько-російської війни ця концепція є неприйнятною, оскільки не передбачає повернення Україні окупованих територій. Українські журналісти дотримуються більш патріотичних поглядів, які за об'єктивністю не відповідають західним [42,43].

Науковець С. Штурхецький [33] зазначає, що головне завдання журналіста під час війни – не стати знаряддям впливу. Він розглядає проблему порушення журналістської етики, через можливість використання журналістів для ескалації конфлікту або маніпуляції інформацією, маючи на увазі, що журналістам можуть подавати інформацію з метою обману громадської думки та

використовувати їх заради отримання розвідувальних даних. Він також, акцентує увагу на тому, що життя представників ЗМІ може перетворитись на засіб маніпуляції з метою поширення страху та терору.

Серед нових праць українських науковців цієї тематики заслуговує на увагу праця А. Куликова «Посібник з журналістської етики», основним гаслом якого стало: «Правда і нічого, окрім правди, – найдієвіша етика щодо аудиторії». Автор звинувачує тих (в тому числі і журналістів), хто за замовчував та приховував інформацію про небезпеку повномасштабного вторгнення, ціною чого стало життя і здоров'я мільйонів українців. Критика стосувалась і тих, хто перебільшував потужність ворога і підривав віру у Збройні Сили України, заважаючи «чинити спротив настільки успішний, наскільки це можливо» [13].

Найновіше ґрунтовне видання стосовно досліджуваної тематики видане групою науковців під редакцією І. Копотун «Військова журналістика. Український аспект: становлення української військової журналістики; місце військової журналістики у медіапросторі в період воєнного стану». У цій роботі надається історичний та поточний аналіз військової журналістики в умовах воєнних дій в Україні, окреслюється правовий статус військових журналістів, порядок взаємодії ЗСУ та вітчизняних і іноземних медіа [5].

К. Василенко приділяє найбільшу увагу журналістському розслідуванню, яке під час воєнних дій є небезпечним, насамперед через можливу шкоду, що її можуть спричинити неперевірені факти, пряма дезінформація. Він наголошує й на фізичній небезпеці для самого журналіста, який збирає факти та аналітика, який ці факти інтерпретує. У праці роз'яснюється етична сторона діяльності та розбирається моральний аспект цієї проблематики [4].

Звичайно, порушення журналістської етики під час війни, зокрема в Україні, не поодинокі факти. Найбільш ілюстративним і скандальним прикладом цього є викладене італійським каналом RAI News 24 інтерв'ю кореспондентки Лаури Тангерліні з жінкою, яка під час ракетного удару у центрі Вінниці втратила свою чотирирічну доньку. Воно було записане у відділі реанімації. Телегрупа показала постраждалій відео з живою донькою і, повідомивши про її

загибель, знімала реакцію жінки на відео [9]. Це пряме порушення кодексу журналістської етики, який містить розділ про поводження з людьми, які втратили рідних і самі зазнали поранень та трактується як таке, що «завдає додаткового болю і страждань постраждалим». Журналісти знехтували психологічним станом жінки заради зацікавленості аудиторії.

Ще один приклад – розміщена наприкінці червня 2022 року у ЗМІ інформація про жінку, яка опинилась під завалами в результаті ракетного обстрілу Києва і демонстрація її фото та відео із зображенням російського паспорта з усіма паспортними даними, тобто відкрите демонстрування особистих даних людини [28], що порушує пункт 3 «Кодексу етики українського журналіста», який наголошує на важливості балансу між суспільною значущістю інформації та приватними інтересами особи. І таких прикладів чимало.

Під час війни робота журналістів є надважливою внаслідок високої соціальної відповідальності. Різні складові цієї професії мають законну силу та закріплені в ряді нормативно-правових актів. Ці акти існували в Україні ще до повномасштабного вторгнення.

Ключовими документами щодо прав і обов'язків журналістів в зоні збройного конфлікту є Міжнародне гуманітарне право (МГП), норми якого визнаються всіма державами світу, Гаазькі конвенції та декларації 1899 і 1907 років, Женевські конвенції про захист жертв війни 1949 року та ряд резолюцій Генеральної асамблеї ООН.

В Україні була видана Резолюція про етичні стандарти журналіста та Кодекс етики українського журналіста [11], прийняті ще до початку військової агресії росії. Саме слово «війна» в останньому згадується лише раз в контексті обов'язку захищати демократичні цінності і протистояти насильству, ненависті і дискримінації (33 стаття резолюції). В умовах війни в Україні, яка зараз триває, ці рекомендації не є практичними. Тому на початку повномасштабного вторгнення уряд України видав кілька документів, що стосувались роботи журналістів під час війни.

У перші дні війни Інститут масової інформації випустив меморандум щодо поведінки з військовими [16].

3 березня 2022 року Валерій Залужний видав наказ № 73, який регулює процес акредитації представників ЗМІ під час воєнного стану, визначає перелік інформації, яку не можна розголошувати, встановлює порядок роботи журналістів в зоні ведення бойових дій [20].

31 березня 2022 року Управління зав'язків з громадськістю ЗСУ опублікувало рекомендації для журналістів. Більшість пунктів в них стосувалось безпеки: не публікувати фотографії та відео, за якими можна визначити місця обстрілів, адреси, переміщення військової техніки та підрозділів, не критикувати рішення ЗСУ і ін. Також документ містить інформацію про те, як журналісти можуть себе захистити [8].

22 травня 2022 року видано Закон України «Про заборону пропаганди російського тоталітарного режиму, збройної агресії російської федерації як держави-терориста проти України, символіки воєнного вторгнення російського нацистського тоталітарного режиму в «Україні» [19]. Він забороняє поширювати інформацію, що підтримує та виправдовує злочинний характер діяльності рф, в тому числі і через засоби масової інформації.

Таким чином, висвітлення теми війни у ЗМІ є досить складним і проблематичним, зважаючи на її багатошаровість. Воно вимагає відображення різних точок зору, інтересів та цінностей різних груп (військових, біженців, жертв війни, жителів тилкових регіонів) і регламентується рядом нормативних актів, в тому числі і з боку держави. Тому не всі ЗМІ можуть надавати інформацію об'єктивно і до будь-якої їх інформації важливо ставитись критично та розуміти її контекст і можливі наслідки.

1.2. Вплив ЗМІ на сприйняття війни суспільством

У процесі ескалації військових конфліктів та після їх завершення роль ЗМІ стає ключовою, оскільки вони формують уявлення суспільства про ситуацію, яка склалась та її наслідки. Для цього можуть використовуватись різні методи, включаючи маніпуляцію та пропаганду.

ЗМІ своїм впливом здатні формувати у споживачів певну реакцію, яку можна використати в конкретних цілях, особливо під час війни, коли подається великий потік інформації. Цей вплив у сучасних війнах став одним з методів гібридної війни, отримавши назву «інформаційна війна».

Особливої актуальності для нас вивчення зазначеного впливу набуло після повномасштабного вторгнення російської федерації в Україну. Дослідження цієї теми дозволяють зрозуміти основні методи впливу сучасних ЗМІ на розвиток війни та створити відповідні механізми захисту від нього населення. Проблемою інформаційного впливу з початку війни займалися багато науковців, зокрема досліджували роль ЗМІ під час військових конфліктів Богуш Л., Буроменський, С. Штурхецький, І. Тимків, В. Посмітна і інші. Проте ця тема й досі лишається малодослідженою та містить більше питань, ніж відповідей. Усі науковці згодні в одному – засоби масової інформації є з'єднувальною ланкою комунікації держави зі своїми громадянами, формуючи їх ставлення до тих чи інших воєнних подій та впливають на образ країни у світі [3].

«За час збройної агресії росії в Україні ми мали багато прикладів надзвичайної важливості інформації, яку подають ЗМІ. Наприклад, окупаційна влада Криму від початку повномасштабної війни зробила все, щоб півострів опинився в повній інформаційній ізоляції та посилила тиск на тих журналістів, які були не згодні з генеральною лінією кремля та запровадило для них кримінальну відповідальність навіть за публічну антивоєнну позицію» [36]. Жителі окупованого Маріуполя тривалий час були ізольовані від ЗМІ і їх переконували, що Україна давно захоплена росією, а Київ «впав», таким чином впливаючи на жителів з метою прийняття російської влади і запобігти

супротиву. Це ж стосувалось і інших окупованих територій та мало бажані для ворога результати.

Таким чином повна відсутність інформації – це найбільший тиск на сприйняття реальності суспільством з метою формування потрібних певній стороні поглядів та уявлень про війну.

Тут варто згадати слова Уїнстона Черччіля, сказані під час війни: «Хто володіє інформацією, той володіє світом», тобто не маючи інформації суспільство робиться повністю безвладним і безпомічним і не може впливати на ситуацію. Ним легко маніпулювати і після інформаційної тиші нав'язувати свою інформацію.

Знамениту фразу Черччіля стосовно сьогодення можна було б сформулювати і так: «Хто володіє медіа, той володіє світом», адже саме медіа формують під час війни її картинку перед суспільством та ціннісно-змістовні 23орієнтири.

Отримуючи інформацію певного спрямування, населення формує відповідне розуміння причин, характеру і можливих наслідків. Журналісти при цьому можуть акцентувати увагу на різних сферах – політиці, економіці, гуманітарних та соціальних питаннях. Вони тримають у фокусі інтереси громадськості і забезпечують розуміння того, як розгортається військовий конфлікт.

Ще одним аспектом діяльності засобів масової інформації є їх вплив на емоційний стан суспільства. Мас-медіа відіграють надзвичайно важливу роль можливістю мобілізувати або заспокоїти суспільство. Можна згадати виступи О. Арестовича та В. Кіма, які в перші дні війни демонструвались телебаченням по декілька разів на день і заспокоювали аудиторію прогнозом швидкого закінчення війни. Також їй подавалась інформація в світлі героїзації наших збройних сил і демонізації нападника, що теж викликало яскраві емоції. Так, героїзація наших військових на передовій сприяло підвищенню патріотизму та підтримку державної політики, а демонізація ворога збільшувало ненависть до нього.

Великий потік інформації про загострення події на фронті можуть сприяти наростанню тривоги, страху, невизначеності майбутнього у населення, чим сприяти рішенню виїхати за кордон і стати «біженцями», що негативно впливає на економіку, демографію і інші сфери. Це також може статися, коли ЗМІ необережно використовують надто емоційні слова та зображення заради залучення аудиторії. Це ж стосується і драматичних зображень, які також відображаються у сприйнятті суспільством військових дій.

Наприклад, інформуючи про війну в Україні, зарубіжні ЗМІ часто публікують фото зруйнованих житлових будинків, постраждалих людей, беруть інтерв'ю у їх родичів з метою привернення уваги міжнародної спільноти щодо скорішого надання засобів протиповітряної оборони та «закриття неба». Це дуже суттєвий вплив на емоційний стан суспільства.

Серед дослідників емоційного впливу на аудиторії мас-медіа можна виділити К. Соколову, яка у своєму дослідженні розглянула феномен журналістики співучасті, для якої є характерними створення загального емоційного забарвлення медіапродукту, співпереживання журналістом емоцій героя [7].

Окрім формування уявлень про війну та впливу на емоційний стан суспільства заради привернення уваги і спонукання до певних дій, засоби масової інформації можуть формувати певні думки про воєнні дії та мобілізувати суспільство щодо війни. Наприклад, використовуючи патріотичні та ідеологічні гасла, підкреслювати важливість захисту країни від загрози або прославляти героїзм військових. ЗМІ можуть також акцентувати увагу на гуманітарних питаннях, показуючи страждання цивільного населення, біженців і жертв війни та спонукати світове товариство до підтримки і допомоги їм.

Найбільше наукових праць і статей присвячені такому аспекту мас-медіа як маніпуляція і пропаганда, враховуючи їх величезний вплив і можливості на формування громадської думки. Застосування маніпуляції і пропаганди є дуже небезпечним, а наслідки непередбачуваними та становлять найбільшу небезпеку в аспекті інформаційної агресії.

Так, найпоширенішим способом маніпуляції є створення фейкових новин. Це новинні повідомлення, які побудовані таким чином, щоб зацікавити аудиторію, привернути увагу, а це, в свою чергу, сприяє їх розповсюдженню. Фейки, як правило, спрямовані на емоційне сприйняття і раціональними доводами їх спростувати дуже важко. Штampuвання великими кількостями фейкових новин призводить до ефекту «промивання мізків» - терміну, який вперше вжив журналіст Едварт Хантер.

Щодо війни в Україні, то пропаганда з використанням маніпулятивних технологій стала одним із методів інформаційної агресії росії. Сучасні ЗМІ - платформа маніпулятивних дій щодо масової свідомості, що має просто колосальні розміри, враховуючи стрімкий процес інформатизації суспільства. Тому проблема інформаційного впливу в умовах війни є дуже складною.

Аналізуючи повідомлення мас-медіа, науковиця В. Посмітна [14] виділила такі методи інформаційної агресії проти України:

- 1) дезінформування;
- 2) пропаганда;
- 3) диверсифікація громадської думки;
- 4) психологічний тиск;
- 5) поширення чуток.

Вона зазначає, що всі ці методи можуть застосовуватись з використанням маніпулятивних технологій для спонукання певних дій.

Вивчаючи цю тему, можна сказати, що більшість науковців вважають, що з боку російської федерації проти України здійснюється такий інформаційний тиск, який сприяє підриву її іміджу, дезорганізації та дестабілізації у державі. Це можна назвати інформаційною війною з чітко визначеними цілями, як і в збройній війні.

Г. Почепцов визначає тактичною ціллю цієї війни нав'язування своєї політичної волі шляхом ідеологічного і психологічного впливу на населення, армію та керівництво держави задля створення необхідної суспільної думки. Стратегічна ж ціль полягає в меті знищення держави зсередини через

роз'єднаність народу, руйнування морального і політичного потенціалу держави та зміни способу життя [15].

Усі науковці, які досліджують цю тему, сходяться на думці, що на передовій інформаційної боротьби проти України стоять центральні російські канали та сайти, які поширюють публікації з неперевіреною і брехливою інформацією та здійснюють ідеологічно викривлений інформаційний супровід подій з метою інформаційно-психологічної диверсійної діяльності.

Таким чином, вплив ЗМІ на сприйняття війни суспільством має першочергове значення. Саме засоби масової інформації завдяки своїм можливостям, можуть подавати інформацію з певною спрямованістю, застосовувати психологічні впливи та пропаганду і навіть перекручувати факти і цим формувати сприйняття війни. Залежно від напрямку впливу це може сприяти мобілізації суспільства, його згуртованості у боротьбі з ворогом, або, навпаки, збільшувати емоційну напругу. Задля запобігання таких маніпуляцій, держава повинна серед громадян розвивати критичне ставлення до інформації та збалансоване розуміння подій та ситуацій війни.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ВИСВІТЛЕННЯ ТЕМИ ВІЙНИ УКРАЇНСЬКИМИ І ЗАРУБІЖНИМИ ЗАСОБАМИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

2.1. Особливості відображення теми українсько-російської війни українськими ЗМІ

Українські ЗМІ від самого початку війни виявили величезну мужність та самовідданість у висвітленні агресії росії проти України. Вони стали основним джерелом інформації про події на фронті, наміри агресора та об'єднали українське суспільство.

Від моменту повномасштабного вторгнення українські ЗМІ відображають тему українсько-російської війни в контексті національної і геополітичної позиції, акцентуючись на захисті національних інтересів та підтримці суверенітету України.

Особливістю українського погляду на цю війну є підкреслення національної ідентичності і патріотизму українців. Національні ЗМІ часто наголошують на важливості захисту суверенітету та територіальної цілісності країни. Практично усі вони пропагують ідею єдності українців у боротьбі з ворогом, її неподільність та повагу до прав і свобод усіх національних меншин, що проживають на території держави, окрім тих, хто обстоює ідею сепаратизму.

У перші дні війни більшість найбільших телеканалів і радіостанцій країни («1+1», «Інтер», «СТБ», «UA: Перший», «UA: Культура», «ICTV», Рада ТРК Київ, декілька провідних радіостанцій) об'єднались в єдиний інформаційний фронт з метою не лише спільної роботи та достовірного інформування населення але й демонстрації єдності у думках, ідеях, підтримки один одного. Вони дали можливість глядачам отримувати достовірні українські новини 24/7, створюючи інформативну протидію ворогу.

Створення подібного національного марафону в час найбільшої загрози для безпеки існування держави – цікавий і унікальний прецедент в історії

світових ЗМІ. Таким чином, технічно і креативно об'єднані кілька незалежних редакцій, незважаючи на масові ракетні обстріли, блекаут, кібератаки ворога, надавали безперервний доступ українцям до достовірних і якісних новин.

«Єдиний марафон» користувався великою довірою українських глядачів. За даними дослідження Gradus Research Company на замовлення Суспільного Мовлення 91 % їх знали про існування «Єдиних новин», а 78 % були постійними глядачами [22]. Таке велике охоплення аудиторії стало можливим завдяки представленню їх на всіх майданчиках – радіо, телебаченні, інтернеті, соціальних мережах і, навіть, «Дії». До того ж платні мережі мовлення «Меґого» і «Світ ТВ» також надали безкоштовний доступ до невинних каналів. Глядачі мали вільний доступ для перегляду в усьому світі. Провідні медіагрупи виступили з спільною заявою про мовлення під час воєнного стану, де заявили про пріоритет якісних новин для громадян, припинення будь-якого політичного протистояння та повну співпрацю без конкуренції між медіа до самої перемоги.

Така згуртованість на початку війни допомогла вижити українським ЗМІ і перемогти інформаційну пропаганду з боку ворога, оскільки робота під її постійний тиск стала ще однією особливістю наших ЗМІ у період війни. Так, наприклад, у своїх повідомленнях і сюжетах вони постійно змушені вказувати на те, що росія намагається в своїх мас-медіа представити дії українських військ як нападницькі і агресивні, спростовувати російські фейки та відстоювати свою позицію, демонструючи об'єктивні дані та свідчення.

Українські ЗМІ з початку війни викликали загальну повагу аудиторії як в середині країни, так і за кордоном, оскільки сприяли згуртованості і єдності українського суспільства у часи важких випробувань та максимально мобілізували його на захист Батьківщини. Вони не проявляли особливого пафосу і підтримували українців, які опинились в важкому становищі чи навіть розпачі через війну. Але, найголовніше, - сприяли активності не лише наших громадян, але й світового суспільства задля допомоги, як на фронті, так і в тилу.

Ще однією характерною рисою відображення теми війни українськими ЗМІ, на відміну від російських, є інформаційна об'єктивність висвітлення подій.

Українці це бачили, зокрема, в «єдиному марафоні», де більшість кореспондентів та ведучих з перших днів, долаючи власні людські емоції страху і несприйняття подій, намагались представити різні точки зору на події війни, базуючись на фактах і уникаючи непідтверджених та сумнівних даних, надавали комплексну картину того, що відбувається, уникали однобокості та упередженості. Наприклад, надаючи інформацію про обстріл житлових кварталів мирного міста, в якому постраждали жінки та діти, телеканал показував вислови командування Збройних Сил України і зазначав, що російське командування відкидає звинувачення у нападі на мирних жителів та стверджує, що в житловому кварталі знаходились українські військові. Коментатор показує точку зору двох сторін конфлікту і зауважує, що заяви останніх викликають сумнів у багатьох аналітиків та міжнародних спостерігачів. Додатково у сюжеті наводяться докази, які підтверджують злочин росії - уламок ракети, яка знаходиться лише на озброєні російської армії. Таким чином надається повна картина подій, враховуються різні погляди та джерела інформації, що дозволяє глядачам самостійно сформулювати свою думку.

Українські ЗМІ в сюжетах та повідомленнях часто акцентуються на гуманітарних аспектах конфлікту, відображаючи страждання від війни мирного населення. Такими сюжетами вони хочуть привернути увагу світової спільноти до російських злочинів і нагальну потребу в гуманітарній допомозі та озброєнні, в першу чергу для захисту неба, яке дасть можливість захистити мирне населення від ракетних атак. Також це своєрідний заклик до світових лідерів вплинути на керівництво рф, припинити загарбницьку війну та вивести війська з території суверенної держави.

Особливістю роботи українських ЗМІ в умовах війни є й необхідність постійного активного залучення уваги світової й української громадськості до потреб і проблем військовослужбовців, їхнього героїзму та важливості для кожного приймати участь в обороні країни, а також, по можливості, посиленої матеріальної допомоги Збройним Силам.

Слід сказати, на час написання роботи «Єдиний марафон» зазнає жорсткої критики, його звинувачують у підриві плюралізму українських ЗМІ. Більшість фахівців переконані, що він був «корисним і ефективним у боротьбі «з безпрецедентною хвилею російської дезінформації, яка прокотилась Україною в лютому 2022 року». Організація RSF («репортери без кордонів») закликала уряд України припинити «Єдині новини» через низький рівень глядацьких рейтингів, довіри та критику громадськості. За опитуванням аналітичного центру «Центр Разумкова» лише 20% опитуваних вважають марафон актуальним [40]. Лунають заклики повернутись до конкурентної моделі з метою підсилення плюралізму ЗМІ. Інститут масової інформації (ІМІ) звинувачує телемарафон у надто поблажливому ставленні до уряду, самоцензурі журналістів та відсутності опозиційних каналів.

Українські ЗМІ висвітлюють майже всі повідомлення новинного характеру крізь призму національних інтересів України та з огляду їх корисності для фронту. Журналісти розуміють неминучість затягування війни і розчарування людей від реальності.

Повномасштабне вторгнення кардинально вплинуло й на тематику регіональних видань. На початку війни більшість контенту тим чи іншим чином стосувалось подій на фронті. Велика кількість була і міжнародних новин, адже вони висвітлювали яким чином світ реагує на війну в Україні. На даний час тематичні пріоритети дещо змінились, хоча темі війни журналісти приділяють достатньо багато уваги. Серед публікацій з'явилась набагато більша кількість розважального контенту. З темою війни найбільш конкурує тема криміналу.

У квітні 2023 року спільнота «Детектор медіа» опублікувала цікаве дослідження, проведене Інститутом демократії імені Пилипа Орлика (ІДПО), яке проводилось у восьми регіонах України: Хмельницькій, Полтавській, Сумській, Закарпатській, Одеській, Чернігівській, Донецькій, Дніпропетровській областях щодо тематики регіональних видань України [27].

У результаті, дослідники дійшли висновку, що цікавість до теми війни залежить від регіону. Найбільший інтерес до воєнної тематики регіональні ЗМІ

проявляти на сході України – Сумщині та Чернігівщині (15-21%), найменший - на заході, у Закарпатті – 6 %. Найбільшу частку контенту у західних виданнях становить розважальний контент (на Закарпатті – 43%), а воєнна тематика, в основному, обмежується новинними повідомленнями. Натомість, у прикордонних з росією регіонах, які щодня піддаються обстрілам, увага до теми війни значно більша – 20 - 30 % контенту. Так, на Чернігівщині – це кожна третя публікація [27].

Читаючи публікації новин у регіональних онлайн-виданнях, можна помітити, що, пишучи про війну, вони в основному передруковують зведення з офіційних джерел і не продукують власний контент. Основні аспекти висвітлення теми – це ракетні атаки, події на фронті, волонтерська допомога, статистика втрат ворога. Власний контент – це переважно замітки про різні благодійні заходи із збиранням коштів на користь ЗСУ та інформація про загиблих земляків. Якщо регіон зазнав обстрілу ворога - подаються короткі факти і наслідки цих обстрілів. Рідше можна побачити новини про військові злочини росії, які носять формат кримінальної хроніки.

Таким чином, можна зробити висновок, що тематичні пріоритети в регіональних ЗМІ стали адаптувались до довоєнного часу, військова тематика як для країни, яка перебуває у стані війни, висвітлюється недостатньо, особливо у «тилових» західних регіонах, які надають перевагу більш «мирному» контенту (корупція, освіта, реформи і ін), в східних і південних регіонах про військові дії пишуть як про буденні події.

Таким чином, особливості висвітлення теми війни українськими ЗМІ, пов'язані з тим, що їх робота відбувається в умовах країни, де триває несправедлива загарбницька війна. Крім своїх основних функцій – викладення новин, вони змушені виконувати для суспільства і інші функції, які не були покладені на них в мирний час, зокрема, підкреслюючи важливість національної єдності, об'єднувати українців задля досягнення спільної перемоги, вести «інформаційну війну» з ворогом, закликати громадян до підтримки військових і постраждалих від війни, привертати увагу світової громадськості до злочинів

росії, наголошувати на потребі надати озброєння для захисту держави і мирних мешканців та при цьому всьому бути об'єктивними.

Щодо тематики і кількості матеріалу військової тематики, то власні і чужі дослідження показали, що на початку війни ця тема складала більшу частину контенту усіх українських медіа, проте в процесі «звикання» до війни інтерес до неї став знижуватись і українські ЗМІ все більше пропонують своїй аудиторії публікації та сюжети «мирної» тематики. Серед новин «воєнної тематики найбільш популярними, як і на початок війни, виявляються теми подій на фронті, російських обстрілів та страждань мирних жителів .

2.2. Погляд на українсько-російську війну через призму зарубіжних ЗМІ

Щодо дослідження ролі зарубіжних ЗМІ у війнах, наукових публікацій досить багато. Серед доступних можна виділити працю французького вченого А. Месьє, який вивчав роль ЗМІ у збройних конфліктах та Г. Хлиста, який аналізував вплив засобів масової інформації на військові компанії. Серед вітчизняних дослідників роль мас-медіа у інформаційній війні у своїх працях розглядали Г. Почепцов, М. Сенченко, І. Проноза і інші. Б. Калініченко переймався роллю ЗМІ у війні в Іраку. Але не знайдено жодної інформації щодо ролі і особливостей висвітлення зарубіжними ЗМІ російсько-української війни 2022 року.

На початку війни поряд з українськими ЗМІ про злочинний напад росії на Україну інформували і зарубіжні засоби інформації. У перші дні повномасштабного вторгнення міжнародні мас-медіа давали переважно короткі повідомлення про військові дії в нашій державі, наводячи висловлювання про них західних політиків. Ця інформація була, переважно, емоційно безбарвною і дуже лаконічною та нейтральною. Проте, після того як іноземні ЗМІ активізували свою діяльність в Україні, а події на фронті почали розгортатись з

блискавичною швидкістю, характер інформації зарубіжних ЗМІ сильно змінився. І станом на сьогоднішній день, можна побачити достатньо багато уваги зарубіжних журналістів до цієї теми. Вони розуміють наскільки складною для нашої держави є ця війна і яка вона багатокomпонентна, бо охоплює і геополітику, і дипломатію, і сучасні технології, і економіку і кібербезпеку.

З 24 лютого 2022 року війна в Україні стала головною темою діяльності світових медіа, особливо Європи і Америки. Незважаючи на усі ризики, в Україну прибула велика кількість представників іноземних ЗМІ. Так, вже 10 березня 2022 року радник ОП України М. Подоляк заявив про те, що в Україну щодня прибуває близько 2000 іноземних журналістів [38], а 4 квітня було заявлено вже про 18 загиблих з них, десятки поранених і вбитих. Стало зрозуміло, що закони Міжнародного гуманітарного права в війні в Україні не діють. Та, не зважаючи на це, медійників з інших країн менше не стало і, саме завдяки ним, весь світ дізнався про злочини і несправедливість цієї війни.

До цього образ України як окремої суверенної держави для світових ЗМІ був недостатньо зрозумілим з часів її незалежності. Світове суспільство мало цікавилось політичними подіями, які відбувались у нашій державі, тому уявлення про неї були поверхневими - отримання незалежності, зміна влади, Революція Гідності, Євромайдан, перемоги спортсменів... Але після 2014 року, а особливо після початку війни в 2022 сприйняття України світом різко змінилось. З цього часу самі українські ЗМІ почали приділяти більше часу просуванню національних наративів, популяризувати українську культуру та історію. За останні два роки у світовому співтоваристві Україна стала символом міцності і стійкості, набуваючи одночасно жертвовного і переможного образу. З другого боку, в цей час почав формуватися новий образ росії - авторитарної держави, жорстокого нападника під керівництвом «кривавого» диктатора, який тероризує світ та вдається до ядерного шантажу.

Розглянемо, як через призму зарубіжних ЗМІ протягом двох років виглядала українсько-російська війна в очах світового суспільства

Почнемо з *Сполучених Штатів*, ЗМІ яких залишаються найбільш відомими та впливовими і для інших країн світу.

Ще до війни адміністрація президента Джона Байдена активно опубліковувала у пресі матеріали розвідки про наміри росії розпочати повномасштабну війну і викривала її бажання відновити зруйновану радянську імперію. Ще в той час мас-медіа озвучили чітку позицію США – у війну вони втручатись не будуть. *The New Yorker* прямо заявляло: «Для американців війна в Україні – це медіа-враження. Що ми переважно будемо робити, то це спостерігати». Цей вислів виглядає дещо цинічно, проте свідчить про нерозуміння війни американським суспільством. Історичне і дипломатичне підґрунтя воно сформує з часом на основі українських відео із соцмереж, знятих на місці подій. Щодо образу росії в цій війні, то американці досить дипломатично відгукуються про позицію «простих росіян». Наприклад, американська медійна телерадіокомпанія CNN говорить про те, що більшості росіян важко зрозуміти причини «спецоперації» і вони відчують сором за рішення свого уряду про напад, намагаються протестувати, але наштовхуються на протидію з боку силовиків, а частина населення РФ вважають, що вони цих рішень не приймали і відповідальності за війну не несуть. CNN говорить про те, що багато російських медійників, науковців і діячів культури пишуть звернення до уряду про виведення військ і припинення війни. В цих повідомленнях лише українці чують звичний наратив про «добрих простих росіян».

Проте, слід сказати, що саме завдяки іноземним медіа, в першу чергу американським, які заповнили Україну з перших днів війни, нам вдалося виграти інформаційну війну, і спроби росіян виправдати своє вторгнення зазнало поразки. Про це вже 7 березня 2022 року оголосив американський економіст А. Аслунд у статті «Путін програв інформаційну війну» [2].

Медійники CNN постійно приїжджають в Україну для знімання телевізійних сюжетів і репортажів, зокрема висвітлення боїв. Те, що вони знімають набуває значного світового резонансу. Популярні сюжети серед американців – ракетні атаки мирних українських міст та прогноз впливу

агресивної політики росії на самі Сполучені Штати. Якщо окреслити загальний наратив CNN, то він звучатиме приблизно так : «Росія – агресивна небезпечна країна, яка бачить у країнах Заходу образ ворога і загрожує їх безпеці та економіці».

Американська медіа організація «Голос Америки», яка займається збором та поширенням новин за кордоном, періодично оголошує інформацію від керівників розвідки США. Нариклад, директор Національної розвідки Е. Хейнс озвучила в «Голосі Америки» таку відому тезу: «Наші аналітики вважають, що Путіна навряд чи зупинять невдачі і він може піти на ескалацію» [24].

Одна з провідних американських газет WSJ у всіх своїх статтях стосовно України з самого початку підтримувала усі її ключові наративи і основний з них – повернення всіх без винятку окупованих територій, та засуджувала будь-які погляди про те, що війну можна завершити відмовою України від частини своїх територій. Так як ця газета економічної тематики, то на її сторінках періодично з’являються також статті, що стосуються української економіки, зокрема часто піднімалась проблема експорту нашої аграрної продукції і необхідність світової допомоги не лише військової, але й економічної. Так, в одній із статей економіст Роберт Золлік пропонує передати Україні частину заморожених російських активів, які вона може використати для покриття економічних витрат, зокрема у соціальній сфері.

Найбільш відома у світі американська газета «New York Times» до недавнього часу дуже багато статей присвячувала саме війні в Україні (після початку війни в Ізраїлі вона зосередилась більше на цій темі). Основною темою були і є гуманітарні питання – ракетні обстріли міст, біженці, викрадення і вбивства росією українських дітей, використання забороненої зброї і інше. Наративи щодо України цієї газети окреслити важко, оскільки особливістю подання її матеріалу у всі часи були неупередженість і не нав'язування власних медійних висновків. Вона просто пропонує читачам певні факти і інформацію, а висновки запрошує робити самостійно.

Не можна залишити поза увагою й ще одну відому американську газету «Washington Post». Якщо в загальному окреслити її відношення до війни в Україні, то найбільш цінним вважає вона досвід України у війні. Досвід – це те, чим Україна може віддячити США за масштабну системну підтримку. В статтях неодноразово наголошується на важливості цієї війни для оборонної політики Штатів. Одні з останніх статей – детальне вивчення масованих атак БПЛА на територію України, потреба підтримки ЗСУ з боку США та вплив української війни на вибори президента США. Газета наголошує на тому, що війна в Україні затягнулася і це є погано [45].

Таким чином бачимо, що американські ЗМІ активно цікавляться різними аспектами воєнних подій в Україні – гуманітарним, економічним, військовим, активно їх висвітлюють, відправляють до нас своїх журналістів. Цінним для України є заклик американських ЗМІ до міжнародного товариства долучитися до допомоги українським збройним силам та постраждалому населенню. В своїх публікаціях і сюжетах вони наголошують, що вважають важливим для своєї оборони унікальний військовий досвід нашої держави та підтримують більшість українських вимог. Проте занепокоєні затягуванням цієї війни.

Саме ЗМІ США стали одним із найпотужніших фронтів в інформаційній війні.

Поряд з американськими, з перших годин вторгнення потужну інформаційну підтримку проявили *Британські ЗМІ*. Більшість найвідоміших

видавництв на початку війни присвячували свої обкладинки стійкості і героїзму українців та розповідали історії тих, хто першими зустрів війну.

Відома ділова газета FT протягом двох років війни приділяє увагу саме економічним методам агресії, які застосовує росія як найпотужнішому чиннику, який здатний похитнути віру українців у перемогу і відповідно зменшити стійкість України. Крім того, газета, у стилі традиційної британської політики, у статтях, присвячених країні, постійно наголошує на тому, що кінець і результати війни залежать не лише від військової сили і озброєння, але й від дипломатії і перемовин.

Дуже детально війну в Україні висвітлює видання Guardian. В ньому Україні присвячена окрема колонка в головній частині [46]. Воно позиціонує себе як видання для людей з невеликими доходами. Наративи статей про війну в цьому виданні – відверто проукраїнські. Якщо ділові видання для більш заможної верстви, такі як FT, просувають ідею необхідності перемовин і компромісу з росією, Guardian підтримує Україну в категоричному ігноруванні цих процесів. Видання не лише описує події війни, але й вдається в окремі деталі.

Найважливішим медіа Великобританії, яке висвітлює тему війни є, звичайно, BBC. Особливістю цього медіа є те, що вони, як і CNN мають в Україні багато власних журналістів, тому роблять репортажі в різних частинах країни, включаючи лінію фронту і є реальними свідками усіх подій, пов'язаних із злочинними діями росії. Дуже часто випуски новин BBC починаються з прямих включень місця атак російських ракет на житлові будинки [35]. Вони беруть інтерв'ю у політиків і військового керівництва, наприклад Валерія Залужного, роблять розслідування. Медійники BBC добре проінформовані про передісторію війни і підтримують українські наративи. Їх репортажі і статті мають високий ступінь довіри у світі.

Таким чином, британські ЗМІ висловлюють підтримку Україні, переймаються її проблемами, проте деякі з них несвідомо просувають ідеї кремля, схилиючи нашу державу до переговорів і пошуку компромісів з

російським керівництвом. Між рядками британських і американських ЗМІ читається занепокоєність складністю і тривалістю україно-російської війни.

«Детектор медіа» [6] у рамках дослідження опитав *німецьких медійників*, і вони *підтвердили* вплив на них російської пропаганди і, навіть, навели приклади, коли німецькі ЗМІ напряду закликали Україну до миру.

Проте, слід сказати, що німецькі кореспонденти теж час бувають в Україні, у тому числі і на фронті, де точаться бої, беруть інтерв'ю у експертів, речників, контактують з місцевими журналістами, тому можуть скласти своє об'єктивне бачення війни. Велику увагу у сюжетах вони приділяють необхідності військової допомоги Україні та підтримці українських біженців за кордоном. Пропаганда Кремля дуже відчутна саме на телебаченні, про що стверджують українські біженці, які там проживають. У сюжетах часто говорять про високу корупцію у нашій державі та не враховують ті заслуги останніх років, які допомагають її подолати. Санкції проти Московського патріархату для них – це утиск віруючих, російська культура – «велика і дуже цінна» та не має відношення до путінського режиму, був навіть сюжет, де росії дякували за перемогу над нацизмом.

Опитані українці у *Франції* говорять про те, що французькі медіа, зокрема телебачення, підносять інформацію досить дипломатично. Поряд з проукраїнськими політиками надають слово і російським посадовцям. В одному з випусків новин вони завбачливо говорять про те, що знають, що зіткнуться з пропагандою, але їм важливо побачити, які маніпуляції і аргументи наведе російська сторона. Як виявляється, кореспонденти, які беруть ці інтерв'ю, часто мали досвід роботи в росії.

Українці, що проживають зараз в *Італії*, стверджують, що останнім часом італійські новини зовсім мало показують сюжетів про Україну, як це було на початку війни, вони більш зосереджені на власних внутрішніх подіях і повідомляють лише «гарячі» українські новини в кінці випуску.

Пояснення цьому знаходимо у дослідженні «Детектор медіа» [37], в якому зазначається, що італійських кореспондентів в Україні досить мало, тому місцеві медіа мають дуже мало актуальної інформації про події в нашій країні.

Періодично, як зі шпальт італійських друкованих медіа, так і з екрану, лунають заклики до миру, особливо з вуст представників ділового і релігійного світу, а окупація українських територій, зокрема Криму подається як «самовизначеність» населення.

На відміну від Італії, в інформаційному просторі Польщі тема війни в Україні висвітлюється досить активно. Причиною цього, звичайно, є географічна близькість війни до її кордонів і власне негативне ставлення до дій РФ. Увага до війни у польських ЗМІ пояснюється і власною боротьбою в інформаційній війні, і погрозами нападу росії, і намаганням посіяти ворожнечу між нею і Україною.

Огляд польських онлайн-медіа показує, що вони більше акцентуються на політичних і міжнародних питаннях українсько-російської війни та питаннях військової допомоги Україні країнами Заходу. Незважаючи на деякі непорозуміння у сфері аграрної економіки, польські онлайн-медіа висловлюють підтримку України, зображаючи її як частину європейського співтовариства та закликають інші країни надати більшу кількість зброї.

Вторгнення росії в Україну знаходить відгук і в громадській думці, і в експертному середовищі Польщі. Польські видання з перших днів війни найактивніше підтримували українців, пишучи, що вони поруч із ними, а Путіна називали злочинцем.

В науковому дослідженні Л. Скорич [26] проаналізовано польські періодичні видання військового спрямування «Nowa Technika Wojskowa», «Wojsko i Technika» і «Raport – Wojsko, Technika, Obronność». Дослідниця стверджує, що тема української війни в них є досить популярною і більшість публікацій має «достатньо виразну проукраїнську позицію». В матеріалах міститься інформація, яка не аналізувалася українськими виданнями, наприклад, про українську повітряну розвідку.

Цікавим виявився аналіз теми війни в *угорських ЗМІ*, які відомі не надто сильною лояльністю і навіть ворожістю по відношенню до України.

За словами дослідників [39] більшість медіа прямо чи опосередковано контролюються владою, яка просуває думку про «незалученість держави у військовий конфлікт та нерозумність жертви своїми економічними інтересами заради України». Такий наратив просувається майже в усіх медіа.

У багатьох ЗМІ поширюються фейки про утиски угорської меншини на території Закарпаття та вибіркову мобілізацію етнічних угорців. Це типовий інформаційний «вкид» росії. Дослідники [39] вважають, що угорці, незважаючи на близьке сусідство, мають надто мало інформації про Україну. Майже всі проурядові медіа Угорщини поширюють однаковий контент, що «сприяє створенню спотвореної реальності в очах угорців».

Найсильнішим неформальним рупором проросійського режиму В. Орбана вважається найвпливовіша газета Угорщини *Magyar Nemzet* (Угорський народ), яка, до прикладу, надрукувала нещодавно матеріал, який олюднює образ російського диктатора та робить його більш світлим "Az ukrajnai háborúról beszélt Putyin kilencvenéves tanára" ("Дев'яносторічна вчителька Путіна розповіла про війну в Україні") [41].

Головними меседжами угорської пропаганди, які є дуже схожі до російських, є меседжі типу «Захід повинен нести відповідальність за війну», «Захід, надаючи зброю Україні провокує економічну кризу», «росіяни захищають традиційні цінності» і інші.

На думку українських журналістів, що проживають в Китаї [34], китайські ЗМІ роблять спробу продемонструвати нібито нейтральну позицію щодо війни в Україні. Проте в цій «нейтральній» позиції дуже чітко проглядаються російські наративи. Більшість медіа Китаю, як і в Угорщині, державні, і саме вони показують російську агресію як крок російського диктатора, який вимушений захищати власну державу від західних країн, що її оточують. Проте, ніколи в китайських медіа не проскакували наративи про націоналізм. Як наголошує CNN, китайські журналісти піддають осуду

створення росією в Україні гуманітарних проблем. Війна в Китаї не називається війною, а, як в росії, «спеціальною військовою операцією». Китайська державна телекомпанія CCTV розповсюджує інформацію про розробку біологічної зброї Україною, а російського диктатора показує як жертву, яка бореться з НАТО. Великі державні агентства новин, які піддаються жорсткій цензурі, часто просто повторюють статті російських ЗМІ.

Працівники ЗМІ Латинської Америки дуже мало знають і про Україну, і про Східну Європу, зате російська пропаганда, наприклад, у Бразилії, дуже потужна, особливо активна вона на деяких телеканалах, таких як Russia Today і "Спутник". Їх дивиться досить велика аудиторія і тому ідеї Кремля є досить поширеними. Найчастіше просувається думка про те, що війна росії проти України насправді є війною росії і Китаю проти країн Заходу і НАТО. Репортажів з України, які б могли показати, що відбувається з цивільними жертвами чи військовополоненими, в силу віддаленості, місцеві журналісти знімають мало. ЗМІ в основному, тиражує те, що пишуть великі світові видання типу New York Times. Особливістю цих країн є те, що багато з них не є демократичними і діалог між суспільством і урядом налагоджений досить погано, тому суспільство не може впливати на уряд, вимагаючи, наприклад, військову допомогу Україні.

Цікавим був би аналіз теми війни в Україні через призму ЗМІ ще однієї диктаторської країни – «світового вигнанця» Північної Кореї, проте про ставлення до війни в Україні північнокорейських ЗМІ інформації майже немає внаслідок її ізоляваності. Маємо лише інформацію про те, що «північнокорейські та російські ЗМІ домовились "розвивати тісну співпрацю з метою забезпечення миру й стабільності на планеті" [30].

Таким чином, проаналізувавши ЗМІ різних країн світу щодо питання війни в Україні, можна сказати, що переважна більшість медіа, особливо в Європі, підтримує Україну в інформаційній війні проти росії, показуючи реальну картинку подій які відбуваються. Найбільш потужну допомогу надають мас-медіа США і Великобританії, країни Балтії та Польща. Частина західних країн проштовхує у своїх ЗМІ наративи про необхідність дипломатичних переговорів,

поступок в сторону росії, але з другого боку - підтримує країну в боротьбі та надає потужну фінансову підтримку (Франція, Італія, Німеччина). В деяких країнах (Китай, Угорщина) ЗМІ озвучує відкрито проросійські меседжі і виправдовує дії російського диктатора, обілюючи його та знаходячи виправдання війни міфічною загрозою НАТО і країн Заходу, проте, в більшості, засуджує гуманітарні проблеми, створені війною. Позиція ЗМІ в деяких країнах світу маловідома через брак матеріалу і досліджень.

2.3. Порівняльний аналіз особливостей подання інформації про війну в Україні українськими та зарубіжними ЗМІ

Порівнюючи особливості подання інформації про війну в Україні українськими та зарубіжними ЗМІ, можна побачити значну відмінність у підходах та акцентах, які розставляються. Для зарубіжних ЗМІ вони, в свою чергу, теж відрізняються в залежності від політичної влади в країні, географічного розташування, аудиторії, цінностей, пріоритетів і іншого.

Що стосується західних медіа демократичних держав, то можна відзначити їх колосальний вплив на громадськість країни. Вони формують думку власної аудиторії, а політична влада країни, вже на основі неї, приймає рішення. Наприклад, вирішує чи надавати допомогу Україні і якою саме повинна бути ця допомога. Саме тому, нашим науковцям так важливо не нехтувати аналізом світових ЗМІ, по максимуму з ними співпрацювати. Для цього їх українські колеги повинні допомагати у поданні для світу правдивої інформації, влаштовувати зустрічі з різними героями, включаючи і вище військове керівництво, підказувати ідеї для сюжетів та поширювати, створені іноземними ЗМІ, матеріали про Україну в зарубіжних і вітчизняних медіа. Це реально може бути дуже корисним для нашої держави.

Українські ЗМІ за період війни теж значно підвищили довіру до своїх матеріалів у аудиторії, проте наше суспільство, в силу історичних подій,

довготривалого існування у складі Радянського Союзу і інформаційному просторі, насиченому брехнею та пропагандою, ставиться до будь-якого матеріалу, що знімається та публікуються, більш критично і часто має власну думку, відмінну від представленої медіа. Вони, на відміну від зарубіжних, не завжди здатні сформулювати однозначну суспільну думку, на яку може орієнтуватись керівництво держави, приймаючи ті чи інші рішення. З однієї сторони це створює у влади розгубленість і нездатність прийняти однозначні рішення та закони (як це відбувається з законом про мобілізацію, який не можуть прийняти вже четвертий місяць, оскільки українські ЗМІ не сформували в українців однозначної суспільної думки на цей рахунок). З іншої сторони - така неоднозначність у поглядах різних частин аудиторії призводить до того, що рішення і закони, які приймаються, є більш виваженими і прописані так, щоб задовольнити різні запити суспільства.

Другою особливістю зарубіжних ЗМІ є те, що вони працюють для своєї власної аудиторії, і їхні матеріали не завжди для нас і аудиторії інших країн є зрозумілими та трактуються однозначно і прийнятно. Виникає така дилема – зарубіжні журналісти не завжди розуміють передісторію і саму суть російсько-української війни та той факт, чому для українців, до прикладу, так важливо іти до кінця, не поступатися під тиском світу щодо мирних угод і компромісів та повернути кордони своєї держави 1991 року. З другого боку – подаючи відповідну інформацію для зарубіжних ЗМІ нашим представникам мас-медіа важко зрозуміти, як уявляють собі українсько-російські відносини і чим є Україна у свідомості, до прикладу італійця чи іспанця та якими словами їм слід пояснити, що тут відбувається і чому. Тому інформація, яка подається українцям вітчизняними ЗМІ для нас є більш зрозумілою, прийнятною та викликає менше критики.

Наприклад, американський журналіст через призму власних уявлень, сформованих у державі, де є багаті містечка і квартали типу Беверлі -Хілз, в своєму репортажі назвав Бучу та Гостомель багатими містечками поблизу столиці, а це дуже обурило українців, що вони зазначили у коментарях, адже

наші населені пункти не прийнято ділити на бідні і багаті. Американець просто озвучив власне порівняння Бучі з іншими містечками, які бачив в Україні і не хотів нікого образити.

Різницею між інформацією про війну, подану українськими і зарубіжними медіа є те, що наші ЗМІ в абсолютній більшості не підпадають під російську пропаганду і абсолютно не дають можливості нею маніпулювати, що не можна сказати про велику кількість зарубіжних ЗМІ, які часто «проковтують» і пропагують наративи кремля, навіть не замислюючись над цим, адже з самого початку війни російська пропаганда, не приховуючись, працювала майже по всьому світу та в кожній країні мала своїх агентів впливу. Особливо часто нав'язані підсвідомо пропагандистські російські наративи звучать у зарубіжних ЗМІ, коли тема війни в Україні накладається на їх власні світоглядні суперечності. Гарний приклад цього – нав'язування світові образу «гарних росіян», від яких нічого не залежить і вони є самі жертвами путінського режиму.

Проте часто такі сюжети і публікації є для українців важливим джерелом того, на які «больові точки» зарубіжного суспільства давить російська пропаганда. Тоді виникає можливість переграти її та запобігти, протиставивши свої факти, докази і інформацію певного виду.

Слід зазначити, що робота іноземних ЗМІ дуже сильно прив'язані до стандартів. Тому самі собою зрозумілі і очевидні факти, які в принципі не потребують підтвердження, вони просто ігнорують через те, що ця інформація не має офіційного джерела. Це стосується не лише висвітлення бойових дій чи ракетних обстрілів житлових кварталів, але й інших тем. Та, незважаючи на таку прискіпливість до стандартів, саме зарубіжні ЗМІ найчастіше розповсюджують деякі міфи, наприклад про «Привида Києва». Зокрема, повідомляючи про загибель українського героя Степана Тарабалки так його назвали видання Times, New York Post [46].

Ще одна особливість зарубіжної журналістики – найкращим сюжетом вважається той, де він розповідається через життя конкретного героя. Наприклад, характерний сюжет зарубіжного ЗМІ – це розповідь про життя конкретної мами

з двома дітьми, яка опинилась в перший день війни в Ірпені і пережила всі жахи окупації. Особливо вони вишукують ексклюзивні історії та залучають декількох героїв. Такий стандарт подачі інформації для міжнародних мас-медіа – показник якісного сюжету і вони намагаються його втілити. Зняти його для іноземця – нелегка справа, бо іноземний журналіст знаходиться в чужому соціокультурному і мовному середовищі. Тому нерідко сюжети виходять не надто цікавими і репрезентативними для української аудиторії, але можуть зацікавити іноземну аудиторію.

Українським журналістам зняти такий сюжет набагато легше. Рідною мовою легше викликати емпатію і у аудиторії, і проявити її до героя. Вони краще знають, де шукати таких героїв, мають можливість вільно розпитувати про них у населення і інше.

Зарубіжним журналістам часто доводиться звертатися до послуг спеціальних людей – фіксерів, які, часто, є кимось із місцевих мешканців, тому що професійних фіксерів на таку велику кількість іноземних ЗМІ не вистачає. Вони допомагають налагодити контакт з героями, служать перекладачами і інше. Дуже часто це не професійні журналісти. Тому подібні сюжети можуть бути гіршої якості, ніж у їх українських колег.

Прикрим є те, що, іноді, не знайшовши ексклюзивного матеріалу, іноземні ЗМІ, не розібравшись і вважаючи їх українськими, можуть брати сюжети з російських джерел, насичених пропагандою і ворожими наративами. На відміну від українських журналістів, які мають багаторічний досвід роботи у атмосфері постійної інформаційної війни російської федерації, мало ознайомлені з мовними особливостями, вони робляться переносниками російських ідей.

Хотілось би відзначити цікавий факт – з відомими міжнародними виданнями наші політики і військове керівництво говорить більш охоче, і часто говорять те, чого не скажуть українським журналістам. Можна пригадати інтерв'ю Володимира Зеленського, Валерія Залужного. Такі інтерв'ю, зазвичай, відбуваються у формі дружньої бесіди за філіжанкою кави чи чаю, а наші журналісти подають інформацію від вищого керівництва держави у формі

текстових повідомлень і відеозвернень. Можливо, це пов'язано з меншою цензурою і вимогами законодавства України до міжнародних журналістів, а наші медійники діють в особливих жорстких рамках [31].

В умовах війни надзвичайно велика роль кваліфікованих професійних військових журналістів. На початок війни вітчизняних військових журналістів було зовсім мало. Цю спеціальність можна було здобути лише в кількох українських вузах або за кордоном. Зважаючи, що під час війни новини з лінії фронту набувають особливого значення, подій дуже багато, а фронт тягнеться на багато сотень кілометрів, наші медіа просто не впоралося б висвітлювати події на всіх його ділянках. Тому часто саме західні медіа знімають унікальні кадри в зоні бойових дій, частка сюжетів підготованих саме військовими журналістами дуже велика. Нестача кадрів поповнюється українськими цивільними воєнними журналістами, яких перенавчають, часто, нашвидкуруч. Їх сюжети з лінії фронту програють у якості і інформативності перед сюжетами професійних зарубіжних військових кореспондентів.

Щодо порівняння тематики війни в Україні українських і зарубіжних ЗМІ, то можна сказати, що контент українських мас-медіа зосереджений на історичних і політичних передумовах та причинах, що сприяли повномасштабному вторгненню, часто містять прогнози про політичні, економічні і соціальні наслідки війни для країни і громадян. Вони пояснюють всьому світу необхідність власної перемоги задля збереження державності, і таким чином постійно протистоять російській дезінформації і пропаганді. Зарубіжні ЗМІ, натомість, ставлять більший акцент на міжнародних аспектах конфлікту, таких як вплив війни на світові цінності, порядок і міжнародну безпеку, оцінюють геополітичні наслідки, показують реакції міжнародних лідерів на певні події війни та міжнародні зусилля з мирного врегулювання. Ключовими постатями через які світом сприймалася Україна, вони зробили Президента України Володимира Зеленського і першу леді Олену Зеленську, тому частина тематики стала присвячена управлінню державою, яка знаходиться у стані війни та стійкість і витримку президентської родини.

Українські ЗМІ зробили ключовими фігурами військового головнокомандувача Валерія Залужного та збірний образ героя Збройних Сил України. У нас вони досі залишаються такими, незважаючи на звільнення головнокомандувача.

Українські ЗМІ більше враховують тематичні запити, актуальні, все ж таки. для української аудиторії, такі як зміни в законодавстві, що стосуються допомоги ВПО, військової мобілізації і демобілізації, повернення військовополонених, наслідки атаки на мирні міста, зміни в освіті та вплив війни на культурні і соціальні сфери життя країни. Вони можуть включати в свої репортажі теми, які пов'язані з українською мовою, культурою і історією, що є складовими національної ідентичності та можуть бути достатньо незрозумілими для іноземної аудиторії. Зарубіжні ЗМІ акцентуються більше на міжнародних відносинах з Україною.

Отже, відмінності у висвітленні тематики війни в Україні в українських і зарубіжних ЗМІ відображають різницю у сприйнятті війни та особливості національного і культурного середовища в якому вони працюють.

ВИСНОВКИ

Для сучасних війн характерна велика роль в них засобів масової інформації, які впливають на суспільство і зумовлюють виникнення з його боку певної реакції, що в подальшому може впливати на перебіг військового конфлікту. Тому ця тема ще до війни в Україні досліджувалась багатьма українськими науковцями. Найбільша зосередженість наукових праць була на темах, що стосувались інформаційної війни і пропаганди як надзвичайно важливих впливів, в яких українська журналістика жила протягом усього часу незалежності України.

Повномасштабна війна розставила все так, що на даний момент для нашої країни важливо створити конкретний погляд на війну не лише в нас, українців, але й в міжнародній спільноті, оскільки саме від неї в великій мірі залежить, коли і на чийх умовах буде підписаний мирний договір.

Аналіз іноземних ЗМІ показав, що мас-медіа багатьох країн є менш стійкими до пропагандистських впливів кремля, ніж національні. Російські меседжі і наративи дуже легко входять у іноземні засоби масової інформації, формуючи негативний образ України у світовому товаристві, справедливості нападу та прагнень ворога, позбавляючи нас їх підтримки і допомоги, без якої перемогу здобути буде важко. Така ситуація спонукає до постійного аналізу зарубіжних мас-медіа на предмет російського впливу і протистояти йому.

З'ясовано, що робота засобів масової інформації побудована таким чином, що може подавати інформацію з певною спрямованістю, маніпулювати нею, застосовувати психологічний вплив, поширюючи фейки та дезінформацію (як це робить росія) і цим формувати ставлення до війни. Тому, залежно від мети, такий вплив може або сприяти мобілізації суспільства, його згуртованості у боротьбі з ворогом, або, навпаки, збільшувати емоційну напругу, сприяти бажанню іти на поступки і компроміси з противником. Тому під час війни в українських ЗМІ, крім основних функцій, які вони мали в мирний час, з'явилися нові: підкреслюючи важливість національної єдності, об'єднувати українців

заради досягнення спільної перемоги; вести інформаційну війну з ворогом, закликати аудиторію до фінансової і моральної підтримки військових і постраждалих від війни; привертати увагу світової громадськості до військових злочинів росії; озвучувати потребу надання озброєння для захисту держави і мирних мешканців та інші. При цьому вони повинні залишатися об'єктивними та працювати згідно журналістських стандартів та етики.

У ході роботи визначено основну особливість українських ЗМІ під час війни – подання інформації крізь призму національних інтересів України та її корисності для фронту.

Аналіз світових ЗМІ щодо висвітлення війни в Україні показав, що переважна більшість медіа, особливо в Європі, підтримує нас у боротьбі з ворогом та робить усе можливе, щоб протистояти інформаційній війні, показуючи реальну картинку подій, які відбуваються. Найпотужнішу підтримку здійснюють мас-медіа США і Великобританії, країн Балтії та Польща. Проте, частина західних країн частково прощтовхує у своїх ЗМІ прагнення російської влади про необхідність дипломатичних переговорів та поступок на користь РФ. З іншого боку - вони підтримують українців, співчувають жертвам війни та озвучують свою готовність надавати потужну фінансову і військову підтримку (Франція, Італія, Німеччина). В деяких країнах (Китай, Угорщина) ЗМІ відкрито озвучує проросійські ідеї, розповсюджує фейкові новини, вибілює образ країни-агресора та виправдовують напад на Україну поясненнями згідно російських «методичок». Вони більше засуджують гуманітарні проблеми, створені війною. Відношення ЗМІ до війни в Україні в частині країн невідома через брак інформації, закритість країни або відсутність інтересу до їх медіа українських колег.

Порівняльний аналіз вітчизняних і зарубіжних ЗМІ показав наступні моменти:

- Контент українських мас-медіа часто зосереджений на політичних і історичних передумовах, несправедливості нападу та причинах, що сприяли повномасштабному вторгненню. Наші ЗМІ пояснюють всьому світу

необхідність власної перемоги задля збереження державності і світового миру та постійно протистоять російській дезінформації та пропаганді;

- Зарубіжні ЗМІ акцентуються на міжнародних аспектах конфлікту, впливу війни на світові цінності, порядок і міжнародну безпеку. Вони зосереджені на оцінці геополітичних наслідків та показують реакції міжнародних лідерів на певні події війни й міжнародні зусилля з мирного врегулювання військового конфлікту;

- Контент українських ЗМІ більше спрямований на внутрішню аудиторію, акцент їх уваги зосереджується на гуманітарній ситуації, подіях на фронті, політичних та економічних наслідках впливу війни на суспільство. В центрі уваги – страждання мирного населення, героїчні вчинки військових і волонтерів, їх мужність та єдність країни у боротьбі з ворогом. Контент зарубіжних ЗМІ є досить схожим, але адаптованим під інтереси аудиторії своїх країн;

- Українське суспільство, маючи більший досвід проживання в стані інформаційної війни, ставиться до будь-якого матеріалу ЗМІ більш критично, часто має власну думку, відмінну від представленої медіа, а не сліпо довіряє і «проковтує» будь-яку інформацію медіа, як це часто відбувається в багатьох країнах світу;

- зарубіжні журналісти, не завжди розуміють передісторію і саму суть російсько-української війни. До прикладу, більшості з них не зрозуміло, чому ми проти будь-яких компромісів з росією, адже домовленості закінчать війну і принесуть бажаний мир. З другого боку - українським представникам медіа важко зрозуміти, як уявляють собі українсько-російські відносини іноземці, чим є Україна у їх свідомості та якими словами їм слід пояснити, що тут відбувається і чому. Тому інформація, яка подається українцям вітчизняними ЗМІ є більш зрозумілою, прийнятною та викликає менше критики;

- Образ України у мас-медіа світу за час війни трансформувалася від образу жертви нападу до образу найстійкішої нації в світі;

- Динаміка уваги світових ЗМІ до війни в Україні має тенденцію до спадання інтересу через свою довготривалість і виникнення нових світових воєнних конфліктів.

Вважаємо, що, незважаючи на сьогоднішній спад інтересу світових ЗМІ до війни в Україні, вона до закінчення військового конфлікту і післявоєнної відбудови не зникне з міжнародного інформаційного поля, адже станом на сьогодні є наймасштабнішою війною у світі.

Спад інтересу більше пов'язаний не з байдужістю світового суспільства, а з його зосередженістю на інших військових конфліктах. Про це свідчить той факт, що тема повертається у медіа-простір в той час, коли ситуація на фронті загострюється. На даному етапі українсько російська війна набула позиційного характеру, тому ЗМІ складніше знайти нові інформаційні теми. І страх українського суспільства, пов'язаний з тим, що байдужість світових мас-медіа негативно впливає на рівень допомоги, від якої сильно залежить результат війни, не є обґрунтованими. Більшість світових політологів зауважує, що надання західної допомоги немає прямої залежності від висвітлення теми українсько-російської війни у ЗМІ.

Рекомендуємо українським журналістам будувати таку системну інформаційну політику, яка буде все ж таки орієнтована на західне суспільство, зважаючи прагнення України залучитись до Європейського Союзу і блоку НАТО та більше продукувати англійських статей та медіа або, принаймні, перекладених українцями. Їх дуже бракує в світовому медіапросторі. Адже саме українські журналісти здатні донести світові всю правду про війну, не спотворену пропагандою.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Акопян К. А. Медіатека воєнного часу: військова журналістика в українсько-російській війні. *Izdevnīcia Baltija publishing.*: веб-сайт URL:<http://baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/284/7825/16357-1?inline=1> (дата звернення 16.04.2024)
2. Аслунд А. Путін програв інформаційну війну / Андерс Аслунд // *Gazeta.ua*: веб-сайт. URL: <https://gazeta.ua/ru/blog/56676/putin-prograv-informacijnu-vijnu> (дата звернення 15.04.2024)
3. Богуш Л. А. Роль засобів масової інформації у висвітленні збройних конфліктів у світі: теоретичний підхід. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Сер. Філологія. Журналістика. 2021. Том 32 (71) № 4 С. 291-295 URL:https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/4_2021/part_3/50.pdf (дата звернення 18.04.2024)
4. Василенко М. К. Журналістське розслідування в умовах воєнного стану: співвідношення колективного та індивідуального. Поліграфія і видавнича справа / *PRINTING AND PUBLISHING*. 2023 №2. С. 86
5. Військова журналістика. український аспект: становлення української військової журналістики; місце військової журналістики у медіапросторі в період воєнного стану; правові підстави діяльності військових журналістів під час воєнних дій / Укл.: Копотун І. М., Коропатнік І. М., Микитюк М. А., Павлюк О. О., Пасіка С. П., Петков С. В. — Київ. ВД «Професіонал», 2023. 676 с.
6. Викриття. Як німецькі місцеві політики поширюють проросійські наративи щодо українських біженців. *Детектор медіа*: веб-сайт. URL:<https://disinfo.detector.media/post/yak-nimetski-mistsevi-polityku-poshyriuiut-prorosiiski-naratyvu-shchodo-ukrainskykh-bizhentsiv> (дата звернення 18.04.2024)
7. Журналістика співучасті як засіб маніпуляції суспільною свідомістю в процесі запровадження електронного уряду в Україні/Електронний уряд в Україні/Київ. нац. ун-т. ім К Соколова - Т. Шевченка, 2012. С. 52-23

8. Збройні Сили України. Рекомендації журналістам щодо організації роботи на військових об'єктах та в районах бойових дій в умовах воєнного стану/ Підготовлено Управлінням зв'язків з громадськістю Збройних Сил України. Київ. 2024. URL: https://www.mil.gov.ua/content/zmi/rekomendacii_dlia_ZMI_new24.pdf (дата звернення 18.04.2024).

9. КЖЕ засудила інтерв'ю медіагрупи RAI News 24 з потерпілою, яка втратила доньку під час обстрілу Вінниці. *Інститут масової інформації*: веб-сайт. URL: <https://imi.org.ua/news/kzhe-zasudyla-interv-yu-mediagrupy-rai-news-24-z-poterpiloyu-yaka-vtratyla-donku-pid-chas-obstrilu-i46798> (дата звернення 16.04.2024)

10. Кодекс професійної етики українського журналіста прийнятий на X з'їзді Національної спілки журналістів України (квітень 2002 року). *Комісія з журналістської етики*: веб-сайт. URL: <https://cje.org.ua/ethics-codex/> (дата звернення 18.04.2024)

11. Кодекс професійної етики українського журналіста *Комісія з журналістської етики*: веб-сайт. URL: <https://cje.org.ua/ethics-codex/> (дата звернення 18.04.2024)

12. Новини під час війни. Аналіз професійних стандартів провідних онлайн-медіа в грудні 2023 року. *Інститут масової інформації*: веб-сайт. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/novyny-pid-chas-vijny-analiz-profesijnyh-standartiv-providnyh-onlajn-media-u-grudni-2023-roku-i58066> (дата звернення 18.04.2024)

13. Посібник з журналістської етики / [Куликов А., Кузьменко Л., Дворовий М., Дуцик Д., Куш Л.]. — К. : Комісія з журналістської етики, 2023. — 129 с. URL: <https://cje.org.ua/wp-content/uploads/Posibnyk-full.pdf> (дата звернення 18.04.2024)

14. Посмітна В. В. Особливості сучасної антиукраїнської маніпулятивної пропаганди в текстах і заголовках російських інформаційних повідомлень. *Службово-бойова діяльність сил сектору безпеки держави: сучасний стан, проблеми та перспективи* : матеріали IV Всеукраїнської науковопрактичної

конференції (31 жовтня 2022 року). Вінниця : Національна академія Національної гвардії України, 2022. С. 80–81.

15. Почепцов Г. Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття : монографія. Київ : Видавн. дім «КиєвоМогилянська академія», 2017. 260 с.

16. Правила для журналістів щодо поведінки з військовими. *Інститут масової інформації*. веб-сайт: URL: <https://imi.org.ua/monitorings/pravy-la-dlya-zhurnalistiv-shhodo-povedinky-z-vijskovymy-i44056> (дата звернення 17.04.2024)

17. Презентація діяльності Міністерства. *Міністерство з питань реінтеграції тимчасово окупованих територій України: підсумки 2022 року*. веб-сайт: URL: https://www.minre.gov.ua/sites/default/files/prezentaciya_za_2022_rik_5_nova.pdf (дата звернення 18.04.2024)

18. Приступенко, Т. О. Теорія журналістики: етичні та правові засади діяльності засобів масової інформації : навчальний посібник. Київ : Інститут журналістики, 2004. 375 с.

19. Про заборону пропаганди російського нацистського тоталітарного режиму, збройної агресії Російської Федерації як держави-терориста проти України, символіки воєнного вторгнення російського нацистського тоталітарного режиму в Україну (Із змінами, внесеними згідно із Законом № 2849-IX від 13.12.2022): Закон України від 22 травня 2022 р. № 2265-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2265-20#Text> (дата звернення 17.04.2024)

20. Про організацію взаємодії між Збройними Силами України, іншими складовими сил оборони та представниками засобів масової інформації на час дії правового режиму воєнного стану (Із змінами, внесеними згідно з Наказом №196 від 12.07.2022; №266 від 03.10.2022): Наказ головнокомандувача Збройних Сил України від 3 березня 2022 №73 URL:https://www.mil.gov.ua/content/mou_orders/nakaz_73_zi_zminamu.pdf (дата звернення 17.04.2024)

21. Професійні журналістські стандарти: інформаційна довідка. *Інститут масової інформації*: веб-сайт.

URL:<https://imi.org.ua/advice/profesijni-zhurnalistski-standarty-normatyvna-dovidka-i31933> (дата звернення 18.04.2024)

22. Рік єдності: 365 днів марафону “Єдині новини”. Ірина Лаб’як. *ТСН*: веб-сайт. URL: tsn.ua/ukrayina/rik-yednosti-365-dniv-marafonu-yedini-novini-2272894.html (дата звернення 16.04.2024)

23. «Репортери без кордонів» закликали український уряд припинити спільний телемарафон «Єдині новини». Олена Ярема. *Детектор медіа*: веб-сайт. URL: <https://detector.media/infospace/article/222621/2024-02-06-reportery-bez-kordoniv-zaklykaly-ukrainskyu-uryad-prypynyty-spilnyu-telemarafon-iedyni-povnyu/> (дата звернення 17.04.2024)

24. Розвідники США припустили, що Путін може піти на ескалацію бойових дій в Україні. *УНІАН*: веб-сайт. URL: <https://www.unian.ua/world/rozvidniki-ssha-pripustili-shcho-putin-mozhe-piti-na-eskalaciyu-boyovih-diy-v-ukrajini-novini-svitu-11735479.html>. (дата звернення 15.04.2024)

25. Сайт ТСН. URL: <https://tsn.ua/ukrayina/rik-yednosti-365-dniv-marafonu-yedini-novini-2272894.html> (дата звернення 17.04.2024)

26. Скорич Л. В. Висвітлення повномасштабної російської агресії проти України у військовій періодиці Польщі. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Сер. Історичні науки. 2022. Том 33 (72) № 4 С. 272-276. URL:http://www.hist.vernadskyjournals.in.ua/journals/2022/4_2022/41.pdf

27. Тематичні пріоритети українських регіональних видань: офіціоз та оголошення беруть гору. *Детектор медіа*: веб-сайт. URL:<https://detector.media/regionalna-presaoain/article/212684/2023-06-20-tematychni-priorytety-ukrainskykh-regionalnykh-vydan-ofitsioz-ta-ogoloshennya-berut-goru/> (дата звернення 17.04.2024)

28. «Удар, а далі — темрява». Розповідь росіянки Катерини Волкової, яка втратила чоловіка під час обстрілу Києва. Олександра Горчинська. *Nv.ua Київ*. веб-сайт: URL: <https://nv.ua/ukr/kyiv/raketny-obstril-kiyeva-istoriya-sim-ji-yaka-vizhila-26-cherhvna-50257595.html> (дата звернення 16.04.2024)

30. Через співпрацю з РФ загроза з боку КНДР може зрости – посадовці США. *Радіо Свобода*: веб-сайт. URL:<https://www.radiosvoboda.org/a/news-sxpivprasya-rf-ta-kndr-zrostannya-zahrozy-posadovci-ssha/32782434.html> (дата звернення 16.04.2024)

31. Чому в медіа немає і не має бути «всієї правди» про війну. *Детектор медіа*: веб-сайт. URL:<https://detector.media/blogs/article/197451/2022-03-13-chomu-v-media-nemaie-i-ne-maie-buty-vsiiei-pravdy-pro-viynu/> (дата звернення 17.04.2024)

32. Чотири поради з безпеки для роботи журналіста в зоні конфлікту. *Репортери без кордонів. Ресурс безпеки журналістів*: веб-сайт. URL:<https://safety.rsf.org/ukr/?s=звіт&lang=ukr> (дата звернення 16.04.2024)

33. Штурхецький С. Особливості сучасних воєн: що потрібно знати журналістам // *Global world* : науковий альманах. Vol. 2 (II), 2016, С. 122.

34. Що Пекін дозволяє розказувати китайцям про війну Росії проти України. *TCH*: відео URL:<https://www.youtube.com/watch?v=QIVCNrLAWUk> (дата звернення 15.04.2024)

35. Як західні ЗМІ висвітлюють війну в Україні. *Експерт*: веб-сайт. URL:herage.ua/ua/experts/yak-zahidni-zmi-visvitlyuyut-vijnu-v-ukrayini (дата звернення 18.04.2024)

36. Як журналісти працюють в окупації в Криму. Альона Савчук. *Еспресо.Захід*: веб-сайт. URL: <https://espresso.tv/yak-zhurnalisti-pratsyuyut-v-okupatsii-v-krimu> (дата звернення 17.04.2024)

37. Як іноземні ЗМІ допомагають Росії. *Ukrainer*: веб-сайт. URL:<https://www.ukrainer.net/inozemni-zmi/> (дата звернення 17.04.2024)

38. Якими світ побачив перші п'ять днів великої війни в Україні: перші шпальти друкованих видань. Інга Вишневіська Анастасія Голумбйовська. *Детектор медіа*: веб-сайт. URL:<https://detector.media/infospace/article/208304/2023-02-24-yakumu-svit-pobachyv-pershi-pyat-dniv-velykoi-viynu-v-ukraini-pershi-shpalty-drukovanikh-vydan/> (дата звернення 18.04.2024)

39. Як провладні медіа Угорщини поширюють пропаганду на угорські національні меншини за кордоном – дослідження. *Медіамаркер*. веб-сайт.

URL:<https://mediamaker.me/news/yak-provkladni-media-ugorshhyny-poshyryuyut-propagandu-na-ugorski-naczionalni-menshyny-za-kordonom-doslidzhennya/> (дата звернення 17.04.2024)

40. 19,1% українців сказали, що найбільше псує їм настрої перегляд телемарафону «Єдині новини», — Центр Разумкова. Марина Баранівська. *Детектор медіа*: веб-сайт. URL: <https://detector.media/infospace/article/211345/2023-05-16-191-ukraintsiv-skazaly-shcho-naybilshe-psuie-im-nastriy-pereglyad-telemarafonu-iedyni-novyny-tsentrazumkova/> (дата звернення 17.04.2024)

41. Az ukrajnai háborúról beszélt Putyin kilencvenéves tanára. *Magyar Nemzet*: веб-сайт. URL:https://magyarnemzet.hu/kulfold/2024/01/az-ukrajnai-haborurol-beszelt-putyin-90-eves-tanara-video#google_vignette (дата звернення 15.04.2024)

42. Galtung, J. Peace Journalism – A Challenge. *Journalism and the New World Order*, 2002, 2, 259-272.

43. Galtung, J., Ruge, M. H. The Structure of Foreign News. *Journal of Peace Research*, 1965 2(1), 64-91.

44. Ghost of Kyiv' killed in battle, identity revealed. *New York Post*: веб-сайт. URL:https://nypost.com/2022/04/29/ghost-of-kyiv-major-stepan-tarabalka-killed-inbattle/?utm_source=NYPTwitter&utm_medium=SocialFlow&utm_campaign=SocialFlow (дата звернення 18.04.2024)

45. How Ukraine's tech army is taking the fight to Russia. David Ignatius. *The Washington Post*: веб-сайт. URL:<https://www.washingtonpost.com/world/ukraine-russia/> (дата звернення 15.04.2024).

46. *The Guardian*. веб-сайт. URL: <https://www.theguardian.com/world/ukraine> (дата звернення 15.04.2024)