



НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН  
КАФЕДРА РЕКЛАМИ І ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

**МАТЕРІАЛИ ІІІ НАУКОВО-МЕТОДОЛОГІЧНОГО СЕМІНАРУ  
«ПРАВА ЛЮДИНИ: ВІДОБРАЖЕННЯ У МЕДІАПРОСТОРИ»  
20 лютого 2024 року**

**SCIENTIFIC AND METHODOLOGICAL SEMINAR "HUMAN RIGHTS:  
REFLECTION IN THE MEDIA SPACE"**

Київ – 2024

Оргкомітет науково-методологічного семінару:

**Волошин Юрій Олексійович** – декан Факультету міжнародних відносин НАУ, професор, доктор юридичних наук.

**Іващук Антоніна Анатоліївна** – голова організаційного комітету, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, в.о. завідувача кафедри реклами і зв'язків з громадськістю ФМВ НАУ.

**Лашкіна Марія Григорівна** – заступник голови організаційного комітету, кандидат наук із державного управління, доцентка кафедри реклами і зв'язків з громадськістю ФМВ НАУ.

Голова редколегії

Іващук А. А., к. наук із соц. ком., доц.

Редакційна колегія:

Христокін Г. В. д-р філос. наук, проф.; Лашкіна М. Г. к. наук із держ. упр.; Кулинич О. І. к. іст. наук; Горова В. О. к. іст. наук, доц.; Боговін О. В., к.філ.наук, доц.; Риженко Л. М., к.наук із соц.ком.; Глухенька М.В., ст.викладач, Стельмашов А. К. ст. викладач.

Відповідальний секретар

Лашкіна М. Г. к. наук із держ. упр.

*Науково-методологічний семінар присвячений актуальним проблемам сьогодення щодо прав людини, соціальних комунікацій, реклами, зв'язків з громадськістю (дотримання прав людини в медіа, важливість свободи слова у демократичному суспільстві, роль медіа у процесах формування сучасного громадянського суспільства, роль реклами і піару в формуванні громадської думки).*

Усі права застережно. Посилання на матеріали цього видання під час їх цитування обов'язкові.

Рекомендовано до друку Вченою радою факультету міжнародних відносин Національного авіаційного університету (протокол № 3 від 5 березня 2024 р.)

## ЗМІСТ

1. <b>АДІЛЬ М.</b> ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОПАГАНДИСТСЬКИХ НАРАТИВІВ У ТРАНСЛЯЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ ПІД ЧАС ВІЙНИ ТА ЇХНІЙ ВПЛИВ НА ГРОМАДСЬКУ СВІДОМІСТЬ.....	6
2. <b>АНТОНОВА Е.</b> ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ В МЕДІА ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ.....	11
3. <b>БЕРЕГОВА В.</b> ПРАВА ЛЮДИНИ: ЦІННІСТЬ ДЛЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЖУРНАЛІСТІВ.....	14
4. <b>ВАСЬКІВСЬКА О.</b> ФОТОГРАФІЯ ЯК ДОКАЗОВА БАЗА ЗЛОЧИНІВ РОСІЙСЬКИХ ВІЙСЬК.....	17
5. <b>ВДОВИЦЬКИЙ Р.</b> ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛ ЯК СПОСІБ КОМУНІКАЦІЇ З ЦІЛЬОВОЮ АУДИТОРІЄЮ НА ЧУТЛИВІ ТЕМИ.....	21
6. <b>ВЕРЕТА К.</b> ОБМЕЖЕННЯ ЩОДО ОПРИЛЮДНЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ В УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	26
7. <b>ВОЗНЮК О.</b> ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ В ПУБЛІКАЦІЯХ ГЛЯНЦЕВИХ ЖУРНАЛІВ МОД.....	30
8. <b>ГАЛІВ О.</b> ПОРУШЕННЯ ПРАВ ЛЮДИНИ В УКРАЇНІ НА ПРИКЛАДІ ЗАКОНОПРОЄКТУ ПРО МОБІЛІЗАЦІЮ: СПЕЦИФІКА ВИСВІТЛЕННЯ В ЕФІРІ НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕЛЕМАРАФОНУ.....	34
9. <b>ГОЖА Т.</b> РОЗВИТОК ЦЕНЗУРИ В ДРУКОВАНИХ ЗМІ ПІД ЧАС ПЕРШОЇ СВІТОВОЇ ВІЙНИ.....	37
10. <b>ГУНЬКО Н.</b> РИЗИКИ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В МЕДІА:ЗБЕРЕЖЕННЯ ДОВІРИ ГРОМАДСЬКОСТІ ТА ЗАХИСТ ПРАВ.....	43
11. <b>ДЕНИСЕНКО Ю.</b> ОСОБЛИВА КАТЕГОРІЯ:ЖУРНАЛІСТИКА І ЖЕРТВИ ВІЙНИ.....	47
12. <b>ДЖИМА В.</b> ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛИ МУЗИЧНОГО СПРЯМУВАННЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ ПРОСУВАННЯ МИСТЕЦТВА В МАСИ.....	52
13. <b>ДОБРИВОДА В.</b> ПОРУШЕННЯ ПРАВ ЖІНОК ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ.....	55
14. <b>ЖУРБА В.</b> ПРОБЛЕМА СПРИЙНЯТТЯ НОВИХ ГЕНДЕРНИХ РОЛЕЙ В МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ ПІД ЧАС ВИСВІТЛЕННЯ ПОДІЙ ВІЙНИ.....	58
15. <b>ЗАВАДСЬКИЙ Ю.</b> ПРОБЛЕМИ ВПЛИВУ МАС-МЕДІА НА ГЛЯДАЦЬКУ АУДИТОРІЮ ПІД ЧАС ВІЙНИ.....	63
16. <b>ЗАГОРОДНЮК В.</b> ВИСВІТЛЕННЯ ТЕМАТИКИ І ПРОБЛЕМАТИКИ ВНУТРІШНЬО-ПЕРЕМІЩЕНИХ ОСІБ У ВИДАННІ «ФРАНКІВСЬКА ГАЗЕТА».....	68

17.	<b>ЗЬОМЕНКО Б.</b> ОБМЕЖЕННЯ СВОБОДИ СЛОВА ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ.....	72
18.	<b>ІВАНЮК Ю.</b> ПРОВІДНИК, ПСИХОЛОГ, АДВОКАТ – РОЛІ ЖУРНАЛІСТА ПІД ЧАС РОБОТИ З БІЖЕНЦЯМИ.....	77
19.	<b>ІВАСЕНКО К.</b> ЗАХИСТ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРАВ КОРИСТУВАЧІВ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ.....	81
20.	<b>КАРАМАН І.</b> РОЛЬ ПУБЛІЧНИХ БІБЛІОТЕК У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ДОСТУПУ ДО ОБ'ЄКТИВНОЇ ІНФОРМАЦІЇ ПІД ЧАС ВІЙСЬКОВИХ КОНФЛІКТІВ.....	84
21.	<b>КИРІЄНКО Ю., ЛАШКІНА М.</b> ЖУРНАЛІСТИКА В ЕПОХУ РОЗВИТКУ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ:ЗАГРОЗА ЧИ НОВІ ГОРИЗОНТИ?.....	87
22.	<b>КОЖАРІНА В.</b> ЕТИЧНО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В МЕДІА.....	91
23.	<b>КОЛОМІЄЦЬ Д.</b> ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ В РЕКЛАМНІЙ ПРОДУКЦІЇ ЗСУ .....	96
24.	<b>КУТИНЕЦЬ А.</b> КІБЕРБОРОТЬБА У ВОЄННИХ КОНФЛІКТАХ: АКТУАЛЬНІСТЬ ДЛЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЖУРНАЛІСТІВ ТА ГРОМАДЯН.....	100
25.	<b>ЛАВНИК А.</b> ГЕНДЕРНІ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ЖІНОК В УКРАЇНСЬКІЙ ВІЙНІ: МІЖ ОБРАЗОМ ЖЕРТВИ ТА СОЛДАТОМ.....	106
26.	<b>ЛАПІГА А.</b> ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ФОРМУВАННЯ ВІЙСЬКОВОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ В МЕДІА.....	111
27.	<b>ЛЕСЬ І.</b> РОЛЬ ДРУКОВАНИХ ЗМІ У ПРОЦЕСІ ЗАМОВЧУВАННЯ ТА ДЕЗІНФОРМАЦІЇ НАСЕЛЕННЯ ЩОДО НАСЛІДКІВ ТЕХНОГЕННОЇ КАТАСТРОФИ НА ЧОРНОБИЛЬСЬКІЙ АЕС У ПЕРШІ ДНІ ПІСЛЯ АВАРІЇ.....	114
28.	<b>МАЗУР С., БОГОВІН О.</b> ВИСВІТЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЖІНОЧОЇ ГРОМАДСЬКОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ПІД ЧАС ВІЙНИ.....	120
29.	<b>МАМАЄНКО К.</b> ЗАВДАННЯ ІМІДЖУ ДЛЯ ЖУРНАЛІСТА В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ.....	123
30.	<b>МАРКОВЕЦЬ С.</b> «КУЛЬТУРА СКАСУВАННЯ» В УМОВАХ ВІЙНИ.....	127
31.	<b>МЕЛЬНИК Т.</b> СВОБОДА СЛОВА ТА ПРАВО НА ІНФОРМАЦІЮ: НОВІ ВИКЛИКИ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	132
32.	<b>МЕЛЬНИКОВА-КУРГАНОВА О.</b> СЕНСИТИВНІ ІНТЕРВ'Ю ПІД ЧАС ВІЙНИ: ЕТИЧНИЙ АСПЕКТ .....	136
33.	<b>МОТОРНА І.</b> ДО ПРОБЛЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ СВОБОДИ СЛОВА В МЕДІА В УМОВАХ ВІЙНИ. ....	139
34.	<b>ПАНЧЕНКО С.</b> ОСОБЛИВОСТІ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ.....	143

35.	<b>ПІДГОРЕЦЬКА Д.</b> ВПЛИВ МІЖНАРОДНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ НА ФОРМУВАННЯ ЕТИЧНИХ ПРИНЦИПІВ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	<b>147</b>
36.	<b>ПРОЖКОВ Є.</b> ПРАВА ДІТЕЙ-СИРИТ ПІД ЧАС ВІЙНИ В КОНТЕКСТІ МЕДІЙ (РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ (НА ПРИКЛАДІ РЕСУРСУ «МОЛОДИЙ БУКОВИНЕЦЬ» М. ЧЕРНІВЦІ).....	<b>151</b>
37.	<b>ПОРОЩУК Н.</b> РЕЦЕПЦІЯ ПРАВ ЖІНОК В УМОВАХ ВІЙНИ В МАТЕРІАЛАХ ПРАВОЗАХИСНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ (НА ОСНОВІ ПУБЛІКАЦІЙ «ZMINA» (2014 – 2023 Р.Р.).....	<b>157</b>
38.	<b>РЕШЕТУХА Т., КУШНІР О.</b> ДОТРИАННЯ ПРАВ ЛЮДИНИ ПІД ЧАС ВІЗУАЛЬНОЇ МЕДІАТИЗАЦІЇ ПОДІЙ ВІЙНИ.....	<b>164</b>
39.	<b>СІРОШТАН О.</b> СВОБОДА СЛОВА В ОНЛАЙН-ВИДАННЯХ ПІД ЧАС ВІЙНИ В УКРАЇНІ.....	<b>167</b>
40.	<b>ЧЕРВОНЮК А.</b> ПРОБЛЕМИ ВПЛИВУ НА СВІДОМІСТЬ ГРОМАДСЬКОСТІ МЕДІАДИЗАЙНУ ТА ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ.....	<b>171</b>
41.	<b>ЧЕРНИШОВА Є.</b> КОМУНІКАЦІЯ ПРЕДСТАВНИКІВ МЕДІА З ЛЮДЬМИ, КОТРІ ПЕРЕБУВАЛИ В ЕПІЦЕНТРІ ПОДІЙ ПІД ЧАС ВІЙСЬКОВОГО НАСТУПУ... ..	<b>175</b>
42.	<b>ЧОРНА І., ХРИСТОКІН Г.</b> ГЕНДЕРНІ РОЛІ ТА СТЕРЕОТИПИ У ПУБЛІКАЦІЯХ ПРО ВІЙНУ ТА СОЦІАЛЬНІЙ РЕКЛАМІ .....	<b>180</b>
43.	<b>ШРАМ В.</b> ЕТИКА ТА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ МЕДІА В КОНТЕКСТІ ПРАВ ЛЮДИНИ: РОЗГЛЯД ЕТИЧНИХ НОРМ ТА СТАНДАРТИВ.....	<b>184</b>
44.	<b>ЮХИМЕНКО Д.</b> РОЛЬ МЕДІА У ДОТРИМАННІ ПРАВ ЛЮДИНИ.....	<b>188</b>
45.	<b>ЯРМОЛЕНКО В.</b> СВОБОДА СЛОВА ПРИ ПРОВЕДЕННІ ВИБОРІВ НА ОКУПОВАНИХ ТЕРИТОРІЯХ: КРИМСЬКА ПЕРСПЕКТИВА.....	<b>191</b>

**Марія Аділь,**

*здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,*

*спеціальність 061 Журналістика,*

*Національний авіаційний університет,*

*mariaadeel0824@gmail.com*

**Науковий керівник –**

*к. н. із соц. ком., доц. Антоніна Іващук*

## **ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОПАГАНДИСТСЬКИХ НАРАТИВІВ У ТРАНСЛЯЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ ПІД ЧАС ВІЙНИ ТА ЇХНІЙ ВПЛИВ НА ГРОМАДСЬКУ СВІДОМІСТЬ**

У сучасному світі технічного та технологічного розвитку, миттєвого обміну даних та Всесвітньої мережі Інтернет, все складніше стає переховуватися від негативного маніпулятивного впливу зі сторони медіа. Це можуть бути як майже нешкідливі рекламні повідомлення, які просто спонукають споживача до купівлі, так і матеріали, які за допомогою впливу та етичні та людські цінності намагаються кардинально змінити позицію глядача на свою сторону.

Особливо актуальним питання маніпулювання громадською свідомістю завжди виступало під час глобальних соціальних проблем або ж конфліктів, поміж яких, наприклад, війні дії. Що одразу стає особливо актуальним для нас, українців, оскільки сучасна війна з росією не обмежується виключно фізичними діями, навпаки, її можна охарактеризувати як унікальну в своєму роді через значний вплив інформаційної технології на її хід [7, с. 320].

Питання впливу маніпулятивних рекламних матеріалів можна розглядати з двох сторін впливу, тобто з тієї, де цільовою аудиторією стають громадяни держави, яка створює ці матеріали, а також, коли нею є жителі інших країн.

У першому випадку держави, які створюють пропагандистські рекламні ролики під час воєнних дій, в першу чергу ставлять перед собою на меті мотивацію та об'єднання своїх громадян. Пропаганда використовується, щоб підняти бойовий дух і згуртувати людей перед обличчям спільного ворога, а

персонажі можуть зображувати ворога як жорстокого та небезпечного, а своїх солдатів як героїв, які захищають свою землю та сім'ї. В результаті це може допомогти людям відчувати себе частиною чогось більшого, ніж вони самі, і дати їм відчуття мети [1, с. 136].

Також вони впроваджують пропаганду, щоб обґрунтувати та виправдати свої дії за рахунок переконання людей у тому, що війна є справедливою та необхідною, адже ролики можуть висвітлювати звірства, скоєні ворогом, і підкреслювати важливість перемоги, що в результаті може допомогти уряду заручитися підтримкою населення для своїх військових дій, а також для таких заходів, як мобілізація військ або підвищення податків.

Якщо аналізувати другу категорію цільової аудиторії, тобто спостерігачів на міжнародній арені, то тут мета категорично протилежна. Пропаганда використовується, щоб посіяти розбрат і страх поміж «ворожого» населення, а рекламні відео можуть зображувати їхні війська як деморалізовані та некомпетентні, а їхнє керівництво – як жорстоке та корумповане. Основною метою такої інтерпретації є бажання підірвати волю протилежної сторони до опору і призвести до дезертирства та здачі.

Разом із тим метою може бути не лише бажання знищити моральний дух сторони противника, а й звернення до третіх незалучених осіб, знову ж таки, з метою виправдання та надії на розуміння, допомогу та підтримку, адже рекламні відео можуть зображувати свою країну як захисника демократії та свободи, а «ворога» – як агресора. В окремих випадках це дійсно може допомогти країні заручитися підтримкою інших світових лідерів або міжнародних організацій [3, с. 43].

З початку повномасштабного вторгнення в Україну 24 лютого 2022 року, росія використовує пропагандистські відео як один з ключових інструментів для досягнення своїх політичних та військових цілей. Ці відео поширюються через різні канали, включно з державними ЗМІ, соціальними мережами та каналами на YouTube.

Поміж основних тем російської пропаганди можна виділити:

1) Демонізація України. Російська пропаганда зображує Україну як неонацистську державу, яка жорстоко поводить з російськомовним населенням на Донбасі.

2) Виправдання вторгнення. Російська пропаганда стверджує, що вторгнення в Україну було необхідним для «денацифікації» та «захисту» російськомовного населення.

3) Заперечення воєнних злочинів. Російська пропаганда заперечує будь-які воєнні злочини, скоєні російськими військами в Україні, і звинувачує українську сторону в обстрілах мирних жителів.

4) Прославлення російської армії. Російська пропаганда зображує російську армію як сильну та непереможну, а російських солдатів – як героїв, які борються за справедливу справу [4, с. 76].

Для повного розуміння основних наративів, впроваджуваних російською владою в цьому жанрі, можна провести аналіз одного із представників цієї категорії відео. За основу аналізу ми взяли відео зі стрімінгової платформи YouTube під назвою «Война в Украине, социальная реклама СВО, контрактная служба / айфон», де головним меседжем є те, що служити потрібно іти для того, щоб мати змогу зробити родину щасливою та захистити власну державу. Не показано, від кого чи від чого варто захищати державу, а як мету головного героя представлено бажання заробити гроші та купити донці телефон [8].

Або ж інший приклад також з платформи YouTube «Мальчики уехали, мужчины остались – мобилизация, социальная реклама», де всіх чоловіків, які виїхали за кордон з початку вторгнення, прирівнюють до наляканих дітей, для того, щоб пробудити у глядачів почуття провини та неповноцінності та зіграти на природньому людському почутті – страхові перед смертю [8].

Проте навіть враховуючи поверхневність ідей, висунутих в цих відео, свою функцію вони виконують, що підтверджують опитування, проведені поміж пересічних громадян росії, з метою інформування з приводу рівня підтримки нинішнього президента. Згідно з дослідженням «Левада-Центру» від початку



лютого 2024 року, 71% росіян вірять, що Росія «дійсно бореться з нацизмом в Україні» [6].

Отже, навіть за наявності доступу до альтернативних інформаційних джерел, які викривають всі злочини сторони агресора та неідеальність їхньої стратегії, громадяни тієї держави довіряють владі та впевнені у правильності дій нападника.

Проте яким чином пропагандистська соціальна реклама впливає на людський мозок? Відповідно до дослідження «Левада-Центру» від квітня 2023 року 64% росіян вірять рекламі по телебаченню, а 52% росіян вірять тому, що говорять про війну в Україні по телебаченню [5]. Тобто відсоток громадян, вплив на яких можливий за рахунок пропагандистської соціальної реклами на телебаченні немалий. А завдяки емоційному апелюванню, гасел, стереотипів, упереджень та дезінформації створюються образи та історії, в яких глядачі можуть побачити себе, а відповідно і відчутти певний емоційний зв'язок із історіями, представленими на екрані, що ще підвищує рівень сліпої впевненості та довіри.

Тому довіра до пропагандистської реклами під час війни може мати ряд негативних наслідків для людей, наприклад, неправдиве уявлення про реальність, що може призвести до психологічних проблем, або ж до підтримки агресії, що в результаті завжди веде до розколу в суспільстві [2, с. 36].

Отже, проаналізувавши тему, можна зазначити, що пропагандистська соціальна реклама небезпечна, адже використовує маніпуляції, щоб спотворити сприйняття реальності, нав'язати певні ідеї та мотиви. Вона може містити неправдиву або оманливу інформацію, а також мотивувати людей до деструктивних дій. Під впливом пропаганди люди ризикують зазнати психологічного тиску. Тому важливо бути пильними, критично осмислювати рекламні повідомлення, шукати альтернативні джерела та перевіряти достовірність даних.

## Список використаних джерел

1. Агарков О. А. Соціальна політика. Соціальна реклама як інструмент профілактики негативних явищ в українському суспільстві: регіональний аспект. Запоріжжя, 2013. С. 151–160.
2. Гамаюнова К. В., Филипська В. І. Маніпуляція свідомістю людини як джерело інформаційно-психологічної загрози. Актуальні проблеми адміністративно-правового забезпечення діяльності Національної поліції. Харків, 2017. С. 34–37.
3. Городиська Н., Василечко К. Збірник тез II Міжнародної наукової конференції «Воєнні конфлікти та техногенні катастрофи: історичні та психологічні наслідки». 2022. С. 42–44.
4. Дунаєва Л. М. Дезінформаційні виклики під час російсько-української війни: політологічний аналіз. Політична культура та ідеологія. Одеса, 2022. Тема 3. С. 73–78.
5. Основні джерела інформації та популярні журналісти. Левада-центр: [Веб-сайт]. 2023. URL: <https://www.levada.ru/tag/putin/> (дата звернення: 03.02.2024).
6. Рейтинги січня 2024 року: оцінка стану справ в країні, підтримка інститутів, довіра до політиків та рейтинги партій. Левада-центр: [Веб-сайт]. 2024. URL: <https://www.levada.ru/2024/02/01/rejtingi-yanvaryya-2024-goda-otsenka-polozheniya-del-v-strane-odobrenie-institutov-doverie-politikam-i-rejtingi-partij/> (дата звернення: 03.02.2024).
7. Росінська О. Маніпулятивний вплив ЗМІ на свідомість в умовах інформаційної війни. Медіасоціологія. 2019. № 46. С. 318–324.
8. Як змінювалася російська пропаганда за рік повномасштабного вторгнення. Behindthenews: [Веб-сайт]. 2023. URL: <https://behindthenews.ua/spetsproiekti/po-toy-bik-viyni/yak-zminyuvalasya-rosiyska-propaganda-za-rik-povnomasshtabnogo-vtorgnennya-425/> (дата звернення: 03.02.2024).

**Антонова Еліна,**  
*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,*  
*спеціальність 061 Журналістика,*  
*Національний авіаційний університет,*  
*7486751@stud.nau.edu.ua*

**Науковий керівник –**  
*канд.наук з соц. комун.,*  
*доц. Олена Мельникова-Курганова*

## **ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ В МЕДІА ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО- УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ**

В сучасному світі війна та конфлікти стали невід'ємною частиною нашого життя та мають глобальний характер, а медіа виступають як потужний інструмент впливу на суспільну свідомість.

Гендерні стереотипи в медіа не лише відображають, але й утверджують певні ролі та очікування щодо чоловіків і жінок у конфліктній ситуації. Дослідження цієї проблеми важливе не лише для розуміння впливу мас-медіа на суспільну свідомість, а й для формування більш рівних та справедливих уявлень про гендерні ролі та можливості в контексті війни та конфліктів.

У практичному посібнику для журналістів та працівників ЗМІ експерти зауважують, що «стереотипи беруть початок з усталених уявлень, що ґрунтуються на давніх релігійних заповідях, національних та етнічних традиціях, запозичених нормативних зразках більш розвинутих суспільств чи привілейованих соціальних груп, тощо. Гендерні стереотипи в ЗМІ є невіддільними від ідеалу жінки, а також ідей про «жіноче» призначення, що панують у певний історичний період. Нинішня актуалізація гендерних стереотипів в українських ЗМІ тісно пов'язана з архаїзацією суспільних відносин в Україні в цілому» [2, с. 49].

Від початку повномасштабного вторгнення та збільшення кількості жінок у Збройних Силах України прояви гендерних стереотипів в публікаціях

українських медіа збільшилися та набули нових форм. Автори матеріалів про війну часто використовують гендерні стереотипи, які можуть мати негативний вплив на сприйняття та розуміння війни. Ці стереотипи можуть посилювати нерівність між чоловіками та жінками, а також шкодити психологічному здоров'ю людей.

Гендерні стереотипи в першу чергу пов'язують з маскуліністю та фемінністю. Дослідник Ващенко К. С. зазначає, що «фемінність пов'язана з тим, що вважається «жіночою» поведінкою та рисами жіночності. Вона асоціюється з емоційністю, сентиментальністю, емпатією, уважністю до деталей. Маскуліність, натомість, пов'язана зі стереотипними уявленнями про «чоловічу» поведінку та чоловічі риси особистості. Вона асоціюється з силою, впевненістю у собі, лідерськими якостями та емоційною стійкістю» [1, с. 34].

Проаналізувавши публікації українських медіа, ми можемо виділити наступні гендерні стереотипи, що їх поширюють автори публікацій: чоловіки-захисники мужні та сильні, жінки-захисниці красиві та тендітні. Так, зокрема, в онлайн-виданні «Гречка» можемо знайти матеріал «Мужні і талановиті: боець тероборони Кіровоградщини виконав відому українську пісню». А на фейсбук-сторінці «Нового каналу» опубліковано відео з заголовком «Воїни України — вони не тільки сильні та мужні, а ще й дуже талановиті!»

Як ми вже зазначали, українських захисниць у більшості публікацій наділяють епітетами «ніжна», «красива», «тендітна». Зокрема, вживання гендерних стереотипів зустрічаються в матеріалах ТСН: «Українські красуні-захисниці знялися у фотосесії для ELLE «Жінки на фронті»». Та у матеріалі інтернет-видання «Обозреватель»: «"Тендітні, ніжні, чарівні": жінки-захисниці влаштували святкове шоу в прифронтовій зоні».

У той же час є українські медіа, що борються проти гендерних стереотипів. У своєму дослідженні Олена Мельникова-Курганова проаналізувала українські медіа щодо трансформації образу української жінки. Зокрема, вона виокремлює видання «Ukraïner», що запустило «спецтему «Жінки на війні», мета якої висвітлити історії жінок-лідерок. Нариси, інтерв'ю, опитування військових

жінок, волонтерок, лікарок, громадських активісток – всього дев'ять матеріалів. Це надихаючі тексти про героїнь, які супроводжуються якісними фотографіями і відеосюжетами. Тут представлений образ сильної, могутньої жінки, яка може подолати будь-які перепони заради допомоги людям і, таким чином, зробити свій внесок у перемогу України» [3, с. 114].

Хочемо зазначити, що гендерні стереотипи ускладнюють розподіл ролей та обов'язків під час російсько-української війни. Серед негативного впливу гендерних стереотипів у матеріалах ЗМІ ми можемо виділити посилення нерівності між чоловіками та жінками. Наприклад, думка про те, що тільки чоловіки можуть захищати рідну землю, призводить до того, що жінки-захисниці матимуть менше можливостей для участі у бойових діях та представленні у ЗСУ.

Стереотипи, ґрунтовані на гендерній нерівності, можуть шкодити психологічному здоров'ю людей. Наприклад, стереотип про те, що чоловіки повинні бути сильні, може призвести до того, що чоловікам буде важко говорити про свої емоції, що може призвести до депресії та тривоги після звершення війни.

Створення гендерно-чутливих матеріалів є відповідальністю медіа. Це не лише забезпечить справедливе представлення, але й є сприятиме гендерній рівності. Важливо пам'ятати, що війна – це не лише чоловіча справа. Жінки та люди небінарної статі також роблять значний, але часто невидимий внесок у боротьбу з нею.

### **Список використаних джерел**

1. Ващенко К. С. Фемінність та маскуліність як чинник тендерної поляризації. Радіоелектроніка та молодь у XXI столітті : матеріали 27-го Міжнар. молодіж. форуму, 10–12 травня 2023 р. – Харків : ХНУРЕ, 2023. – Т. 9. – С. 34–35.
2. Гендерні ресурси українських мас-медіа: ціна і якість: Практичний посібник для журналістів та працівників ЗМІ. /Н.М.Сидоренко, М.М.Скорик, та ін.; ред.упоряд. Н.М.Сидоренко. К.:”К.І.С.”, 2004. 76 с

3. Мельникова-Курганова О. С. Гендерні ролі жінки під час війни // матеріали Другого науково-методологічного семінару «Права людини: відображення у медіапросторі», Київ, НАУ: 2023. С.113-115

**Берегова Варвара,**  
*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,  
спеціальність 061 Журналістика,  
Національний авіаційний університет,  
beregova.varvara099@gmail.com*

**Науковий керівник –**  
*к. філ. н. Ольга Боговін*

### **ПРАВА ЛЮДИНИ: ЦІННІСТЬ ДЛЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЖУРНАЛІСТІВ**

У результатах роботи журналістів найбільший призначенець – це українське суспільство, а цінності прав людини виступають основою для єдності та прогресу. Не дивно, що очікуваний стрімкий початок оновлення України відклався, адже схвалення гідності, недискримінації, рівності та справедливості, виборче зміцнені Євромайданом, не стали настільки важливими для кожного громадянина. Незважаючи на це, такі фундаментальні цінності, які так добре знайомі за нашою історією, залишаються суттєвими для українців. У воєнний час засоби масової інформації показують теми, пов'язані з вразливими групами, проте не завжди глибоко розробляють соціально важливі проблеми і не забезпечують балансу поглядів і повноти інформації в матеріалах про вразливі групи. Однак значне поглиблення в тему, чутливість у висвітленні, відсутність ворожнечі та інші аспекти є складовими журналістської компетентності. Права людини виступають важливою основою для журналістів, є необхідним тлом для аналізу будь-яких подій і фактів.

Правозахисна журналістика, або адвокаційна журналістика, в Україні базується на цінностях прав людини. Журналіст у цій сфері не лише спостерігач,

як у традиційних ЗМІ, але і бере активну участь у зміні ситуації чи вирішенні конфлікту, висловлює свою позицію та прагне захистити тих, кому потрібна допомога. Правозахисні журналісти підкреслюють, що людина є головною ціллю, а не засобом, та дотримання прав людини є ключовою уявою в усіх демократичних країнах світу. Тому права людини мають стати міцним фундаментом для сучасної України – її справжньою національною ідеєю, яка об'єднає всіх громадян український народ та сприятиме створенню соціуму, де кожна особа може жити комфортно.

Медіа, коли уникають підходу з позиції людиноцентризму, позбавляють себе моноцентризму так само, як і уникаючи висвітлення теми прав людини. Коли тема прав людини розглядається поверхнево та вважається «звичайною» соціалкою, багато значущих питань залишаються непокритими. Наприклад, запобігання катуванням та нелюдському поводженню у в'язницях, боротьба з дискримінацією за майновим станом, проблема цькування у школах, домашнє насильство у сім'ях ветеранів АТО або самоврядування в ромських громадах - це лише деякі з тем, які залишаються на межі уваги журналістів.

Права людини стали важливою темою у ЗМІ під час Євромайдану, анексії Криму та початком повномасштабного вторгнення. Проте, навіть із зростанням інтересу ЗМІ до цієї теми, не все так просто. З одного боку, права людини стали привабливішими, інформаційні ресурси розуміють, що це важливо та представляють суспільству. Але з іншого боку, багато журналістів не виявили досконалості у висвітленні цієї теми: використання відповідної термінології, подання героя з точки зору прав людини, якогось «пропагування» прав людини.

Виявляючи ігнорування фактів, які несуть з собою палку драматичність, багато людей залишалися поза увагою медіа, які зацікавлені були лише в їхньому стражданні та трагедіях. Проте, на фоні цього почала формуватися група журналістів, які не лише пишуть про права людини якісно та захопливо, а й роблять ці права основою своєї професійної діяльності. Вони відомі як прихильники «журналістики на цінностях прав людини». Хоча цей термін ще не став загальноживаним серед журналістської спільноти і не внесений у наукову

літературу, так само, як і саме поняття сучасного журналіста, на сьогоднішній день активно обговорюється його суть та роль.

Журналісти не можуть працювати вільно, якщо не існує свободи слова. Свобода висловлювання - одне з фундаментальних прав людини, яке журналісти активно реалізують у своїй діяльності. Вони вже є невід'ємною частиною цієї системи. Якщо журналісти не підтримуватимуть цю свободу, вони ризикують втратити свій статус і не матимуть майбутнього у журналістиці.

Окрім того, що в українських новинах все більше зростає популярність журналістів, які говорять про права людини, виділяються також українські видання, які систематично та вичерпано інформують про права людини. У цих виданнях виділяються журналістські матеріали, які не лише інформують, а й мають мету змінити ситуацію, на відміну від традиційної нейтральної та збалансованої подачі інформації, де прагнення до об'єктивності важливіше.

З іншого боку, зростання активності громадянського суспільства в Україні призвело до зростання кількості блогерів, лідерів думок, які активно публікують у соціальних мережах, а також самих активістів, які професійно освітлюють різні проблеми у ЗМІ. Вони не лише інформують, а й завдяки своїм матеріалам допомагають вирішувати проблеми, формують громадську думку та сприяють змінам у суспільстві, узагальнюють населення. Більше того, в журналістському середовищі відчутний великий попит на фахівців, що готові займатися висвітленням питань прав людини, реєструвати порушення на судових процесах, інформаційно підтримувати та захищати права та інтереси вразливих груп населення тощо.

Отже, тема журналістики прав людини в Україні є актуальною, знаходиться у центрі уваги та є важливим елементом сучасного журналістського образу. Розширення досліджень у цій області веде до підвищення усвідомленості громадськості щодо прав людини та сприяє активнішій взаємодії між ЗМІ та громадськістю, спрямованій на розвиток суспільства та захист прав кожного громадянина.



## Список використаних джерел

1. Журналістська етика: посібник для підготовки до державного іспиту [Текст] / Авт. кол. За ред. В. П. Мостового та В. В. Різуна. Київ, ТзОВ «ЗН УА», 2014. – 224 с.
2. Війна у цифровому вимірі та права людини підсумковий звіт із 24 лютого 2022 року по 31 серпня 2023 року / Вдовенко О. Київ: ГО «Платформа прав людини», 2023. – 84 с.
3. Тихомиров О.О. Права людини: інформаційний вимір : монографія. Одеса: Видавництво «Юридика», 2023. – 304 с.

**Олена Васьківська,**

*канд. пед. наук,*

*доцентка кафедри журналістики ФМВ*

*Національний авіаційний університет*

[olena.vaskivska@npp.nau.edu.ua](mailto:olena.vaskivska@npp.nau.edu.ua)

## **ФОТОГРАФІЯ ЯК СКЛАДОВА ДОКАЗОВОЇ БАЗИ ЗЛОЧИНІВ РОСІЙСЬКИХ ВІЙСЬК**

Поява першої фотографії в друкованій пресі стала поштовхом до розвитку фотожурналістики, а фотографія, що спочатку сприймалася як додаткове джерело інформації та пояснення до тексту, розглядається як самостійна складова інформаційного простору. Це стало можливим завдяки розвитку технологій та цифровізації суспільства, що спростило процес фотографування та опублікування фотографії в режимі реального часу. З розвитком фотожурналістики та появою компактних фотоапаратів у фотографів з'явилася можливість зафіксувати цікаві та важливі для суспільства моменти діяльності політиків та міжнародних організацій, конфліктні ситуації та бойові дії.

Дослідниця Ганна Цуканова наголошує, що «у сучасному контексті фотографію розглядають як засіб документального відтворення реальної

дійсності; це суспільний документ, що є основою зображальної соціальної інформації. Суть американської фотожурналістики останнього десятиліття, як її визначають в американських університетах і спеціалізованих навчальних закладах, таких як Міжнародний центр фотографії в Нью-Йорку, полягає в тому, щоб бути «історичним свідком». З цієї точки зору, відображення соціальної, історичної події або просте віддзеркалення повсякденного життя, покликане бути «свідком» і створювати візуальний образ історії» [4, с. 165].

Науковець Яковенко К.Ю. зауважує, що «будь-які війни чи інші військові конфлікти завжди цікавили людей із точки зору візуальної складової. Спочатку художники-живописці, а потім фотокореспонденти супроводжували військових та «документували» події під час боїв, живописці, роблячи замальовки та картини, фотографи створюючи світлини з місця подій, які прирівнювались до документів та свідчень війни. Фотографів цікавить усе: портрети військових, громадян, військова техніка, військовий акт, руйнування. Усе те, що сьогодні можна назвати свідченням війни. Кожна військова фотографія несе за собою сильну емоцію, часто негативну, але таку ж потужну, як і вибухи під час війни» [6, с. 126].

Роджер Фентон став першим офіційним військовим фотографом, а Кримська війна – першою війною, правда про яку дійшла до широкого загалу. Громіздке і важке обладнання обмежувало вибір сюжетів, невисока світлочутливість матеріалів дозволяла знімати лише нерухомі об'єкти. З Кримської війни Фентон привіз триста п'ятдесят негативів великого формату. Одна з цих робіт «Долина смерті» включена в колекцію «100 фотографій, які змінили світ. На світлині зображена нічийна земля, між позиціями британської та російської армій, вкрита нерозірваними ядрами [1].

Відтоді військова фотографія є важливою складовою фотожурналістики, а фотографії воєнних фотографів – джерелом інформації для міжнародної спільноти. Завдяки відомим фотографам світ дізнавався правду про бойові дії та злочини військових, а фотографії змінювали хід історії.

Перша жінка-військовий кореспондент Маргарет Бурк-Уайт навесні 1945 року створила серію фото з концентраційного табору Бухенвальд [1]. Завдяки цим світлинам світ дізнався про жахіття фашистів, а фото були використані як один з доказів під час Нюрнберзького процесу на якому судили нацистів.

Серед найбільш відомих зображень війни – фотографія Ніка Ута «Жах війни», також відома як «Напалм у В'єтнамі», за яку він отримав Пулітцерівську премію у 1973-му і став переможцем конкурсу World Press Photo. Зображення, зроблене Ніком Утом у 1972 році під час бомбардування урядовими військами В'єтнаму групи мирних жителів, облетіло всі сторінки друкованих видань світу. А фотографія посідає 41-е місце у списку ста найвпливовіших світлин ХХ століття за версією Колумбійського університету [5].

Від початку російсько-української війни українські та іноземні фотографи невпинно документують злочини російських військ, що у майбутньому стануть доказовою базою для Міжнародного трибуналу. Кожен день, ризикуючи власними життями, вони фіксують руйнування цивільної інфраструктури, вбите російськими військовими мирне населення та відвагу українських військових у зоні бойових дій.

Завдяки їх світлинам весь світ дізнався, зокрема, про жорстокість російських окупаційних військ у Київській області, а фото закатованого мирного населення з Бучі побачили читачі «Daily Mirror», «The Times», «The Guardian», «The New York Times», відомих інформаційних агентств «Associated Press», «Reuters», «Agence France-Presse», «Bloomberg» та багатьох інших світових друкованих та онлайн-медіа. Завдяки поширенню цих фотографій міжнародна спільнота засудила дії росії та збільшила збройну й фінансову підтримку України.

Сьогодні світлина наших фотожурналістів публікують всі міжнародні медіа, а воєнні журналісти отримують премії світових громадських організацій. У 2022 році українським журналістам присудили колективну Пулітцерівську премію у спеціальній номінації — «Special Awards and Citations». А нагороду у двох номінаціях Пулітцерівської премії 2023 року — «За служіння суспільству»

та «Breaking News Photography» — отримало інформаційне агентство Associated Press за фото з обложеного російськими військами Маріуполя українських журналістів Євгена Малолетки, Мстислава Чернова та Василіси Степаненко, а також французької кореспондентки Лорі Хіннат [2].

Фотодокази воєнних злочинів збирають не тільки фотожурналісти, а й правоохоронні органи України, громадські та правозахисні організації. Зокрема, Українська Гельсінська спілка з прав людини, Харківська правозахисна група та Центр громадянських свобод створили ініціативу «Трибунал для Путіна». Учасники проєкту опитують свідків, документують руйнування, використовує інформацію з відкритих джерел. У фокусі організації – злочини проти людяності, геноцид, воєнні злочини [3].

Отже, сьогодні фотографія є самостійною одиницею інформування про резонансні події, що використовують у своїх публікаціях світові медіа. За допомогою світлин журналісти розповідають про жахіття війни та впливають на міжнародну спільноту. Фотографії злочинів російських загарбників проти мирного населення, наслідків руйнування цивільної інфраструктури, екологічної катастрофи, спричиненої діями російських військ, стануть важливими складовими доказової бази на Міжнародному трибуналі, що обов'язково відбудеться після нашої перемоги.

### **Список використаних джерел**

1. Військова фотографія. URL: <https://jak.bono.odessa.ua/articles/vijskova-fotografija.php> (дата звернення: 12.02.2024).
2. Мельник Р. Українські журналісти Чернов, Малолетка і Степаненко отримали Пулітцерівську премію за репортажі з Маріуполя. URL: <https://detector.media/infospace/article/211025/2023-05-09-ukrainski-zhurnalisty-chernov-malolietka-i-stepanenko-otrymaly-pulittserivsku-premiyu-za-reportazhi-z-mariupolya/> (дата звернення: 12.02.2024).
3. Прізова В. Воєнні злочини РФ в Україні: громадські організації, що документують їх та збирають свідчення для трибуналу. URL:

<https://suspilne.media/523271-voenni-zlocini-rf-v-ukraini-gromadski-organizacii-so-dokumentuut-ih-ta-zbiraut-svidcenna-dla-tribunalu/> (дата звернення: 12.02.2024).

4. Цуканова Г. Історичний контекст розвитку фотожурналістики як основа для вивчення її сучасної жанрово-видової кваліфікації. *Український науковий журнал «Освіта регіону»*. №3, 2012. С. 165

5. Черничко А. Фотографії «Жах війни», зняті у В'єтнамі, виповнилося 50 років URL: <https://birdinflight.com/novini/20220609-the-terror-of-war-photo-50-years.html> (дата звернення: 12.02.2024).

6. Яковленко К. Ю. Військова фотографія як елемент документування подій та засіб маніпуляції. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 2014, № 11 том 2. С. 126-128

**Родіон Вдовицький,**

*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,*

*спеціальність 061 Журналістика,*

*Національний авіаційний університет,*

*6866227@stud.nau.edu.ua*

**Науковий керівник –**

*к. н. із соц. ком., доц. Антоніна Іващук*

## **ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛ, ЯК СПОСІБ КОМУНІКАЦІЇ З ЦІЛЬОВОЮ АУДИТОРІЄЮ НА ЧУТЛИВІ ТЕМИ**

У сучасному інтернет-просторі Телеграм є однією з найпопулярніших платформ для отримання інформації і, на жаль, дуже часто використовується для пропаганди або маніпуляції. Його успіх базується на унікальних можливостях та гібридності, яка об'єднує в собі: особисті чати, професійні спільноти, блоги та новинні ресурси. Однією із ключових переваг телеграму є його вдосконалена гібридність, що відкриває безліч функціональних можливостей. Тут можна знайти особистий простір для спілкування, можливість створення професійних

спільнот для обміну думками та ідеями, а також можливість вести власний блог чи стати частиною новинного стріму [2].

Особливістю телеграму є те, що ця платформа стає не просто місцем для обміну повідомленнями, але і цілком повноцінним інструментом для ведення піар-комунікації. Через злагоджену систему каналів, компанії можуть створювати власні простори для взаємодії з аудиторією. Від персональних акаунтів до корпоративних каналів, телеграм дозволяє брендам будувати потужний і надійний канал спілкування зі своїми клієнтами та потенційною цільовою аудиторією. Також важливо відзначити той факт, що телеграм можна розглядати як «новини в кишені». Завдяки доступності у будь-який час та в будь-якому місці де є мережа ця платформа стає ефективним інструментом для швидкої передачі або отримання інформації. Бренди можуть використовувати цю особливість для оперативного реагування на події, акцентування уваги на своїх ініціативах та підсилення взаємодії зі своєю аудиторією. Таким чином, телеграм виконує функцію не лише месенджера, але й стратегічного інструменту для побудови сильного бренду, забезпечуючи високий рівень комунікації та доступ до інформації в будь-який час [2].

При створенні та веденні свого телеграм-каналу важливо дотримуватися кількох ключових принципів. Необхідно обирати тему, яка має цікавити вашу аудиторію, а не цікава виключно вам. Також необхідно визначити мету вашого каналу: чи це створення особистого бренду, реклама, корпоративне просування чи інше.

Щоб ефективно взаємодіяти з аудиторією, важливо визначити свою цільову групу перед стартом каналу. Це дозволить вам створювати контент, спрямований конкретно на цю групу людей. Опишіть портрет вашої цільової аудиторії максимально детально. Можливо, буде корисно створити кілька портретів, які відображатимуть різні інтереси вашої аудиторії [3].

Щодо ефективного просування каналу необхідно дослідити як платні так і безкоштовні методи. Інші соціальні мережі можна використовувати для розміщення анонсів та постів про телеграм-канал. Згадування каналу на інших

популярних телеграм-каналах, які мають схожу аудиторію також підсилить позиції вашого ресурсу в інтернет-просторі. Проявлена ініціатива в пошуку просування каналу дуже часто призводить до позитивних результатів у просуванні контенту [3].

У сучасному світі нові медіа займають важливе місце і телеграм-канали стають все більш популярним і ефективним способом комунікації та обміну інформацією. Для успішного керування каналом важливо розглядати різні формати публікацій та креативно підходити до створення контенту.

Анонс та посилання є ефективним для привернення уваги аудиторії. Адже докладний анонс та посилання допомагають читачам переходити на сторінки, які становлять для них інтерес. Такий підхід не лише забезпечує потік трафіку, але й сприяє підвищенню лояльності читачів [2].

Краще сприймається коротка інформація із чітким заголовком, який буде привертати увагу і переконувати читача, що з цим матеріалом варто ознайомитися. Також важливо робити абзаци, щоби текст читався легко і виглядав структурованим. Додавання хештегів допоможе читачам легше розібратися в тематиці. Потрібно не забувати залучати читачів до активного обговорення, додаючи хештеги, реакції та інші елементи [2].

Безумовно фотографії або будь-які ілюстрації, відеоконтент зроблять ваш контент більш виразним та привабливим. Читач має швидко зрозуміти ідею матеріалу і бути мотивованим прочитати текст. Але не варто обмежуватися виключно короткими текстами. Глибокі та пізнавальні пости теж можуть привернути увагу аудиторії. І тим самим можна продемонструвати експертність свого каналу [2].

Опитування – теж дуже ефективний спосіб підвищити активність аудиторії і покращити охоплення каналу [2].

Ведення телеграм-каналу – це не лише передача інформації, а й мистецтво взаємодії з аудиторією. Творчий підхід до форматів публікацій допомагає зробити канал цікавим та привабливим для читачів. Не існує універсального плану контенту для всіх, оскільки він залежить від конкретного проєкту.

Наприклад, якщо канал присвячений цитатам, ймовірно, не варто публікувати «продажний» або інформаційний контент – максимум, це може бути реклама. Необхідно писати так, щоб читачам було цікаво: використовувати різні формати, започатковувати постійні рубрики, робити опитування, додавати думки експертів [3].

Максим Зайченко, засновник каналу Zaichenko Team говорить, що на момент створення каналу він працював в освітній компанії, цільовою аудиторією якої були підприємці. Він зазначає, що «коли ти постійно перебуваєш в цьому середовищі, то з часом і тобі хочеться спробувати створити щось своє». На той час телеграм тільки починав набирати обертів в Україні, і Максим побачив в ньому великий потенціал. «У мене часто запитували про контакти: хто міг би створити сайт, розробити лого, написати текст або ще щось. І я подумав, чому б не створити канал, в якому зібрати професіоналів і публікувати їм проекти на аутсорс і брати за це свій відсоток. По суті ми win-win, ми допомагаємо підприємцям знаходити людей в команду, а людям – знаходити роботу і змінювати своє життя» [1].

Залучення аудиторії до телеграм-каналів не є простим завданням. Підписники дуже рідко приходять самі, адже платформа телеграм не має стрічки новин або рекомендацій. Цікаві для користувачів канали можна знайти в рекомендаціях блогерів, лідерів думок, друзів, рекламі в тематичних групах, в списках / топах / вибірках і т.д. Також звернути увагу читачів на свій канал можна за допомогою крауд маркетингу. Але варто зауважити, що такий спосіб спрацює тільки якщо ваш канал дійсно наповнений корисною інформацією та відповідями, які шукають користувачі в даній тематиці. Робота над популяризацією і залученням нових читачів повинна бути постійною, адже великий відтік аудиторії може призвести до втрати популярності. Якщо органічне зростання буде відсутнім, то канал просто перестане існувати. Потрібно навчитися утримувати аудиторію, робити контент, яким захочеться ділитися з друзями та знайомими. Інтерактиви, взаємодії, голосування – читачі люблять, коли їх думка враховується [3].



Засновник музичного каналу «Березовий сок» Юрій Береза розповідає, що вирішив створити канал у 2017 році, після того, як на медіафорумі у Львові послухав лекцію Андрія Бродецького про можливості в телеграмі й про те, як він веде власний канал про технології. «Тоді я працював в Karabas Live, ми писали в основному про українську музику, а я слухав багато закордонного. І цим треба було десь ділитись. Рецензії на Karabas Live багато переглядів не збирали, а якщо ми писали про іноземну музику, то лише в розрізі концертів цих музикантів в Україні. Каналом я намагався реалізувати власну потребу в тому, щоб розповісти про щось дійсно класне. Бо навіть якби я створив його з метою заповнювати порожнечу в інформаційному полі на цю тему, вона б не заповнила порожнечу в залах на концертах» [1].

Безумовно, використання телеграм-каналів для комунікації з цільовою аудиторією про права людини, на чутливі теми, про порушення етичних норм в рекламі або медіа тощо може бути дуже дієвим та ефективним. Ця платформа надає можливість анонімності дописувачів, швидкої передачі інформації та створення спільнот, але водночас вимагає і ретельного контролю за змістом для уникнення розповсюдження дезінформації. З урахуванням цих аспектів, телеграм-канали можуть слугувати важливим інструментом для взаємодії з аудиторією на теми, які потребують особливої уваги та розгляду [3].

Застосування телеграм-каналів для взаємодії з цільовою аудиторією на чутливі теми не лише сприяє вільному обміну думками і інформацією, але й підсилює почуття спільнотності серед учасників. Анонімність та конфіденційність, які надає платформа, роблять можливим висловлення позицій та власних переживань без страху стигматизації чи негативних наслідків. Звідси важливість ефективного керування та модерації, щоб уникнути розповсюдження дезінформації та забезпечити доброзичливу атмосферу для обговорення найважливіших питань. Швидкість реакції на зміни у суспільстві та актуальні події робить телеграм-канали потужним інструментом для підтримки відкритого та інформованого діалогу на чутливі теми в сучасному цифровому середовищі [4].

Однак, варто зазначити, що не всі дослідники, журналісти, піарники, науковці поділяють думку, що телеграм-канали зможуть повністю замінити класичні медіа. Але популярність таких платформ стає все більш переконливою. Можливості, форми комунікації, тип контенту, пошук методів просування телеграм-каналів, створення контенту для роботи з чутливими темами – все це потребує подальшого аналізу і дослідження.

### **Список використаних джерел**

1. Телеграм-канали vs класичні медіа. URL: <https://bazilik.media/telehram-kanalu-vs-klasychni-media/> (дата звернення: 02.02.2024).
2. Як вести Telegram-канал правильно. URL: <https://sendpulse.ua/blog/how-to-run-a-telegram-channel> (дата звернення: 02.02.2024).
3. Як розкрутити Telegram канал? URL: <https://outsourcing.team/uk/blog/smm-blog/yak-rozkrutiti-telegram-kanal/#5> (дата звернення: 02.02.2024).
4. Telegram великий і жахливий: переваги використання каналів для комунікацій брендів. URL: <https://cases.media/article/telegramvelikii-i-zhakhlivii-perevagi-vikoristannya-kanaliv-dlya-komunikacii-brendiv> (дата звернення: 02.02.2024).

**Верета Каріна,**

*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,*

*спеціальність 061 Журналістика,*

*Національний авіаційний університет*

*karinavereta@ukr.net*

**Науковий керівник –**

*к. пед. н. Олена Васьківська*

## **ОБМЕЖЕННЯ ЩОДО ОПРИЛЮДНЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ В УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ**

Сьогодні перед журналістами України постають нові випробування пов'язані з повномасштабним вторгненням та введенням в країні воєнного стану.

Оприлюднення в ЗМІ повідомлень чи фото- або відеоматеріалів про об'єкти критичної інфраструктури та військових може зіграти на руку ворогу, тому журналістам важливо знати усі норми щодо оприлюднення інформації в медіа під час воєнного стану.

Дослідник Терещенко В.В. зазначає, що «події російсько-української війни загострили та пришвидшили процеси формування державної інформаційної політики у кризових умовах. Підвищення рівня достовірності, надійності інформації, найефективніше використання інформаційних ресурсів в умовах війни, зовнішніх та внутрішніх інформаційних каналів підвищують якість управлінських рішень влади, стійкість політичної та військової системи, стабільність соціально-політичного розвитку в надзвичайних умовах та сприятимуть перемозі України на полі бою» [4, с. 394].

Експерти Центру демократії та верховенства права зазначають, що «у разі введення воєнного стану права журналістів та ЗМІ підлягають обмеженню. Відповідно до закону військове командування отримує право втручатися у редакційну політику теле- та радіоорганізацій, аж до права забороняти трансляцію тих чи інших програм. Однак, таке втручання не може бути свавільним, та має відповідати існуючим загрозам. Також військовому командуванню надається право використовувати місцеві теле- та радіоканали для військових потреб (мова може йти як про внутрішню комунікацію, так і про інформування населення). Окрім цього військові можуть втручатися у роботу як державних, так і приватних каналів» [5].

На сьогодні для роботи ЗМІ важливим є Наказ Головнокомандувача Збройних Сил України №73 «Про організацію взаємодії між Збройними Силами України, іншими складовими сил оборони та представниками медіа на час дії правового режиму воєнного стану». У Наказі прописано «алгоритм взаємодії ЗСУ зі ЗМІ та обмеження з оприлюднення інформації, зокрема, у ньому йдеться про те, що саме забороняється висвітлювати у медіа» [3].

Також у Наказі № 73 подається «перелік інформації, розголошення якої може призвести до обізнаності противника про дії Збройних Сил України, інших

складових сил оборони, негативно вплинути на хід виконання завдань за призначенням під час дії правового режиму воєнного стану» [3].

Представники Інституту масової інформації зауважують, що «цей наказ не поширюється на висвітлення питань, не пов'язаних зі Збройними силами України та організацією оборони країни. Постанова Кабінету Міністрів України, яка мала б регулювати інформаційну діяльність та її обмеження в решті питань, наразі відсутня. Однак журналістам та ЗМІ варто пам'ятати, що, навіть якщо законодавство прямо не забороняє висвітлення певних питань, це може спричинити шкідливі наслідки. Зокрема, питання руйнувань та пошкоджень інфраструктури міст України надає можливість московським агресорам корегувати вогонь, знищувати вцілілі будівлі та засоби забезпечення тощо» [6].

Президент України Володимир Зеленський підписав «Закон про внесення змін до Кримінального і Кримінального процесуального кодексів України щодо забезпечення протидії несанкціонованому розповсюдженню інформації про направлення, переміщення міжнародної військової допомоги в Україну, рух, переміщення або розміщення ЗСУ чи інших військових формувань, вчиненому в умовах воєнного або надзвичайного стану (реєстр. № 7189)» [2].

Зокрема, Законом передбачено, що «якщо інформація про напрям руху чи переміщення зброї, боєприпасів на території України не розміщувалася у відкритому доступі Генштабом ЗСУ чи Міністерством оборони, або в офіційних джерелах відповідних структур країн-партнерів, повідомлення про їх розташування чи переміщення каратиметься позбавленням волі від 3 до 5 років» [2].

Відповідно до рекомендацій Комісії з журналістської етики, «журналісти повинні завжди забезпечувати баланс між суспільним інтересом щодо повної і точної інформації та потребою бути співчутливими. Завжди слід поважати недоторканність приватного життя і гідність мертвих. Варто також уникати необґрунтованого показу крупним планом обличчя і серйозних травм, або інших матеріалів, пов'язаних з насиллям» [3].

Отже, діяльність ЗМІ під час війни є важливою, адже завдяки роботі журналістів українці та світова спільнота може оперативно отримувати інформацію про повномасштабну війну в Україні, злочини російських загарбників, ситуацію на фронті, розвиток подій у різних сферах діяльності країни.

Введення воєнного стану призвели до обмеження інформації, що її можуть розповсюджувати засоби масової інформації. Водночас нормативно-правові акти чітко регламентують ці обмеження прав та свобод для медіа. Це не може бути проявом свавілля органів влади та обов'язково має зумовлюватися загрозою, що існує.

Кожен журналіст має дотримуватися чітких норм, що прописані в Наказі №73 й інших законах України, а також порад Комісії з етики журналістів. Це необхідно для того, щоб правильно діяти під час війни, допомагати інформацією своїй країні, а не шкодити та допомагати ворогу. Кожне ігнорування таких правил журналістами може нести за собою як втрату критичної інфраструктури, так і життів простих громадян та військових.

### **Список використаних джерел**

1. Набув чинності закон про відповідальність за розголошення інформації, що може зашкодити країні під час війни. URL: <https://www.nrada.gov.ua/nabuv-chynnosti-zakon-pro-vidpovidalnist-za-rozgoloshennya-informatsiyi-shho-mozhe-zashkodyty-krayini-pid-chas-vijny/> (дата звернення: 11.02.2024).
2. Наказ Головнокомандувача Збройних Сил України від 03.03.2022 N 73 «Про організацію взаємодії між Збройними Силами України, іншими складовими сил оборони та представниками медіа на час дії правового режиму воєнного стану». URL: [https://www.mil.gov.ua/content/files/nakaz73\\_zi\\_zminamu\\_2024.pdf](https://www.mil.gov.ua/content/files/nakaz73_zi_zminamu_2024.pdf) (дата звернення: 10.02.2024).
3. Рекомендації Комісії з журналістської етики щодо інформації, яку не можна розголошувати в медіа під час воєнного стану <https://cje.org.ua/statements/rekomendatsii-komisii-z-zhurnalistskoi-etyky-shchodo->

[informatsii-iaku-ne-mozhna-rozgholoshuvaty-v-media-pid-chas-voiennoho-stanu/](https://informatsii-iaku-ne-mozhna-rozgholoshuvaty-v-media-pid-chas-voiennoho-stanu/)

(дата звернення: 11.02.2024).

4. Терещенко В.В. Особливості державної інформаційної політики в умовах війни. Юридичний науковий електронний журнал. № 2, 2023. С. 391-395

5. Які обмеження для ЗМІ передбачає воєнний стан - Центр демократії та верховенства права. URL: <https://cedem.org.ua/news/yaki-obmezhennya-dlya-zmi-peredbachaye-voyen/> (дата звернення: 13.02.2024).

6. Як працювати журналістам під час воєнного стану. Інститут масової інформації. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/yak-pratsyuvaty-zhurnalistam-pid-chas-voyennogo-stanu-i44357> (дата звернення: 13.02.2024).

**Вознюк Олександра,**

*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,*

*спеціальність 061 Журналістика,*

*Національний авіаційний університет,*

*6893469@stud.nau.edu.ua*

**Науковий керівник –**

*к. пед. н. Олена Васьківська*

## **ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ В ПУБЛІКАЦІЯХ ГЛЯНЦЕВИХ ЖУРНАЛІВ МОД**

Гендерні стереотипи в публікаціях глянцевиx журналів мод відіграють значну роль у формуванні уявлень про ідеальний образ чоловіка та жінки в суспільстві. Ці стереотипи можуть проявлятися у різних варіаціях, розміщених на сторінках журналів, таких як фотографії, заголовки, рекламні кампанії та текстовий контент.

ЗМІ, як четверта гілка влади, формує суспільну думку та впливає на їх свідомість тож питання гендерних стереотипів стоїть досить гостро на сьогоднішній час.

За визначенням М.Г. Ткалич гендерні стереотипи – це детерміновані культурою спрощені, стійкі, емоційно забарвлені способи поведінки, риси характеру чоловіків і жінок, які виконують психологічні та соціальні функції. Вона зазначила, що до груп актуальних гендерних стереотипів, які ускладнюють гендерну взаємодію на суспільному, організаційному, міжособистісному рівнях, належать такі: стереотипи маскулінності-фемінності; стереотипи, що стосуються змісту праці чоловіків і жінок; стереотипи, пов'язані із закріпленням сімейних і професійних ролей відповідно до статі; стереотипи, пов'язані з привабливістю, критеріями оцінки зовнішності чоловіка та жінки [2, с. 81].

Інше визначення поняття гендерних стереотипів дала американська філософія та гендерний теоретик Джудіт Батлер, яка визначила гендерні стереотипи як «уявлення, переконання або очікування, що виникають у суспільстві щодо того, які характеристики, ролі та поведінка відповідають чоловікам і жінкам на підставі їхньої статі. Наприклад, вони можуть включати уявлення про те, що чоловіки мають бути сильними і незалежними, тоді як жінки повинні бути ніжними і займатися домуванням» [4, с. 123].

Якщо брати до уваги візуальний контент, тобто фотографії, досить часто в глянцевих журналах вони демонструють ідеалізовані зображення чоловіків та жінок, які відповідають давно установленим стандартам краси, що часто визначаються стереотипами. Наприклад, чоловіки можуть бути зображені як мускулісти, сміливі, успішні кар'єристи, тоді як жінки часто показуються як стрункі, привабливі та без жодного недоліку, яких більше цікавить їхня зовнішність, а не кар'єрний ріст. Саме подібні фактори впливають на розповсюдження гендерних стереотипів та нерівності між жінками та чоловіками.

Крім того, заголовки та текстовий контент у журналах також можуть посилювати гендерні стереотипи, пропонуючи читачам рекомендації щодо того, як відповідати соціальним очікуванням щодо поведінки, зовнішності та чим кому більше пасує займатися. Наприклад, жіночі статті найчастіше зачіпають тему як стати «ідеальною дружиною», «ідеальною моделлю матері» або «як правильно

виховувати дітей». Тоді як чоловікам можуть надавати поради щодо досягнення кар'єрних успіхів, фінансової стабільності та самореалізації.

Звісно ж не можна не звернути увагу на розміщення реклами у глянцевих журналах мод. Рекламні кампанії в журналах можуть посилювати гендерні стереотипи, пропонуючи продукти або послуги, що відповідають традиційним ролям чоловіків та жінок у суспільстві. Зазвичай реклама може підкреслювати «жіночі» товари, якими можуть користуватися виключно жінки, такі як косметика та прикраси, як засіб для досягнення привабливості, хоча в 21 столітті світ давно вже відійшов від встановлених раніше стереотипів, що фарбуватися та робити манікюр можуть тільки представниці жіночої статі. «Чоловічі» ж товари, такі як автомобілі та алкоголь, несуть за собою значення символів сили та статусу.

Для привернення уваги аудиторії бренди часто використовують стереотипні зображення чоловіків та жінок у рекламі. Проте у багатьох країнах світу з такою рекламою вже борються на законодавчому рівні — шляхом заборони. Так, наприклад, у 2019 році у Британії вперше заборонили рекламу через гендерні стереотипи в ній. Йдеться про рекламні відеоролики американської компанії Mondelez та німецького автовиробника Volkswagen. А в Україні у липні 2019 року оштрафували мережу магазинів Цитрус — судовий позов подала організація із захисту прав жінок Гармонія Рівних [3, с. 123].

Водночас експерти зазначають, що журналістика активно реагує на прояви масової культури і масової свідомості. Вона закріплює, поширює і навіть нав'язує численні стереотипи «доброго і злого», «красивого і потворного», «доречного і маргінального» тощо. Сьогодні утверджується думка про те, що кожна людина, незалежно від статі, має право на розкриття власного таланту і здібностей, використання їх для саморозвитку і загального поступу. Як у всьому світі, так і в Україні мас-медіа є провідниками, медіаторами позитивного і негативного, вони виносять назовні, роблячи публічними, думки, погляди, образи і поведінкові моделі, зокрема й у сфері гендерних відносин [1, с. 4].



Зазначимо, що зміна ролей між чоловіками та жінками відбувається все частіше і це сприймається доволі позитивно, хоча завжди залишаються ті, хто вірні старим ідеалам. У сьогоденних реаліях більшість журналів мод все ж відійшли від просування гендерних стереотипів у своїх публікаціях. Спостерігається зменшення кількості проявів гендерних стереотипів у глянцевих журналах мод. Цей процес є результатом загальної тенденції суспільного прогресу і зростаючої свідомості щодо проблем гендерної рівності та інклюзивності. Видання все частіше намагаються уникнути використання стереотипних зображень та ідеалізованих канонів краси, які традиційно пов'язувалися з гендерними ролями – поняттями маскулінності і фемінності. Підходи до представлення гендерних стереотипів у глянцевих журналах поступово еволюціонують, пропонуючи більше різноманітності та відображаючи різні аспекти жіночої та чоловічої ідентичності.

Однак, не дивлячись на це, деякі прояви гендерних стереотипів все ще залишаються присутніми у публікаціях глянцевих журналів та рекламі, що в них розміщується. Це вказує на те, що й досі стоїть завдання вирішення питань, що стосуються досягнення повної гендерної рівності та інклюзивності у засобах масової інформації.

### Список використаних джерел

1. Гендерні ресурси українських мас-медіа: ціна і якість: *Практичний посібник для журналістів та працівників ЗМІ* / Н. Сидоренко, М. Скорик, та ін.; ред. упоряд. Н. Сидоренко. К.: "К.І.С.". 2004. 76 с.
2. Ткалич М.Г. Психологія гендерної взаємодії персоналу організацій : *дис. докт. психол. наук: 19.00.10*; Ін-т психології ім. Г. С. Костюка АПН України. Київ, 2016. 500 с.
3. Що таке гендерні стереотипи та як із ними боротися. URL: <https://nv.ua/ukr/spec/gender-shcho-take-genderni-rol-i-genderni-stereotipi-i-seksizm-50098152.html> (дата звернення 10.02.2024).
4. Butler J. Gender Trouble – Feminism and the Subversion of Identity. Routledge, Chapman & Hall, Inc. New York - London. 1990. 172 p.

**Галів Олег,**  
*асистент кафедри журналістики та засобів масової комунікації*  
*Національного університету «Львівська політехніка»,*  
*oleg870@gmail.com*

## **ПОРУШЕННЯ ПРАВ ЛЮДИНИ В УКРАЇНІ НА ПРИКЛАДІ ЗАКОНОПРОЄКТУ ПРО МОБІЛІЗАЦІЮ: СПЕЦИФІКА ВИСВІТЛЕННЯ В ЕФІРІ НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕЛЕМАРАФОНУ**

Забезпечення прав людини у демократичних державах є однією з найбільших цінностей та ключовим показником розвитку суспільства. В Україні права і свободи людини і громадянина, закріплені Конституцією, не є вичерпними.

Утім широкомасштабна російська агресія проти України порушила більшість прав людини, відзначають експерти [1]. Ці порушення стосуються як людей, що перебувають безпосередньо в зоні бойових дій, так і тих, хто мешкає в регіонах, не охоплених бойовими діями.

Росія, вторгнувшись в Україну, порушила, зокрема, базове право людини, закріплене не лише в українській Конституції, а й в низці міжнародно-правових документів [2], – право на життя. І порушення цього базового права постійно висвітлюють українські та міжнародні журналісти у своїх матеріалах. Адже саме журналістика як соціальний інститут, створений з метою забезпечення всебічного й об'єктивного інформування всіх суб'єктів суспільного життя про соціальну дійсність, у демократичних суспільствах допомагає боротися з порушенням прав людини, що вже відбулися. Медійна сфера запобігає можливим порушенням прав людини, надаючи розголосу цій темі.

Наприкінці 2023 року в Україні масштабного обговорення набув урядовий законопроект «Про удосконалення окремих питань мобілізації, військового обліку та проходження військової служби», що передбачав зміни до мобілізації. Ця тема стала однією із найбільш обговорюваних в медійному середовищі. Зокрема, і через те, що запропоновані зміни містили окремі положення, які могли порушити права людини.

Так, ще в перші дні обговорення законопроекту в ефірі марафону «Єдині новини» Уповноважений ВРУ з прав людини Дмитро Лубінець 28 грудня 2023 року заявив, що «Конституція України дозволяє обмежувати права, коли офіційно введено режим воєнного стану. З іншого боку, у законопроекті не можуть бути прямо порушені права, які зазначені як базові у Конституції»[6]. За його словами, під час аналізу документу він побачив деякі норми, що суперечать Конституції.

Згодом можливі порушення прав людини в запропонованому законопроекті побачили й інші експерти, яких запрошували в ефір марафону новин.

В ефірі марафону новин від 30 грудня 2023 року адвокатка Катерина Аніщенко пояснила, що законопроектом пропонується обмежити право громадянина користуватися власним майном. І це не відповідає нормам Конституції [4].

В ефірі марафону новин від 2 січня 2024 року адвокат Роман Лихачов зазначив, що згідно з законопроектом керівник ТЦК через відповідний лист до Реєстру боржників зможе блокувати рахунки чоловіків. І вони не зможуть здійснювати ніякі операції наприклад з нерухомістю. І це є суттєвими порушенням.

В ефірі марафону новин від 7 січня 2024 року політолог Володимир Фесенко зазначив, що Кабінет Міністрів має доопрацювати законопроект про мобілізацію.

В ефірі марафону новин від 11 січня 2024 року заступник голови Комітету Верховної Ради України з питань національної безпеки, оборони та розвідки Єгор Чернів пояснив, що цей законопроект має бути збалансованим і не повинен містити антикорупційних норм. Серед яких – обмеження економічних прав українців. Того ж дня через значну кількість зауважень з боку нардепів та критику суспільства Кабмін відкликав проект закону № 10378 «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо удосконалення окремих питань мобілізації, військового обліку та проходження військової служби».

Таким чином, тема антиконституційних норм, які містяться в запропонованому Урядом законопроекті про мобілізацію, стала однією з ключових в ефірі марафону новин. У сюжетах та під час розмов в аналітичних студіях українцям пояснювали, чому запропоновані зміни не можуть бути ухвалені українським Парламентом, і чим саме вони порушують права людини. Для якісної комунікації з суспільством в ефірі запрошували не лише представників влади, а й незалежних експертів, щоб всебічно охопити і проаналізувати важливу тему. І тим самим марафон новин, попри критику щодо дотримання стандартів у ньому і можливу цензуру з боку держави, виконав свою функцію щодо всебічного, комплексного та вичерпного інформування суспільства.

### **Список використаних джерел**

1. Агресія РФ спричинила наймасовіші порушення прав людини в світі – генсек ООН. *Уніан* : веб-сайт. URL: <https://www.unian.ua/war/viyna-v-ukrajini-oon-pobachila-masovi-porushennya-prav-ukrajinciv-12160983.html> (дата звернення 24.01.2024).
2. Міжнародні пакти про права людини (1966 р.) URL: <http://resource.history.org.ua/cgi-bin/eiu/history.exe>.
3. Міжнародний пакт про громадянські та політичні права від 16 грудня 1966 року. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_043#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_043#Text).
4. Не відповідає нормам Конституції: юристи розкритикували законопроект про мобілізацію. Подробиці, Ютуб-канал. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=fgmCbM8j8WQ> (дата звернення 24.01.2024)
5. У законопроекті про мобілізацію є норми, що суперечать Конституції – омбудсмен. *Укрінформ* : веб-сайт. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-politics/3805959-u-zakonoproekti-pro-mobilizaciu-e-normi-so-superecat-konstitucii-ombudsmen.html> (дата звернення 24.01.2024)
6. Резолюція 41/1283 Генеральної Асамблеї ООН: Декларація про право на розвиток. ООН; Резолюція, Міжнародний документ, Декларація від 4 грудня 1986 р. URL: [http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995\\_301](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995_301)

7. Руднева О.М. Поняття та ознаки міжнародних стандартів прав і свобод людини. Держава і право. Юридичні і політичні науки. 2010. Вип. 49. С. 17–22.

**Гожа Тетяна**

*здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,  
спеціальність 061 Журналістика,*

*Національний авіаційний університет,*

*tanyagozha24@gmail.com*

**Науковий керівник –**

*к. н. із соц. ком., доц. Антоніна Івацук*

## **РОЗВИТОК ЦЕНзуРИ В ДРУКОВАНИХ ЗМІ ПІД ЧАС ПЕРШОЇ СВІТОВОЇ ВІЙНИ**

Цензура – це придушення свободи слова, публічного висловлювання думки або іншої інформації, яка вважається неприйнятною, шкідливою, чутливою або «недоречною». Впровадженням цензури можуть займатися уряди, приватні установи та інші органи контролю [4]. Важливо наголосити на тому, що до категорії інформації, яка підлягає цензуруванню, потрапляє не обов'язково насправді шкідлива інформація. Адже часто цензуру впроваджують не з метою очищення інформаційного простору від даних, які можуть нашкодити читачам, слухачам або глядачам, а з метою тотального контролю за інформаційним потоком, щоб випадково в ньому не просочилися ідеї, які не відповідають ідеології уряду або окремих впливових осіб.

Перші закони про цензуру друкованих матеріалів було впроваджено ще за десятиліття до початку Першої світової війни, а на початку 20-го століття новим поштовхом до посилення регулювання «недобросовісних» матеріалів став активний розвиток кінематографу, тож з метою захисту пересічного глядача від його впливу, окремо було розроблено закони, щодо цензури в кіновиробництві [1].

Проте саме Перша світова війна ознаменувала швидкий стрибок в сторону співіснування суспільства та цензури. Адже вона стала жорстоким конфліктом,

який охопив всю земну кулю та вівся не лише на полях битв. Не менш важлива битва відбувалася за лаштунками, де боролися за контроль над ідеологією та інформацією, яка надається громадянам.

З початком воєнних дій в усіх європейських країнах-учасницях була введена цензура. Створювалися спеціалізовані відділи у різноманітних міністерствах, військових адміністраціях і в органах місцевого самоврядування. У Франції, Англії та Італії цензорами виступали цивільні особи, а, наприклад, в Австрії, Німеччині та Росії – переважно військові офіцери.

Реалізувалося це в першу чергу за рахунок газет, адже на той час саме вони були основним джерелом інформації, а тому друковані видання і стали додатковими полями битв. Цензори ретельно переглядали публікації, відсіюючи дані про чисельність жертв, пересування військ і все, що могло б зашкодити моральному духу читачів або їхньому почуттю національної єдності, що цілком нормально в умовах війни. Але поступово під заборону потрапляли матеріали з будь-якою критикою влади, про протести та страйки, а також про недоліки, які виникали в армії, наприклад, проблеми з постачанням провізії. У Франції навіть ввели заборону на слово «мир» в газетах, хоч і неофіційно, адже такі слова на думку влади налаштовували громадян на «програшні настрої» [3, с.57].

Перемоги перебільшувалися, а поразки применшувалися. Наприклад, у Британії Дарданельську кампанію, яка не увінчалася успіхом, спочатку було представлено як успішну. Проте приховувати правду вічність було нереально, тож коли інформація вийшла назовні, довіра громадськості до ЗМІ, яка вже почала хитатися, ледь не впала [5, с.240].

Особливого розмаху цензура набула на другому році війни. До того моменту Франція отримала понад тисячу вказівок, пов'язаних із цензурою, а Німеччина понад дві тисячі. Оскільки таку кількість інформації втримати в голові було нереально, для цензорів було створено так би мовити посібники, або як вони називалися «цензурні книги», які склалися з повного переліку заборон та обмежень. Але навіть враховуючи ці чіткі переліки правил, з часом інструкції

втрачали своє чітке формулювання, а знайти щось заборонене можна було ледь не в кожній статті [5, с.122].

Однією з таких книг вважається створений в 1917 році, через два місяці після вступу США в Першу світову, Акт про шпигунство, який мав на меті обмежити інформацію, яка вважалася шкідливою для їхньої воєнних планів та амбіцій, а також впроваджував покарання за дії, які вважалися нелояльними. Цей Акт навіть у свій час став, хоч і впливовим, але дуже суперечливим законом, який вплинув на свободу слова і регулював забезпечення безпеки воєнних заходів [6].

Якщо коротко, то Акт про шпигунство зазначав, що будь-яка особа, яка отримувала, записувала або копіювала інформацію, пов'язану з національною обороною, з наміром завдати шкоди США або допомогти його ворогам, підлягала переслідуванню. Це включало копіювання креслень, фотографій, шифрів, кодів, друкованих текстів тощо. Також було заборонено робити або поширювати неправду і наклеп з наміром перешкоджання військовим операціям, набору військ або сприяння успіху ворогів. Порушення цих правил каралися жорсткими санкціями, включно зі штрафом у розмірі 10 000 доларів США і тюремним ув'язненням на строк до 20 років. У виняткових випадках було дозволено смертну кару [6].

Що цікаво, Акт про шпигунство продовжує існувати навіть в сучасних умовах, проте зараз він не обмежується воєнними діями, а застосовується до громадян, відповідальних за витік будь-якої секретної інформації та шпигунство.

З-поміж всіх країн Європи, найбільше цензура вразила Італію, Австрію та Францію. В цих державах перевірку на заборонені матеріали проходили майже всі друковані статті. Під підозру потрапляли слова, рядки чи навіть цілі абзаци, які за потреби просто вирізали. Внаслідок цього не раз газети потрапляли до рук читачів з білими прогалинами замість тексту, а інколи від статті окрім заголовку та/або прізвища автора взагалі нічого не залишалось [2].

В разі порушення правил цензури одним із варіантів покарання було закриття газети на проміжок часу від декількох днів і аж до півроку. Якщо порушення мало регулярний характер, то покаранням для таких видань могло

статі закриття, для журналістів – заборона продовження професійної діяльності, штраф або навіть тюремне ув'язнення. Найгіршою вважається історія французької газети «Le bonnet rouge» та її редактора – соціаліста Мігеля Альмерейда. У липні 1917 року газету закрили, причиною тому стала підозра у зв'язку з німецькою владою, а конкретніше фінансування з їхньої сторони. Альмерейда заарештували, а через місяць знайшли в камері повішеним на шнурках. І хоча у версію самогубства майже ніхто не вірив, справу закрили [8].

Також на початку цензура забороняла роботу військових кореспондентів. З самого початку війни британський уряд категорично заборонив журналістам висвітлювати події на фронті, проте через пару місяців вони все-таки надали акредитацію п'ятьом кореспондентам, єдиною умовою було постійний контроль зі сторони конвоїрів за їхньою діяльністю.

Подібні правила було запроваджено і в інших країнах. Статті з передової потрапляли на перевірку військових та національних органів цензури, після чого вичитувалися редакторами. Від журналістів вимагали статей про подвиги військових, але разом із тим забороняли згадувати конкретні ситуації. Про поразки чи погані умови писати, звісно, було заборонено.

Саме через цензуру «іспанка» в свій час вбила від 50 до 100 мільйонів людей. У європейські новини повідомлення про масові захворювання на передовій вирізувалися цензурою, щоб солдати не втрачали бойового духу. Через це епідемія «іспанки» і переросла в наймасштабнішу пандемію в історії людства [2].

Тиск на пресу змусив редакторів та журналістів вчитися шукати лазівки. Наприклад, у Франції деякі газети випускали два різних варіанти кожного видання: перше з правками, які відправляли на перевірку, а друге без правок цих, які і потрапляли до рук читачів. З одного боку, видавці, звісно, ризикували, але з іншого, цензорів також час від часу ловили на «непильності», тому вони часто закривали на це очі [3, с.58].

На противагу Франції, в Німеччині було впроваджено іншу технологію – автори писали про реальні події, але завуальовували шляхом відображення їх через історичні паралелі. Наприклад, редактор щотижневої газети «Die Welt am



Montag» Гельмут фон Герлах, який не міг відкрито критикувати агресивну політику військового керівництва, тому писав статті, в яких засуджував французького імператора Наполеона, через його загарбницькі нахили на початку XIX століття, які не увінчалися успіхом. Водночас редактор вихваляв національного героя Німеччини Отто фон Бісмарка, який після розгрому Австрії в 1866 році, не вимагав австрійських територій, а зосередився на об'єднанні німецьких земель у першу федеративну німецьку державу [7]. Що цензори, що читачі розуміли натяки між рядків Гельмута, але вдіяти з цим нічого не могли.

Отже, проаналізувавши цю тему, можна дійти висновку, що цензура друкованих видань під час Першої світової війни відіграла значну роль у формуванні й контролі інформаційного простору. Її вплив на суспільство та хід війни був багатограним і суперечливим. Адже таким чином хоч і відбувалася підтримка патріотизму, заохочення рекрутування та демонізація ворога для підтримки суспільного духу, але разом із цим шляхом цензури суттєво обмежувалася свобода преси, право на інформацію, поширювалася пропаганда та маніпуляції громадською думкою, що в результаті призводило до недовіри до влади та зростання антивоєнних настроїв, що прямо паралельно тим ідеям, які вкладали в цензуру уряди держав. Також важливо пам'ятати, що цензура друкованих видань під час Першої світової війни була складним явищем з довгостроковими наслідками, тому її роль у цій війні й досі досліджується та обговорюється істориками та політологами.

### **Список використаних джерел**

1. Воєнна цензура в роки Першої світової війни (1914-1918 рр.) за матеріалами Катеринославської губернії // Музей історії Дніпра: [Веб-сайт]. 2022. URL: <https://midnipro.museum/voienna-tsenzura-v-roky-pershoi-svitovoi-vijny-1914-1918-rr-za-materialamy-katerynoslavskoi-hubernii/> (дата звернення: 11.02.2024).

2. Досі обурені, що голова Мінкультури не проти цензорів у ЗМІ? І правильно, бо далі цензуру поширять на театр, кіно і думки. Так уже було під час Першої світової війни // Бабель: [Веб-сайт]. 2023. URL: <https://babel.ua/texts/92130-dosi-obureni-shcho-golova-minkulturi-ne-proti-cenzoriv->

u-zmi-i-pravilno-bo-dali-cenzuru-poshiryat-na-teatr-kino-i-dumki-tak-uzhe-bulo-pid-chas-pershoji-svitovoji-viyni-istorichniy-ekskurs-babelya (дата звернення: 11.02.2024).

3. Мілошова Д. Цензура та цензурування в Європі: історія та сучасність // Наук. альманах / Одеський національний університет імені І. І. Мечникова. Одеса, 2017. № 1. С. 56-61.

4. Цензура – що це таке в ЗМІ та Інтернеті. Види, форми, причини та наслідки цензури // Termin.in.ua: [Веб-сайт]. URL: <https://termin.in.ua/tsenzura/> (дата звернення: 11.02.2024).

5. Eberhard D. *Censorship and Propaganda in World War I: A Comprehensive History*. London, 2021. 348 с.

6. Espionage Act of 1917 and Sedition Act of 1918 (1917-1918) // National Constitution Service: [Веб-сайт]. URL: <https://constitutioncenter.org/the-constitution/historic-document-library/detail/espionage-act-of-1917-and-sedition-act-of-1918-1917-1918> (дата звернення: 11.02.2024).

7. Helmut von Gerlach // Britannika: [Веб-сайт]. 2024. URL: <https://www.britannica.com/biography/Helmut-von-Gerlach> (дата звернення: 11.02.2024).

8. Miguel Almereyda // Find a grave: [Веб-сайт]. URL: <https://www.findagrave.com/memorial/8649050/miguel-almereyda> (дата звернення: 11.02.2024).

**Гулько Наталія,**  
*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,*  
*спеціальність 061 Журналістика,*  
*Національний авіаційний університет,*  
*nataliy5975i@gmail.com*

**Науковий керівник –**  
*канд. пед. наук Світлана Остапчук*

## **РИЗИКИ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В МЕДІА: ЗБЕРЕЖЕННЯ ДОВІРИ ГРОМАДСЬКОСТІ ТА ЗАХИСТ ПРАВ**

Поки медіа намагаються боротися за увагу та зберегти довіру громадськості, одночасно скорочуючи робочі місця та скорочуючи витрати, використання штучного інтелекту (далі – ШІ) в редакціях новин у всьому світі зростає. ШІ використовується для отримання інформації, створення новинних статей і визначення тенденцій.

Штучний інтелект у медіа має широкий спектр застосувань, які можуть покращити створення, управління контентом, а також користувацький досвід, виходячи за рамки того, що було можливо лише кілька років тому. У зв'язку з такими широкими можливостями виникають етичні питання щодо його застосування.

Згідно з дослідженнями про етичність інструментів ШІ, використання штучного інтелекту в медіапросторі можна умовно поділити на три основні категорії. Кожна з них представляє частину життєвого циклу певного ресурсу і те, що він дає як творцеві, так і користувачеві. Використання штучного інтелекту при створенні контенту дозволяє підвищити продуктивність при підготовці матеріалів до розповсюдження. Процес можна пришвидшити завдяки автоматизації процесу кодування, створення тегів у контенті, а також пришвидшенню перекладу та субтитрування, які раніше займали багато часу [3].

Системи управління контентом дозволяють організаціям керувати розповсюдженням, правами та метаданими, пов'язаними з матеріалами. Системи

штучного інтелекту можуть використовувати метадані, щоб рекомендувати певний контент вузькоспрямованій аудиторії, а також можуть використовувати метадані, що дає змогу дистриб'юторам контенту створювати привабливіші системи, які дозволяють їхнім глядачам швидше знаходити потрібний контент. Однією з найважливіших сфер, де ШІ може зробити свій внесок, є врахування культурних та юридичних відмінностей. Оскільки стандарти різняться по всьому світу, управління відповідністю контенту, який розповсюджується в різних географічних регіонах, може бути обтяжливим і трудомістким без застосування ШІ. Інструменти автоматизації можуть допомогти творцям у створенні відповідного контенту для будь-якого ринку – виявляти і навіть відфільтровувати заборонені матеріали, які можуть бути заборонені у деяких країнах.

Нарешті, ШІ може допомогти поліпшити загальний користувацький досвід. Моделі штучного інтелекту здатні забезпечити користувачів релевантним контентом. Крім того, помічники зі штучним інтелектом, такі як чат-боти, можуть забезпечити економічно ефективні способи швидкого вирішення проблем клієнтів, підвищуючи загальну задоволеність послугою. Детальне розуміння вподобань кінцевих користувачів сприяє більш точному прогнозуванню та плануванню для виробників контенту, а також більш цілеспрямованому надсиланню повідомлень для рекламодавців.

Як зазначалося вище, існує широкий спектр позитивних прикладів використання AI в медіа. Створення спеціалізованого контенту для великої кількості людей або нового контенту на основі того, що було створено людиною, також є ключовими прикладами. Перетин між доробками людини та розробками штучного інтелекту створює основу, яка окреслює траєкторію створення контенту.

Проте варто визначити проблеми, які можуть бути спричинені зловживанням ШІ. Технологію також часто використовують для ненавмисної або спланованої дезінформації. Джерелом та виконавцями заходів з дезінформації стають недобросовісні працівники медіа або ж злочинці, що навмисно планують кампанії дезінформації та впливають на групи людей. «Алгоритми ШІ позбавлені

критичного мислення та прозорості. Ризики поширення упередженості в ЗМІ виникають у тому випадку, коли роботи використовують неперевірені та неточні дані. На відміну від потенційних ризиків втратити роботу чи опинитися під впливом фейків, етичні питання з приводу ШІ постійно перебувають в центрі уваги», – зауважує дослідниця О. Васьківська [1].

Зловживання інструментами ШІ може включати цензуру протилежних поглядів або заяв з метою отримання конкурентної переваги (наприклад, відображення подій з позиції цільовій аудиторії, яку визначить штучний інтелект), використання ШІ для переписування історії (зображення раніше добре задокументованих подій по-іншому) або використання створених ШІ відео та зображень, які можуть відтворювати образи і голоси знаменитостей або політиків (так звані «deep fake»). За аналітикою Voanews, використання дипфейків – відео, створених за допомогою штучного інтелекту, щоб реалістично видавати себе за людей, у тому числі журналістів, – вважається особливо тривожним у рік, коли понад 40 країн мають провести важливі вибори [2].

У час нестримної дезінформації та низької довіри до новин, а також коли медіа борються з тим, як інтегрувати штучний інтелект у свої бізнес-моделі, через такі відео аудиторії ще важче визначити, чи те, що вона бачить і чує, є реальним. Рівень небезпеки, пов'язаної з використанням ШІ для створення неправдивих наративів або маніпулювання інформацією, важко переоцінити.

Менш очевидний ризик, пов'язаний з етичними аспектами ШІ, стосується ненавмисних, але реальних людських упереджень. У цьому випадку людські упередження можуть бути ненавмисно вбудовані в моделі ШІ. «Моделі машинного навчання настільки хороші, наскільки хороші дані, які використовуються для їхнього навчання», – йдеться в статті розробників сервісів на базі ШІ Fptsoftware [3]. Хоча ШІ здатен розширити людські функції, ідеї та цілі, фундамент, на якому він починає працювати, повинен бути забезпечений усвідомленням цих етичних ризиків.

Отже, штучний інтелект, хоч і є потужним інструментом для обробки та аналізу великих обсягів інформації, на сьогодні все ще потребує контролю з боку

людини. Хоча штучний інтелект може створювати шаблонні фрази та виконувати завдання, він не здатен до критичного мислення та емоцій. Однак з розвитком суспільства та технологій можливість штучного інтелекту самовдосконалюватися та абстрактно мислити зростатиме. Це вимагатиме вдосконалення навичок та підготовки майбутніх журналістів для роботи в умовах нових викликів та загроз, пов'язаних із використанням штучного інтелекту в медіа.

### **Список використаних джерел**

1. Васьківська О. Є. Технології штучного інтелекту в журналістиці сучасності. *Авіація в XXI столітті - Безпека в авіації та космічні технології: матеріали X конгресу*. Київ: Національний авіаційний університет, 2022. с. 6.2.107-6.2.111.
2. Deepfakes a 'Weapon Against Journalism,' Analyst Says. Voanews. URL: <https://www.voanews.com/a/deepfakes-a-weapon-against-journalism-analyst-says-/7442897.html> (дата звернення: 05.02.2024).
3. Ethical Considerations in Artificial Intelligence in Media & Entertainment. URL: <https://fptsoftware.com/resource-center/blogs/ethical-considerations-in-artificial-intelligence-in-media-entertainment> (дата звернення: 06.02.2024).
4. Facts, fakes and figures: How AI is influencing journalism. URL: [goethe.de/prj/k40/en/lan/aij.html](https://www.goethe.de/prj/k40/en/lan/aij.html) (дата звернення: 06.02.2024).

**Юлія Денисенко,**  
*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,*  
*спеціальність 061 Журналістика,*  
*Національний авіаційний університет,*  
*denisenkojulia03@gmail.com*

**Науковий керівник –**

*к. н. із соц. ком.*

*Олександр Кошак*

## **ОСОБЛИВА КАТЕГОРІЯ: ЖУРНАЛІСТИКА І ЖЕРТВИ ВІЙНИ**

Війна в Україні, яку розв'язала держава-терорист Росія, вважається найбільш задокументованою у ЗМІ. В медіа є безліч історій людей, які пережили усі жахіття повномасштабного вторгнення. Готуючи матеріал про людину – жертву російської агресії, журналіст повинен розуміти, що робота з цією категорією осіб потребує особливого підходу. Тож варто дотримуватись таких практичних порад:

1. Журналіст не повинен тиснути на людину, наполягаючи на інтерв'ю, якщо вона не готова говорити про пережите, бо спогади можуть бути дуже болючими і негативно впливати на психіку. Тому варто відмовитись від запису матеріалу з цією людиною, щоб сильніше не травмувати її.

2. Журналіст не повинен випитувати болючі подробиці, бо тоді людина закривається у собі і зовсім перестає говорити. Краще виявити співчуття або зацікавленість, згадати подібну ситуацію, яку Ви чули від інших жертв війни. Це сприяє дружній атмосфері і збільшує довіру до Вас. В такому разі журналіст може отримати більше якісної та унікальної інформації, ніж ставлячи пряме питання.

3. Журналіст повинен забезпечити анонімність героя матеріалу, якщо він того забажає, щоб не наражати людину на небезпеку.

4. Не варто казати: «я Вас розумію», бо це – неможливо. Ви не були на місці цієї людини і не можете знати що вона пережила, в якому стані була та як сприймала події. Кажучи так, Ви зменшуєте трагедію цієї людини.

5. Якщо людина готова щось розповісти, але не дуже впевнена або хвилюється, слід поговорити на нейтральні теми та понизити градус напруги, тоді розмова піде, як треба.

6. Журналіст не повинен бути без емоційним, але й не треба занадто давати волю емоціям, бо співрозмовник перестане сприймати Вас, як фахівця.

7. Жертва насильства завжди повинна виглядати гідно у журналістському матеріалі.

8. Журналіст не повинен подавати у своєму матеріалі занадто шокуючі та криваві подробиці, бо це може травмувати аудиторію.

9. Не подавайте факти неоднозначно та не використовуйте сумнівні ілюстрації заради сенсації. Журналіст не має перекручувати факти, вигадувати неіснуючі історії чи використовувати візуальний ряд, який не відповідає дійсності.

10. Якщо герой матеріалу – дитина (відповідно до Конвенції ООН про права дитини, це особа до 18 років [4]), то варто звернутися до її батьків чи опікунів, щоб вони надали письмову згоду на інтерв'ю з подальшою публікацією.

Діти – окрема тема у журналістських матеріалах. Вона потребує ретельнішого опрацювання.

З початком повномасштабного вторгнення РФ на територію України 24 лютого 2022 року дітей на тимчасово окупованих територіях примусово зросійщують, змушуючи отримувати громадянство РФ та змінювати імена на «більш російські», що суперечить статті 8 Конвенції ООН про права дитини [4]. Неповнолітніх депортують на територію РФ чи Білорусі, про що неодноразово заявляли уповноважений Верховної Ради України з прав людини Дмитро Лубінець та міський голова Мелітополя Іван Федоров.

Загалом, від початку повномасштабного вторгнення, за даними Національного інформаційного бюро, з території України було незаконно вивезено майже 20 тисяч українських дітей. З них вдалося повернути лише 388 [2]. Саме факт депортації дітей дозволяє Україні повторно звинуватити Росію в акті геноциду українського народу та подати на перегляд справу про геноцид [6],



яку ЄСПЛ раніше відхилив, аргументуючи тим, що «комісія не дійшла висновку, що в Україні відбувається геноцид» [5].

Російська армія всіляко знущається з поневолених людей, зокрема дітей. Акт порушення всіх правил та норм ведення та звичаїв війни по відношенню до цивільних. Олександр Кошак у своїй статті «Образ окупанта російської агресії в Україні — публіцистичні роздуми» згадує страшні події в Бучі та описує все, що відчував, коли був в окупації: «Ненавидіти їх сильніше вже неможливо. Ми ненавидимо всіх, хто підтримав цю крвожерливу війну, хто промовчав, хто благословляв на злочини. Сусіди-росіяни підступно вкрали у громадян України весну, у дітей — дитинство, вкоротили віку півтори тисячі дітей» [3].

Беручи інтерв'ю у неповнолітніх, журналісту варто ознайомитись з довідником «Інтерв'ю з дітьми», який випустила міжнародна організація «Врятуймо дітей» («Save the children»). Там Ви знайдете докладні інструкції про те, як спілкуватися з дітьми [7].

Основні принципи, описані в довіднику, можна сформулювати таким чином:

- Варто поставити себе на місце дитини, щоб краще її зрозуміти.
- Ставтесь до дитини з повагою, як і до будь-якого співрозмовника.
- Розкажіть дитині, що саме Ви будете у неї питати та для чого.
- Повідомте про свої плани і наміри, не спекулюйте темами винагороди (отримання грошей, продуктів харчування, медичної допомоги тощо).
- Знайдіть таке місце для проведення інтерв'ю, щоб дитина почувала себе комфортно. Подбайте про безпеку.
- Якщо дитині складно говорити про пережите або вона сильно нервує – за можливості проведіть інтерв'ю з групою дітей, які були у схожих обставинах.
- Не ставте конкретні часові рамки, іноді може знадобитись набагато більше часу, ніж Ви собі планували, але не поспішайте закінчити інтерв'ю. Не

перебивайте дитину і не змушуйте говорити її серйозними дорослими чи завченими словами – нехай розповідає свою історію як може.

- Говоріть легко і просто, але пам'ятайте, що Ви журналіст і повинні виглядати серйозно, але не зверхньо.
- Ставте конкретні відкриті питання, які спонукають до розгорнутої відповіді і уникайте тих, на які дитина може відповісти однозначно: «так» або «ні».
- Якщо Ви помітили, що дитині страшно, незручно чи вона почала закриватися у собі, бо тема надто чутлива – зацентуйте увагу на чомусь більш нейтральному, змініть тему.
- Закінчуйте інтерв'ю на позитивній ноті і обов'язково подякуйте дитині за інтерв'ю. [1, с.64]

Отже, війна так чи інакше торкнулася кожного. Люди, які пережили жахливі моменти все частіше потрапляють у поле зору ЗМІ і вони потребують особливого підходу з боку журналіста. Це дуже вразлива категорія осіб. Треба обережно ставитись до них, щоб ні в якому разі не образити, не применшити масштабів особистісної трагедії та не травмувати психіку ще більше. Варто дотримуватись певних правил та порад під час висвітлення тем, пов'язаних із жертвами війни, оскільки від інформації, яку поширюють ЗМІ може залежати безпека цих людей, а іноді й життя.

### **Список використаних джерел**

1. Буроменський Михайло, Штурхецький Сергій, Білз Емма, БЕТЦ Мішель, Шюпп Кріс, Казанжи Зоя Переклад: Даниленко Денис, Іванченко Ганна, Івкіна Олена, Рихло Олександр, Простак Олександр: Журналістика в умовах конфлікту: передовий досвід та рекомендації: Посібник рекомендацій для працівників ЗМІ. - К.: «Компанія ВАІТЕ», 2016. - 118 с.

2. Діти війни. Платформа створена Міністерством реінтеграції разом з Національним інформаційним бюро за дорученням Офісу Президента України  
URL: <https://childrenofwar.gov.ua/>

3. Кошак О. М. Образ окупанта російської агресії в Україні — публіцистичні роздуми — X Всесвітній конгрес: «Авіація в XXI столітті» - «Безпека в авіації та космічні технології», 28-30 вересня 2022 р. – К.: НАУ, 2022. – С. 6.2.144 — 6.2.147.

URL:<https://conference.nau.edu.ua/index.php/Congress/Congress2022/paper/viewFile/8920/7258>

4. Конвенція ООН про права дитини: URL:

[https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_021#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_021#Text)

5. Михайлов Д., Прізова В. «ООН не має достатніх доказів для визнання геноциду в Україні — М'юсе»

URL: <https://suspilne.media/565255-oon-ne-mae-dostatnih-dokaziv-dla-viznanna-genocidu-v-ukraini-mose/>

6. ALLEGATIONS OF GENOCIDE UNDER THE CONVENTION ON THE PREVENTION AND PUNISHMENT OF THE CRIME OF GENOCIDE (UKRAINE v. RUSSIAN FEDERATION)

URL: <https://www.icj-cij.org/public/files/case-related/182/182-20220227-APP-01-00-EN.pdf>

7. Jahans J. «FIVE TIPS FROM A PSYCHOLOGIST AND CHILD COUNSELLOR»

URL: <https://www.savethechildren.org.uk/blogs/2022/how-to-talk-to-children-about-war>

**Валерія Джима,**  
*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,*  
*спеціальність 061 Журналістика,*  
*Національний авіаційний університет,*  
*LeraIdoma@gmail.com*  
**Науковий керівник –**  
*старший викладач кафедри журналістики Ірина Кевлюк*

## **ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛИ МУЗИЧНОГО СПРЯМУВАННЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ ПРОСУВАННЯ МИСТЕЦТВА В МАСИ**

Сучасна музика визначається не лише звуковою естетикою, але і культурним впливом, який вона здійснює на людей. Для них музика не просто звуковий фон, але й важливий елемент самовираження, створення власної ідентичності та формування культурного сприйняття світу. Популярні артисти створюють музичні твори, які відображають актуальні теми, сучасні соціальні проблеми та особисті переживання. Це робить музику засобом вираження та рефлексії для людини, яка шукає в ній відповіді на питання про власний життєвий шлях, взаємини та роль у суспільстві.

Популярність сучасної музики також пов'язана з її доступністю через різноманітні онлайн-платформи та соціальні мережі [3]. Це дозволяє легко пізнавати нових артистів, слухати різноманітні жанри та ділитися враженнями з друзями. Музика стає своєрідним елементом соціальної взаємодії та об'єднує людей навколо спільних музичних уподобань [1, с. 52]. Крім того, сучасна музика стала суттєвим чинником формування поп-культури. Від трендів у моді до особливостей життя та менталітету, музика визначає естетику та стиль культури. Молодь взагалі використовує музику як мову для вираження своїх ідеалів, ставлень та креативного самовираження.

Отже, музика є не тільки супутником в повсякденному житті людини, але і засобом для висловлення, індивідуального самовизначення та соціальної

інтеграції. Вона відображає динаміку змін у суспільстві та стає сильним культурним каналом впливу на молодше покоління [2].

У цифрову епоху, коли інтерактивність та об'єднання є ключовими аспектами віртуального життя, створення музичної спільноти в телеграм може виявитися захопливим та пізнавальним експериментом. Музика, як універсальний засіб самовираження та вираження емоцій, може стати каталізатором для об'єднання різнорідної групи людей в одній віртуальній родині.

Запрошуючи людей приєднатися до музичного телеграм-каналу, ми відкриваємо двері до неймовірної мозаїки музичних уподобань та талантів. Це місце, де кожен може поділитися своєю улюбленою музикою, відкривати нові жанри та артистів, а також обговорювати свої враження та думки про музичний світ. Створюючи такий спільний музичний простір, ми визначаємо власні рамки і створюємо платформу для невимушеного обміну досвідом та креативною взаємодією. У межах цієї спільноти кожен має можливість відкривати для інших свої музичні жанри, ділитися особистими творчими проектами та знаходити нових друзів із спільними інтересами.

Спільнота в телеграм може включати тематичні обговорення, музичні рекомендації, онлайн-події або навіть спільні музичні проекти. Це місце, де музика розміщення не тільки для прослуховування, але й є живим діалогом між різними особистостями, які об'єднуються в ім'я загальної цікавості та любові до музики.

Такий телеграм-канал стає власним експериментальним полем, де кожен учасник може робити свій внесок у популяризацію культурних та естетичних цінностей. Відкриваючи двері для обміну музичними перлинами, ми створюємо віртуальне місце, де кожен може відчувати, що їхня цікавість до музики – це не лише індивідуальне захоплення, але й спільний шлях в музичний світ.

У сучасному цифровому ландшафті музична культура органічно переплітається з віртуальними просторами соціальних мереж, розкриваючи нові аспекти сприйняття та поширення музичних творів. Телеграм-канали з музичною

тематикою стали важливими та популярними платформами для людей. Ці канали надають можливість користувачам спільно насолоджуватися різноманітним музичним жанрам, ділитися власними уподобаннями та взаємодіяти з однодумцями.

Telegram-канали з музичною тематикою відкривають нові горизонти сприйняття музики, перетворюючи ізольовані прослуховування в спільні враження. Це не просто канали, а віртуальні музичні спільноти, де звукова естетика стає основою взаємодії та спілкування. Вони виявляються важливим елементом культурного обміну та об'єднання прихильників музики навколо їхньої найулюбленішої мистецької форми.

Враховуючи цікавість людей до музики, телеграм канали можуть використовувати цей інтерес для побудови активної та захопливої спільноти, розширення аудиторії, просування ще маловідомих митців. Такі телеграм-канали можуть використовувати інтерес для підтримки та просування незалежних артистів, організовуючи ексклюзивні виступи або презентації їхніх нових треків на каналі. Це не лише збільшить репутацію каналу, але й дозволить прихильникам відкривати нових талановитих виконавців.

Крім того, використання цікавості до музики може сприяти створенню партнерських взаємодій з іншими музичними спільнотами або брендами, щоб розширити мережу та надати учасникам каналу унікальні можливості.

### **Список використаних джерел**

1. Косиченко Д. Розвиток мистецького і культурного простору у інтернеті. Міжнародна науково-практична конференція «Мистецтво та дизайн у художній мові мінливого часу: морфологія, семіотика, візуальність». Збірник наукових матеріалів. 14 квітня 2022 року, ХДАДМ. Харків, 2022. С. 52–53.

2. Малашевська І.В., Лазука М.М. Вплив музики на формування особистості молодого покоління. URL: <https://ps.journal.kspu.edu/index.php/ps/article/view/4360/3857> (дата звернення 12.02.2024).

3. Наумова М.Ю. Соціальні мережі: перезбирання соціального у форматі медіа платформ. *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки*. 2018, №1 (36). Соціологічні науки. С. 38–55.

**Добривода Вероніка,**

*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,*

*спеціальність 061 Журналістика,*

*Національний авіаційний університет,*

*veronikadobrivoda@gmail.com*

**Науковий керівник –**

*к. пед. н. Олена Васьківська*

## **ПОРУШЕННЯ ПРАВ ЖІНОК ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ**

Війна в Україні призвела до величезних людських жертв та руйнувань. Жінки є однією з найуразливіших груп населення під час війни. Вони частіше стають жертвами насильства, сексуального насильства, торгівлі людьми та інших форм дискримінації.

Дослідниця О. Уварова зазначає, що «Конвенцію про ліквідацію всіх форм дискримінації щодо жінок (CEDAW) називають міжнародним біллем про права жінок. Ним визначено поняття дискримінації щодо жінок і план дій на національному рівні з викорінення такої дискримінації. Ця Конвенція займає особливе місце – це єдиний міжнародний документ, спеціально присвячений правам жінок. Ця Конвенція спрямована на подолання дискримінації та дотримання їх громадянських, політичних, культурних, соціальних та економічних прав» [4, с. 29].

Науковиця І. Грицай зазначає, що «Конституція України на засадах рівності передбачає для чоловіків і жінок громадянські, політичні, економічні, соціальні та культурно-духовні права і свободи. В чинному законодавстві,

зазначає І Грицай, деталізовані механізми реалізації зазначених прав, але на практиці воно об'єктивно не спроможне гарантувати однакове їх забезпечення для обох статей. Існуючі в суспільстві стереотипи перешкоджають повноцінній реалізації рівних можливостей для чоловіків і жінок» [1, с. 52].

В Аналіз вторинних даних «Гендерно зумовлене насильство в Україні» від 27 квітня 2022 року, експерти відзначають, що «наразі особливо уразливими є жінки похилого віку та з інвалідністю, які досі перебувають на небезпечних територіях України; жінки-учасниці бойових дій, які можуть стати військовополоненими та медичний персонал, що зазнає нападів; жінки, які перебувають у районах, де тривають військові операції; не мають доступу до послуг для порятунку життя; трансгендерні та небінарні особи, які зазнають переслідувань з боку озброєних осіб та яким відмовляють у виїзді з України через відсутність документів; та інші» [2].

В Інформаційно-навчальному щодо гендерних аспектів конфліктів йдеться про те, що «жінки складають більшу частину населення, яке змушене переміщуватись, щоб знайти безпечніше місце проживання для себе, своїх дітей, рідних. На новому місці жінки стикаються з необхідністю адаптуватися до інших умов проживання, часто гірших за попередні. У той же час, саме жінки більше потерпають від випадків гендерно зумовленого насильства, яке часто використовується в умовах військового конфлікту» [3, с. 11-12].

Автори посібника зауважують, що «відомі факти, коли жінок, так звані, ополченці використовували в збройних протистояннях як «живий щит» для прикриття. Дискримінація за ознакою статі, приниження жінок, сексизм складають частину ідеології лідерів незаконних утворень» [3, с. 14].

Хочемо зазначити, що сексуальне насильство, дискримінація та уразливість груп жінок у кризових ситуаціях, спричинених воєнними діями, вимагають негайних заходів для надання підтримки та захисту. Ініціативи, спрямовані на покращення умов життя та правового захисту жінок, повинні бути частиною стратегії влади та громадянського суспільства.



Наразі жінки стають особливо вразливою групою населення, вони часто стикаються з серйозними порушеннями своїх прав. Військові дії призводять до збільшення ризиків для жінок на багатьох рівнях: від фізичного та сексуального насильства до обмеження доступу до основних послуг та важливих ресурсів. Також жінки, зокрема ті, які перебувають у зоні конфлікту, стикаються із загрозами сексуального насильства, а також інших форм наруги та дискримінації. Зокрема, вони можуть стати об'єктами використання у військових операціях, а їх права на освіту, здоров'я, та безпеку суттєво обмежуються.

### **Список використаних джерел**

1. Грицай І.О. Гендерні аспекти забезпечення основних прав і свобод людини й громадянина в Україні: теоретико-правовий аспект. *Науковий вісник Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ*. 2018. № 1 с. 47-54
2. Гендерно зумовлене насильство в Україні. Аналіз вторинних даних URL: <https://gbvaor.net/sites/default/files/2022-06/ukraine-gbv-sdr-27522-final-format-amended-ukr.pdf> (Дата звернення 30.01.2024)
3. Жінки. Мир. Безпека: Інформаційно-навчальний посібник з гендерних аспектів конфліктів для фахівців сектору безпеки / за заг. ред. Ковальчук Л.Г., Левченко К.Б. Київ, 2017. 264 с.
4. Уварова О. О. Права жінок та гендерна рівність. Навчальний посібник Київ, Видавництво «ФОП Голембовська О. О.», 2018. 204 с.

**Журба Валентина,**  
*здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти,*  
*спеціальність 061 Журналістика,*  
*Тернопільський національний педагогічний університет ім. В. Гнатюка*  
*valskakalska@gmail.com*

**Науковий керівник –**  
*к. н. із соц. ком., доц.*  
*Тетяна Решетуха*

## **ПРОБЛЕМА СПРИЙНЯТТЯ НОВИХ ГЕНДЕРНИХ РОЛЕЙ В МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ ПІД ЧАС ВИСВІТЛЕННЯ ПОДІЙ ВІЙНИ**

Війна чинить вагомий вплив на суспільство. Вона більше, ніж будь-який інший вияв життєдіяльності пов'язана з гендерним поділом людства та традиційними гендерними ролями: чоловіка-воїна, жінки-матері та берегині сімейного вогнища. Проте в умовах війни, яку сьогодні веде Україна проти російських загарбників, помітна динаміка зміни таких стереотипів. Це не поодинокі явища, а тенденції, що матимуть наслідки для українського суспільства і в процесі відновлення та стабілізації країни після перемоги, що робить тему дослідження актуальною. Від журналістів залежить як відображені події війни та чи буде роль жінки і чоловіка у ній визнана однаковою мірою.

«Гендерна роль – вид соціальної ролі, що представляє собою поведінку, нормативно очікувану від індивідів чоловічої і жіночої статі. Це поведінка, яка традиційно розглядається як належне чоловікам і жінкам» [10, с. 189]. На виникнення рольових конфліктів у суспільстві впливають гендерні стереотипи закріплені соціальними ролями за відповідною статтю. Образ жінки-матері та берегині сімейного вогнища, що стає жертвою збройних конфліктів, є найбільш поширеним та центральним у літературі, присвяченій проблемам війни та безпеки. Канадська дослідниця Ненсі Хьюстон у статті «Розповіді про війну і жіночі сльози» розглядає традиційний наратив про «праведних воїнів» та беззахисних представниць «слабкої статі» як спосіб, до якого вдаються держави

для легітимації війни і для того, щоб спонукати солдатів боротися за жінку-жертву [1]. Головною фігурою у цій історії є герой, який захищає своїх жінок та дітей від ворога, жертвуючи собою для блага свого дому. Таким чином, «праведні» воїни йдуть на війну не для того, щоб вбивати, а для того, щоб померти, захищаючи «слабку стать» та дітей.

Однак існує категорія жінок, які спростовують уявлення про «слабку стать», виключно об'єкта-жертви. Жінки-солдати та жінки-терористки, приймаючи традиційно чоловічу роль захисника, кинули прямий виклик традиційним гендерним концепціям.

Таким чином, служба жінок у збройних силах суперечить сприйняттю їх як слабких та таких, що очікують на захист від війн, які ведуть чоловіки. Попри залучення жінок до воєнних дій, вони не мають в суспільстві статусу військових, рівних із чоловіками. Навіть коли участь жінок у бойових діях визнається, вона сприймається як особливий вид боротьби.

Згідно з даними Укрінформу, станом на 2023 рік в ЗСУ служить близько 62 062 жінок-військових, із них військовослужбовиць – 43 479 осіб [8], які боронять наш спокій разом із чоловіками. Втім й надалі залишаються ті, хто наполягає, що «жінкам там не місце». Жінки постійно стикаються з сексизмом, упередженим ставленням чи стереотипами.

Це не змінилось навіть після майже двох років повномасштабного вторгнення. Наприклад, в серпні 2023 року військові з 3 окремої штурмової бригади на своєму Youtube-шоу обговорювали жінок-військових, де розповідали, що жінки слабші за чоловіків, що жінок-парамедиків він особливо не бачить, та навіть порівняли жінок-військових з дітьми та собаками [5].

Не готовими до нових гендерних ролей часто виявляються і журналісти, що є не припустимим, адже медіа є провідним агентом соціалізації і роблять важливий внесок у конструюванні гендеру. Як соціальний інститут, вони формують гендерні установки жінок та чоловіків і демонструють їм певні гендерні ролі. Саме в публікаціях медіа соціальні відносини між чоловіком і жінкою репрезентуються найбільш яскраво.

Часто в медіа по різному зображають чоловіків та жінок-військових. «19-річна красуня-кулеметниця нищить ворогів» – видання «Вісник+К» випустило матеріал з такою назвою. В ньому розповідають історію військової Оксани Рубаняк. Проте в матеріалі особливу увагу приділяють опису зовнішності військової, звертають увагу на те, що жінка-військова в всіх викликає здивування, а ще вона весела дівчина, яка піднімає бойовий дух.

«Дивлячись на цю тендітну рудоволосу красуню, навіть не віриться, що вона мужня кулеметниця, яка воює на передовій на рівні з чоловіками... Оксана зізнається, що спочатку хлопці дивувалися її рішенню, а тепер гордяться, що поруч з ними така весела дівчина, яка підіймає бойовий дух... Ще вчора вона була студенткою, мала хорошу роботу у міській раді, а сьогодні зі зброєю в руках захищає нас від путінської навали» [3]. Журналіст цим матеріалом популяризує гендерні стереотипи про те, що жінка – тендітна красуня, роль якої в війську – підіймати бойовий дух. На тому, що Оксана – кулеметниця, виконує важливі бойові завдання увага не акцентується. В матеріалах про чоловіків-військових описів зовнішності відсутній.

До прикладу, матеріал у цьому ж виданні під назвою «З російським паспортом воює за Україну». Тематика матеріалів однакова – історія життя українських військовослужбовців. Проте коли описують дівчину, то акцентують увагу на зовнішність, дивуються її мужності і силі. Коли йдеться про хлопця – звертають увагу на його військові досягнення, життя, сім'ю, освіту і роботу. «Хотів спочатку вступати у Львівську академію сухопутних військ, але згодом кардинально змінив погляди і пішов у театральний... Коли почався Майдан, неодноразово їздив у Київ... Ці чоловіки, як і кожен з нас, чекають перемоги» [7].

Також, деякі журналісти ігнорують факт наявності жінок-військових. Так, онлайн видання 6262 міста Слов'янськ опублікувало матеріал під назвою «Після нашої перемоги хочеться набутися удвох». «Війна, з одного боку, об'єднала усіх українців у боротьбі проти ворога. А з іншого боку – поділила. Волонтери, військові, підприємці, бійці інформаційного фронту. Серед усіх цих категорій є ще одна – ті, хто чекає своїх коханих з війни. У цьому матеріалі ми

поспілкувалися з жінками і дівчатами, які зараз знаходяться у постійному очікуванні на своїх коханих. Наразі їх життя складається з турбот по дому, роботи чи виховання дітей і, звичайно, тих нечастих дзвінків від чоловіків, які боронять зараз Україну» [9]. Матеріал містить велику кількість стереотипів, що життя жінки складається з турбот по дому і з виховання дітей. В самому матеріалі вказано, що жінки-героїні є волонтерами, журналістами, на початку повномасштабного вторгнення хотіли записатись в ТРО, але на їх роль ніхто особливої уваги не звертає, замість того з них зробили окрему категорію – «ті, хто чекає коханих з війни». Серед військовослужбовців є не лише чоловіки, а й жінки, для гендерної рівності в матеріалі потрібно було дати хоча б одну історію, коли хтось чекає жінку, дочку, сестру або маму.

Не зникає в умовах війни і сексуалізація жінок-військових. Варто згадати серію картин «Сексуальні захисниці» художника із Черкас Андрія Мороза [11], календар без цензури в підтримку армії від «5 канал» [4] та скандальну пісню гурту Kalush та виконавця Skofka про волю – дівчину, що любить дім, тільки «руским би не дала» [2].

Гендерна стереотипізація в медіа призводить викривлення уявлень про ролі чоловіків і жінок під час війни. Суспільству потрібно адаптуватися до нових реалій і допомогти в цьому має об'єктивне відображення журналістами нових гендерних ролей.

### **Список використаних джерел**

1. Huston N. Tales of war and tears of women. Women and men's wars / Ed. by J.H. Stiehm. Oxford: Pergamon Press, 1983. P. 272–282.
2. Kalush і Skofka потрапили у скандал через об'єктивацію у пісні «Батьківщина». Zmina.ua. URL: <https://zmina.info/news/kalush-i-skofka-potrapyly-u-skandal-cherez-ob%CA%BCyektivacziyu-u-pisni-batkiyshhyna/> (дата звернення: 04.02.2024).
3. 19-річна красуня-кулеметниця нищить ворогів. Вісник+К. URL: <https://visnyk.lutsk.ua/news/ukraine/regions/ivano-frankivsk/74534-19-richna-krasunya-kulyemyetnitsya-nishchit-vorogiv/> (дата звернення: 25.01.2024).

4. Втілити тілом знак певного роду військ: «5 канал» запусив продаж «спекотного» календаря «без цензури». 5 канал. URL: <https://www.5.ua/suspilstvo/vtilyty-tilom-znak-pevnoho-rodu-viisk-5-kanal-zapustyv-prodazh-spekotnoho-kalendaria-bez-tsenzury-318464.html> (дата звернення: 04.02.2024).
5. Гендер в деталях. URL: <https://genderindetail.org.ua/> (дата звернення: 25.01.2024).
6. Гендер для медій: підручник із гендерної теорії для журналістики та інших соціогуманітарних спеціальностей / за ред. М. Масрчик, О. Плахотнік, Г. Ярманової. Київ: Критика, 2013. 216 с
7. З російським паспортом воює за Україну. Вісник+К. URL: <https://visnyk.lutsk.ua/news/ukraine/regions/ivano-frankivsk/76735-z-rosiyskim-pasportom-voyuje-za-ukrayinu/> (дата звернення: 25.01.2024).
8. Кількість жінок у ЗСУ зросла до 62 062, із них у війську - 43 479. Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3789180-kilkist-zinok-u-zsu-zrosla-do-62-062-iz-nih-u-vijsku-43-479.html> (дата звернення: 04.02.2024).
9. Після нашої перемоги хочеться набутися удвох. 6262 Сайт міста Слов'янськ. URL: <https://www.6262.com.ua/news/3421860/pisla-nasoi-peremogi-hocetsa-nabutisa-udvoh-zinki-aki-cekaut-kohanih-z-vijnir> (дата звернення: 25.01.2024).
10. Указна Н.С., Булгак Е. Д. Основні гендерні ролі чоловіків та жінок в сучасному світі. Гендерна конструкція соціуму: історія і сучасність : зб. матеріалів міжнар. наук.-практич. конф. (Одеса, 20-21 трав. 2020 р.). Одеса : Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, 2020. С. 189-191.
11. Художник малює сексуальних українських захисниць. Depo.ua. URL: <https://www.depo.ua/ukr/life/hudozhnik-malyue-seksualnih-ukrayinskih-zahisnits-foto--19062015111000> (дата звернення: 04.02.2024).

**Юрій Завадський,**  
*здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти,*  
*спеціальність 061 Журналістика,*  
*Національний авіаційний університет,*  
*yurzav1024@gmail.com*  
**Науковий керівник –**  
*д.філос.н., проф. Геннадій Христокін*

## **ПРОБЛЕМИ ВПЛИВУ МАС-МЕДІА НА ГЛЯДАЦЬКУ АУДИТОРІЮ ПІД ЧАС ВІЙНИ**

У ХХІ столітті майже кожен має доступ до глобальної мережі Інтернет, та має змогу необмежено споживати різну інформацію. З одного боку, це сприяє підвищенню рівня освіченості людей. З іншого боку, Інтернет-спільнота сьогодні також є місцем протистояння різного роду політичних та соціальних сил. Особливо критичною ситуація стала після початку повномасштабного вторгнення росії у 2022 році, адже інтернет-простір є ще одним полем бою в цій гібридній війні. Полярне мислення, яке формують новинні канали, допомагає людям здолати невизначеність. Проте, подібну тактику слід також використовувати з розумом.

Мережа Інтернет дає кожному користувачу доступ до необмеженої інформації. Зокрема, це стосується суспільних та політичних новин. У січні 2023 року дослідницька компанія Gradus Research провела опитування щодо медіаспоживання українців. Результати свідчать, що в першу чергу, користувачі надають перевагу Інтернет-джерелам, де інформація з'являється швидко та оперативно. 65% опитаних дізнаються про події у месенджерах, а 61% — у соціальних мережах. У серпні 2020 року частка месенджерів складала лише 41% [1].

З одного боку, оперативність та доступність інформації є великим благом. Це не дозволяє державним органам встановити монополію на новини і таким чином керувати громадянами. З іншого, боку, швидкий обіг та низький рівень

контролю за новинами сприяє поширенню фейків. Це стосується і новинних відеоматеріалів у мережі YouTube.

Експерти Інституту Масової Інформації (ІМІ) склали наступний список найякісніших онлайн-медіа в Україні, до якого увійшли редакції: Суспільне, Громадське, Ліга, Українська правда, Укрінформ, Дзеркало тижня, Бабель, НВ та Еспресо. Видання спершу аналізували на предмет мови ворожнечі, порушень етики та застосування різного роду маніпуляцій, а на другому етапі дослідження перевіряли дотримання стандартів балансу, достовірності та відокремлення фактів від коментарів, а також на предмет прозорості [2].

Новинні канали в Інтернеті відіграють важливу роль у сучасній гібридній війні. Зокрема, окрім основної функції у вигляді інформування громадян про перебіг бойових дій та політичні процеси, вони виконують роль бойової пропаганди задля підтримання морального духу населення в умовах війни, протидії фейкам та заспокоєння.

В умовах небезпеки для життя та існування держави необхідно чітко розділяти «своїх» від «чужих», що і є однією з основних функцій воєнної пропаганди. Неоднозначне трактування подій війни є загрозою для виживання індивіда та країни. Адже де є сумніви, там є уповільнення в прийнятті певних рішень, а зволікання на війні призводить до смерті. Недаремно російські боти так часто використовують наратив «не все так однозначно». Навіть відверто агресивні та зневажливі коментарі на кшталт «Візьмемо Київ за три дні» не є настільки небезпечними, адже кожен українець одразу відчуває агресію і розуміє чітко, що перед ним ворог. На противагу цьому, наратив про неоднозначність подається під видом «відстороненого спостерігача», «незалежного джерела», яке не ображає тебе, а ніби по-дружньому закликає задуматись. Така тактика є більш хитрою та підступною, адже відчуття не розуміння того, що коїться насправді, морально ламає людину, прищеплює відчуття «вивченої беспорядності», коли не варто навіть намагатися щось робити, адже все одно правди ти ніколи не знатимеш напевне.



Тому для захисту від ворожих ІПСО, опис основних тенденцій і ідей в цій війні в українському медіапросторі часто зводиться до лаконічних, простих слів-символів, які допоможуть слухачу скласти базове уявлення про картину навколо нього і додатуть сил боротися. На багатьох політичних відеоресурсах в Інтернеті, в тексті та навіть на обкладинках відео можна зустріти ці спрощені архетипові слова-символи.

«Бавовна» - жартівливе слово, що означає влучання по ворожій території, початково з'явилося у відповідь на спроби російських ботів використовувати замість слів «вибух» чи «приліт» російське слово «хлопóк», яке на письмі часто важко відрізнити від омоніма «хлопок», що українською буде «бавовна». Або «Орки», «Свинособаки», «Чмобіки»-слова на позначення російських військових у зневажливому контексті, задля висміювання ворога і підняття бойового духу громадян. «Могилізація» - слово на позначення мобілізації в росії, що носить натяк на ефективне та швидке знищення ворогів. «Пакети» - використовується в контексті вбитих росіян, які будуть транспортовані додому в пакетах. В Україні також можна зустріти жартівливі позитивні архетипи: «Пес Патрон», «Байрактари», «Джавеліни», відомий вираз «Все буде Україна!» і тому подібне.

Слова що з першої, що з другої категорії стали героями сотень мемів, іноді пісень чи віршів, які допомагали українцям через гумор та висміювання виживати і зберігати розум з перших днів страшної війни. Це дало українцям повірити в свої сили, в свою армію, державу та народ в нових, страшних обставинах, з якими вони досі не стикалися.

З іншого боку, зараз, на другий рік війни, професійні військові, командири, волонтери, медики та інші учасники бойових дій все більш негативно оцінюють подібну інформаційну політику в державі. «Поразка починається з моменту, коли ми підсідаємо на приємну голку власної пропаганди», зазначає українська активістка Марія Берлінська [3]. Звісно, люди повинні вірити своїй владі та військовим, сприймаючи їх як «Сили Світла», а ворогів як «Сили Зла». Втім, на жаль, і у вітчизняних державних структурах достатньо проблем, які потребують конструктивної критики задля їх вирішення, а також вистачає непорядних

держслужбовців, які бажають вдовольнити власні інтереси, приховуючи це під ширмою того, що критикувати владу під час війни не на часі. За гучними патріотичними гаслами бойової пропаганди, такі люди хочуть приховати свої спроби нажитися на країні під час війни, що точно аж ніяк не наближає нашу перемогу.

Людська психіка через стрес починає з часом звикати до реалій війни, що аж ніяк не є нормальним. Адже коли люди починають сприймати новини про війну як буденність, чи підсвідомо асоціювати бойові дії лише з умовними піснями про «Пса Патрона», вони перестають бути надійним тилом для наших захисників. А як говорить нам відома приказка, «якщо тил забуває про фронт, скоро фронт буде там, де тил».

Самих військових дуже деморалізує все більш байдуже ставлення до них з боку громадян, чи відверте недооцінювання ворога. Люди менше підтримують армію, бо через вплив медіа та інтернет-новин вважають, що ЗСУ воюють зі слабкими «чмобіками», і все і так буде добре, а вже за місяць святкуватимемо перемогу в Криму. Також це знецінює героїзм наших військових, які роблять титанічний труд, даючи загарбникам відсіч. Це є неприпустимим в умовах воєнного стану.

Висновки. Війна є неприродним для нормальної людини стресовим станом і правила виживання в такий період сильно різняться від звичного життя. Тому формування поляризованого символічного простору допомагає громадянину в умовах війни ідентифікувати друзів та ворогів та не натрапити на пропаганду ворога. З іншого боку, окрім повсякчасного «заспокоєння» населення, інформаційна політика держави повинна не забувати про об'єктивне висвітлення проблем, які потребують вирішення, про повідомлення спільноті про реальний стан речей на фронті (в допустимих рамках), про важливість консолідації та мобілізації всього українського суспільства задля Перемоги. Звісно, «позитивних» інфлюенсерів люди дивляться активніше, адже всі хочуть почути прості відповіді на складні питання, таким чином, подібні медійники створюють більше переглядів і охоплень для будь-якого новинного каналу. Проте, тут ми

потрапляємо в пастку, адже люди дивляться тих, хто створює для них «прикрашену дійсність», і тому ютуб-канали ще активніше використовують матеріали з цими експертами, щоб люди знов-таки робили їм більше переглядів. Це замкнене коло, через яке реальний стан речей не доходить до свідомості глядача. В медіапросторі варто встановити золоту середину між підбадьорюванням громадян та застереженням від реальних загроз. Адже якщо полярне мислення призводить до переоцінки власних сил і недооцінювання ворога, наслідки подібної комунікативної політики можуть бути плачевними для українського народу та державності.

### Список використаних джерел

1. Де українці читають новини? — опитування Gradus Research. [Електронний ресурс, дата звернення 20.02.2024]. [https://gradus.app/documents/334/Gradus\\_Research\\_-\\_Changes\\_in\\_media\\_consumption\\_UA.pdf](https://gradus.app/documents/334/Gradus_Research_-_Changes_in_media_consumption_UA.pdf)
2. Онлайн-медіа, що стали найякіснішими: моніторинг ЗМІ. [Електронний ресурс, дата звернення 20.11.2023]. [https://imi.org.ua/monitorings/onlajn-media-shho-staly-najyakisnishymy-monitoryng-imi-i51820?fbclid=IwAR0hVuCUCZdJFshFWAUTrqis7\\_aEMoD5H20JgG1zssmmwdkoPj9zifXGjwQ](https://imi.org.ua/monitorings/onlajn-media-shho-staly-najyakisnishymy-monitoryng-imi-i51820?fbclid=IwAR0hVuCUCZdJFshFWAUTrqis7_aEMoD5H20JgG1zssmmwdkoPj9zifXGjwQ)
3. Поразка починається з моменту, коли ми підсідаємо на приємну голку власної пропаганди [Електронний ресурс, дата звернення 23.11.2023]. <https://hromadske.ua/posts/porazka-pochinayetsya-z-momentu-koli-mi-pidsidayemo-na-priyemnu-golku-vlasnoyi-propagandi>

**Василь Загороднюк,**

*доцент кафедри української і слов'янської  
філології та журналістики*

*Херсонського державного університету  
vzagorodnik1955@gmail.com*

**ВИСВІТЛЕННЯ ТЕМАТИКИ І ПРОБЛЕМАТИКИ  
ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИХ ОСІБ У ВИДАННІ  
«ФРАНКІВСЬКА ГАЗЕТА»**

У сучасних реаліях тематика і проблематика внутрішньо переміщених осіб була і залишається актуальною для багатьох засобів масової інформації. Вони також динамічно висвітлюються ЗМІ Івано – Франківська. Зокрема, на шпальтах видання «Франківська газета» матеріали про це є підтвердженням цієї тези. Вимушена міграція спричинена російсько – українською війною привела до переселення мільйонів людей. Станом на 21.06. 2023 р. з України за кордоном перебувало 8 177 638 мігрантів. 4 900 000 стали Внутрішньо переміщеними особами [ 2 ].

«Франківська газета» подає такі результати соціологічного опитування 1000 осіб. Із них - 600 мешканців Івано – Франківська, 400 переселенців. Вже сама назва цієї публікації: «Кожен п'ятий переселенець хотів би жити в Івано - Франківську» дає розуміння того, що місто створило і створює позитивні умови для життя і роботи внутрішньо переміщеним особам. Ось деякі результати цього опитування. 75 % опитаних мешканців особисто надавали допомогу внутрішньо переселеним особам. 30% відсотків прийняли у себе переселенців і 25% відсотків відповіли, що готові прийняти. 44% мешканців міста не готові приймати у себе ВПО. 57% опитаних переселенців зазначили, що мешканці міста ставляться до них позитивно, 30% - скоріше позитивно. Водночас 26% франківців відповіли, що ставляться до переселенців позитивно і 42% - скоріше позитивно, нейтральне ставлення – у 27% мешканців. 82% переселенців, зазначили, що розмовляють з місцевими українською мовою, 16% - українською і російською, 2% - російською

[3]. А це дані, що підтверджують назву публікації: 20% опитаних переселенців хотіли б залишитися жити, знайти роботу в Івано – Франківську, 40% можливо. Більше половини франківців позитивно ставляться до того, що частина переселенців залишиться проживати у місті, 43% - нейтрально [ 3 ]. Звичайно, з цієї інформації не можна робити категоричні висновки, але вона дає повні підстави узагальнювати, що доля внутрішньо переміщених осіб в Івано – Франківську вирішується позитивно у сенсі комунікації з місцевими жителями, а вирішення виникаючих проблем є діловим і конструктивним. І це не ідеалізація, а констатація того, що і в переселенців, і в місцевих є розуміння загальних проблем, які потрібно вирішувати разом. А створення у місті Координаційного центру взаємодії з ВПО сприяє налагодженню результативної цієї роботи. Вже самі назви опублікованих матеріалів у газеті «Франківська газета» та інших засобах масової інформації Івано - Франківщини дають розуміння їх тематики і проблематики, наприклад: «Як отримати компенсацію витрат на оплату праці за працевлаштування внутрішньо переміщених осіб», «Новий тимчасовий прихисток для ВПО», «Прихисток для ВПО з допомогою поляків», «В Івано – Франківську працює Координаційний центр взаємодії з ВПО», «Франківськ – домівка для східних українців», «Курси української мови для переселенців», «Реабілітаційні заняття для переселенців з інвалідністю», «Я Маріуполь – в Івано - Франківську», «Тим, хто надає прихисток переселенцям, відшкодують комунальні витрати», «Франківськ прийняв 20 тисяч переселенців». Кожному з цих і подібних матеріалів, що дотичні до ВПО, характерні фактаж, точність, лаконічність подачі інформації. Реципієнти одразу узнають найнеобхідніше і найактуальніше на даний час: види послуг, допомоги, адреси, часи прийому, номери телефонів, необхідні документи, транспортне сполучення. В узагальнюючому матеріалі «Франківськ – домівка для східних українців» йдеться і про переселенців з Херсонщини: «Також в місті запрацював хаб «Я - Херсон». Тут херсонці, які тимчасово мешкають в Івано – Франківську, можуть отримати гуманітарні набори, ліки та предмети гігієни. Також їм допоможуть з пошуком житла та роботи» [7].

У місті цивілізовано налагодили роботу із забезпеченням одягом переселенців. Для цього по вулиці Бельведерській, 21 при допомозі волонтерів і бізнесменів відкрили крамницю «Співдія. Одяг». Кординатор цього проєкту Софія Ільницька констатує: «Ми хотіли додати «людськості» самій роздачі одягу потребуючим переселенцям. Їм волонтери раніше пропонували просто вибирати із коробок «гуманітарку». А ми хотіли, щоб цей процес відбувався справді як у магазині, тільки без елементу покупки. Тобто людина заходить до нашої крамниці і, вибравши щось, тут же приміряє, дивиться на себе в дзеркало, чи личить він їй» [5]. За місяць роботи ця крамниця надала послуги 1800 ВПО.

Звичайно, кожен матеріал має свою специфіку, своє змістове наповнення, жанрову особливість. В залежності від того, який обсяг інформації, її інтерпретації, коментування. У більшості переважають розширені замітки. Та є і матеріали великі за обсягом, наприклад, інтерв'ю з професором, доктором філологічних наук Романом Голодом - «Навчитися чути себе українцями» у якому порушуються проблеми російсько – української війни і мовні проблеми, їх взаємозв'язок. Дається відповідь про критичну позицію Івана Франка на сутність російської державності. Йдеться про організацію курсів для бажаючих вдосконалювати або вивчати українську мову під назвою «Мова обіймає». Водночас констатується наступне, що із великої кількості переселенців зареєструвалося на цих курсах не більше сотні осіб, із яких тільки 10 – 15 постійно відвідують їх [1]. Символічною є назва цього проєкту - «Мова обіймає», він може бути всеукраїнським. І якби вся Україна заговорила українською, то у нашого ворога не було б аргументу захищати в ній російськомовних. Тобто, мова стверджується як потужним державотворчим чинником. Подібна тематика наявна у публікації «Курси української мови для переселенців», у якій повідомляється і про майстер – клас «Розмовна українська мова» для дітей шкільного віку [4]. Наведені нами приклади публікацій підтверджують думку, що робота цього спрямування ведеться системна, міська влада і жителі міста розуміють міру її відповідальності і консолідовано вирішують проблеми внутрішньо переміщених осіб. На прикладі цього міста з організацією роботи з ВПО, можна робити

узагальнення, яке ми наводимо з монографічного дослідження. «Не виправдався і розрахунок кремлівського режиму на те, що розпочата ними агресія проти України під гаслами «захисту» етнічних росіян та інших «соотечественників» від «бандерівців» і «київської хунти» надасть конфліктної динаміки суспільним відносинам в Україні і забезпечить масову підтримку дій Російської Федерації, принаймні на територіях східних та південних областей» [б. с.744]. Багаточисельні факти засвідчують, що ця агресія консолідувала українське суспільство, українська мова стає мовою єднання нації, пришвидшуються інтеграційні європейські процеси. Одним із виявів цього є інформаційні підтвердження у «Франківській газеті».

### **Список використаних джерел**

1. Голод Роман Навчитися чути себе українцями // Франківська газета 18 серпня 2022 р. № 16 (116).
2. Кількість українців та їх міграція за кордон через війну. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3732355-kilkist-ukrainciv-ta-ih-migracia-za-kordon-cerez-vijnu.html>
3. Кожен п'ятий переселенець хотів би жити в Івано – Франківську // Франківська газета 26 травня 2022 р. № 13 (113).
4. Курси української мови для переселенців // Франківська газета 24 лютого – 24 березня 2022 р. № 8 (108).
5. Крамниця «Співдія. Одяг» одягає переселенців // Франківська газета 26 травня 2022 р. № 13 (113).
6. Котигоренко В. О. (керівник авторського колективу) Галичина в етнополітичному вимірі. Монографія, Київ, 2017: ІПЕНД ім. І. Ф. Кураса, 840 с.
7. Франківськ – домівка для східних українців // Франківська газета 6 жовтня 2022 р. № 18 (118)

**Зьоменко Богдан,**  
*здобувач другого (магістерського) рівня освіти,*  
*спеціальність 061 Журналістика,*  
*Національний авіаційний університет,*  
*ukr.zno@gmail.com*

**Науковий керівника –**  
*к.н. з держ упр.*  
*Марія Лашкіна*

## **ОБМЕЖЕННЯ СВОБОДИ СЛОВА ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ**

XX століття можна охарактеризувати як століття електронного мовлення, появи нових технологій та професій у галузі інформатики, а також розвитку інформаційних відносин у суспільстві. Умовами функціонування інформаційного середовища є свобода слова та доступ до інформації.

Водночас, на сьогоднішній день одним із найбільш актуальних питань є проблема обмеження свободи слова в період воєнних дій в Україні. Вона викликана тим, що військові конфлікти сприяють активізації проблем, які у мирний час менш очевидні і здаються менш значущими для населення, ніж у період військової агресії. Кожен громадянин України, який раніше не читав новин про те, що відбувається в країні, тепер мінімум три рази на день перевіряє їх, але громадяни не мають бажання брати участь у гібридній та інформаційній війні, яка ведеться проти нашої країни з боку ворога. Натомість мимоволі українці стають учасниками в інформаційному протистоянні. Це безпосередньо пов'язане з діяльністю ЗМІ, в якій головною метою стає контроль за достовірністю інформації, що надходить до аудиторії, перевірка цієї інформації та використання офіційних джерел, інформації з яких можна довіряти. З точки зору загальної концепції, інформаційна безпека є складовою такої категорії як «національна безпека» [4, с.16–19].

Аналізуючи війну Росії проти України і роботу журналістів, починаючи з 2014 року, українські науковці зауважували, що «спираючись на потужну



багаторічну інформаційно-психологічну обробку своїх громадян і громадян України, активну кампанію в соціальних мережах, часткове скуповування українських ЗМІ (зокрема загальнонаціональних), використання стратегічного контенту (книги, телесеріали, фільми, псевдонаукові та наукові дослідження тощо), Росії на перших етапах агресії вдавалося істотно дезорієнтувати населення України, грати на багаторічних деструктивних тематиках, зменшити підтримку громадянами дій керівництва держави в умовах неоголошеної війни» [1, с. 19].

Сучасна ситуація є досить складним випадком і викликом для основного концепту демократії: «свободи слова і думки». Гібридна війна з кожним днем стає все більш інтенсивною та ставить перед нами нові питання. Чи існує спосіб запобігання розповсюдженню хибної та неперевіреної інформації? Наскільки закони, що регулюють медіапростір, відповідають сучасним вимогам? За допомогою яких способів можна отримати достовірну інформацію та уникнути поширення фейків?

Важко дати однозначну відповідь на всі ці питання у тезовому огляді, але ми акцентуємо основні. Правила та обмеження інформаційної безпеки держави засновані на певній системі заборон та обмежень. У низці міжнародних та національних актів прописано право держави встановлювати певні обмеження. Так, гарантії вираження власної думки та свободи слова, доступ до вільної інформації, захист та контроль за діяльністю ЗМІ, а також забезпечення діяльності представників медіа сфери, викладені у статтях 9 та 10 Конвенції про захист прав та основних свобод людини та громадянина 1950 р., Конституції України, Законах України «Про доступ до публічної інформації», «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування», «Про інформацію», «Про друковані засоби масової інформації», «Про захист суспільної моралі» та інших, а також у Цивільному кодексі України, Кодексі України про адміністративні правопорушення та Кодексі професійної етики українського журналіста.

Водночас, війна встановлює нові правила і певні обмеження. Більшість українських та зарубіжних журналістів, блогерів та інших людей, які займаються

збором інформації про військові об'єкти, мають дотримуватися заборони на поширення цієї інформації в соціальних мережах та ЗМІ. Обмеження на фото та відео-зйомку введені ст. 8 Закону України «Про державну таємницю» і стосуються військових об'єктів, відомостей у сфері оборони, що належать до державної таємниці і діють навіть у мирний час. Через порушення цього закону настає відповідальність у вигляді дисциплінарної, адміністративної та кримінальної відповідальності [5; с. 8]. В умовах повномасштабного вторгнення та ведення військових дій майже на всій території України ці обмеження стосуються всіх користувачів інформаційного простору, оскільки пов'язані ще і з безпекою мирних громадян. Тому військові звертаються до користувачів соцмереж з проханням не публікувати відеозйомки під час повітряних загроз.

Після запровадження військового стану в Україні військові отримали право контролювати діяльність преси, яка висвітлює події, що відбуваються на території, яку контролюють військові. У березні цього року командуванням сил оборони України було запроваджено нові правила для журналістів, які працюють на фронті та у прифронтових районах. Згідно з цими правилами, території, що знаходяться на кордоні та в зонах бойових дій, були поділені на три сектори: у «зеленій» зоні журналісти мають право працювати вільно, а в «жовтій» - лише з супроводжуючим офіцером армії; у «червоній» зоні робота журналістів повністю заборонена. Це пов'язано не тільки з обмеженнями в інформаційних матеріалах, але і з безпекою самих журналістів.

Певні обмеження торкнулися також і телебачення. З моменту повномасштабного вторгнення Національна рада з телебачення та радіомовлення з посиланням на рішення РНБО оголосила, що всі загальнонаціональні інформаційні канали транслюватимуть цілодобовий телемарафон «Єдині новини». Для вироблення контенту були залучені найбільші рейтингові телеканали, іншим рекомендувалося транслювати вже готовий продукт. На лютий 2022 року рішення про єдину інформаційну політику в державі видавалося логічним, оскільки більшість телеканалів втратили працівників через вимушену

еміграцію. Проте, сьогодні необхідність продовження телемарафону «Єдині новини» в існуючому форматі жваво обговорюється у професійних колах.

Дискусії у серпні 2023 між владою та журналістським співтовариством мали різні аргументи. Вагомим аргументом для влади було те, що перегляд «Єдиних новин» тримається на стабільно високих позиціях». Згідно з інформацією медіагрупи «1+1», «сумарна частка основних телеканалів, які транслюють марафон «Єдині новини» на платформі «Київстар ТБ», склала 13,5% (+1,9 п.п. частки до травня). Більше дивляться, коли загострюється ситуація на фронті, йдуть обстріли тощо, найкращий перегляд марафону зафіксували 6 червня, коли Росія підірвала Каховську ГЕС — частка 18.6%» [3]. Журналіст Отар Довженко розмежує актуальність марафону для аудиторії та для влади. На його думку, «для аудиторії марафон втратив свою актуальність ще влітку 2022 року, адже хаос перших місяців великої війни впорядкувався, інформаційні потоки стали більш-менш зрозумілими, російських вкидів поменшало, і великої потреби в «єдиному офіційному джерелі» більше немає» [3]. За результатами опитування КМІС (Київський міжнародний інститут соціології) у вересні-жовтні 2023 року «телемарафон зберігає позитивний баланс довіри-недовіри, але при цьому з 69% до 48% стало менше тих, хто йому довіряє (і натомість з 12% до 39% стало більше тих, хто йому не довіряє)» [2]. Тема продовження існування телемарафону в сучасному вигляді потребує окремих досліджень, яких не так багато ще в українському науковому просторі. На даний момент телемарафон «Єдині новини» повністю окупував український телепростір, що звичайно вигідно для влади, але загрозово для громадян, політичного становища та демократичного принципу «вільної журналістики». Тому дуже важливо налагодити процес передачі інформації з різних джерел, забезпечивши безпеку громадян, унеможливлення розповсюдження фейкових новин та маніпуляцій.

Американський дослідник, професор кафедри журналістики Джон Вернон Павлік зауважує, що обмеження урядом під час війни між Росією та Україною мають серйозні наслідки для ЗМІ. На його думку, стає зрозуміло, що лише незалежна журналістика може допомогти дати точне уявлення про військові дії та

знайти правду у пошуках істини. «Як відомо, журналісти мають справу з великою кількістю ризиків. Вони мають бути готові до того, що їхній репортаж може бути підданий цензурі, тому вони повинні показувати сміливість і розповідати історії без прикрас. Водночас проводяться й кампанії дезінформації. Більшість користувачів інтернету в Росії та інших країнах світу завдяки використанню соціальних мереж бачать лише спотворену картину того, що відбувається в Україні. З цього випливає, що ЗМІ зобов'язані застосовувати всі можливі способи та інструменти, які доступні у цифровій епосі для створення новин. За допомогою цього можна буде підвищити залученість суспільства до контексту, а також розвинути емпатію та сприяти поглибленню розуміння того, що відбувається. У цьому процесі вчені, які вивчають медіа, також відіграють важливу роль. Вони можуть робити висновки про військові дії та їхні наслідки для ЗМІ, спираючись на результати російського вторгнення у вигляді досліджень» [6].

У період воєнного часу ЗМІ повинні мати чітку регламентацію використання загальної термінології, а також висвітлення військових операцій. Це стосується назв та розміщення об'єктів, відео та фотозйомки. Водночас, державне регулювання не повинно допускати обмеження доступу громадян до інформації та поширення думок.

### **Список використаних джерел**

1. Гібридна війна і журналістика. Проблеми інформаційної безпеки: навчальний посібник / за заг. ред. В. О. Жадька ; ред.-упор. : О. Харитоненко, Ю. С. Полтавець. – Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2018. – 356 с. URL: <https://bit.ly/3HaFIPq> (дата звернення 07.01.2023).
2. Динаміка сприйняття напрямку справ в Україні та довіри до окремих інституцій між травнем 2022 року та жовтнем 2023 року. URL: <https://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1321&page=1> (дата звернення 07.01.2023).
3. До перемоги й далі? Що буде з єдиним телемарафоном. URL: <https://rpr.org.ua/news/do-peremohy-y-dali-shcho-bude-z-iedynym-telemarafonom/> (дата звернення 07.01.2023).

4. Кормич Б.Ф. Інформаційна безпека: організаційно-правові основи: Навч. посібник. – К.: Кондор, 2004. – 384 с.
5. Про державну таємницю : Закон України від 21.01.1994 р. з наст. змінами. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3855-12#Text> (дата звернення 07.01.2023).
6. Pavlik J. The Russian War in Ukraine and the Implications for the News Media. Athens Journal of Mass Media and Communications. 2022. URL: [https://www.athensjournals.gr/media/Pavlik\(2022\)-UKRAINE-MEDIA-04.pdf](https://www.athensjournals.gr/media/Pavlik(2022)-UKRAINE-MEDIA-04.pdf). (дата звернення 07.01.2023).

**Юлія Іванюк**

*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,*

*спеціальність 061 Журналістика,*

*Національний авіаційний університет,*

*ivanuyk03@ukr.net*

**Науковий керівник –**

*к.і.н., доцент*

*Ольга Широкова-Мурараш*

## **ПРОВІДНИК, ПСИХОЛОГ, АДВОКАТ – РОЛІ ЖУРНАЛІСТА ПІД ЧАС РОБОТИ З БІЖЕНЦЯМИ**

ЗМІ відіграють важливу роль у житті держави, а саме – забезпечують населення інформацією. У зв'язку з війною в Україні, деякі території опинились в окупації, а деякі потерпають від постійних ворожих обстрілів, тож мирним мешканцям довелось шукати прихистку у більш безпечному місці. Багато жінок, дітей та людей літнього віку виїхало за кордон, де вони отримали статус біженців.

За інформацією польських прикордонників, у мережі X, від 31 грудня 2023 року, кордон з України до Польщі перетнуло 19,8 тисяч осіб, а від початку повномасштабного вторгнення – понад 18 мільйонів [3].

У свою чергу, державна прикордонна служба України повідомляє громадян, які перетинають кордон з Польщею з приводу нововведень, тепер: «Громадяни України, які повертаються до Польщі, повинні під час проходження паспортного контролю повідомити співробітників Прикордонної Варти про в'їзд на територію Польщі у зв'язку з використанням права на тимчасовий захист та щоразу пред'являти електронний документ diia.pl!» [2].

Згідно з Конвенцією про біженців від 1951 року термін «біженець» застосовується до будь-якої особи, яка «в силу обґрунтованого страху перед переслідуванням з причин раси, релігії, національності, належності до певної соціальної групи чи політичних поглядів, знаходиться за межами країни свого громадянства і не може або через такий страх не бажає скористатися захистом цієї країни». Це також стосується будь-якої особи з таким обґрунтованим страхом, яка не має громадянства і знаходиться «за межами країни свого колишнього звичайного місця проживання» [1].

Опинившись на чужій землі, люди не знають, що їм робити та як виживати. Іноземці часто не розуміють, чому вони повинні допомагати українцям та як з ними спілкуватись. Журналіст, який працює з вразливою категорією жертв війни, що опинились за кордоном, через свої публікації має сприяти дружньому ставленню місцевих до новоприбулих, зорієнтувати біженців у ситуації та прояснити ситуацію в цілому.

Поради, які саме й допомагають зрозуміти стратегію роботи журналіста з інтеграції біженців, сформулювали німецькі вчені. Вони дійшли висновку, що ті потребують інформації двох видів:

1. Практичної інформації для порятунку життя:

Все, що стосується виїзду з небезпечних територій:

- перепустки;
- перетин блок-постів;
- безпечні виїзди та дороги;
- нові закони;

- контакти (особи та організації) тих, хто може допомогти виїхати;
- досвід тих, хто вже виїхав.

## 2. Інформація для людей-біженців, які вимушено залишили свої домівки:

- номери телефонів людей та різних організацій, які допомагають біженцям;
- реєстрація та інформування про права;
- юридична допомога будь-якого виду;
- гуманітарна допомога (все, що необхідне для життя);
- інформація з приводу житла та працевлаштування;
- запити про розшукуваних осіб – як віднайти своїх родичів, друзів, сусідів [1, с.48].

Ця інформація допоможе людям не потрапити в пастки, не зробити помилок, які можуть мати фатальні наслідки та освоїтись на новому місці.

Під час роботи з біженцями журналіст виконує не лише свою основну задачу – збір, обробку та поширення інформації, а й в деяких питаннях стає психологом та юристом. Він повинен заспокоїти людей та розповісти, які права вони мають та якими послугами можуть безперешкодно користуватися.

Відповідно до Конвенції про права біженців, люди, які отримали цей статус, автоматично мають:

- Захист від депортації
- Відсутність покарання за нелегальний в'їзд на територію договірної держави
- Право на працю
- Право на житло
- Право на освіту
- Право на державну допомогу та підтримку
- Право на свободу віросповідання
- Право на доступ до судів та на справедливий розгляд
- Право на свободу пересування по території

– Право на оформлення посвідчення особи та проїзних документів

Отже, журналіст повинен вчасно, доступно та в повному обсязі надавати інформацію, яка є важливою для порятунку людей та їх адаптації до нових умов життя, а також інформувати про права і свободи громадян, яких вони набувають зі зміною статусу [4].

### Список використаних джерел

1. Буроменський Михайло, Штурхецький Сергій, Білз Емма, БЕТЦ Мішель, Шюпп Кріс, Казанжи Зоя Переклад: Даниленко Денис, Іванченко Ганна, Івкіна Олена, Рихло Олександр, Простак Олександр: Журналістика в умовах конфлікту: передовий досвід та рекомендації: Посібник рекомендацій для працівників ЗМІ. - К.: «Компанія ВАІТЕ», 2016. - 118 с.
2. Державна прикордонна служба України URL:  
<https://dpsu.gov.ua/ua/news/vazhliva-informaciya-z-vertamo-uvagu-gromadyan-yaki-peretinayut-kordon-z-polshcheyu/>
3. Польські прикордонники URL:  
[https://twitter.com/Straz\\_Graniczna/status/1741715775432347975](https://twitter.com/Straz_Graniczna/status/1741715775432347975)
4. UNHCR Конвенція про статус біженців від 1951 року Ключові повідомлення  
URL: [https://www.unhcr.org/ua/wp-content/uploads/sites/38/2021/07/UNHCR70\\_Key\\_Messaging\\_ukr.pdf](https://www.unhcr.org/ua/wp-content/uploads/sites/38/2021/07/UNHCR70_Key_Messaging_ukr.pdf)



**Карина Івасенко,**  
*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,*  
*спеціальність 061 Журналістика,*  
*Національний авіаційний університет,*  
*6911485@stud.nau.edu.ua*  
**Науковий керівник –**  
*канд. пед. наук Світлана Остапчук*

## **ЗАХИСТ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРАВ КОРИСТУВАЧІВ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ**

В умовах сучасного інформаційного суспільства захист інформаційних прав користувачів у соціальних мережах стає важливим. Враховуючи стрімкі зміни технологій та зростання популярності мереж, необхідно визнати, що для багатьох людей це ключовий канал для обміну інформацією. Забезпечення ефективного захисту персональних даних, конфіденційності та безпеки користувачів є важливим завданням, щоб уникнути таких негативних наслідків, як кіберзлочинність, дискримінація та порушення прав людини. Потрібно звертати увагу не лише на технічні аспекти захисту, а й визначити етичну та правову основу створення безпечного та надійного інформаційного середовища в соціальних мережах, що дозволить кожному користувачеві вільно й безпечно взаємодіяти без порушення особистих прав та конфіденційності.

Права користувачів на інформацію є невід'ємною частиною сучасного цифрового суспільства, де взаємодія з нею має вирішальне значення. Ці права включають гарантії захисту персональних даних, приватності та свобод в Інтернет-просторі. Користувачі повинні мати можливість контролювати розкриття своєї особистої інформації та право на безпечний і безперешкодний доступ до неї. На думку науковця Ткачук Н. І., інформаційні права – це «гарантовані державою можливості особи задовольняти свої потреби в отриманні, використанні, поширенні, охороні й захисті необхідного для життєдіяльності обсягу інформації, комунікаційні права, право на безпечне

інформаційне середовище тощо, які ґрунтуються на відповідних фундаментальних правах людини» [2, с. 28].

До інформаційних прав науковець Тополевський Р. Б. відносить: право на інформацію (право збирати, зберігати, використовувати та поширювати інформацію); право на вільне вираження думок і переконань; право отримувати, використовувати, поширювати інформацію; права на конфіденційність, захист персональних даних та права на ідентифікацію; право на публічну інформацію; право на доступ до Інтернету; «цифрові» права, спрямовані на обмеження свавілля держави в Інтернет-середовищі [3, с. 168 –169].

Розуміння своїх інформаційних прав у соціальних мережах відіграє важливу роль у гарантуванні безпеки, приватності та відповідальності. Це допомагає користувачам усвідомити, яка саме інформація є особистою та як вона може бути використана проти них. Користувачі, які розуміють свої права, можуть легше визначити неправдиву інформацію та різні шахрайські схеми. Розуміння, як працюють параметри конфіденційності на платформах соціальних мереж, дозволяє користувачам налаштовувати свої облікові записи відповідно до власних уподобань та рівнів приватності. Знання правил спільноти та етичних норм сприяє активній участі користувачів у формуванні безпечного та етичного середовища в соціальних мережах. Загальне розуміння своїх інформаційних прав допомагає користувачам бути свідомими, відповідальними та захищеними в онлайн-середовищі, сприяючи позитивному та безпечному досвіду використання соціальних мереж.

Україна вжила низку заходів щодо захисту інформації та даних користувачів соціальних мереж. Ось деякі з них:

1. В Україні діє законодавство, яке регулює захист персональних даних, а саме: Закон про захист персональних даних. Закон встановлює правила обробки та захисту персональних даних громадян [1].

2. Державні органи, такі як Державна служба спеціального зв'язку та захисту інформації України, забезпечують дотримання законодавства у сфері захисту інформації, зокрема персональних даних у соціальних мережах.

3. Співпраця з міжнародними організаціями, такими як Рада Європи та Європейський Союз, допомагає Україні узгоджувати законодавство та впроваджувати міжнародні стандарти захисту особистих даних.

4. Залучення спільноти та експертів до обговорення та покращення механізму захисту інформації.

Ці заходи сприяють ефективності механізму захисту інформаційних даних користувачів у соціальних мережах в Україні, збільшуючи рівень конфіденційності та безпеки в Інтернет–мережі.

Отже, захист інформаційних прав користувачів у соціальних мережах є актуальною та складною проблемою, яка потребує уваги як самих користувачів, так і розробників платформ, органів влади та громадськості. Ризики, пов'язані з неналежним контролем конфіденційності та безпеки, а також можливість зловживань і порушень вимагають систематичних заходів для забезпечення ефективного захисту прав.

Важливо, щоб користувачі розуміли свої права та обов'язки, ефективно використовували налаштування конфіденційності та критично ставилися до інформації, яку вони публікують у соціальних мережах. Водночас платформи повинні покращити свою політику безпеки, алгоритми фільтрації та механізми реагування на порушення.

Спільні зусилля всіх зацікавлених сторін можуть сприяти створенню безпечного, етичного та надійного онлайн-середовища, де права та конфіденційність кожного користувача повністю захищені.

#### **Список використаних джерел**

1. Закон України «Про захист персональних даних». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17#Text> (дата звернення: 06.02.2024).
2. Ткачук Н. І. Інформаційні права і свободи людини і громадянина в Україні: визначення термінів, співвідношення понять. *Інформація і право*. 2018. №2 (25). С. 17-30.
3. Тополевський Р. Б. Інформаційні права в постіндустріальному суспільстві: поняття та зміст. *Київський часопис права*. 2021. № 3. С. 168-169

**Ілля Караман,**  
*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,  
спеціальність 061 Журналістика,  
Національний авіаційний університет,  
[6872208@stud.nau.edu.ua](mailto:6872208@stud.nau.edu.ua)*

**Науковий керівник –**  
*к. філол. н. Ольга Боговін*

## **РОЛЬ ПУБЛІЧНИХ БІБЛІОТЕК У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ДОСТУПУ ДО ОБ'ЄКТИВНОЇ ІНФОРМАЦІЇ ПІД ЧАС ВІЙСЬКОВИХ КОНФЛІКТІВ**

У сучасному світі, де конфлікти та воєнні дії нерідко супроводжуються «інформаційними війнами», роль публічних бібліотек як незалежних і нейтральних джерел об'єктивної інформації стає все більш важливою. В умовах військових конфліктів, коли доступ до інформації може бути обмежений або сумнівний, бібліотеки відіграють одну з головних ролей у доступу до знань та культурного збагачення. Мета цього дослідження полягає в аналізі того, як публічні бібліотеки адаптуються до викликів сучасних умов, забезпечуючи при цьому надійний доступ до об'єктивної інформації для всіх верств населення, а особливо для молоді. Через аналіз практик, це дослідження прагне висвітлити, як бібліотеки можуть ефективно відстоювати інформаційні права та сприяти культурі об'єктивного інформування під час воєнних та соціальних конфліктів.

У світі, де інформація є ключовим ресурсом, роль публічних бібліотек набуває нового значення. Історично вони служили центрами знань та культури, а у сьогоденнішніх реалії перетворились на важливі вузли доступу до інформації та освіти. У контексті прав людини, свобода слова та доступ до інформації виступають як основні стовпи демократії, забезпечуючи основу для вільного та освіченого громадського діалогу. Однак, у ситуаціях конфлікту, коли інформаційне поле часто наповнене цензурою та дезінформацією, бібліотеки стикаються з величезним викликом – забезпечити доступ до неперекрученої

інформації. У цьому контексті, бібліотеки не лише виступають як оплоти знань, але й як захисники свободи слова та незалежного доступу до інформації.

Бібліотеки розробляють специфічні стратегії для подолання цих перешкод, намагаючись забезпечити неперервний доступ до об'єктивної інформації. Вони використовують цифрові технології для збереження інформації та забезпечують спеціальні програми для підтримки інформаційної грамотності.

З прикладів практики бібліотек у різних країнах можна виділити ті, що впроваджують інноваційні підходи для забезпечення доступу до достовірної інформації, навіть у складних умовах. Наприклад, у Дарфурі програма відродження бібліотек, реалізована UNAMID, показала, як бібліотеки можуть служити інструментом миру та ненасильства, забезпечуючи доступ до освіти та знань у постконфліктних ситуаціях [3]. Іншим важливим прикладом є операція з порятунку музею мозаїк Ма'арра в Сирії, де міжнародні археологи співпрацювали з місцевими фахівцями для збереження культурної спадщини під час конфлікту [1].

Аналогічно і в Україні. За приклад можна навести Державну бібліотеку України для юнацтва, яка заснована, як один із центрів культури та освіти, 25 лютого 1975 року, відіграє роль у формуванні інтелектуального та патріотичного духу молоді [6]. У часи змін та викликів, бібліотека стає міцним фундаментом, підтримуючи суверенітет та культурну ідентичність України через доступ до актуальної інформації. Ініціативи бібліотеки включають освітні заходи та культурні проекти, які спрямовані на активізацію молодіжної участі у громадському житті та розвиток патріотичних почуттів. Ця бібліотека являє собою більше, ніж просто сховище книг; вона є живим символом непереможності духу та багатства української культури.

Ці кейси демонструють, як бібліотеки адаптуються та відіграють важливу роль у забезпеченні інформаційної стабільності та підтримці громади під час конфліктів.

В даному дослідженні ми виявили, що бібліотеки відіграють одну з головних ролей у забезпеченні доступу до об'єктивної інформації, особливо в

умовах військових конфліктів. Вони успішно адаптуються до змінних умов, впроваджуючи інноваційні підходи та цифрові технології для підтримки інформаційної грамотності. Це важливо для підтримки свободи слова та доступу до знань. Програми, реалізовані в бібліотеках різних країн, включаючи Україну, підкреслюють їх важливість у формуванні інтелектуального та патріотичного духу молоді. Майбутні дослідження можуть зосередитися на оцінці впливу бібліотек на громадськість та подальшому розвитку їх стратегій.

### **Список використаних джерел**

1. "Cultural Heritage and Preservation: Lessons from World War II and the Contemporary Conflict in the Middle East." The American Archivist. URL: <https://meridian.allenpress.com/american-archivist/article/79/2/320/24329/Cultural-Heritage-and-Preservation-Lessons-from>
2. "Enduring Knowledge: The Role of Libraries in War Zones." Liblime. URL: <https://liblime.com/2023/08/01/enduring-knowledge-the-role-of-libraries-in-war-zones/>
3. "The Role of Libraries in Post-conflict Societies." ACCORD. URL: <https://www.accord.org.za/conflict-trends/the-role-of-libraries-in-post-conflict-societies/>
4. Офіційний акаунт Державної бібліотеки для юнацтва Facebook. URL: <https://www.facebook.com/4uth.gov.ua>
5. Офіційний акаунт Державної бібліотеки для юнацтва YouTube. URL: <https://www.youtube.com/user/lib4uth>
6. Офіційний сайт Державної бібліотеки для юнацтва. URL: <http://4uth.gov.ua/>

**Кирієнко Юлія,**

*здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти,*

*спеціальність 061 Журналістика,*

*Національний авіаційний університет,*

*[ykirienko05@gmail.com](mailto:ykirienko05@gmail.com)*

**Лашкіна Марія,**

*канд. наук із державного управління,*

*доц. кафедри реклами і зв'язків з громадськістю,*

*[maria.lashkina@gmail.com](mailto:maria.lashkina@gmail.com)*

## **ЖУРНАЛІСТИКА В ЕПОХУ РОЗВИТКУ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ: ЗАГРОЗА ЧИ НОВІ ГОРИЗОНТИ?**

Протягом останніх 20-30 років світ переживає стрімку цифрову та технологічну революцію, що суттєво вплинули на різні аспекти життя, включаючи сферу журналістики. За останні 10 років ця революція особливо актуалізувалась у медіа-просторі, де відбувається перехід від традиційних друкованих ЗМІ до онлайн-платформ та нових форматів контенту. Поширення гаджетів та доступ до Інтернету призвели до того, що інформації стало значно більше, поширення відбувається із шаленою швидкістю, люди почали «поглинати» великі об'єми інформації. Це, з одного боку, розширює можливості для отримання інформації, а з іншого – створює ризик поверхневого й некритичного сприйняття контенту, а розвиток можливостей використання штучного інтелекту (далі ШІ) збільшує кількість неправдивих новин, що засмічує інформаційний простір інформаційним шумом та фейками.

Фахівці зазначають, що каталізатором для цифрової трансформації журналістики стала пандемія COVID-19. Сьогодні вже цей процес незворотний, і тому журналістам важливо адаптуватися до нових умов, вчитися новим навичкам та використовувати нові інструменти, щоб залишатися конкурентоспроможними [2].

В умовах цифрової трансформації журналістам також доводиться адаптуватися до нових вимог аудиторії, шукаючи інноваційні підходи до створення та поширення інформації. Це потребує не лише володіння традиційними журналістськими навичками, але й знанням специфіки роботи з цифровими платформами, розуміння алгоритмів ранжування контенту, а також вміння використовувати мультимедійні інструменти та алгоритми ШІ.

Відомий американський винахідник Ілон Маск висловив думку, що штучний інтелект несе екзистенційну загрозу для журналістики майбутнього. Це твердження викликало жваві дискусії щодо того, як розвиток ШІ може вплинути на традиційну журналістику та взаємодію журналістів з суспільством [1].

З одного боку, ШІ може дійсно автоматизувати багато завдань, які зараз виконують журналісти. Наприклад, алгоритми ШІ вже використовуються для написання коротких новинних статей, генерування заголовків, підбору зображень та навіть створення відео. Це може призвести до скорочення робочих місць у цій сфері, а також до змін у форматі та стилі подачі інформації.

З іншого боку, ШІ може також відкрити нові можливості для журналістів. Завдяки автоматизації рутинних завдань, журналісти зможуть зосередитися на більш складних та творчих аспектах своєї роботи, таких як аналіз даних, розслідування та інтерв'ю. ШІ також може допомогти їм знаходити нові теми, досліджувати інформацію та краще розуміти свою аудиторію. Використання ШІ в роботі журналістів дозволить редакціям стати більш гнучкими та прозорими, за умови розробки та дотримання етичних принципів використання цього інструменту. Дослідники з Nieman Lab (основний заклад журналістики Гарвардського університету), опитавши фахівців медіа, зробили обґрунтування, що ШІ буде все більше застосовуватися в журналістиці, а ті новинні редакції, які вже почали розробляти для себе правила використання ШІ в своїй роботі стають першопроходьцями галузі та зможуть знизити ризики негативного впливу ШІ на журналістську діяльність [5].

Агентство Associated Press (далі - AP) розробило рекомендації для своїх журналістів щодо використання генеративного штучного інтелекту (ШІ). Ці



рекомендації спрямовані на те, щоб допомогти журналістам використовувати ШІ етично та відповідально, а також гарантувати, що контент, створений за допомогою ШІ, є точним, неупередженим і надійним. Наведемо деякі з рекомендацій AP:

1. Розглядати результати ШІ як неперевірений вихідний матеріал. Тобто журналісти не повинні сприймати результати генеративного ШІ як остаточну істину. Будь-який текст, зображення чи інший контент, створений ШІ, потребує ретельної перевірки та редагування;

2. Не змінювати фото-, відео- та аудіоматеріали за допомогою ШІ. Журналісти не повинні використовувати ШІ для маніпулювання візуальними та аудіоданими. Це може призвести до поширення дезінформації та підриву довіри до журналістики;

3. Не використовувати зображення, створені ШІ, для ілюстрування новин. Мається на увазі, що використання ШІ-зображень може призвести до етичних та правових проблем. У деяких випадках вони можуть бути невідмітні від реальних фотографій, що може призвести до обману аудиторії;

4. Не розміщувати конфіденційну інформацію в інструментах ШІ. Журналісти повинні бути обережні з тим, яку інформацію вони розміщують в інструментах ШІ. Існує ризик, що ця інформація може бути скомпрометована або зловжита;

5. Перевіряти джерела інформації на генерацію ШІ. Слід бути уважним до того, чи не згенеровано джерело інформації ШІ. Це може бути складно, але існують певні інструменти та методи, які можуть допомогти у виявленні контенту ШІ;

6. Уникати використання контенту ШІ, створеного для поширення дезінформації. Журналісти повинні бути критичними до будь-якого контенту ШІ, який вони знаходять. Існує ризик, що ШІ може використовуватися для створення фейкових новин та пропаганди [3].

Створення та розробка редакціями правил роботи з алгоритмами ШІ збільшує прозорість діяльності медій, які хочуть зберегти довіру своєї аудиторії. В Україні

також вже є такі приклади. Наприклад, інтернет-видання «Українська правда» опублікувало на своєму сайті правила, як редакція буде використовувати ШІ, де зазначають, зокрема, що вони не будуть використовувати статті, згенеровані ШІ [4].

Окрім ШІ, інші технології, такі як дрони, віртуальна та доповнена реальність, також можуть суттєво вплинути на журналістику. Ці технології можуть дати журналістам нові інструменти для збору та подачі інформації, а також дозволити їм глибше занурити аудиторію в події. Одна з ключових проблем, з якими стикаються медіа-організації, полягає в тому, що з розвитком нових технологій, що впливають на майбутнє новин, керують не вони, а технологічні компанії. Це робить медіа-організації залежними від цих компаній та позбавляє їх контролю над власним майбутнім [1]. Водночас, використання соціальних платформ дозволяє медіа тісніше співпрацювати зі своєю цільовою аудиторією, робить журналістські матеріали більш адресними, збільшує довіру до конкретного медіа.

Штучний інтелект та інші нові технології дійсно ставлять перед журналістикою екзистенційні виклики. Важливо зазначити, що ШІ несе в собі як ризики, так і можливості для журналістики. З одного боку, це може призвести до скорочення робочих місць і змін у форматі подачі інформації. З іншого боку, ШІ може допомогти журналістам стати більш ефективними та знайти нові способи розповідати історії, аналізувати великі об'єми інформації, проводити розслідування, ретельно слідкувати за діями влади в інтересах суспільства. Журналістам важливо використовувати ШІ етично та відповідально, щоб гарантувати, що контент, створений за допомогою ШІ, є точним, неупередженим і надійним. Крім того, важливо, щоб медіа-організації брали активну участь у розробці та впровадженні нових технологій, використовуючи партнерські стосунки з аудиторією, щоб зберегти високий рівень довіри до ЗМІ у суспільстві.

#### **Список використаних джерел**

1. «Битва титанів: нові технології чи традиційна журналістика» 2019. URL: [https://galinfo.com.ua/articles/bytva\\_tytaniv\\_novi\\_tehnologii\\_chy\\_tradytsiyna\\_zhurnalistyka\\_325602.html](https://galinfo.com.ua/articles/bytva_tytaniv_novi_tehnologii_chy_tradytsiyna_zhurnalistyka_325602.html) (дата звернення 12.02.2024).

2. Бровко Ліза. 2021 «Інновації: цифрова революція в журналістиці». URL: <https://pressassociation.org.ua/ua/innovaczi%D1%97-czifrova-revolyuczziya-v-zhurnalisticzi/> (дата звернення 12.02.2024).
3. Горлач Поліна. 2023 «Агентство Associated press створило рекомендації, як журналістам працювати з ШІ. URL: <https://suspilne.media/culture/553073-agentstvo-associated-press-stvorilo-rekomendacii-ak-zurnalistam-pracuvati-z-si/> (дата звернення 12.02.2024).
4. Як Українська правда буде використовувати штучний інтелект. URL: <https://www.pravda.com.ua/ai-policy/> (дата звернення 12.02.2024).
5. Nieman Lab Predictions for Journalism, 2024 URL: <https://www.niemanlab.org/2023/12/everyone-gets-an-ai-agent/> (дата звернення 12.02.2024).

**Кожаріна Валерія Михайлівна**

*здобувач другого (магістерського) рівня освіти,*

*спеціальність 061 Журналістика,*

*Національний авіаційний університет*

[6228031@stud.nau.edu.ua](mailto:6228031@stud.nau.edu.ua)

**Науковий керівник -**

*д. філософ. наук, професор*

*Геннадій Христокін*

## **ЕТИЧНО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В МЕДІА**

Швидкий розвиток цифрових технологій та поява тенденції до використання штучного інтелекту (далі – ШІ) призвели до значних змін в різноманітних сферах суспільства. Запровадження ШІ значно полегшило людську діяльність, що дає можливість до швидкого пошуку потрібної інформації та генерування її в потрібний текстовий або навіть графічний

матеріали. Тому з'явилися дискусії щодо повної заміни людської діяльності на технологічну.

Нині працівники медіа звертаються до різних програм та сайтів ШІ за допомогою яких створюють гарно написаний текст з потрібною інформацією без використання творчих та когнітивних можливостей людини. Це значно впливає на журналістську етику та моральні норми в їх діяльності, які створюють проблеми в достовірності інформації та інтелектуальній праці журналіста. За допомогою ШІ можна генерувати шкідливий контент з дискримінацією окремих груп людей або мовою ненависті і проводити моніторинг особистих даних, що порушує не тільки етичні норми, а й права людей.

На сьогодні існує значна кількість досліджень ШІ в медіа та журналістській діяльності. Зокрема можна виділити роботи українських науковців О. Баранов [1], О. Головка, Є. Бондар [2], О. Лаврик [3], О. Ситник [4] та інші наукові праці, в яких досліджується важливість правильного використання програм з технологіями ШІ, а також правові аспекти застосування.

З розвитком інформаційного суспільства постає проблема використання ШІ, що набуває актуальності у розгляді цього питання, особливо в діяльності журналіста. Щодо визначення поняття, у своїй роботі професор Олександр Баранов дослідив ШІ та вивів таку дефініцію: «певна сукупність методів, способів, засобів та технологій, насамперед, комп'ютерних, що імітує (моделює) когнітивні функції, які мають критерії, характеристики та показники еквівалентні критеріям, характеристикам та показникам відповідних когнітивних функцій людини» [1, ст. 45].

Загалом, використання ШІ в медіа створює безліч можливостей для створення текстового контенту, які вносять істотні зміни у споживанні та взаємодії з медійним вмістом. Однак, використання ШІ в журналістській діяльності порушує ряд етичних питань. Здебільшого, має існувати контроль над ШІ в медіа організаціях, який може підтримуватися державним контролем в забезпеченні етичних норм та запобіганні зневаги інтелектуальної творчості журналіста.

Таким чином, дослідники О. Баранов та Є. Бондар у своїй роботі прийшли до висновку, що властивості ШІ, які включають правові та морально-етичні норми, не завжди прописані в нормативно-правових актах, що потребують оцінки в правових та етичних аспектах [2, ст. 95].

Європейська Комісія опублікувала Рекомендації з етики для надійного штучного інтелекту, за якими ШІ має бути:

- законний;
- етичний;
- надійний [8].

Всі компоненти є важливими у створенні та використанні ШІ для дотримання етичних та правових норм. Отже, Рекомендації зазначають на етичному аспекті щодо ШІ, тому важливо дотримуватися вимог при створенні інформації за допомогою таких програм.

Використання ШІ в медіа має переваги, як швидкість створення публікацій та їх обсяги, ефективний аналіз контенту тощо. Але факт існування ШІ для журналістів ставить під сумнів достовірність інформації та інтелектуальну творчу діяльність, яка створена за допомогою програми. Тому Рада Європи з питань медіа та інформаційного суспільства створила Рекомендації щодо відповідального впровадження штучного інтелекту в журналістиці, які на меті мають врегулювати правила у сфері ШІ: запобігання негативним впливам технології на безпеку, фундаментальні права та демократію, а також поширенню неправдивої інформації та дезінформації в медіа [7].

Щодо українського законодавства з приводу ШІ, науковець Олексій Ситник зазначає: «В українському законодавстві взагалі відсутні положення про можливість притягнення ШІ до відповідальності за дії, що заподіяли шкоду третім особам. Однак, досліджуючи напрацювання ЄС з цього питання, зокрема Резолюцію 2015/2103 Європейського парламенту (European Parliament, 2006), було виявлено положення, в якому зазначається, що немає можливості в правовому полі притягнути ШІ до відповідальності за такі дії, адже відповідальність покладається лише на одного з human agent (власник, виробник,

оператор або користувач ШІ тощо)» [4, ст. 261]. Отже, журналіст має пам'ятати про Кодекс етики та дотримуватися достовірності висвітлення інформації, а також не порушувати права осіб, що споживатимуть контент створений ШІ.

Розвиток програм з ШІ впливає на правове врегулювання та вимагає створення надійного державного контролю журналістського контенту. Медійні організації також мають затверджувати можливості використанні ШІ та прослідковувати за достовірністю інформації. Дослідниця Оксана Лаврик зазначає, «щоб ефективно освоювати штучний інтелект в медіасфері, журналістам потрібно навчитися працювати з автоматичними системами, опанувати підготовку шаблонів текстів і розробити контроль за їх якістю. При цьому сучасним медіапрацівникам та керівникам варто тверезо оцінювати перспективи і ризики штучного інтелекту» [3, ст. 161].

Головними з етичних питань використання ШІ в журналістиці є достовірність, прозорість та об'єктивність створеної інформації. Інструменти ШІ не мають цих особливостей, тому в подібних програмах зазвичай зазначається про можливе генерування неправильної або навіть шкідливої інформації. З огляду на це, журналісти завжди мають перевіряти контент, створений ШІ, щоб не розповсюджувати недостовірну інформацію в суспільство.

Треба зважати, що ШІ з можливістю створення «реалістичних» фото та відео, можуть призвести до розповсюдження фейкових новин. Прикладом фотофейку може послугувати ситуація «Авдіївка просить молитви», де користувачі соціальних мереж почали поширювати зображення на яких нібито українські військові моляться за порятунок. Журналісти StopFake перевірили зображення і прийшли до висновку, що фотографії були створенні з використанням технології ШІ [6]. Отже, ШІ надає можливість поширення дезінформації та фейків, що особливо справить враження на користувачів мережі, які не володіють достатнім рівнем з медіаграмотності.

Щодо інших недоліків, науковець Сергій Терепищій виділяє наступні загрози використання ШІ:

- упередження та дискримінація;

- зменшення робочих місць;
- конфіденційність та безпека даних;
- зниження критичного мислення;
- відсутність прозорості та підзвітності [5, ст. 200].

Ці недоліки можуть призвести до неправильної репрезентації різних соціальних груп та посилити стереотипи, порушення приватності споживачів інформації або працівників медіа, поширення недостовірної інформації та маніпуляцій, які можуть підірвати етичний та правовий аспекти журналістської діяльності.

Зважаючи на це, постає необхідність створення чіткої правової системи щодо використання ШІ журналістами для уникнення порушень етики та права, а також авторських прав.

Використання штучного інтелекту (ШІ) в журналістиці надає безліч можливостей для створення та обробки текстового контенту. Однак, зростання використання ШІ порушує ряд етичних питань, таких як достовірність інформації та інтелектуальна творчість журналістів. Забезпечення контролю над ШІ в медіа організаціях, включаючи додержання етичних та правових норм, є важливим аспектом.

### **Список використаних джерел**

1. Баранов О. А. Визначення терміну «штучний інтелект». Інформація і право, № 1(44). 2023. С. 32-49.
2. Головка О. М., Бондар Є. Етико-правові проблеми використання роботів зі штучним інтелектом. *ВІСНИК НТУУ «КПІ» «Політологія. Соціологія. Право»*, вип. 3(55). Київ, 2022. С. 93-97.
3. Лаврик О. В. Штучний інтелект у медіа: виклики та перспективи. Технології добросовісного використання штучного інтелекту у сфері освіти та науки: матеріали всеукраїнського науковопедагогічного підвищення кваліфікації. Одеса, 2023. С. 159-162.

4. Ситник О. Проблематика впровадження штучного інтелекту в сучасних ЗМІ та медіатехнологіях. Український інформаційний простір, #2 (12). Київ, 2023. С. 252-265.
5. Терепищій С. Медіаграмотність в епоху штучного інтелекту: інтеграція інструментів і методів штучного інтелекту в сучасні педагогічні підходи. Педагогіка. Актуальні питання гуманітарних наук, вип. 60, т. 4. Дорогобич, 2023. С. 195-202.
6. Фотофейк: «Авдіївка просить молитви» – українські військові моляться про порятунк. URL: <https://www.stopfake.org/uk/fotofejk-avdiyivka-prosit-molitvi-ukrayinski-vijskovi-molyatsya-pro-poryatunok/> (дата звернення 16.01.2024).
7. Штучний інтелект у журналістиці – CDMSI напрацьовує рекомендації для його відповідального використання. URL: <https://www.nrada.gov.ua/shtuchnyj-intelekt-u-zhurnalistytsi-cdmsi-napratsovuye-rekomendatsiyi-dlya-jogo-vidpovidalnogo-vykorystannya/> (дата звернення 16.01.2024).
8. Ethics guidelines for trustworthy AI. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/ethics-guidelines-trustworthy-ai> (дата звернення 16.01.2024).

**Коломієць Дар'я,**

*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,*

*спеціальність 061 Журналістика,*

*Національний авіаційний університет,*

*6892201@stud.nau.edu.ua*

**Науковий керівник –**

*к. н. із держ. упр. Марія Лашкіна*

## **ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ В РЕКЛАМНІЙ ПРОДУКЦІЇ ЗСУ**

24 лютого 2022 року Росія здійснила повномасштабне вторгнення в Україну, продовживши воєнну агресію, яку розпочала ще в 2014 році. За ці довгі



десять років, Збройні сили України (ЗСУ) почали інтеграцію до стандартів НАТО, зокрема і в сфері гендерної рівності. Так, за даними суспільно-політичного інформаційного інтернет-видання «Суспільне Мовлення», кількість жінок-військовослужбовиць в 2023 році у Збройних силах України зросла на 40%, якщо порівнювати з 2021 роком [4]. Цей значний приріст жінок-військовослужбовців у Збройних силах України свідчить про поступове зміцнення ролі жінок у військовій сфері країни. Проте, разом із збільшенням участі жінок у військових структурах, з'являються нові виклики, серед яких важливе місце посідають гендерні стереотипи, що можуть впливати на сприйняття громадськістю ролі жінок у військовій справі через рекламну продукцію Збройних сил України.

Для дослідження ролі гендерних стереотипів в рекламній продукції ЗСУ, початково визначимо поняття гендеру. Термін «гендер» з'явився в науковому обороті завдяки американському вченому Дж. Мані, який запровадив його в 1955 році як альтернативу терміну «стать», який в англійській мові перевантажений у сенсовому відношенні. Спочатку цей термін був необхідний для того, щоб описати ситуацію, в якій біологічна стать людини, її поведінка і сприйняття себе не корелюють один з одним. Згодом термін «гендер» стали застосовувати при описі жінок і чоловіків з метою позначення статево-рольових особливостей, що з'являються у людей в результаті соціалізації.

На даний момент термін «гендер» має в науці таке визначення: гендер – це «конвенційний ідеологічний конструкт, в якому акумульовані уявлення про те, що означає бути чоловіком і жінкою у цій культурі» [2, с. 410]. Як наголошують Бельська Т. і Лашкіна М., поняття «гендер» є суто соціокультурною категорією, а ставлення до цього явища залежить від політичних, управлінських та соціальних процесів у кожному окремому суспільстві [2, с. 39].

Гендерні стереотипи – це шаблонні уявлення про відмінності між чоловіками та жінками, положення про те, що чоловіки і жінки повинні поводитися відповідно до сформованих у суспільстві правил для представників певної статі. Водночас стереотипізація та ціннісна шкала гендера в різних

культурах відрізняються. Гендерні стереотипи, фіксуючись у мові, перебувають у зв'язку з вираженням оцінки і впливають на формування очікувань від представників тієї чи іншої статі певного типу поведінки [3, с.1022].

У сучасних дослідженнях рекламна продукція розглядається з погляду полісеміотичності, тому рекламний текст постає як простір складної взаємодії різних семіотичних систем. Особливої важливості набувають паралінгвістичні елементи, що включають графічний елемент (у його складі функціонують параграфемні елементи) та іконічні компоненти (фотографії, малюнки, колір, макетування). Вони вступають у складну взаємодію з вербальним компонентом та створюють єдині інформаційні комплекси вербально-невербальної природи [3, с.1023]

Варто відмітити, що рекламна продукція ЗСУ є важливим інструментом формування образу військової справи та просування цінностей, що їй властиві. Однак, попри значні зміни гендерної політики у лавах ЗСУ, на сьогоднішній день, переважно у рекламних роликах чи плакатах, присвячених ЗСУ, зображуються чоловіки у ролі військовослужбовців, тим самим утворюючи уявлення про військову справу як сферу, виключно, чоловічу.

Важливим аспектом в цьому контексті є те, що такий образ може дискредитувати внесок жінок у військову справу та утворювати ідею, що вони неспроможні виконувати ті ж обов'язки, що і чоловіки. Така рекламна стратегія може стати перешкодою для залучення більшої кількості жінок до військової служби, а також утруднити їхню інтеграцію у військове середовище.

Для того, щоб рекламна продукція ЗСУ відображала справжню різноманітність та важливість внеску жінок у військову справу, необхідно активно впроваджувати гендерно-чутливі підходи у процесі створення рекламних матеріалів. Це може включати в себе залучення жінок-військовослужбовців до участі у зйомках рекламних роликів, а також акцентування уваги на їхніх досягненнях та внеску у військову діяльність. Завдяки таким заходам, рекламна продукція Збройних сил України матиме змогу не лише відображати реальність участі жінок у військовій справі, але й сприятиме

збільшенню їхньої активної участі у цій сфері, сприяючи зміцненню гендерної рівності в Збройних силах України.

Можна підсумувати, що у зв'язку із війною, що триває з 2014 року в Україні, збільшення участі жінок у ЗСУ стало важливим етапом у відстоюванні національної безпеки та захисту країни від зовнішньої агресії. Це свідчить про поступове розширення ролі жінок у військовій сфері, але разом із зростанням їхнього числа виникає потреба у боротьбі з гендерними стереотипами, які можуть ускладнити їхню інтеграцію та сприйняття їх військової діяльності через рекламну продукцію Збройних сил України.

### **Список використаних джерел**

1. Bielska T., Lashkina M. Gender Archetypes as a Factor of Career Development in the World Labor Market in the Conditions of the Information Society. *Ukrainian and Global Context. University Scientific Notes*. 2023. № 1-2 (91-92). С. 37-48.
2. Cislighi Beniamino, L. Heise. Gender norms and social norms: differences, similarities and why they matter in prevention science. *Sociology of health & illness*. 2020. № 42.2. p.407-422.
3. Lewis M., Lupyan G. Gender stereotypes are reflected in the distributional structure of 25 languages. *Nature human behaviour*. 2020. № 4.10. p.1021-1028.
4. Суспільно-політичне інформаційне інтернет-видання «Суспільне Мовлення». URL: <https://suspilne.media/amp/595405-v-ukraini-stalo-na-40-bilse-vijskovosluzbovic-niz-u-2021-roci/> (дата звернення 10.02.2024)

**Кутенець Аліна Василівна,**  
*здобувач другого (магістерського) рівня освіти,*  
*спеціальність 061, Журналістика,*  
*Національний авіаційний університет*

**Науковий керівник –**  
*канд. наук з держ.упр.*  
*Марія Лашкіна*

## **КІБЕРБОРОТЬБА У ВОЄННИХ КОНФЛІКТАХ: АКТУАЛЬНІСТЬ ДЛЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЖУРНАЛІСТІВ ТА ГРОМАДЯН**

Кіберборотьба (боротьба у мережі Інтернет) стає все більш актуальною темою для журналістики та громадян в сучасних воєнних конфліктах. Це тому, що комп'ютерні системи стали життєво важливими для багатьох аспектів сучасного суспільства, включаючи управління, комунікації та логістику. Атакуючи ці системи, кіберзлочинці можуть завдати серйозної шкоди противнику та мирному населенню. Тематика кіберборотьби стала дуже актуальною для України. Дослідженнями проблем кіберборотьби та кібербезпеки займаються спеціалісти з різних сфер від військових до працівників в сфері медіа, соціальних комунікацій.

Термін «кіберборотьба» має походження з військового сленгу і включає в себе різні напрями кіберрозвідки, кібервпливу і кіберзахисту. Ми використовуємо його у значенні розповсюдження кіберзахисту від кіберзагроз, які руйнують громадське життя населення, втручаючись у інформаційні системи та інформаційну сферу держави.

З початком повномасштабного вторгнення Росії в Україну 24 лютого 2022 року значно збільшилася активність держави-агресора у кіберпросторі. За даними Міністерства цифрової трансформації України, кількість кібератак на державні структури та бізнес країни зросла удвічі з близько 200 до понад 400 на місяць. Ці атаки були спрямовані на різноманітні цілі, включаючи руйнування або крадіжку даних, саботаж програмного забезпечення та перешкоджання роботі систем [1].

Державна служба спеціального зв'язку та захисту інформації України (далі -Держспецзв'язку) заявила, що Росія запустила цілу низку сімейств шкідливого програмного забезпечення в Україні, включаючи: HermeticWiper, який був використаний для знищення даних на сотнях українських комп'ютерів; WhisperGate, який був розроблений для саботажу української критичної інфраструктури; Sandworm, який був використаний для атаки на українські енергетичні компанії [1].

Однією із перших кібератак став напад на супутниковий інтернет-сервіс Viasat. Ця атака призвела до відключення тисяч супутникових терміналів в Україні, а також у Польщі, Румунії та інших країнах Європи [3]. Український провайдер Укртелеком також зазнав втручання 28 березня 2022 року. Атака була здійснена за допомогою шкідливого програмного забезпечення, відомого як HermeticWiper, яке було використано для знищення даних на сотнях комп'ютерів компанії. Крім того, зловмисники намагалися отримати контроль над мережею та обладнанням Укртелекому [2]. Атака на Укртелеком є яскравим прикладом того, як кібервійна може завдати серйозної шкоди критичній інфраструктурі. Ці об'єкти є життєво важливими для нормального функціонування суспільства, і їх захист від кібератак є пріоритетним завданням для всіх країн.

Росія здійснює масштабні кібератаки на українські ресурси, включаючи державні установи, банки, критичну інфраструктуру та ЗМІ, спрямовані на ускладнення проведення військових операцій та дезорганізацію українського суспільства. Водночас, в Україні у кіберборотьбу залучаються не тільки фахівці, але і громадяни, які створюють неофіційний кіберопір ворогові. Так звана «КіберАрмія» запрошує до своїх лав всіх охочих, створює програми для навчання студентів. Учасники «КіберАрмії», поряд із професіоналами сфери ІТ, проводять кібератаки на російські ресурси, завдають їм збитків та зривають плани. Результати цієї роботи жваво обговорюють в інформаційному просторі України, висвітлюються у ЗМІ, аналізуються дослідниками. Так, дослідники військового інституту інформаційно-телекомунікаційних технологій І.Мальцева, Ю.Черниш, Р.Штонда розробляють рекомендації для вразливих до кібератак осіб, які

убезпечать від кібервтручання в умовах воєнного стану. Можемо виділити деякі, зокрема:

- Старатися вивчати, своєчасно виявляти та усувати слабкі місця у власному кіберзахисті. Хакери постійно проводять розвідувальні операції в Україні, щоб знайти найслабші місця в захисті наших компаній та установ;
- Тим, хто перебуває в зоні кіберризиків, слідкувати за офіційними повідомленнями Держспецзв'язку та CERT-UA про кіберзагрози. Ці органи першими публікують офіційні попередження про можливі кіберзагрози та про те, як мінімізувати їхні ризики;
- Потрібно завжди пам'ятати та забезпечувати безпеку систем, яка залежить від кожного працівника. Хакери здатні напасти на компанію або ж установу і через робітників різних фірм та установ, викравши їхні дані. В особливій небезпеці знаходяться військові та всі державні діячі. Ці категорії людей повинні звикнути до кібергігієни та прийняти її за норму повсякденного життя [2].

Журналісти в Україні також потерпають від ворожого втручання у свою діяльність у кіберпросторі. Більше всього зазнають втрат журналісти-розслідувачі, які працюють над актуальними суспільно-важливими темами. Ризики для журналістів можуть виникнути з боку як окремих осіб, так і організацій, які можуть мати інтерес у перешкоджанні розслідуванню. Фахівці визначають, що основні ризики цифрової безпеки для журналістів включають зокрема:

- вторгнення в приватне життя: журналісти, які розслідують чутливі теми, можуть стати мішенню хакерів, які намагаються отримати доступ до їхніх особистих даних, таких як електронна пошта, телефонні розмови та листування. Це може призвести до розкриття їхніх джерел інформації та інших конфіденційних відомостей;
- шкідливе програмне забезпечення: журналісти можуть бути заражені шкідливим програмним забезпеченням, яке може бути використане для

стеження за їхньою онлайн-активністю або навіть для крадіжки їхніх даних;

- дезінформація: журналісти можуть бути піддані дезінформації або фейковим новинам, які можуть бути використані для дискредитації їхнього розслідування або навіть для його припинення [4].

У умовах воєнного стану журналісти також можуть бути мішенню кібератак з боку ворожих держав або організацій. Ці атаки можуть бути спрямовані на виведення з ладу їхньої роботи або навіть на залякування та переслідування. Наприклад, одним із видів небезпеки для журналістів є кібератаки на їхні сайти та фішинг (від англ. fishing – риболовля, тип кібератаки, який розроблено, щоб обманом примусити людей розкрити свою делікатну інформацію [6]). Перед початком повномасштабної війни було зафіксовано значну кількість DDoS-атак на сайти українських медіа. Ці атаки були сплановані російськими спецслужбами. Потім почалися погрози журналістам на електронну пошту, у тому числі у віршованій формі. Ці погрози надходили від російського кіберугруповання, яке заявляло про свою причетність. У своїх віршах вони погрожували журналістам ядерним ударом, ув'язненням у Сибіру тощо. Погрози надходили як на приватну, так і на редакційну електронну пошту журналістів [7].

Російські спецслужби також проводять кібератаки на акаунти українців у зашифрованому месенджері SIGNAL, який користується популярністю серед військовослужбовців, хоча SIGNAL вважається одним із найбезпечніших месенджерів від російського втручання [5].

Для протидії ворожій кіберактивності основними суб'єктами забезпечення кібербезпеки держави, за провідної ролі Держспецзв'язку, здійснювалися такі заходи:

- взаємодія з державними органами та представниками критичної інфраструктури: Адміністрація Держспецзв'язку координувала діяльність органів державної влади та підприємств критичної інфраструктури у сфері кібербезпеки, надавала їм консультації та практичну допомогу;

- розробка інструкцій для користувачів: Адміністрація Держспецзв'язку розробила та поширила серед населення та працівників державних органів та підприємств критичної інфраструктури інструкції з попередження та розпізнавання кібератак, а також захисту та усунення їх наслідків [4].

Ці заходи дозволили суттєво посилити кібербезпеку України та мінімізувати шкоду від кібератак Росії. Однак, важливо розуміти, що кіберзагрози залишаються серйозною проблемою для України. Кожен громадянин, особливо військовослужбовці, працівники державних установ та підприємств критичної інфраструктури, повинні дбати про власну кібербезпеку та пам'ятати, що може стати точкою входу для подальшої атаки ворога. Для мінімізації ризиків кіберзагроз громадянам України фахівці радять:

- вживати заходів для захисту свого обладнання: встановлювати найновіші оновлення безпеки для програмного забезпечення та обладнання, використовувати надійні паролі та двофакторну аутентифікацію;
- бути обережними з тим, що вони публікують в інтернеті: не розкривати конфіденційну інформацію, яка може бути використана проти них;
- не надсилати конфіденційну інформацію електронною поштою або через інші незахищені канали [4].

Україна докладає значних зусиль для протидії кібератакам Росії. Адміністрація Держспецзв'язку координує діяльність органів державної влади та підприємств критичної інфраструктури у сфері кібербезпеки, надає їм консультації та практичну допомогу, журналістські організації слідкують за втручанням в діяльність журналістів та надають рекомендації щодо цифрової безпеки. Також розробляються та поширюються інструкції для звичайних користувачів з попередження та розпізнавання кібератак, способів захисту та усунення їх наслідків.



## Список використаних джерел

1. Гончаров Костянтин 21.05.2022 «Війна РФ проти України: що нового на кіберфронті». URL:<https://www.dw.com/uk/viina-rf-proty-ukrainy-shcho-vidbuvaietsia-na-kiberfronti/a-61839765> (дата звернення 29.12.2023).
2. І. Р. Мальцева, Ю. О. Черниш, Р. М. Штонда. «Аналіз деяких кіберзагроз в умовах війни». URL:  
<https://csecurity.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/362/300> (дата звернення 08.01.2024).
3. Нечет Тетяна 11.05.2022 «Війна росії проти України почалася з кібернападу на супутники. За годину до вторгнення були знищені «десятки тисяч» терміналів Viasat». URL: <https://bit.ly/3vujG7K> (дата звернення 29.12.2023).
4. «Нові тенденції кіберзагроз для медіа: підробка сайтів і сторінок журналістів у соцмережах». URL: <https://bit.ly/48EW52Z> (дата звернення 08.01.2024).
5. Свиридюк Юлій 18.11.2023 «В Україні зафіксували майже 4 000 кібератак з боку РФ». URL: <https://suspihne.media/619941-v-ukraini-zafiksuvali-majze-4-000-kiberatak-z-boku-rf/> (дата звернення 08.01.2024).
6. «Що таке фішинг?». URL:<https://www.microsoft.com/uk-ua/security/business/security-101/what-is-phishing> (дата звернення 08.01.2024).
7. «Як забезпечити захист кіберпростору України на тлі збройної агресії рф». URL: <https://bit.ly/3tCe5M7> (дата звернення 08.01.2024).

**Лавник Аліна,**  
*здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти,  
спеціальність 061 Журналістика,  
Національний авіаційний університет,  
6258614@stud.nau.edu.ua*

**Науковий керівник –**  
*канд. наук із держ. упр.  
Марія Лашкіна*

## **ГЕНДЕРНІ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ЖІНОК В УКРАЇНСЬКІЙ ВІЙНІ: МІЖ ОБРАЗОМ ЖЕРТВИ ТА СОЛДАТОМ**

Гендерна репрезентація в медіа досі ще має певні особливості, коли інформація з гендерно-чутливої тематики подається відповідно до природних та традиційних установок суспільства, того соціального порядку, що склався. Частіше в інформаційному просторі існують дві переважні репрезентації жінок, залучених у цю кризу, як жертв і як солдатів. Основна репрезентація українських жінок під час цієї війни як жертви. Більшість згадок про жінок і дівчат під час війни обертаються навколо того, що вони стали жертвами гендерно зумовленого насильства (далі – ГЗН), сексуального насильства, пов'язаного з конфліктом. На це впливають традиційні гендерні норми, які зміцнюють ідею про те, що жінки належать дому, піклуючись про сім'ю, а чоловіки приймають рішення і повинні боротися за захист своїх сімей і країни. За даними гендерного моніторингу ефіру загальнонаціонального каналу «Єдині новини», проведеного Національною радою з питань телебачення і радіомовлення у 2022 році в Україні, у 25 сюжетах були зафіксовані ознаки гендерних стереотипів: у ролі військовослужбовців, рятувальників Державної служби України з надзвичайних ситуацій (далі – ДСНС) і поліцейських представлені лише чоловіки [1]. Більшість засобів масової інформації також позиціонують жінок як жертв без волі, використовуючи зображення вагітних жінок і молодих дівчат, щоб викликати співчуття та виступати за допомогу та втручання. Жінки-журналістки, які працюють

військовими кореспондентами також часто стикаються з неприємними ситуаціями і вважають, що представляти жінок, як пасивних жертв, також шкідливо для чоловіків, припускаючи, що всі чоловіки візьмуть на себе роль захисників і зроблять це добровільно [2].

Гендер проявляється навіть у базовому відображенні промов та коментарів щодо війни. Наприклад, не рідко в інтерв'ю та опитуваннях українських військових жінок, можна почути питання, про те, чи не складно їхній дитині рости без мами, або ж чи не хочуть вони повернутись додому і будувати сім'ю належним чином, вийти заміж і родити дитину. Інший випадок, коли жінок добровольців зазвичай відправляли на посаду медичної сестри та не завжди рахувались з її думкою, мовляв «що ви там розумієте».

Відомий приклад Катерина Поліщук, з позивним «Пташка», а також Аліна Михайлова. Дві українські військові героїні, одна з яких пройшла полон. Саме вона своїми співами підтримувала бадьорість та незламність духу всіх українських військових, які були оточені росіянами на Азовсталі. І це непоодинокі приклади, які формують питання, чому місце жінки не на війні? Кожен, як і чоловік, так і жінка може бути народжений або ненароджений для війни. Кожен, має бути там, де він відчуває свою приналежність, свою користь та силу.

Водночас, медійний контент, що продовжує спиратися на традиційний суспільні норми сприйняття жінок, принижує їх соціальний статус та не сприяє гендерній рівності. Жінки в Україні побоюються відродження старих гендерних стереотипів на тлі війни, яка триває. Дослідження під керівництвом BBC Media Action, міжнародної благодійної організації BBC, опитало 1700 жінок по всій країні – у тому числі 200 в окупованих і прифронтових районах – щоб дізнатися, як на жінок вплинула війна та як вони отримують інформацію від ЗМІ. Дослідження включало фокус-групи та інтерв'ю з жінками та чоловіками, а також аналіз цифрового контенту. Деякі висновки цього дослідження свідчать про силу духу і волі у жінок України, не менше, ніж у чоловіків. Благодійники, зокрема, констатували, що:

- Молоді жінки та внутрішньо переміщені жінки найгостріше відчують вплив війни на своє психічне та фізичне здоров'я; ті, хто переміщені, визнали відповідальність за прийняття всіх сімейних рішень як особливу напругу.
- Жінки загалом відчують підтримку брати участь у війні будь-яким способом, яким вони хочуть, наприклад, приєднавшись до армії чи займаються волонтерством, і залежно від того, чи вирішать вони виїхати чи залишитися в Україні. Але консервативне гендерне ставлення є очевидним – наприклад, жінки все ще сприймаються як «берегині дому».
- Сильне почуття національної єдності допомагає подолати гендерні відмінності, і жінки, і чоловіки були дуже вдячні тим, хто служить в армії. Але існує думка, що чоловіків у ЗМІ звеличують як захисників і героїв, що загрожує закріпленням гендерних стереотипів у майбутньому [3].

Інше домінуюче представлення жінок обертається навколо їх мілітаризації. Жінки-солдати отримали такий самий статус, як і чоловіки, лише у 2018 році після скасування законодавства, яке забороняло жінкам обіймати бойові посади. З моменту вторгнення в Україну в лютому минулого року кількість жінок, що прибули на військову службу, зростає в рекордній кількості з 14 000 до приблизно 60 000. За даними Міноборони України, у 2023 році у Збройних силах України служить на 40 % більше жінок, ніж у 2021 році [6]. Україна підкреслила це несподіване збільшення кількості жінок-військовослужбовців як позитивний крок до гендерної рівності. Цей позитивний наголос поширює посилення мілітаризації українського суспільства за рахунок жінок, зокрема, вихваляючи їх збільшення на посадах у військовій службі. Хоча громадськість і засоби масової інформації описують цих жінок-солдат із сильнішим почуттям волі, вони, водночас, часто все ще наголошують на ролі жінок як матерів і дружин, а не на їхній незалежній ідентичності, посилюючи традиційні гендерні ролі та очікування [4].

З початку повномасштабної війни тисячі добровольців виявили бажання воювати за рідну землю. Сьогодні не лише чоловіки, а й українки продовжують мужньо боротися за свободу.

Від початку бойових дій на сході України у 2014 році жінки є невід'ємною частиною Збройних сил України та добровольчих батальйонів. Проте, як вже зазначалося, з початку повномасштабної війни у 2022 році кількість найкращих доньок країни зросла в рази. За офіційними даними, станом на початок травня 2023 року в українських військових формуваннях служать 42 тисячі жінок, що становить значний відсоток від загальної чисельності військовослужбовців [5].

За офіційними даними, із 42 тисяч жінок 5 тисяч знаходяться безпосередньо на передовій. Водночас 107 жінок, на жаль, загинули чи були поранені під час російської агресії. Варто зазначити, що станом на кінець 2022 року за час повномасштабної війни 350 українських військових були нагороджені державними нагородами. Двоє з них отримали найвище звання Героїв України (посмертно). Сьогодні таких героїнь набагато більше [5]. І все більше, суспільство починає розуміти, що роль жінки у війні кардинально відрізняється від того образу, який часто транслюється в медіа.

З початком повномасштабного вторгнення, свідомість щодо гендерних ролей докорінно покращилась. Минулого року, Президент України Володимир Зеленський нагородив багато українських жінок орденами за військову відвагу. Це означає, що рівень визнання внеску жінок у захист країни змінюється на самому високому рівні, що слугує добрим прикладом для суспільства і значить ми робимо правильний крок в сторону гендерної рівності та поваги щодо жінок та їх ролі у війні.

З розвитком технологій для кінематографа, телебачення та інтернету, поведінкові норми в суспільстві та стереотипи сприйняття гендерних ролей формуються за допомогою медіа. Від репрезентації гендерних ролей в медіа та в кіно буде залежати започаткування нових норм сприйняття. Свого часу кінематограф запропонував певні стандарти. Можна згадати фільми про війну, де завжди фігурує жінка або навіть окремий батальйон жінок. Наприклад, старий

фільм «Життя прекрасне» (La Vita è bella), де головна героїня Дора, дружина і мати, виявляє неймовірну сміливість та стійкість в умовах голокосту, допомагаючи своїй родині та іншим людям вижити і зберегти гідність. Ці фільми ілюструють мужність та силу жінок під час воєнних часів, підкреслюючи їхню важливу роль у відновленні гуманності та спасінні життів.

### Список використаних джерел

1. Wonder. Україна. URL: <https://www.wonderzine.me/wonderzine/life/news/12809-natsrada-rekomenduvala-mediynikam-dotrimuvatisya-gendernogo-balansu-v-efirah> (дата звернення 10.02.2024).
2. «Тобі тут не місце»: з якими упередженнями досі стикаються жінки на війні? URL: <https://povaha.org.ua/tobi-tut-ne-mistse-iz-yakymy-uperedzhennyamy-dosi-stykayutsya-zhinky-na-vijni/> (дата звернення 10.02.2024).
3. Жінка на війні: фантазії про невидимий досвід. URL: <https://korydor.in.ua/ua/equality/zhinka-na-vijni-fantaziyi-pro-nevydimij-dosvid.html> (дата звернення 10.02.2024).
4. Gender equality under threat amid war in Ukraine, new study from BBC Media Action finds. URL: <https://reliefweb.int/report/ukraine/gender-equality-under-threat-amid-war-ukraine-new-study-bbc-media-action-finds> (дата звернення 10.02.2024).
5. Gendered Aspects of the War in Ukraine. URL: <https://www.iar-gwu.org/blog/iar-web/gendered-aspects-of> (дата звернення 10.02.2024).
6. У ЗСУ служить на 40% більше жінок, ніж у 2021 році – Міноборони. URL: <https://life.pravda.com.ua/society/2023/10/16/257076/> (дата звернення 10.02.2024).

**Лапіга Анна,**  
*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,*  
*спеціальність 061 Журналістика,*  
*Національний авіаційний університет,*  
*7404143@stud.nau.edu.ua*

**Науковий керівник –**  
*к. пед. н. Олена Васьківська*

## **ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ФОРМУВАННЯ ВІЙСЬКОВОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ В МЕДІА**

Застарілі упередження щодо гендерної ролі жінки та чоловіка негативно впливають на формування психологічних характеристик військових та спотворюють їхнє подальше сприйняття суспільством. Українські медіа у своїх публікаціях мають запобігати проявам гендерних стереотипів та сприяти гендерній ідентичності захисників та захисниць.

Історикиня Дар'я Вербицька визначає гендерну роль як «набір норм і моделей поведінки, начебто «притаманних» чоловікам і жінкам, сума очікувань від людини залежно від її статі». А гендерну нейтральність «як ставлення до особистості без акценту на стать» [2].

Науковець М.Ткалич поділяє гендерні стереотипи «на три умовні групи: до першої групи належать стереотипи маскулінності-фемінності, згідно з якими для чоловіків притаманне активне, творче начало, розвинуте логічне мислення та компетентність, а для жінок – природно-репродуктивне начало. До другої групи відносяться стереотипи про професійні ролі жінок та чоловіків (для жінок – сімейні, для чоловіків – професійні). До третьої входять стереотипи про зміст праці, де для жінки відведено сферу виконавчої й обслуговуючої діяльності, а для чоловіків – сферу творчої та інструментальної праці» [5, с 161].

Висвітлення жінки та чоловіка у війську суттєво відрізняються. В матеріалах про військових чоловіків, увага акцентується на таких характеристиках: «мужній», «сильний», «відважний». Перед аудиторією герої

публікації постає тим самим справжнім захисником. В текстах, де головна героїня військова жінка, акцент зміщується на її зовнішній вигляд та роль матері: «красуня-захисниця», «тендітна військова», «красуня ЗСУ».

Яскраво демонструє цей контраст цитата з публікації від медіа «2+2»: «На захисті України від російського ворога стоять не лише браві чоловіки, а й молоді вродливі жінки-військовослужбовці» [4].

Військова ідентичність – це сукупність цінностей, певних міркувань та навичок, які здатні визначати людину як військовослужбовця або військового пенсіонера. Це уявлення про військових здатні сформувати різні чинники, але ключовим та найбільш потужним – є медіа.

Жінки у війську не мають шансу заявити про свої вміння та здобутки на фронті, адже за ними скрізь слідує ярлик «матері берегині» та «тендітної красуні», яка вимушено чи просто для фото взяла до рук зброю. Яке, до речі, можна вважати підтримкою для військових чоловіків. Як наслідок формується ще один стереотип – жінка не допомога чи ефективна бойова одиниця, а краса ЗСУ.

Цей стереотип можемо побачити у матеріалі від «ТСН»: «Жінки в ЗСУ: українські красуні, які взяли до рук зброю та "насипають" окупантам». Важливо підкреслити й опис військової служби та обов'язків жінок в цій публікації: «Захисниці мотивують, підбадьорюють та захоплюють мирних мешканців своїми героїчними вчинками» [3]. Як бачимо з публікації до чоловіків застосовуються дієслова «захищає», «боронить», «визволяє», «б'ється», в той час як про жінок говорять – «мотивує», «допомагає», «підбадьорює», «захоплює». Це ще один гендерний стереотип, який дуже вкорінився в наше суспільство.

Дослідниця Олена Васьківська проаналізувала статті інтернет-видань України та зауважила, що «вони продовжують публікувати сексистський контент, використовуючи зокрема, так званий «доброзичливий сексизм», що в завуальованій формі принижує жінок, наголошуючи на стереотипі маскулінності-фемінності» [1, с. 35].

Гендерні стереотипи сприяють створенню міфу про непридатність жінок до військової служби, а також дискримінації, насильству, сексуальному та



психологічному тиску, яких вони можуть зазнавати від своїх колег або командирів. Головним завданням ЗМІ в цьому випадку – не допускати поширення гендерних упереджень та допомагати суспільству очиститися від них, справедливо висвітлювати жінок та чоловіків у медійному просторі відповідно до Закону України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків».

Можемо зазначити, що працівники ЗМІ часто нехтують настановами та підтримують гендерні стереотипи щодо чоловіків і жінок. Останні в свою чергу страждають через заборону та неприйняття соціумом їхніх сліз, почуття страху чи вразливості. Якщо ми хочемо жити в здоровому суспільстві, то за мету повинні взяти – помічати подібні моменти несправедливості, знецінення та утисків жінок і чоловіків у матеріалах ЗМІ. Потрібно вказати на помилки журналістам та в жодному разі не підтримувати таке ставлення, адже від цього проблема гендерної дискримінації лише поглибиться.

Отже, гендерні стереотипи та їх вплив на формування військової ідентичності в медіа є актуальною та важливою проблемою, яка потребує відповідальності з боку ЗМІ та залучення суспільства. Ми повинні сприяти гендерній рівності в усіх сферах життя, зокрема, й у військовій.

### **Список використаних джерел**

1. Васківська О. Гендерні стереотипи в українському інформаційному просторі. *Матеріали другого науково-методологічного семінару «Права людини: відображення у медіапросторі»* (27 лютого 2023 року). Київ: ФМВ, 2023. С. 34-36.

2. Вербицька Д. «Мати красива, батько сильний»: гендерні стереотипи і виховання дитини. *Гендер в деталях*. URL: <https://genderindetail.org.ua/spetsialni-rubriki/egoism-u-materynstvi/maty-krasyva-batko-sylnyi-genderni-stereotypy.html> (дата звернення: 13.02.2024).

3. Каспарова Ю. Жінки в ЗСУ: українські красуні, які взяли до рук зброю та "насіпають" окупантам. URL: <https://tsn.ua/ato/zhinki-v-zsu-ukrayinski-krasuni->

[yaki-vzyali-do-ruk-zbroyu-ta-nasipayut-okupantam-2105146.html](http://yaki-vzyali-do-ruk-zbroyu-ta-nasipayut-okupantam-2105146.html) (дата звернення: 13.02.2024).

4. Нестеренко Є. У лавах ЗСУ з'явилася українська Лара Крофт: 23-річна красуня розповіла, як стала стрільцем. *2plus2.ua*. URL: <https://2plus2.ua/novyny/u-lavah-zsu-zyavilasya-ukrainska-lara-kroft-23-richna-krasunya-rozpovila-yak-stala-strilcem> (дата звернення: 13.02.2024).

5. Ткалич М. Гендерна психологія: навч. посіб. 2-ге вид., випр., доповн. Київ: Академ-видав, 2016. 256 с

**Лесь Ірина,**

*доцент кафедри міжнародного права та порівняльного правознавства,*

*Національний авіаційний університет,*

*advokatles@gmail.com*

## **РОЛЬ ДРУКОВАНИХ ЗМІ У ПРОЦЕСІ ЗАМОВЧУВАННЯ ТА ДЕЗІНФОРМАЦІЇ НАСЕЛЕННЯ ЩОДО НАСЛІДКІВ ТЕХНОГЕННОЇ КАТАСТРОФИ НА ЧОРНОБИЛЬСЬКІЙ АЕС У ПЕРШІ ДНІ ПІСЛЯ АВАРІЇ**

У квітні 1986 року Українську радянську соціалістичну республіку спіткала страшна трагедія, наслідки якої достеменно неможливо оцінити і на сьогоднішній день – техногенна катастрофа на Чорнобильській АЕС. Свої короткі тези ми хотіли б присвятити темі ролі друкованих засобів масової інформації у дезорієнтації суспільства та замовчуванні наслідків аварії в перші дні та місяці після катастрофи.

У своїх спогадах тодішній директор ЧАЕС Юрій Сараєв під час аудіо інтерв'ю казав: «Вранці 26 квітня на станцію вже прибули служби дозиметричного контролю. Стало очевидним, що треба готувати місто до евакуації – радіаційне тло на майданчику АЕС було просто неймовірним,

фантастичним. Навіть фізики та найкращі вчені країни перебували в розгубленості. Вони ще не стикалися насправді з такими дозами випромінювань. На даху підірваного блоку рівень досягав 10 000 рентген/год (природне тло – 0,02 мілірентген/год). Щоб було зрозуміло, накопичення в організмі людини понад 25 рентгенів автоматично призводило до усунення працівника від подальших робіт на радіаційних об'єктах, понад 100 рентгенів – до гострої променевої хвороби. Отже, при 10 000 рентгенів на годину людина отримувала надмірну дозу вже через 36 секунд. На майданчику перед 4-м енергоблоком рівень радіації становив приблизно 800 рентген/година. Це означає, що люди менш як за дві хвилини отримували вже максимальну дозу опромінення» [1].

Злочинна безвідповідальність чиновників полягала в приховуванні інформації від жителів міста Прип'ять. Школи та дитсадки продовжували працювати, у РАГСі відбувалися церемонії одруження. Деякі співробітники обласного МВС вже стояли на вулицях Прип'яті в протигазах і респіраторах (прип'ятська ж міліція не мала засобів захисту), а діти гралися в пісочницях і каталися на велосипедах. Чиновники діяли злочинно, приховуючи масштаби трагедії, незважаючи на правові та етичні міркування.

Усі газети всесоюзного значення та місцеві мовчали, бо «Центр не давав добро на оприлюднення інформації»[2].

Журналісти заговорили лише через кілька днів і все почалося з повідомлення Ради Міністрів СРСР, опублікованого 1 травня, де зазначалося: «...Рівень радіації в районах АЕС і пристанційних селищах знизився» [3]. 2 травня це ж видання написало: «Радіоактивна активність на території АЕС і в селищі електростанції знизилася в півтора-два рази» [4].

8 травня газета всесоюзного значення написала: «Радіаційна обстановка завдяки вжитим заходам продовжує покращуватися» [5]. Люди міркували: якщо вся інформація, оприлюднена центральними ЗМІ, відповідає дійсності, то чому було прийнято рішення евакуювати не лише місто Прип'ять, а й весь район у радіусі 30 км, після того як на початку травня радіаційна небезпека знизилася.

В газеті «Известия» за 8 травня 1986 року журналіст повідомляв, що у Києві припинена вулична торгівля, мовляв тому, що «місто чекає дощу, який змие пил з листя і не тільки» [6], а вулиці рясно поливалися водою, не шкодуючи останньої.

10 травня «Центральна газета» опублікувала статтю про те, що в Москві провели прес-конференцію щодо стабільності ситуації в районі Чорнобильської АЕС. Глава МАГАТЕ повідомив журналістам, що рівень радіації знизився з 10-15 мілірентген/год (на момент аварії) до 0,15 мілірентген/год., а найближчим часом місто Прип'ять стане безпечним для життя містом [7].

Того ж дня «Правда» опублікувала статтю про те, що директор Радянського Держкомгідрометеорології та контролю за навколишнім середовищем Ю.А.Ізраель запевнив: «Фон покращився, але ніколи - підкреслюю: ніколи! — Рівень радіації не досягав загрози здоров'ю людини» [8]. Те саме в «Аргументах і фактах» заявив завідувач відділу радіаційної гігієни ЦДІУ, доктор медичних наук, професор В. Голіков, хоча це була лише фрагментарно правдива інформація. Він повторив офіційні дані, що максимальна радіація в районі станції становила 10-15 мілірентген/год. Далі він запевнив читачів: «Зрозуміло, що багато людей стурбовані забрудненням одягу та відкритих ділянок шкіри людей, які проживають поблизу станцій. Шкідливі для здоров'я рівні забруднення зафіксовані у всіх областях Києва, Гомеля та Мінська» [9]. Влада продовжувала приховувати правду щодо масштабів катастрофи, а кореспонденти, нехтуючи своїм службовим обов'язком та професійною етикою підтримували це, незважаючи на евакуацію понад 100 тисяч людей з осередку аварії і на масові смерті ліквідаторів у лікарнях [10].

В одному з інтерв'ю тодішній директор ЧАЕС Ю. Сараєв зазначив: «У перші місяці ліквідаційних робіт працівники станції протягом декількох хвилин роботи на місці піддавалися опроміненню, яке можна порівняти з 25 дозами від рентгенівського опромінення. Був катастрофічний брак кадрів, тому що їх доводилося часто міняти. Це стало однією з найважливіших проблем Чорнобильської АЕС. Через відсутність елементарних засобів захисту та

персональних дозиметричних накопичувачів сотні людей під час ліквідації наслідків отримали смертельні дози» [1].

Влада продовжувала брехати, що навіть у небезпечних зонах радіації в основному опромінювалася щитовидна залоза, а її захворювання добре діагностувалося та лікувалося [11]. Коли журналісти опублікували цю новину, вони не могли не знати, що це неправдива інформація, що було прямим порушенням журналістської етики.

У 2001 році, через 15 років після аварії на Чорнобильській АЕС, вийшов путівник «Супутник Чорнобиля». У розділі 6 збірника, який базувався на офіційних урядових документах і внеску вчених, говорилося про те, що радіація за своєю суттю шкідлива для життя. Малі дози радіації можуть «запустити» нецілком визначений ланцюг подій, які можуть призвести до раку або генетичного пошкодження. Високі дози радіації можуть руйнувати клітини, пошкоджувати тканини органів і викликати швидку смерть організму.

Лише у 1990 році Верховна Рада СРСР визнала, що неправдива інформація деяких журналістів і державних службовців завдала великої шкоди громадянам, які постраждали від радіаційного опромінення внаслідок аварії на Чорнобильській АЕС. Аварію на Чорнобильській АЕС в офіційних урядових документах вперше назвали глобальною катастрофою. Нижче наводиться витяг із постанови Верховної Ради СРСР від 25 квітня 1990 р. № 1452-1: «...Верховна Рада наголошує на недостатності вжитих заходів щодо ліквідації наслідків аварії. Суперечливі думки деяких вчених та експертів з питань радіаційної безпеки та зволікання з вжиттям необхідних заходів призвели до надзвичайно напруженої соціально-політичної ситуації, яка торкнулася частини населення, втрачена довіра до місцевої та центральної влади... Жителі постраждалих територій не були забезпечені належним чином чистими продуктами харчування... Проблема оздоровлення людей, особливо дітей, не вирішена задовільно... Це пов'язано з неправильними і не об'єктивними оцінками масштабів і наслідки аварії на Чорнобильській АЕС державним управлінням усіх рівнів. Результат глобальної катастрофи, погана координація дій, необґрунтована монополія на дослідження

та засекречування радіаційної інформації, особливо у 1986 р., полягала у відсутності інформування населення та відсутності відповідальних заходів щодо захисту населення від наслідків аварії на Чорнобильській АЕС уповноваженим державним органом» [12].

Цей документ офіційно підтвердив замовчування даних про радіаційну обстановку в пресі в 1986 році та поширення явної неправдивої інформації про справжні рівні радіації в районах 30 кілометрів і вище, що в свою чергу викликало недовіру серед населення.

### **Список використаних джерел**

1. Authorities and the Press Facing the Accident on Chernobyl Nuclear Station. URL: [vlast-i-prensa-pered-litsom-katastrofy-na-chernobylskoj-ae.pdf](#) (дата звернення 30.01.2024).
2. Що про Чорнобиль (не)приховувала радянська влада. URL: <https://uinp.gov.ua/informaciyni-materialy/statti/shcho-pro-chornobyl-nepryhovuvala-radyanska-vlada> (дата звернення 30.01.2024).
3. Хроніка Чорнобильської катастрофи та подолання її наслідків: цифри і факти. URL: <https://kpi.ua/2021-chornobyl> (дата звернення 30.01.2024).
4. Розсекречені документи КДБ: аварія на ЧАЕС не була випадковою. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/29280147.html> (дата звернення 30.01.2024).
5. Чорнобильська катастрофа: спогади, які підтвердили архіви КДБ. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/c510w027n7no> (дата звернення 30.01.2024).
6. Візуалізовано дані розсекречених архівів спецслужб про аварію на ЧАЕС: про що розповідають відео? URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/vizualizatsiya-arhivnyh-dokumentiv-avariya-chaes/31223625.html> (дата звернення 30.01.2024).
7. Хроніка катастрофи на ЧАЕС мовою архівних документів. URL: <https://archives.gov.ua/ua/2021/04/28/хроніка-катастрофи-на-чаес-мовою-архі/> (дата звернення 30.01.2024).

8. З архіву ПУ. Одна з найбільших катастроф ХХ століття. URL: <https://patrioty.org.ua/politic/z-arkhivu-pu-odna-z-naibilshykh-katastrof-khkh-stolittia-rozsekrecheni-dokumenty-kdb-pokazuiut-shcho-avariia-na-chornobylskii-aes-ne-bula-vypadkovoiiu-380039.html> (дата звернення 30.01.2024).
9. З архіву ПУ. Одна з найбільших катастроф ХХ століття: Розсекречені документи КДБ показують, що аварія на Чорнобильській АЕС не була випадковою. URL: <https://patrioty.org.ua/politic/z-arkhivu-pu-odna-z-naibilshykh-katastrof-khkh-stolittia-rozsekrecheni-dokumenty-kdb-pokazuiut-shcho-avariia-na-chornobylskii-aes-ne-bula-vypadkovoiiu-380039.html> (дата звернення 30.01.2024).
10. 33-річчя Чорнобильської трагедії (з фонду ВНБІ). URL: <http://www.nbuv.gov.ua/node/5073> (дата звернення 30.01.2024).
11. Супутник чорнобильця: довідковий посібник для громадян, які постраждали в радіаційних катастрофах та аваріях / Спілка «Чорнобиль» Київ, 2001. 291 с.
12. Постанова Верховної Ради СРСР від 25 квітня 1990 // 3б. інформаційно-нормативних матеріалів з питань подолання наслідків Чорнобильської катастрофи. М., 1991. С. 62.

**Софія Мазур**

*студентка IV курсу (спеціальність «Реклама та зв'язки з громадськістю»)*

*Національного авіаційного університету*

*7016276@stud.nau.edu.ua*

**Ольга Боговін**

*канд. філол. наук, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю*

*Національного авіаційного університету*

*olha.bohovin@npp.nau.edu.ua*

## **СТРАТЕГІЯ ВИСВІТЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЖІНОЧОЇ ГРОМАДСЬКОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ПІД ЧАС ВІЙНИ**

Актуальність дослідження полягає у складності адаптації комунікаційних стратегій жіночих громадських організацій до медійного середовища, де гендерні ролі спотворюються й сприймаються суспільством некоректно. Окрім цього, вплив на стратегію висвітлення діяльності жіночих ГО (громадська організація) також має воєнний стан.

Метою роботи є визначення ефективних стратегій комунікації, спрямованих на широке висвітлення діяльності ГО, враховуючи зображення гендерних ролей у медіа та стереотипізацію ролі жінки. Об'єкт дослідження – контент соціальних мереж жіночої громадської організації. Предметом дослідження стала стратегія використання соціальних мереж громадською організацією під час військового конфлікту. У дослідженні використано методи аналізу та синтезу під час вивчення ефективних стратегій комунікації, а також порівняльний метод для успішних прикладів контент-стратегій.

За майже два роки повномасштабного вторгнення в українському медіа просторі стереотипізація щодо ролі жінки лише набирає обертів. Згідно з дослідженням Інституту масової інформації у травні 2023 36% популярних медіа, як ввійшли до моніторингу вдаються до сексистських та дискримінаційних висловлювань в опублікованих матеріалах [3]. Для порівняння, у 2021 цей показник становив 28%. Існують й медіа, що надають інформацію про фемінізм



й гендерну рівність: «Vogue. UA», «Фокус», «Суспільне Культура» [2]. У цьому контексті висвітлюють свою діяльність жіночі громадські організації, робота яких часто спрямована на підтримку внутрішньо переміщених осіб, допомогу жінкам та дітям, а не на популяризацію стереотипів про жінку лише як дружину, господиню й матір.

З метою ефективного висвітлення власної діяльності жіночі ГО мають напрацювати релевантну комунікаційну стратегію для соціальних мереж та медіа. Ця стратегія не відрізняється за ключовими ознаками від бізнес-стратегій, проте має враховувати декілька важливих деталей. По-перше, комунікація будується для неприбуткової організації, отже, має іншу мету. По-друге, цільовою аудиторією є здебільшого жінки, тому потрібно задовольняти саме їхні потреби. Джеймс Сакей – маркетолог, зазначає, що громадські організації мають висвітлювати інформацію про своїх донорів чи грантодавців у вигляді публікацій у соціальних мережах, це сприяє залученню нових донорів [5]. Доцільність такого рішення обґрунтована, адже донори є провідними стейкхолдерами діяльності ГО, які безпосередньо впливають на репутацію, фінансування й функціонування організації. Щодо загальної комунікації, то Микола Малуха – експерт з маркетингу у соціальних мережах, стверджує, що для некомерційних організацій доцільним буде використання таргетованої реклами у соціальних мережах – бюджетний спосіб просування, а також виокремлення комунікаційної роботи як окремої частини діяльності, адже зазвичай зв'язками з громадськістю нехтують [1, с. 90].

Незважаючи на те, що в Інтернет-просторі досьогодні існує стереотипізація щодо гендеру й ролі жінки у суспільстві, жіночим громадським організаціям необхідно уникати будь-яких проявів нетолерантності чи нерівності, особливо, якщо переважна частина цільової аудиторії молодь. Причиною цьому є переважна нетерпимість молоді (на відміну від старшого покоління) до гендерних стереотипів: 66% українців вважають молодих людей більш радикальними в питанні гендерної рівності [4].

Враховуючи експертні поради та нагальну ситуацію в суспільстві щодо висвітлення гендерних ролей, можемо зробити висновок, що ефективна контент-стратегія, тобто така, що сприяє підвищенню рівня лояльності аудиторії, збільшенню охоплення у соцмережах та загальної впізнаваності, повинна ґрунтуватись на комунікації з потенційними донорами – як результат залучення коштів для ГО, рекламній кампанії, а також на протидії гендерним стереотипам щодо ролі жінки у соціумі. Підтримуючи актуальні тенденції й сучасні рішення, команда жіночої громадської організації буде здатна вибудувати прогресивну комунікаційну стратегію у медіа.

### **Список використаних джерел**

1. Говорухіна М. В. Комунікації в громадських організаціях. Київ, 2015. 112 с.
2. Кузьменко Л., Компанцева Л. Недооцінена загроза: гендерна дезінформація щодо українських журналісток. URL: <https://wim.org.ua/wp-content/uploads/2023/10/WEB-Henderna-dezinformatsiia-shchodo-ukrainskykh-zhurnalistok.pdf> (Дата звертання: 12.02.2024).
3. Машкова Я. Господинька, берегинька, горе-мати та сексі-кішечка: третина медіа продовжує вживати стереотипи та сексизм. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/gospodynka-beregynka-gore-maty-ta-seksi-kishechka-tretyna-media-prodovzhuye-vzhyvaty-stereotypy-ta-i52809> (Дата звертання: 12.02.2024).
4. Тищенко І., Антипович О., Костенко В. Покоління незалежності: цінності та мотивації. URL: [https://ratinggroup.ua/research/ukraine/pokolenie\\_nezavisimosti\\_cennosti\\_i\\_motivacii.html](https://ratinggroup.ua/research/ukraine/pokolenie_nezavisimosti_cennosti_i_motivacii.html) (Дата звертання: 12.02.2024).
5. James Sackey. Content Marketing for Nonprofits: A Comprehensive Guide URL: <https://www.linkedin.com/pulse/content-marketing-nonprofits-comprehensive-guide-james-sackey/> (Дата звертання: 12.02.2024).

**Мамаєнко Катерина,**

*студентка кафедри журналістики та засобів масової комунікації ПІПО*

*Національного університету «Львівська політехніка»,*

[k.mamaenko222@gmail.com](mailto:k.mamaenko222@gmail.com)

**Науковий керівник –**

*к. н. із соц. ком., доцент Мудра І. М.*

## **ЗАВДАННЯ ІМІДЖУ ДЛЯ ЖУРНАЛІСТА В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ**

Соціальні мережі є одним із головних джерел інформації для багатьох людей. Журналісти активно використовують ці платформи для поширення своїх матеріалів і взаємодії з аудиторією та можуть швидко реагувати на актуальні події та важливі теми через соціальні мережі, що дозволяє їм впливати на громадську думку і формувати дискусії. Активність журналістів у соціальних мережах може впливати на їх публічний образ і рівень довіри аудиторії. За допомогою соціальних мереж журналісти можуть показати свою компетентність, об'єктивність та професіоналізм. Також, соціальні мережі дозволяють журналістам встановлювати ближчий зв'язок зі своєю аудиторією, слухати її думку та отримувати фідбек, що допомагає покращувати якість своєї роботи.

*Ключові слова:* імідж, соціальні мережі, журналіст.

### **1. Поняття «імідж» та його завдання для журналіста**

Імідж – це набір уявлень, які склалися в суспільній свідомості про особу, компанію, продукт або бренд. Імідж може формуватися різними факторами, такими як зовнішність, стиль, поведінка, спілкування та репутація [5].

Імідж може бути позитивним або негативним і відображає рівень довіри людини, оцінку здібностей та інші аспекти лікування. Імідж журналістів по-різному відображається в різних методах масової комунікації. Наприклад, телевізійна журналістика – це публічна професія. За зовнішнім виглядом і поведінкою журналіста оцінюють видання, яке він представляє. Імідж тележурналіста формується його голосом і манерою. Імідж онлайн-репортера – це мистецтво слова [2].

Завдання іміджу для журналіста:

1. Довіра аудиторії.

Довіра важлива в журналістиці, оскільки це дозволяє передавати інформацію з більшим впевненістю та впливом. Аудиторія вірить тим журналістам, які не спрямовують свою роботу на підтримку певної точки зору, а намагаються розкрити всі сторони питання. Тому журналісти повинні дотримуватися принципу об'єктивності, тобто представляти інформацію без приховування фактів чи власних поглядів [3].

Дотримання професійних етичних норм, таких як дотримання приватності, уникнення конфлікту інтересів і повага до гідності людини, є важливим для збереження довіри аудиторії. Активна взаємодія з аудиторією, відповідь на їхні питання та коментарі, а також врахування їхніх інтересів і поглядів допомагають підтримувати довіру та залучати нових читачів або глядачів [3].

2. Робочі можливості.

Журналісти з відомим та позитивним іміджем мають більше шансів на прийняття роботи в провідних газетах, телеканалах, радіостанціях та онлайн-виданнях. Редакції часто шукають фахівців, які вже мають власну аудиторію та вплив у соціальних мережах. Що в наш час є дуже важливо та результативно, з відомим іміджем журналіст може створювати власний контент, такий як блоги, подкасти або YouTube-канали, і заробляти на ньому через рекламу та спонсорські угоди [3].

3. Вплив на публіку.

Журналіст, який має сильний професійний імідж, може впливати на громадську думку та суспільні процеси через свої статті, коментарі та виступи в медіа. Відомий журналіст може залучати більше читачів, глядачів або слухачів. Люди частіше обирають споживати медійний контент від відомих та авторитетних осіб.

4. Професійна автентичність.

Професійна автентичність журналіста — це якість, яка визначається його здатністю дотримуватися високих стандартів чесності, точності та об'єктивності

в роботі. Імідж повинен відображати компетентність як журналіста. Це означає, що журналіст повинен дотримуватися етичних норм і принципів, які забезпечують довіру глядачів, читачів чи слухачів [1].

#### 5. Комунікаційна ефективність.

Комунікаційна ефективність визначається не лише здатністю передавати інформацію, але й здатністю взаємодіяти з аудиторією, будуючи довіру та впливаючи на сприйняття іміджу. Для журналіста це стає не тільки завданням, але і ключовим елементом його професійного успіху. Він повинен використовувати зрозумілу та доступну мову, уникаючи фахових термінів, які можуть бути незрозумілими для широкої аудиторії. Чим простіше і зрозуміліше висловлюється журналіст, тим ефективніше його повідомлення [1].

Загалом, комунікаційна ефективність для журналіста не тільки формує імідж, але й забезпечує здатність ефективно спілкуватися з аудиторією та виконувати ключову роль у розповсюдженні об'єктивної та достовірної інформації.

#### 6. Брендування особистості.

Засоби соціальних мереж стали важливим інструментом для будівництва особистого бренду. Імідж слугує як «бренд», який підкреслює сильні сторони та саму особистість журналіста. Журналіст може стати впізнаваним експертом в певній галузі, будуючи особистий бренд. Це допомагає підвищити його авторитет та вплив, що робить комунікацію більш ефективною. Журналіст повинен бути активним на платформах, де знаходиться його аудиторія, ділитися своїми думками, враженнями та забезпечувати відкритий комунікаційний канал [4].

І звісно, однією з ключових складових брендування особистості є довіра. Журналіст повинен бути надійним та чесним в своїх висловлюваннях і діях, щоб аудиторія відчувала його як авторитетну та достовірну особистість.

#### 7. І на завершення, збільшення читачів та слухачів.

Імідж журналіста може приваблювати більше читачів, глядачів та слухачів. Люди зазвичай обирають слідкувати за роботою та думками журналістів, які вони вважають авторитетними та відомими в сфері журналістики.

Отож, імідж – це не лише зовнішній образ, а й спосіб сприйняття особистості журналіста та зв'язок з аудиторією. Для журналіста це ключовий інструмент, що формує довіру та впливає на думку його аудиторії. Найважливіше завдання полягає в тонкому балансі між об'єктивністю та вмінням передати ключові аспекти, що формують певний образ. Також, журналісти повинні виявляти чутливість до різних ситуацій та своєї аудиторії в цілому, підкреслювати ключові аспекти, сприяючи побудові позитивного або об'єктивного іміджу, залежно від конкретної ситуації.

### Список використаних джерел

1. Бондаренко С. Роль соціальних мереж та онлайн платформ у сучасному медіа просторі [Електронний ресурс] / Сергій Бондаренко. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: [file:///C:/Users/Ekaterina/Downloads/11695-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-23202-1-10-20220118%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Ekaterina/Downloads/11695-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-23202-1-10-20220118%20(1).pdf).
2. Бугрим В. Поняття «іміджу» та його основні тлумачення [Електронний ресурс] / Валентин Бугрим // Укртелерадіопресінститут – Режим доступу до ресурсу: <https://utrpi.org.ua/dystantsijne-navchannya-lektsiya-valenty-na-bugryma-ponyattya-imidzhu-ta-jogo-osnovni-tlumachennya/>.
3. Лісун Я. В. Бренд сучасного журналіста в соціальних медіа [Електронний ресурс] / Я. В. Лісун, Н. І. Сапунова // с.238-240. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://knute.edu.ua/file/MjIxNw==/d5a4cef59a0a732694d08dd5d6454628.pdf#page=238>.
4. Особисті якості журналіста як виробничий ресурс [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://stud.com.ua/74087/zhurnalistika/osobisti\\_yakosti\\_zhurnalista\\_virobnichiy\\_resurs](https://stud.com.ua/74087/zhurnalistika/osobisti_yakosti_zhurnalista_virobnichiy_resurs)
5. Хавкіна Л. М. Соціокомунікаційний феномен іміджу: параметри вивчення та викладання [Електронний ресурс] / Л. М. Хавкіна // Харківський

національний університет імені В. Н. Каразіна (м. Харків) – Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.pnpu.edu.ua/bitstream/123456789/4297/1/Havkina.pdf>.

**Софія Марковець,**

*здобувач другого (магістерського) рівня освіти,*

*спеціальність 061 Журналістика,*

*Національний авіаційний університет,*

[6133343@stud.nau.edu.ua](mailto:6133343@stud.nau.edu.ua)

**Науковий керівник –**

*канд. наук держ. упр., доцент Марія Лашкіна*

## **«КУЛЬТУРА СКАСУВАННЯ» В УМОВАХ ВІЙНИ**

Після 24 лютого 2021 року для багатьох користувачів медіа та соціальних мереж нагальним постало питання ставлення до російських та проросійських медійних осіб та компаній. Із початком повномасштабного вторгнення РФ на територію України «культура скасування» (cancel culture від англ. call-out culture – «культура викриття») набула нового, більш політичного вектору та стала певним інструментом для багатьох користувачів у власній боротьбі проти популяризації контенту та діяльності ворога.

«Культура скасування» (cancel culture) – це сучасне явище у ЗМІ та соціальних мережах, яка проявляється у формі групової ганьби, коли людина чи угруповання втрачають вплив чи славу в результаті сумнівних дій чи висловлювань [5]. Професор медіадосліджень Ліза Накамури характеризує культуру скасування як форму «культурного бойкоту», яка є «найвищим проявом свободи волі» користувачів медіасередовища та «народжується бажанням контролювати, [оскільки] люди мають обмежену владу над тим, що спостерігають в соціальних мережах». З її точки зору, культуру скасування не варто розглядати як щось негативне або позитивне – це радше новий розвиток у тому, як влада та контроль розподіляються всередині соціальної медіакомунікації

між публічними діячами та аудиторією, коли користувачі соціальних мереж та інших медійних продуктів мають більше можливостей для швидких і значущих дій, ніж будь-коли раніше. «Ці платформи також дозволяють людям плавно та легко формувати групи, завдяки яким голоси окремих людей стають голоснішими, ніж вони були раніше. І що ці групи робитимуть зі своєю новою владою, залежить лише від них» [7].

Представники медіа вважають культурний кенселінг прикладом остракізму, засудження дій відомих людей під тиском суспільної думки. Саме поняття виникло не так давно, активізувалося під час руху *#MeToo*, що прокотився Америкою у 2017 році, першою «жертвою» якого став голлівудський продюсер Гарві Вайнштайн. Деякі ознаки «скасування» мали місце в історії під час розвитку нацизму у Третьюму Рейху, але масового опору культурі цілої держави в історії не було [1].

На сьогоднішній день можемо сказати, що до причини отримання статусу «скасування» додалось ще й культурно-етнічна приналежність та політичні погляди. І доказом цьому є численні бойкоти стосовно медійної та культурної діяльності низки російських чи проросійських діячів. Адже чимало користувачів вважають небезпечним та неприйнятним підтримку їхньої діяльності та популяризації їхньої діяльності в умовах жорстоких дій влади рф. Можемо вважати це прикладом української єдності й свідомості, що викликає захоплення у всього світу. З цього приводу видання *Zaxid.net* наводить цитату американського журналіста *The Washington Post* Джейсона Вілліка, який написав у своєму твіттері: «Ми спостерігаємо перший геополітичний кенселінг XXI століття» [1].

Українські митці та громадські діячі закликають до бойкоту усіх проявів російської культури, адже «у цій фактично тоталітарній країні культура виконує сервісну функцію і слугує політичній пропаганді» [8]. У 2022 році члени Українського PEN оприлюднили петицію з вимогою щодо культурного бойкоту російської культури та звернення до міжнародної інтелектуальної спільноти, в якому застерігають, що російська культура використовується як інструмент



пропаганди та прикриття для військових злочинів, які російські військові здійснюють на даний момент проти мирного населення в межах України [4].

Для більшості користувачів соціальних мереж підтримка руху «культури скасування» стала радше найбільш доступним інструментом для боротьби проти популяризації усього російського: мови, культури, політики тощо. Це можна охарактеризувати як власний моральний вибір відмови від споживання медійного контенту та продукту, аби показати засудження дій ворогуючої держави та хоча б власними силами не стимулювати їх розвиток. Ще однією причиною залучення до культурного скасування є те, що більшість користувачів, що володіють певним рівнем медіаграмотності, знають, що значна частина контенту тим чи іншим способом монетизується за рахунок самих медіа-платформ чи рекламодавців, і навіть такий прибуток обкладається податками, що, відповідно, потрапляє до бюджетів країн. Тож українські користувачі не мають жодного бажання спонсорувати своїми діями державу-терориста і масово закликають всіх діяти таким чином.

Проте, чималі зрушення у питанні присутності російського контенту все ж присутні. У значної кількості російських блогерів та інфлюенсерів відслідковується значне зниження охоплень та активності на сторінках в соціальних мережах, а численні міжнародні бренди відмовляються співпрацювати та укладати рекламні договори з ними. Багато визначних культурних установ у всьому світі стали виключати російських митців та інтелектуалів із своїх програм. Так, з початку повномасштабного вторгнення на Канському кінофестивалі не було офіційної делегації російських митців, а участь російського режисера К. Серебренникова ще на етапі підготовки кінофестивалю дискредитувала організаторів в очах свідомої світової спільноти [3]. Міжнародні галереї, зокрема музей Hermitage Amsterdam, який мав досить тісні зв'язки з росією, відмовився від співпраці з петербурзьким Ермітажем. Стосовно цього, досить показовим та цинічним був коментар директора Ермітажу в Санкт-Петербурзі Михайла Піотровського: «Наші останні виставки за кордоном – це просто потужний культурний наступ. Якщо хочете, свого роду «спецоперація».

Яка багатьом не подобається. Але ми наступаємо. І нікому не можна дати завадити нашому наступу... До початку спецоперації в Україні виставки російських музеїв були всюди... Це й була наша, якщо хочете, «спецоперація», наш культурний наступ» [6].

В інтерв'ю для українського медіа «Заборона» соціолог культури Паскаль Гілен, розглядаючи остракізм російського контенту, зазначає, що такі дії дійсно дають позитивний результат, оскільки у воєнний час суспільство має розуміти, який бік обирати. «У такі часи питання культури є нагальним, адже саме вона відіграє фундаментальну роль у перепроєктуванні нації, перепроєктуванні країни та суспільства» [2].

Чи дійсно культура скасування здатна вплинути на дії росіян та їхньої влади – питання відкрите та дискусійне. Проте ті, хто підтримує насильство та агресію не заслуговують на повагу та мирне й комфортне життя навіть у медіасередовищі. І результат своїх дій мають відчувати та бачити усі, хто причетний до цих жахливих актів терору. Тож варто розуміти, що, в умовах високого трафіку й активного поширення інформації у медіа й соціальних мережах, є важливим постійна трансляція необхідності залучення до «культури скасування» по відношенню до російських ЗМІ та медійних діячів. Адже послаблення тиску культурного кенселінгу призводить до поширення проросійських наративів та зменшення уваги до питання України в контексті війни.

Отже, в контексті російсько-української війни «культура скасування» отримала новий вектор розвитку, а саме етнічне та культурне підґрунтя щодо тих, хто підтримує жорстокі та терористичні дії росіян. Підтримка такого руху користувачами медіа та соціальних мереж продиктована доступністю цього інструменту для боротьби проти популяризації усього російського та, власним моральним вибором відмови від споживання медійного контенту, показати засудження дій ворогуючої держави і не стимулювати його розповсюдження в інформаційному просторі власним користуванням. Також, на нашу думку, в умовах високого трафіку та інтенсивності розповсюдження інформації у медіа й

соціальних мережах, є важливою постійна трансляція «культури скасування» по відношенню до російських ЗМІ та медійних діячів задля запобігання поширенню проросійських наративів у медіапросторі у будь-яких формах.

### **Список використаних джерел**

1. Булавін Д. Cancel Culture. Український вимір. 22.03.2022. URL: [https://zaxid.net/cancel\\_culture\\_n1539207](https://zaxid.net/cancel_culture_n1539207) (дата звернення 12.02.2024).
2. Сергацкова К. Соціолог культури Паскаль Гілен – про бойкот культури та європейський пацифізм через страх. Заборона. URL:<https://zaborona.com/socziolog-kultury-paskal-gilen-pro-bojkot-kultury/> (дата звернення 12.02.2024).
3. Степаненко В. Чому не варто толерувати російську культуру. 2023. Ukraïniar. URL:<https://ukrainer.net/russian-culture-not-tolerated/> (дата звернення 12.02.2024).
4. Члени Українського ПЕН вимагають запровадження культурних санкцій проти Росії. 2022. PEN Ukraine. URL:<https://pen.org.ua/chleny-ukrayinskogo-pen-vumagayut-zaprovadzhennya-kulturnyh-sanktsij-proty-rosiyi> (дата звернення 12.02.2024).
5. Dictionary. Cancel culture (Словник. Культура видалення). URL: <https://www.dictionary.com/e/pop-culture/cancel-culture/> (дата звернення 12.02.2024).
6. Immaneei J. Ukraine brings cancel culture after Russian culture, language (Україна привносить культуру скасування слідом за російською культурою, мовою). 2023. The Jerusalem Post. URL:<https://www.jpost.com/international/article-732490> (дата звернення 12.02.2024).
7. Jonah E. Bromwich. Why «Cancel Culture» Is a Distraction (Чому «скасувати культуру» – це відволікаючий маневр). 2020. The New York Times Style Magazine. URL:<https://www.nytimes.com/2020/08/14/podcasts/daily-newsletter-cancel-culture-beirut-protest.html> (дата звернення 12.02.2024).
8. Ramachandran N.«I Don't Care How Putin Departs From This World»: Ukrainian Film Personalities Call for Russian Boycott («Мені все одно, як Путін

підє з цього світу»: Українські кінодіячі закликають до бойкоту Росії). Variety. 2022. URL: <https://bit.ly/3SCLxKL> (дата звернення 12.02.2024).

**Мельник Тетяна,**  
*здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти,*  
*спеціальність 061 Журналістика*  
*Національний авіаційний університет*  
*6274013@stud.nau.edu.ua*  
**Науковий керівник -**  
*к.і.н., доц. Віталіна Горова*

## **СВОБОДА СЛОВА ТА ПРАВО НА ІНФОРМАЦІЮ: НОВІ ВИКЛИКИ В УМОВАХ ВІЙНИ**

Умови воєнного стану сьогодні відкривають нові виклики для забезпечення основних принципів свободи слова та доступу до інформації, що стає складною проблемою в контексті сучасної гібридної війни. Цей тип конфліктів накладає певні обмеження на вільне висловлення громадянських поглядів та право на інформацію, оскільки заходи безпеки тяжіють до конфлікту з цими основними правами.

Конфлікт між необхідністю захисту національної безпеки та забезпеченням основних громадянських свобод стає ключовою проблемою умов сучасних конфліктів. Це відображається у рішеннях судів і діях урядових структур, які ставлять за мету забезпечення стабільності та захисту громадян. Проте, нерівновага між цими цінностями може породжувати значні суперечності, що викликають глибокі обговорення в суспільстві та серед правозахисних організацій.

Тож важливо розглянути це й конфлікт як можливість для узгодження заходів безпеки із забезпеченням основних громадянських прав. Необхідно шукати баланс між захистом інформаційної безпеки та збереженням свободи слова і

доступу до інформації, аби забезпечити гармонію і стабільність в умовах сучасних воєнних конфліктів.

Згідно зі статтею 34 Конституції України, кожен має право на свободу висловлення своїх думок і поглядів, а також їхнє вільне вираження. Кожна особа може вільно збирати, зберігати, використовувати і розповсюджувати інформацію усно, письмово або іншими доступними засобами за власним вибором [1]. Однак ці права можуть бути обмежені відповідно до закону “в інтересах національної безпеки, територіальної цілісності, громадського порядку, для запобігання заворушенням чи злочинам, а також з метою збереження здоров’я населення, захисту репутації чи прав інших осіб, запобігання розголошенню конфіденційної інформації, або для підтримання авторитету і неупередженості правосуддя” [1].

Особливу увагу варто приділити Указу Президента України № 43/2021, який стосується введення обмежувальних заходів (санкцій) згідно з рішенням Ради національної безпеки і оборони України від 02.02.2021 року. Після введення зазначених санкцій, передбачених рішенням РНБО, було зупинено роботу трьох українських ЗМІ. Виправдання та підстави для застосування санкцій викладені в Постанові Верховної Ради України “Про схвалення пропозицій щодо застосування персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)”, проте дії власників та працівників згаданих ЗМІ не були піддані правовій оцінці, і закриття ЗМІ відбулося без судового розгляду, що унеможливило представникам ЗМІ захистити свої права на свободу слова [2, с. 120]. Таким чином, РНБО використало повноваження, які мають судові органи, що суперечить законодавству України. Важливо відзначити, що в умовах гібридної війни такий крок був обґрунтований, але досягнення тимчасової мети призвело до дисбалансу в системі розподілу влади, що може стати загрозою для інституційної стійкості держави [2, с. 120].

Умови гібридної війни вимагають від країни, яка стала об’єктом інформаційної агресії, використовувати заходи захисту у сфері інформації. Це може призвести до конфлікту між застосуванням цих заходів і забезпеченням права на доступ до інформації. Проблема стає особливо гострою, коли мова йде

про обмеження в галузі ІТ, яка сама по собі є феноменом, що сприяє вільному доступу до різноманітної інформації і має міжнародний характер. Після прийняття Указу Президента України від 15 травня 2017 року, який підтримав рішення Ради національної безпеки і оборони від 28 квітня 2017 року про блокування ряду російських сайтів, стало активним обговорення обґрунтованості таких обмежень, зокрема з точки зору забезпечення права на інформацію [3, с. 227].

Критики вважали блокування неправомірним, аргументуючи, що це порушує їхнє право на інформацію. Маємо приклад, коли студентом було подано позов до суду про визнання недійсними пунктів рішення РНБО, які стосувались заборони російських сайтів, таких як група Mail.Ru, соцмережі «Вконтакте» та «Однокласники», вважаючи, що це обмежує свободу висловлення поглядів та переконань. Однак Вищий адміністративний суд відмовився визнати таке блокування неправомірним і скасувати заборону в Україні російських соціальних мереж [3, с. 227]. Захисники обмежень наголошували на важливості таких заходів у рамках загальної системи інформаційної безпеки [4; 5].

Отже, однією з ключових проблем у контексті війни є забезпечення балансу між захистом національної безпеки та збереженням свободи слова та доступу до інформації. Умови воєнного конфлікту, зокрема гібридних сценаріїв, створюють складне підґрунтя для вирішення цієї проблеми. За однією з найважливіших вимог у цих умовах є необхідність вжиття заходів для захисту від інформаційних загроз та збереження стабільності в країні. Однак при впровадженні заходів для забезпечення національної безпеки часто виникають суперечності з основними принципами свободи слова та права на інформацію.

Така конфронтація між потребами захисту та свободи слова стає складним випробуванням для суспільства під час війни. Це стає особливо актуальним у контексті обговорень щодо дій владних структур, спрямованих на обмеження доступу до певних інформаційних ресурсів. Ці дії часто викликають суперечки й обговорення між тими, хто вбачає в них необхідний захист від загроз інформаційної безпеки, та тими, хто підкреслює ризики для свободи слова.

Умови війни ставлять під загрозу баланс між свободою висловлювання та необхідністю захисту від інформаційної агресії. Це викликає постійні дискусії та суперечки щодо обґрунтованості та наслідків заходів, спрямованих на контроль доступу до інформації. Даний конфлікт інтересів між захистом інформаційної безпеки та збереженням свободи слова продовжує збирати на себе увагу суспільства та спільноти громадян.

### Список використаних джерел

1. Конституція України // Верховна Рада України. Закон від 28.06.1996 № 254к/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>
2. Білявський Д. С., Білявський Д. С. Обмеження свободи слова в умовах гібридної війни. 2022. С. 116-121.
3. Харитонов Є. О., Харитонova О. І. Право на інформацію в умовах гібридної війни. Андріанова ЖІ, С. 227-230.
4. Барчук М. «Мухи і котлети». URL <http://viche.net.ua/index.php/blohy-2/item/post-5>
5. Заборона російських соцмереж: не треба було просувати «русский мир». URL: <https://blogs.online.ua/cibulko/post/736/zaborona-rosiyskihsotsmerezhh-ne-treba-bulo-prosuvati-russkiy-mir/>

*Олена Мельникова-Курганова,*  
*к. н. із соц. ком.,*  
*доцент кафедри журналістики НАУ,*  
[mel05@ukr.net](mailto:mel05@ukr.net)

### СЕНСИТИВНІ ІНТЕРВ'Ю ПІД ЧАС ВІЙНИ: ЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

З початком повномасштабного вторгнення РФ в Україну у 2022 році журналісти і респонденти частіше беруть участь саме в інтерв'ю на чутливі теми

через отримання травматичного досвіду. Інтерв'ю – це бесіда, що вимагає від журналіста «включеності», отримання суспільно важливої інформації, вміння підтримувати контакт із співбесідником. Героями сучасних інтерв'ю можуть виступати постраждалі, ті, хто вижив після обстрілів, або ті, хто втратив близьких, ВПО, військові та ін. Тому тема сенситивного інтерв'ю є актуальною для роботи сучасного журналіста.

П. Дворянин звертає увагу на композиційні особливості сенситивного інтерв'ю: «Не виключено, що зав'язка-кульмінація-розв'язка не будуть означені, як зазвичай у журналістських матеріалах та літературних текстах. Не завжди вдаватиметься енергійно завершити сенситивне інтерв'ю, як цього вимагає стилістика інформаційного чи викривального інтерв'ю» [1, с. 103].

Нами було опитано 12 мешканців Маріуполя анонімно, які пережили блокаду міста у 2022 р. і надавали інтерв'ю українським та закордонним журналістам. Респонденти звернули увагу на непрофесіоналізм та порушення журналістської етики, зокрема: повідомлення в соціальних мережах про проведення інтерв'ю після 11 ночі; журналісти не підготовлені технічно, коли диктофон не спрацьовує, і респонденту доводиться повторювати відповіді на питання по два-три рази, що ретравматизує його чи її; відсутність емпатії.

Формулювання питань є важливою задачею журналіста, який працює саме в жанрі сенситивного інтерв'ю. Респонденти виділили наступні травматичні питання від українських журналістів: «Ви в одному інтерв'ю казали, що бачили мертву дитину. Опишіть, як саме була пошкоджена дитина, що ви в цей момент відчували?», «Чому ви не рахували загиблих під час трагедії (авіабомбардування драмтеатру в Маріуполі – авт.)?», «Чому у вас не виникло бажання фільмувати під час обстрілу?», «Після пережитого, які ви маєте успіхи сьогодні?», або від закордонних журналістів респонденти виділили таке питання: «Як ви змивали унітаз в умовах повної блокади міста, зокрема відсутності води та електрики?».

Про постановку питань від закордонних журналістів зауважує медіаекспертка Т. Трощинська: «...світ і журналістика зламалися, коли гострими запитаннями почали вважатися запитання в стилі «іншої точки зору» на життя.



На право країни і її народу існувати. Коли журналіст(к)и почали вважати за можливе озвучувати абсолютно диявольські маніпуляції, не ставлячи їх під сумнів» [3]. Також вона радить у розмові з респондентом не судити, не виправляти, обирати ті подробиці, які людина готова проговорити, а також «важливо думати про те, чи ми (журналісти – авт.) випадково не звинуватили чи присоромили людину» [4]. І також слід пам'ятати головне правило журналіста «Не нашкодь!».

Щоб не травмувати, ревіктимізувати, провокувати інтерв'юйованого, важливо знати правила проведення інтерв'ю на чутливі теми. Після представлення себе як журналіста конкретного медіа, необхідно отримати згоду на проведення бесіди. Повага, емпатія, інтерес до співбесідника є важливими особливостями проведення інтерв'ю. Як і під час класичного інтерв'ю, необхідно встановити перший контакт, висловити зацікавленість. Потрібно надати респонденту можливість обговорити теми для дискусії або питання. Безумовно, треба уникати засуджувальних або звинувачувальних запитань. З одного боку необхідно підготувати до інтерв'ю відкриті, конструктивні запитання, а також повідомити інтерв'юйованого про можливість відмовитися від відповіді або в будь-який момент зупинити бесіду, якщо відчує дискомфорт. Довіра і взаєморозуміння є запорукою вдалого інтерв'ю.

Усі інтерв'ю потребують попереднього обговорення того, як гість бажає ідентифікувати себе в контексті інтерв'ю, сенситивні інтерв'ю вимагають особливої обережності, зокрема можуть проводитися анонімно, або можна використовувати підмінне ім'я, змінювати голос, заблюрити зовнішність. Також необхідно обговорити з респондентом, чи потрібно вжити інших заходів, щоб приховати його особу, зокрема не вказувати професійну, географічну та іншу ідентифікаційну інформацію).

Під час бесіди слід підтримувати контакт з респондентом, наприклад, стверджувати «я вас зрозумів», ствердно кивати головою або підтримувати виразом обличчя. Наприкінці інтерв'ю важливо подякувати за те, що герой публікації поділилися своїм досвідом з журналістом. Побудова взаєморозуміння

та обмін історіями може зайняти певний час. Наприклад, бесіду можна продовжити наступного дня або через деяких період часу. Тому необхідно підтримувати зв'язок зі згодою обох сторін.

Отже, разом із тим, крім ретравматизуючих питань журналіста та інших порушень професійної етики, журналіст є часто першим і єдиним, хто слухає і співчуває інтерв'юйованим [2], і може потребувати психологічної підтримки.

### **Список використаних джерел**

1. Дворянин П. Сенситивне інтерв'ю: переживання колективної травми війни. *Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика*, 2023. Вип. 52-53. С. 99-108.
2. Завадецька А. Правила інтерв'ю на чутливі теми. Поради Маргарити Тулуп. URL: <https://detector.media/production/article/212182/2023-06-07-pravyla-intervyu-na-chutlyvi-temy-porady-margaryty-tulup/> (дата звернення: 13.02.2024).
3. Трощинська Т. Інтерв'ю Гедлі Гембл із Дмитром Кулебою: звинувачення жертви. URL: <https://detector.media/blogs/article/199606/2022-05-27-intervyu-gedli-gembl-iz-dmytrom-kuleboyu-zvynuvachennya-zhertvy> (дата звернення: 13.02.2024).
4. Трощинська Т. Як журналістам коректно говорити зі звільненими бранцями. URL: <https://detector.media/blogs/article/170697/2019-09-12-yak-zhurnalistam-korektno-govoryty-zi-zvilnenymy-brantsyamy> (дата звернення: 13.02.2024)

**Моторна Ірина,**

*здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти,*

*спеціальність 061 Журналістика*

*Національний авіаційний університет*

*6149841@stud.nau.edu.ua*

**Науковий керівник -**

*к.і.н., доц. Віталіна Горова*

## **ДО ПРОБЛЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ СВОБОДИ СЛОВА В МЕДІА В УМОВАХ ВІЙНИ**

На сьогодні у контексті російського військового вторгнення на територію України актуальним є дослідження проблеми доступу громадян до джерел інформації, появи обмежень та правил висвітлення інформації у медіа, а також ролі інтернету і соціальних мереж у забезпеченні доступу до надійної інформації та наявних ризиків появи маніпуляцій і дезінформації. Важливим є захист свободи слова як необхідної складової демократії, а також пошук шляхів подолання викликів, пов'язаних із забезпеченням доступу до об'єктивної інформації в умовах військових конфліктів.

Потрібно розпочати з того, що у Європейському Союзі надають важливого значення проблемі регулювання цифрових ресурсів (інтернет-платформ) та зміцненню його потенціалу у боротьбі з дезінформацією та кіберзагрозами. Так, 9 березня 2022 року на пленарному засіданні Європейського парламенту ініційовано створення окремої інституції (європейського центру), яка займатиметься посиленням заходів щодо боротьби з дезінформацією на онлайн-платформах [4, с. 94].

У відповідь на початок російсько-української війни простежується реакція європейських країн щодо регулювання та контролю інформаційного медіапростору. Потрібно відзначити, що Європейський союз застосував санкційний пакет щодо діяльності російських медіа, визначивши їхню роботу як потенційно дестабілізуючу та дезінформаційну. Прикладом регулювання

висвітлення теми війни у ЗМІ є кроки, які здійснили такі країни як Естонія, Латвія, Литва та Молдова. Вони внесли зміни до чинного законодавства та посилили контроль за мовленням і соціальними мережами. Специфічні заходи кожної країни, такі як заборона та блокування трансляції російського контенту з метою протидії дезінформації, відзначаються різними підходами та юридичними обґрунтуваннями (зокрема, загроза національної безпеки, занепокоєння щодо розпалювання ненависті тощо) [4, с. 94].

Таким чином у світлі глобальних викликів та воєнного конфлікту кожна країна формує свій унікальний підхід до регулювання медіа та інформаційного простору, враховуючи свої внутрішні реалії та важливість забезпечення об'єктивної інформації в умовах глобальної нестабільності.

Опираючись на висновки дослідників щодо проведення інформаційної війни Росії проти України, починаючи з 2014 року, важливо зазначити, що «спираючись на потужну багаторічну інформаційно-психологічну обробку своїх громадян і громадян України, активну кампанію в соціальних мережах, часткове скуповування українських ЗМІ (зокрема загальнонаціональних), використання стратегічного контенту (книги, телесеріали, фільми, псевдонаукові та наукові дослідження тощо), Росії на перших етапах агресії вдалося істотно дезорієнтувати населення України... зменшити підтримку громадянами дій керівництва держави в умовах неоголошеної війни» [4, с. 93].

Проблема специфіки роботи засобів масової інформації під час воєнного стану на сьогодні не є достатньо розкритою і потребує подальших досліджень. Починаючи з 2014 року деякі вчені та організації робили перші кроки у бік аналізу діяльності журналістів у нових умовах та розробляли так звані «дорожні карти», якими повинні керуватися представники ЗМІ, висвітлюючи події воєнних конфліктів. Зокрема, дослідження вказували на важливість використання адекватної термінології та уникання «мови ворожнечі та ненависті», оскільки це може призвести до загострення конфлікту та стати загрозою національній безпеці.

Іноземні медіааналітики також звертають увагу на роль ЗМІ у державі під час воєнних подій і обговорюють можливість їхнього впливу як на припинення конфліктів, так і, навпаки, їхню ескалацію. Частими є випадки відсутності чітких правил та моральних норми використання інформації у воєнний період [4, с. 95; 5].

Окремо варто звернути увагу на гуманітарну місію ЗМІ, завданням якої є надання необхідного зворотного зв'язку для гуманітарних організацій, взаємодію з постачальниками допомоги та інформування громадськості про процеси надання гуманітарної допомоги. Інтернет-ЗМІ та соціальні мережі також відіграють важливу роль у сприянні обміну інформацією та створенні гуманітарних історій, які показують реальне обличчя війни [2].

Американський науковець А. Лавлейс порівнює досвід ЗМІ під час Другої світової війни та сучасності, вказуючи на необхідності дотримуватися відкритості з боку військових до преси, забезпечення доступу до інформації від рядових солдатів. З іншого боку Інтернет-ЗМІ та соціальні мережі, які регулювати та піддавати цензурі найважче, надають можливість глибшій взаємодії з громадськістю та показу людського аспекту війни [4, с. 95].

Зарубіжні дослідження вказують на те, що ЗМІ мають виступати як об'єднуючий фактор у суспільстві під час війни. Згідно з демократичною теорією, “навіть у воєнний час ЗМІ повинні надавати можливість громадянам політично оцінити війну та її наслідки” [4, с. 96]. Експерти стверджують, що журналісти повинні діяти як нейтральні посередники. Крім того, на думку Крістіана Ейлдерса, діяльність ЗМІ повинна дотримуватися принципів, що існували у мирний період, не накладаючи додаткових обмежень на журналістів під час воєнного стану. Він вважає, що основним завданням ЗМІ у військовий час є представлення всіх точок зору, що може стати складнішим завданням саме через наявність аспекту занадто емоційного висвітлення подій у військовий період [4, с. 96].

Таким чином, в умовах війни, свобода слова та доступ до інформації виявляються важливими складовими для формування об'єктивного та повного

зображення подій. На основі аналізу вищевикладених досліджень, варто підсумувати і наголосити на тому, що журналістика в умовах війни має бути не лише інформаційною, а й конфліктно-чутливою, оскільки вона має впливати на формування розуміння причини, розвитку та закінчення війни. Свобода слова повинна виражатися в здатності журналістів висвітлювати не лише окремі факти, але й враховувати їх у ширшому контексті. ЗМІ повинні виступати як об'єднуючий чинник у суспільстві, сприяючи репрезентації різноманітних точок зору. Західні дослідження підкреслюють, що роль ЗМІ у демократичних суспільствах полягає у тому, щоб надавати можливість громадянам критично оцінювати війну та її наслідки.

### **Список використаних джерел**

1. Гібридна війна в сучасному світі. Що про неї повинен знати журналіст і редактор? URL: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/25597/Kulias%2012-27.pdf?sequence=1>.
2. Журналістика в умовах конфлікту: передовий досвід та рекомендації: Посібник рекомендацій для працівників ЗМІ. «Компанія ВАІТЕ». Київ, 2016. 118 с.
3. Журналістика на території України в умовах гібридної війни: межі та можливості державного регулювання URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2016-12/8122016-258af.pdf>
4. Кострубіцька А.В. Свобода слова та окремі аспекти державного регулювання діяльності засобів масової інформації під час війни. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія:: Публічне управління та адміністрування. 2022. Том. 33 (72). №3. С. 93-97.
5. Штурхетський С. Особливості сучасних воєн: що потрібно знати журналістам. Global world : науковий альманах. 2016. Vol. 2(II). URL: <https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/50066/ssoar-2016-shturkhetskyu-.pdf?sequence=1>.

**Панченко Софія,**  
*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,  
спеціальність 061 Журналістика,  
Національний авіаційний університет,  
6907548@stud.nau.edu.ua*

**Науковий керівник –**  
*канд. іст. наук  
Олександра Кулинич*

## **ОСОБЛИВОСТІ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ**

Комунікації в сучасному інформаційному просторі відіграють ключову роль у формуванні та розвитку суспільства. Швидкість та доступність інформації завдяки цифровим технологіям перетворили комунікаційні процеси на надзвичайно важливий аспект нашого життя. Однією з важливих характеристик сучасних комунікацій є їх масовість та всепроникненість. Соціальні мережі, месенджери та інші платформи надають можливість людям з різних куточків світу швидко та ефективно обмінюватися інформацією. Це створює нові можливості для спілкування, але також вимагає уваги до якості та достовірності інформації, яку ми споживаємо.

Життя людини зазнало значних змін завдяки новим можливостям, Термін "комунікація" стосується послуг, що надаються цифровими технологіями, цифровою інфраструктурою, мобільними технологіями, хмарними технологіями, інтеграцією інформаційних технологій і систем зв'язку, цифровою автоматизацією та робототехнікою. Також, термін "комунікація" походить від латинського слова "communication" і означає "робити спільним, з'єднувати, спосіб спілкування, форма зв'язку". Комунікація - це процес обміну інформацією між людьми за допомогою різних знаків, символів і засобів спілкування.

Комунікація є предметом дослідження різних дисциплін, таких як філософія, соціологія, психологія, політологія, культурологія, лінгвістика, економіка та маркетинг. Теорія комунікації - це комплексна наука, яка інтегрує знання про комунікаційні процеси з різних дисциплін. Основою теорії комунікацій є ряд законів, які обумовлені особливістю інформаційних зв'язків в природі і суспільстві. Ці закони формулюються наступним чином: будь-яка комунікація є взаємодією, що характеризується обміном всякого роду інформацією, отже, має бути не менше двох сторін - учасників комунікаційної взаємодії. Будь-яка комунікація, як інформаційна взаємодія, заснована на принципі зворотного зв'язку, виступає необхідною умовою здійснення комунікативного акту («закон зворотного зв'язку»)[3, с. 35].

Суть розуміння інформаційного повідомлення полягає в декодуванні тексту. У випадку невербальної комунікації роль тексту можуть відігравати "знаки", наприклад, знаки нейронної стимуляції, які демонструє людина і які допомагають краще зрозуміти повідомлення, що передається. Це можливо лише в тому випадку, якщо текст має лінгвістичні ознаки.

У ХХ столітті, разом із численними досягненнями, змінився і основний тип комунікації: книга відступила перед екраном, що в багатьох відношеннях повернув людину до часів, коли інформація передавалася візуально (іншими словами, за допомогою зображень, а не тексту). Маршалл Маклюен вважав, що телебачення, відновлюючи втрачену гармонію між раціональним і тілесним, між візуальним і вербальним, між понятійним і метафоричним, повертає людині цілісність і повноту сприйняття та переживання світу[2, с.180]. Через роки передбачення вже не є реалістичним. Телебачення, а ще більше інтернет, переносить людей у найвіддаленіші куточки світу і дає їм ілюзію, що вони беруть участь у подіях, які відбуваються на іншому кінці світу. Глядач може сидіти у своєму кріслі і спостерігати за війною в Лівії, але вона існує для нього лише як заставка, яку можна змінити одним натисканням кнопки.

Сучасний простір не обмежує комунікацію своїми межами. Джерела інформації стають все більш екстериторіальними, а сама інформація



перетворюється на електронний формат і передається майже миттєво. Цікавою є думка Ж.Бодріяр, він охарактеризував у «Фатальних стратегіях» сучасний стан людини: «напружене очікування і повільність є нашими сучасними формами трагічного, відколи прискорення зробилося нашою банальною умовою» [1, с.18]. «Сьогодні за допомогою електронних засобів зв'язку інформація почне циркулювати скрізь із самою швидкістю світла», зникає абсолют, що був мірою для всього іншого. «Та за прискоренням щось починає цілковито сповільнюватися. Можливо, ми починаємо цілковито сповільнюватися» [1, с.17]. Ми шукаємо щось прудкіше, ніж комунікація... «Комунікація надто повільна, вона є ефектом повільності, вона відбувається через контакт і слово. Погляд поширюється швидше, це найголовніший, найпрудкіший з-поміж медіумів. Усе мусить розіграватися миттю. Не треба ніякої комунікації» [1, с.7].

Відомий вислів «хто володіє інформацією – той володіє світом» не є сучасною дійсністю, час змінив цей принцип. Обсяг інформації стрімко зростає щодня, що створює великий потік дезінформації, коли інформація швидко втрачає свою актуальність та відтінення правдивості. Користувачі занурені у туман нескінченної кількості інформації, у якому важко розгледіти знання.

Сучасне інформаційне середовище містить велику кількість різних способів передачі даних та пост-комунікаційних каналів, через які вони поширюються. Українські інформаційні комунікативні технології постійно еволюціонують та намагаються відповідати сучасному часу, щоб передати максимальну кількість повідомлень від певного комуніканта до аудиторії.

Отже, інформаційний простір є сукупністю комунікаційних технологій, що забезпечують взаємодію між виробником, передавачем і споживачем інформації. Глобальне поширення соціальних мереж створює новий тип комунікації – соціально-мережевий. Проте нові інформаційні комунікативні технології породжують нові форми соціального контролю, які дозволяють маніпулювати поведінкою людини. Сучасна комунікація як взаємодія суб'єктів, має два основних підходи в наукових оцінках. З одного боку, її розглядають як процес спілкування, який ґрунтується на обміні інформацією, цей підхід є домінуючим у

дослідженнях різних галузей. З іншого боку, комунікація розглядається як спосіб вирішення проблемних питань, метод регулювання взаємин, а не лише як звичайний обмін інформацією.

Масова комунікація має як позитивних, так і негативних аспекти. Позитивні можливості включають швидке поширення інформації на велику аудиторію, полегшення спілкування та обміну ідеями, сприяння глобалізації та розумінню різних культур. В той же час, масова комунікація може викликати негативні наслідки, такі як поширення недостовірної інформації, вплив на громадську думку та поведінку, збільшення кількості реклами та вплив на психологічний стан споживачів. Таким чином, важливо враховувати і збалансовувати обидва аспекти масової комунікації для досягнення позитивних результатів та уникнення негативних наслідків.

#### **Список використаних джерел**

1. Бодріяр Ж. Фатальні стратегії / Переклад з франц. Л.Кошовича. – Львів: Кальварія, 2011. – 192 с.
2. Маклюен Г.М. Галактика Гутенберг. Становлення людини друкує/Г.М. Маклюен. - М.: Академічний Проект: Фонд "Світ", 2005. - 495 с.
3. Максимов С. І. Класичні і неklasичні моделі осмислення правової реальності / С. І. Максимов іі Право України. - 2014. - No 1. -С. 61-68.

**Підгорецька Дарина**

*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,*

*спеціальність 061 Журналістика,*

*Національний авіаційний університет,*

*7405207@stud.nau.edu.ua*

**Науковий керівник –**

*к.і.н. доц. Ольга Широкова-Мурараш*

## **ВПЛИВ МІЖНАРОДНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ НА ФОРМУВАННЯ ЕТИЧНИХ ПРИНЦИПІВ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

У роботі охарактеризовано вплив міжнародно-правового регулювання на формування етичних принципів у рекламній діяльності з метою визначення ключових аспектів взаємодії між правовими нормами та етичними стандартами, а також як можна поліпшити правила для реклами, щоб вона була не лише ефективною, а й етичною.

Вплив міжнародно-правового регулювання на формування етичних принципів рекламної діяльності представляє собою важливу та актуальну проблему в сучасному світі. Реклама, як складова частина суспільного буття впливає на споживачів, формуючи їх уявлення на певний продукт. Реклама може впливати як позитивно, так і негативно, тому важливо враховувати моральні принципи контролю реклами, які базуються на міжнародно-правових стандартах.

Одним з ключових аспектів впливу міжнародно-правового регулювання на етичні принципи рекламної діяльності є розвиток нормативів та угод, що встановлюють припустимі рамки та стандарти у рекламі. Наприклад, Міжнародна палата торгівлі (ICC) розробила Кодекс реклами, який містить основні принципи чесності, правдивості та відповідальності в рекламній діяльності. Цей кодекс встановлює обов'язкові стандарти для реклами, спрямованої на захист споживачів від недостовірної інформації та навіть можливих шкідливих впливів.

Також не менш важливою складовою є участь країн у затвердженні та впровадженні міжнародних угод і конвенцій, спрямованих на регулювання рекламної діяльності. Коли країни приймають та впроваджують власне законодавство відповідно до міжнародних стандартів, це сприяє уніфікації підходів до етичної реклами та захисту прав споживачів.

Однак, варто враховувати, що ефективність міжнародно-правового впливу на формування етичних принципів реклами залежить від здатності країн виконувати ці норми та вживати необхідних заходів для контролю й регулювання рекламної діяльності. Без належного впровадження та контролю виконання стандартів іноді може виникати ситуація, коли норми стають формальними та неефективними.

Міжнародно-правове регулювання має значний вплив на формування етичних принципів рекламної діяльності, встановлюючи основні стандарти та норми, спрямовані на захист споживачів та визначення етичних меж у рекламі. Проте, для максимальної ефективності необхідно не лише приймати такі норми, але й забезпечувати їх виконання та контроль на рівні країн, щоб забезпечити етичність та відповідальність у сфері реклами.

Головним напрямком руху світового комунікаційного законодавства є гарантування свободи слова та масової інформації, що стає визначальним чинником демократичного суспільства. Власне, свобода слова є засобом з'ясування істини, публічні обговорення різних суспільно важливих питань виступають як досить ефективний спосіб розвитку фундаментальних інформаційних ресурсів, визначає їхню корисність для функціонування демократії. Свобода вираження поглядів спирається на ідею про те, що вільна передача почуттів, думок та ідей є важливою ознакою розвитку особистості в суспільстві. Бажання переконувати, вражати, стверджувати чи надихати завжди було яскравою ознакою, що характеризувала та визначала кожну ситуацію в суспільстві. Так само й здатність людини сприймати заперечення, спонукання, заохочення може бути вкрай важливою для формування особистих переконань, що лежать в основі здатності до самовизначення. Втім, незаперечним є те, що

певні висловлювання та ідеї можуть зашкодити суспільним інтересам, і держава має запобігати цьому [1, с.50].

В сучасному світі реклама є невід'ємною частиною комерційної діяльності, що визначається стрімким розвитком технологій та глобалізацією економіки. Міжнародно-правове регулювання в галузі реклами є невід'ємною частиною створення справедливого, етичного та ефективного рекламного середовища. Забезпечення взаємодії між міжнародними організаціями, національними урядами та бізнесом дозволить збалансувати інтереси всіх сторін та сприяти стабільному розвитку рекламної індустрії в умовах глобалізації.

Перше, на що варто звернутися увагу, - це застосування загальноприйнятих міжнародних норм і стандартів у сфері реклами. Однією з основоположних організацій, яка визначає принципи рекламної діяльності, є Міжнародна палата торгівлі (ІСС). Кодекси практики реклами, розроблені ІСС, містять рекомендації щодо правдивості, чесності та соціальної відповідальності у рекламних кампаніях. Це дозволяє встановлювати межі для бізнесу та забезпечувати права споживачів.

Другим ключовим аспектом є участь національних урядів у створенні і вдосконаленні законодавства, спрямованого на регулювання реклами. Велика кількість країн вживає заходів для захисту споживачів від недостовірної та образливої інформації. Важливим є визначення поняття "неправдива реклама", щоб забезпечити однозначність та виконання правил у рекламній сфері.

Третім аспектом є регулювання реклами в Інтернеті, де швидкість поширення і доступ до інформації вимагають особливої уваги. Електронна комерція, соціальні мережі та пошукові системи стають майданчиками для реклами, і виникає необхідність встановлення чітких правил щодо рекламної діяльності в цих сегментах. Міжнародні організації та уряди повинні співпрацювати для розробки ефективних стратегій контролю та нагляду.

Глобальний характер рекламної діяльності потребує уваги до культурних та етичних відмінностей між країнами. Міжнародне співробітництво в цьому

плані полягає у врахуванні різноманітності та уникненні образливих або неприйнятних для певної культури елементів рекламних кампаній.

Не менш важливим аспектом є еволюція міжнародного правового регулювання рекламної діяльності є неперервним процесом, який вимагає постійного оновлення та адаптації до нових викликів, що створюють технологічний прогрес та глобалізація. Лише через спільні зусилля країн, міжнародних організацій та бізнесу можна досягти більш ефективного регулювання реклами й забезпечити дотримання етичних норм у цій сфері. Еволюція міжнародного правового регулювання рекламної діяльності відображає надзвичайно складний шлях, утворений під впливом технологічного розвитку та глобалізації. Перед появою Інтернету та цифрових медіа, реклама була переважною на традиційних носіях - принті, радіо та телебаченні. Однак із зростанням технологій змінилося і саме сприйняття реклами. Технологічний прогрес відкрив безмежні можливості для рекламодавців. Вони мають доступ до величезної аудиторії через соціальні мережі, мобільні додатки та інтернет-платформи. Однак це також постало нові етичні питання стосовно приватності, маніпуляції та правдивості рекламного матеріалу. Розробка правових норм із цього питання стала викликом для багатьох країн.

Вдосконалення правил реклами має включати баланс між її ефективністю та етичністю. Розвиток нових технологій та застосування передових підходів до оцінки результатів рекламних кампаній є ключовими компонентами цього процесу. Лише шляхом об'єднання зусиль галузі та врегулювання сфери реклами можна забезпечити, що реклама стане не лише ефективним інструментом маркетингу, але й моральною силою, спрямованою на добробут суспільства.

Рекламне звернення повинно обов'язково відповідати товару, створювати відповідні асоціації. Тому існує величезна кількість гарно зроблених рекламних звернень, але вони, на жаль, зовсім не відповідають суті товару. Як наслідок, переглянувши таку рекламу можна скоріше запам'ятати її саму, а не товар, який в ній рекламується [2, с.72].

З погляду етики, важливо враховувати вплив реклами на суспільство та окремих індивідів. Високий ступінь обіцянок та маніпуляцій в рекламних повідомленнях може виводити споживачів у заблуду та порушувати їхню довіру. Таким чином, зміцнення нормативного контролю над правдивістю та об'єктивністю рекламних тверджень може бути ключовим кроком у створенні етичного середовища. Важливо розглядати питання дотримання принципів соціальної відповідальності компаній. Рекламні кампанії повинні сприяти підвищенню рівня свідомості про екологічні, соціальні та економічні проблеми. Компанії мають нести відповідальність за зменшення свого впливу на довкілля та вдосконалення умов праці.

#### **Список використаних джерел**

1. Гуйван Оксана Петрівна. Сфери міжнародно-правового регулювання інформаційних відносин // *Матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції*, 2018. С. 50.
2. Штельма Наталія. Основні помилки та правила створення ефективної реклами // *Галицький економічний вісник*. 2009. №2. С. 68-72.

**Пірошков Євгеній Ігорович**

*студент 4 курсу кафедри журналістики*

*філологічного факультету*

*Чернівецького національного*

*університету імені Юрія Федьковича*

*pirozhkov.yevhenii@chnu.edu.ua*

**Науковий керівник –**

*к.н. із соц.ком. Юлія Мельничук*

**ПРАВА ДІТЕЙ-СИРИТ ПІД ЧАС ВІЙНИ В КОНТЕКСТІ МЕДІЙ  
(РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ (НА ПРИКЛАДІ РЕСУРСУ «МОЛОДИЙ  
БУКОВИНЕЦЬ»)) (ЧЕРНІВЦІ))**

Ще до широкомасштабного вторгнення росії в Україну щорічно кількість дітей-сиріт зростала на десять тисяч з різних причин. Проте в цьому році проблема загострилась ще більше. Передусім тому, що остаточну цифру дітей, позбавлених батьківського піклування, визначити дуже складно. Їхня кількість зростає фактично щоденно.

«Боюсь, що ми не знаємо реальної статистики. До війни сиротами ставали від 10 до 12 тисяч дітей на рік. Лише 5% - біологічне сирітство, коли батьки померли. А зараз війна, відповідно – посилюється бідність, маргіналізація, хвороби. Статистика не може бути меншою», - зазначала директорка неурядової організації «СОС Дитячі містечка України» Дар'я Касьянова в інтерв'ю «Deutsche Welle» в жовтні 2022 року [1].

Станом на 1 березня 2023 року статусу дитини-сироти та дитини, позбавленої батьківського піклування, набуло 4 304 дитини. До повномасштабного вторгнення ця цифра складала близько 17 тис. дітей [2].

Наразі ці дані викликають низку запитань: де зараз перебувають усі ці діти, в наскільки безпечних місцях, і чи може йти мова про дотримання їхніх прав у такій ситуації? Звісно, що медіа в даному випадку мали би бути одним із регуляторів цього, моніторити показники та бити на сполох, якщо є потреба.



Ще гостріше питання стоятиме після закінчення війни, коли ми остаточно з'ясуємо, наскільки багато дітей залишились без батьківської опіки. Тому правове поле цієї проблеми потребує пильної уваги як з боку правозахисників, так і з боку медійників. До того ж воно має бути чітко налагоджене та змінене відповідно до потреб. Важливу роль відіграє позиція, забезпечення та фінансова підтримка державою дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування.

Не менш важливою правовою проблемою в цій сфері також є адаптація дитини в суспільстві, виховання в належних умовах, прийомній сім'ї, дитячих будинках сімейного типу і т. д. Сім'я є найкращим та найпершим інструментом для соціалізації та виховання дитини. Попри значну кількість інституцій, що можуть чинити вплив на становлення особистості (дошкільний заклад, школа, медіа, Інтернет, друзі, однолітки, референтні групи, позашкільні організації), головна роль все-таки належить сім'ї. Тому відсутність такого соціального середовища досить сильно впливатиме на розвиток дитини. Правильно розкрити цю тему дуже важко, що ми й спостерігаємо, коли бачимо, яку мізерну кількість матеріалів можна знайти у всеукраїнських ЗМІ щодо дотримання прав дітей-сиріт під час війни.

Зважаючи на всю викладену вище інформацію, зрозуміло, що складно в існуючих умовах відстежити стан дотримання прав дітей у закладах, адже зазвичай за таких обставин зосереджують основну увагу на забезпеченні базових потреб дітей: як створити належні та безпечні умови проживання, гарантувати відповідне харчування та догляд дитини. У той же час уповільнилися, а подекуди й призупинились дії органів опіки та піклування щодо захисту прав таких дітей, передусім мова йде про можливість бути влаштованим у сім'ю. То ж закономірно виникає питання: а як бути із іншими фундаментальними правами дітей-сиріт у таких умовах? Адже відповідно до Конвенції ООН про права дитини (1989), котру Україна ратифікувала ще 1991 року, мали би бути забезпечені право дитини на ім'я та громадянство, право на сімейне виховання, на освіту, на охорону здоров'я і т. д.

Саме тому в нашому дослідженні мова йтиме про ті аспекти, до яких звертаються частіше в медіа, й, навпаки, про які практично не говорять.

Топ-темою в даній категорії стало *питання евакуації закладів* безпосередньо із зони ведення бойових дій та місць, котрі є небезпечними через регулярні обстріли. За даними Нацсоцслужби у період воєнного часу здійснено організовану евакуацію закладів, зокрема 93 установи перевезені в межах України, 196 – за межі України, з них станом на 01 березня 2023 року з евакуації повернулися:

- 26 закладів з числа переміщених (евакуйованих) в межах України;
- 20 закладів з числа переміщених (евакуйованих) за кордон [3].

Це питання наразі регулює й Постанова Кабінету Міністрів України № 546 від 1 червня 2023 р. «Про тимчасове переміщення (евакуацію) дітей та осіб, які проживають або зараховані до закладів різних типів, форм власності та підпорядкування на цілодобове перебування, та їх повернення» [4]. За даними аналітичного звіту «Діти і війна в Україні» [5] найбільше закладів евакуйовано до Польщі (20) та Німеччини (15); по 3 заклади прийняли Швейцарія, Австрія, Румунія, Туреччина; по одному – Хорватія, Італія, Чехія, Нідерланди.

Саме ці питання активно висвітлювались журналістами чернівецького онлайн-медіа «Молодий буковинець», що пояснюється передусім тим, що до Чернівецької області була переміщена низка відповідних закладів. Зокрема ми фіксуємо 3 таких публікації [6] [7] [8], проте, на жаль, лише в матеріалі «Тут дітки вперше побачили гори»: на Буковину переїхав дитячий будинок з Харкова» [8] зачіпається питання захисту прав дітей, адже згадано й про можливість навчатись, відпочивати, отримувати медичну допомогу. У решті випадків просто констатуються факти переміщення інтернатних установ без подальшого відстеження долі їх вихованців.

Та саме згадана вище публікація уже цього року отримала своє резонансне продовження в матеріалі «На Буковині перевірили інтернат, де побили дитину: що виявили» [9]: з'явилась інформація, що працівники закладу б'ють дітей, через що була ініційована перевірка омбудсменом Дмитром Лубінцем. Результат –

вихователька отримала всього лише догану, а контекст залишився за лаштунками, а тому чи не буде аналогічних порушень прав дітей надалі – питання залишається відкритим.

Право дитини на сімейне виховання також зачіпалось у кількох публікаціях [10] [11] [12] [13] [14], проте в даному випадку журналісти обмежувались фактажем, не заглиблюючись у суть питання. На нашу думку, варто було як мінімум підготувати інтерв'ю, до прикладу, з прийомною сім'єю, адже саме ті, хто безпосередньо «в темі» можуть найкраще вказати на певні недоліки законодавства чи можливість повноцінно забезпечити дотримання правового поля. Натомість фіксуємо лише одне інтерв'ю з очільницею чернівецької ССД Інною Нікітенко [13], котра, знову ж таки, розповідає про ситуацію очима службовця.

Загалом саме коментарі чиновників є головною складовою більшості зафіксованих нами публікацій щодо дотримання прав дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування. Тому, на нашу думку, журналістам як всеукраїнських, так і регіональних медій слід звернути увагу на такі аспекти висвітлення теми:

- *знання термінології.* Передусім, щоб писати на такі складні теми, потрібно розбиратися в термінології. В окремих випадках журналісти просто не розуміють суті основних слів та визначень, зокрема ототожнюють визначення «дитина-сирота» та «дитина, позбавлена батьківського піклування»;
- *дотримання прав дітей потребує значно пильнішої уваги.* Не варто обмежуватись інформаційними жанрами, адже аналітика щодо цієї теми в регіональних медіа взагалі відсутня.
- *варто проявляти емпатію, але не надто романтизувати питання.* Діти-сироти та діти, позбавлені батьківського піклування мають бути представлені як особистості зі своїми індивідуальними потребами, надіями та мріями, а не просто як об'єкти публікації.

- *систематичність висвітлення проблем у галузі.* Звісно, всі історії про дітей-сиріт, їхні долі життя – трагічні, цікаві, емоційні тощо. Проте варто говорити про проблеми, які існують на державному чи законодавчому рівні й шукати шлях їх вирішення.

### Список використаних джерел

1. Соколова-Стех Г. Як війна впливає на прихисток дітей-сиріт в Україні. URL: <https://bit.ly/49A400O>
2. Юхимчук І. З початку повномасштабного вторгнення в Україні збільшилась кількість дітей-сиріт. URL: <https://bit.ly/3OHNBHt>
3. Національна соціальна сервісна служба України. URL: <https://bit.ly/48iD6dn>.
4. Постанова Кабінету Міністрів України від 1 червня 2023 р. № 546 «Про тимчасове переміщення (евакуацію) дітей та осіб, які проживають або зараховані до закладів різних типів, форм власності та підпорядкування на цілодобове перебування, та їх повернення». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/546-2023-%D0%BF#Text>.
5. Діти і війна в Україні: Про забезпечення прав дитини у закладах тимчасового влаштування дітей в період війни. URL: <https://www.unicef.org/ukraine/documents/children-and-war-report-4>
6. Пірожков Є. Найменшому 6 місяців: до Чернівців евакуювали діток-сиріт з Одеси. URL: <https://bit.ly/42D03ql>
7. Піцуряк Х. У Чернівецьку область евакуювали вихованців дитячого будинку із Київщини. URL: <https://bit.ly/42KObTu>
8. Пірожков Є. «Тут дітки вперше побачили гори»: на Буковину переїхав дитячий будинок з Харкова. URL: <https://bit.ly/3Uz7EEh>
9. Осадчук Л. На Буковині перевірили інтернат, де побили дитину: що виявили. URL: <https://bit.ly/3HUmZrM>
10. Книжник А. Дитина не сама: в Україні запустили Telegram-бот допомоги дітям. URL: <https://bit.ly/3OGT1LJ>
11. Марчук К. Майже пів сотні буковинців готові прийняти у сім'ю дитину під час війни. URL: <https://bit.ly/3SY1KhE>

12. Осадчук Л. На Буковині за час війни з'явилося 5 патронатних сімей. URL: <https://bit.ly/3wa67KO>
13. Семьонова А. «У місті активно всиновлюють дітей»: як працює Служба в справах дітей у Чернівцях. URL: <https://bit.ly/3HXrjGB>
14. Осадчук Л. Прийшла нянею, а стала мамою: зворушлива історія про всиновлення з Міста добра у Чернівцях. URL: [https://molbuk.ua/chernovtsy\\_news/286740-pryishla-nianeu-a-stala-mamou-zvorushlyva-istoriia-pro-vsynovlennia-z-mista-dobra-u-chernivciakh-video.html](https://molbuk.ua/chernovtsy_news/286740-pryishla-nianeu-a-stala-mamou-zvorushlyva-istoriia-pro-vsynovlennia-z-mista-dobra-u-chernivciakh-video.html)

*Порошук Наталія,  
здобувач першого (бакалаврського) рівня,  
спеціальність Філологія,  
Чернівецький національний університет,  
ім. Юрія Федьковича  
[poroshchuk.nataliia@chnu.edu.ua](mailto:poroshchuk.nataliia@chnu.edu.ua)  
Науковий керівник –  
асист., к.н.с.к. Юлія Мельничук*

**РЕЦЕПЦІЯ ПРАВ ЖІНОК В УМОВАХ ВІЙНИ В МАТЕРІАЛАХ  
ПРАВОЗАХИСНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ  
(НА ОСНОВІ ПУБЛІКАЦІЙ “ZMINA” (2014 – 2023))**

Війна на території України триває вже десятий рік і це ставить під загрозу права жінок щодо безпеки, свободи та рівності. Ця складна ситуація в нашій державі змінила їх роль у суспільстві: з одного боку, бойові дії перевернули традиційне уявлення про жінку в ролі матері та домогосподарки на жінку, яка може бути активною учасницею війни, займатися бойовою підготовкою, воювати на рівні з чоловіками. Змінилась і роль жінки в політиці та громадському житті: з'явилася потреба у жіночому лідерстві та представництві в органах влади та громадських організаціях. Саме жінки є обличчям більшості волонтерських

об'єднань та організацій, надаючи допомогу як військовим, так і громадянам, що залишилися на тимчасово окупованій території, а також вимушеним переселенцям.

З іншого боку, війна створила додаткові проблеми та виклики, такі як: загострення гендерної дискримінації, збільшення кількості випадків насильства, утиски з боку військових-чоловіків, а також в родинях, підвищення ризику торгівлі людьми, змушення до переселення та біженства.

Наразі саме жінок варто розглядати як носійок потенціалу й для захисту країни, й для реалізації мирного майбутнього нашої держави.

Усі ці аспекти звісно мали би бути провідними темами на шпальтах українських медій. Проте в даному випадку важливо не просто констатувати факти порушень прав жінок, а й робити це правильно, не порушуючи моральних норм чи законодавства. На нашу думку, сприяти покращенню журналістської майстерності в даному випадку може орієнтація на діяльність правозахисних організацій і їхнє висвітлення теми. Саме тому ми вирішили звернутись до матеріалів Центру прав людини «Zmīna» та їх рецепції прав жінок в умовах війни.

«ZMINA» – це інформаційний ресурс [1], де більша частина публікацій присвячена правозахисній тематиці, зокрема висвітлюються й порушення прав жінок. Матеріали на сайті доволі різножанрові: це й репортаж, і стаття, аналітичний огляд та інтерв'ю. При написанні журналістських творів автори використовують різні джерела: власну інформацію, повідомлення правозахисників, повідомлення прес-служб чи офіційних структур. Аналіз статей на цьому веб-сайті є важливим джерелом інформації як для дослідження порушення прав жінок під час воєнного стану в Україні, так і для журналістів, котрі займаються даною тематикою.

Для аналізу матеріалів на сайті «ZMINA» щодо порушення прав наших громадян під час війни ми застосували наступні кроки:

1. Визначили часовий період для дослідження, обравши проміжок з 2014 по 2023 рр. Для того, щоб легше було знайти матеріали на дану тематику, використовували шлях пошуку за ключовими словами, такими як: «права жінок

під час війни», «гендерні порушення в Україні», «жінки на війні» та інші пов'язані терміни.

2. Проблемно-тематичний аналіз публікацій: теми, підходи, аргументи та докази, що використовуються в статтях, репортажах, інтерв'ю.

3. Оцінка позиції та ролі «ZMINA»: як саме ресурс подає інформацію, які позиції займають автори, на яких аспектах роблять акцент, чи залучають експертів, активістів, жінок, які безпосередньо постраждали під час воєнного конфлікту, взаємодія з громадськістю та іншими зацікавленими сторонами.

Загалом на сайті «ZMINA» за аналізований період за критеріями пошуку ми зафіксували 327 матеріалів на тему порушення прав жінок під час війни. Вони опубліковані переважно в рубриках «Сексизм», «Історія», «Воєнні злочини росії в Україні». Це свідчить про велику кількість інформації в даній сфері, яка є актуальною для авторів та читачів цього ресурсу. Така велика кількість статей може вказувати на серйозність проблеми порушень прав жінок під час війни в Україні, а також на важливість відслідковування цієї теми журналістами та громадськістю. Спостерігаємо тенденцію до збільшення кількості матеріалів даної тематичної категорії, адже в 2014 році, до прикладу, на сайті виходило 2-3 таких публікації на тиждень, станом на 2023 рік їх кількість збільшилася вдвічі.

Аналізовані матеріали ми розподілили на такі проблемно-тематичні категорії:

1. Дискримінація на роботі. У ході дослідження було зафіксовано 54 публікації: 28 заміток, 13 інтерв'ю, 5 кореспонденцій, 8 авторських колонок. Мова йшла переважно про недостатню представленість жінок на високих посадах чи тих, які вважаються суто «чоловічими», стереотипи щодо кар'єрного росту жінок, нерівні можливості для жінок в політиці та владі, дискримінацію щодо жінок у прийнятті рішень. Наприклад, у матеріалі «Арахамія вважає призначення жінки міністеркою оборони кроком, до якого Україна ще не готова», засуджується позиція Давида Арахамії, який вважає, що призначати на посаду міністра оборони можна тільки чоловіка, адже суспільство не сприйме жінку. Автор у даній новині привертає увагу читачів до гендерної нерівності в Україні.

Матеріал написаний із дотриманням усіх журналістських стандартів, із залученням експертки Ірини Виртосу та засновниці руху українських жінок-військових «Невидимий батальйон» Марії Берлінської, яка зазначила, що головним критерієм для призначення на посаду міністра оборони мають бути професіоналізм та керівні навички [2].

Зачіпаються на сайті «Zmina» й порушення прав жінок, які виникають на робочому місці. «Вагітна справа», або Доведіть, що ви – наша працівниця» - це матеріал, який розповідає про 26-річну жінку, котру звільнили з роботи через вагітність. Це є порушенням статті 60, Цивільного процесуального кодексу. Журналіст повністю висвітлив усі аспекти провадження суду, дотримуючись стандартів журналістики. Дана тема є важливою, щоб жінки не боялися боротися за свої права [3].

2. Сексизм. У матеріалах правозахисної організації сексизм можна вважати основним інформаційним приводом, адже ми виявили 75 таких матеріалів: 47 заміток, 28 інтерв'ю. У матеріалі «Народні депутатки просять видання «Коментарі» прибрати їхні прізвища з рейтингу «найсексуальніших» [4] не було дотримано журналістського стандарту щодо повноти представлення фактів, балансу думок та точок зору. Журналісти висвітлюють думки депутаток та аналізують дане порушення, але вважаємо, що варто було звернутися до видання «Коментарі», для того щоб вони також прокоментували дану ситуацію.

3. Жінки-військові. Упродовж тривалого часу, починаючи з 2015 року, журналісти «Zmina» звертають нашу увагу та розкривають тему порушення прав жінок на військовій службі. Нами було виявлено 59 публікацій: 35 заміток, 17 репортажів, 7 кореспонденцій. Зокрема це матеріали: «У Львові військову відмовились взяти на офіцерську програму, бо вона жінка» [5], «Чоловіки блокують доступ жінок до бойових посад в армії – дослідження» [6], «Я в розвідці, та офіційно мені запропонували посаду кухарки» – Берлінська» [7], «Жінки-військові не можуть служити офіційно, тому не отримують соцзахисту» [8]. У вищезгаданих матеріалах розповідається про стереотипи щодо ролі жінок у військовій сфері та обмеження їх можливостей проходження військової кар'єри.



Вони часто стикаються із різними перешкодами, особливо упередження через стать. У деяких випадках військова культура може бути визначена стереотипами стосовно ролі жінок, такими як переконання про те, що жінки не можуть бути фізично сильними або емоційно стійкими для виконання військових обов'язків. Це може призводити до дискримінації та обмеження можливостей жінок на різних військових посадах. Наразі ситуація у військовій сфері покращилася, адже у зв'язку з повномасштабним вторгненням збільшилася кількість захисниць у лавах ЗСУ, тому важливо, щоб журналісти порушували дану проблему.

4. Домашнє насильство. У ході аналізу ми зафіксували 67 матеріалів: 36 заміток, 20 інтерв'ю, 11 кореспонденцій. У матеріалі «Війна, яка не відпускає. Про домашнє насильство в сім'ях АТО» [9] журналісти аналізують законодавство, заходи щодо захисту та підтримки жертв насильства, а також кидають виклик у боротьбі з цим явищем. Кореспонденти активно підіймають дану проблему, підтвердженням чому є велика кількість журналістських матеріалів на тему домашнього насильства.

5. Сексуальне насильство. На сайті «ZMINA» виокремлено 48 таких матеріалів: 26 заміток, 22 інтерв'ю. Журналісти звертають увагу суспільства на таку проблему як сексуальне насильство на окупованих територіях. Адже військові навмисно використовують зґвалтування як зброю, вважаючи жінку трофеєм. У публікації «На Херсонщині задокументували понад 60 випадків зґвалтувань, які вчинили окупанти» [10] журналісти зазначають, що російські військові використовують сексуальне насильство як політичну та воєнну тактику. Тому важливо привертати увагу світу до даної проблеми, щоб усіх винних було засуджено.

б. Торгівля людьми. Ця проблема в матеріалах висвітлюється найрідше, зокрема ми виявили 24 замітки. У публікаціях «Генсекретарка ОБСЄ: Війна в Україні спричинила зростання кількості випадків торгівлі людьми» [11] та «Українські суди ефективно не карають винних у торгівлі людьми – правозахисниця» [12] журналісти розповідають про торгівлю жінками, яка через війну лише зростає. Через те, що медіа відіграють значну роль у протидії торгівлі жінками, важливо підіймати дане питання в своїх матеріалах. Адже в період війни важко відстежити зникнення людей. Місія журналістів полягає у тому, щоб привернути увагу суспільства та владних органів до цієї проблеми.



Рис.1 Джерело:

За результатами проведеного дослідження можемо зробити висновок, що нами не було зафіксовано матеріалів щодо доступу жінок до медичної допомоги. Адже наразі є брак в медичному забезпеченні людей, особливо на окупованих територіях. Медіа також необхідно розголошувати ці проблеми, звертаючи увагу на можливість рівного доступу до допомоги та захисту для жінок під час війни.

Проаналізувавши ресурс «ZMINA», з приємністю констатуємо, що автори матеріалів даного ресурсу в більшості випадків дотримуються стандартів журналістики, лише в окремих матеріалах зустрічаються порушення. Такий підхід до висвітлення теми позитивно впливатиме й на медійників, котрі звертатимуться до публікацій сайту й використовуватимуть їх як джерело інформації.

## Список використаних джерел

1. Центр прав людини Zmina. URL: <https://zmina.ua/>
2. «Арахамія вважає призначення жінки міністеркою оборони кроком, до якого Україна ще не готова» URL: <https://zmina.info/news/arahamiya-vvazhaye-pryznachennya-zhinky-ministerkoyu-oborony-evolyucijnym-krokom-do-yakogo-ukrayina-shhe-ne-gotova/>.
3. Виртосу І. ««Вагітна справа», або Доведіть, що ви – наша працівниця» URL: [https://zmina.info/articles/vagitna\\_sprava\\_abo\\_dovedit\\_shho\\_vi\\_nasha\\_pracivnicja/](https://zmina.info/articles/vagitna_sprava_abo_dovedit_shho_vi_nasha_pracivnicja/)
4. «Народні депутатки просять видання «Коментарі» прибрати їхні прізвища з рейтингу «найсексуальніших»» URL: <https://zmina.info/news/narodni-deputatky-zvernulysya-do-vydannya-komentari-z-prohannjam-prybraty-yihni-prizvyshha-z-rejtyngu-najseksualnishyh/>
5. «У Львові військову відмовились взяти на офіцерську програму, бо вона жінка» URL: [https://zmina.info/news/u\\_lvovi\\_vijskovu\\_vidmovilis\\_vzjati\\_na\\_oficersku\\_programu\\_bo\\_vona\\_zhinka/](https://zmina.info/news/u_lvovi_vijskovu_vidmovilis_vzjati_na_oficersku_programu_bo_vona_zhinka/)
6. «Чоловіки блокують доступ жінок до бойових посад в армії – дослідження» URL: [https://zmina.info/news/bagato\\_cholovikiv\\_blokujuut\\_dostup\\_zhinok\\_do\\_cholovic\\_hih\\_posad\\_u\\_armiji\\_istorikinija\\_marta\\_gavrishko-2/](https://zmina.info/news/bagato_cholovikiv_blokujuut_dostup_zhinok_do_cholovic_hih_posad_u_armiji_istorikinija_marta_gavrishko-2/)
7. ««Я в розвідці, та офіційно мені запропонували посаду кухарки» – Берлінська» URL: [https://zmina.info/news/ja\\_pracuju\\_v\\_rozvidci\\_ale\\_na\\_oficijnomu\\_rivni\\_meni\\_z\\_aproponovali\\_posadu\\_kuharki\\_berlinska/](https://zmina.info/news/ja_pracuju_v_rozvidci_ale_na_oficijnomu_rivni_meni_z_aproponovali_posadu_kuharki_berlinska/)
8. «Жінки-військові не можуть служити офіційно, тому не отримують соцзахисту» URL: [https://zmina.info/news/zhinkivijskovi\\_ne\\_mozhut\\_sluzhiti\\_oficijno\\_tomu\\_ne\\_otrimujut\\_soczahistu-2/](https://zmina.info/news/zhinkivijskovi_ne_mozhut_sluzhiti_oficijno_tomu_ne_otrimujut_soczahistu-2/)

9. Виртосу І. «Війна, яка не відпускає. Про домашнє насильство в сім'ях АТО»  
URL:  
[https://zmina.info/articles/vijna\\_jaka\\_ne\\_vidpuskaje\\_pro\\_domashne\\_nasilstvo\\_v\\_simjah\\_ato/](https://zmina.info/articles/vijna_jaka_ne_vidpuskaje_pro_domashne_nasilstvo_v_simjah_ato/)
- 10.«На Херсонщині задокументували понад 60 випадків зґвалтувань, які вчинили окупанти» URL: <https://zmina.info/news/na-hersonshhyni-zadokumentuvaly-ponad-60-vypadkiv-zgvaltovan-yaki-vchynily-okupanty/>
- 11.«Генсекретарка ОБСЄ: Війна в Україні спричинила зростання кількості випадків торгівлі людьми» URL: <https://zmina.info/news/gensekretarka-obsye-vijna-v-ukrayini-sprychynyla-rist-kilkosti-vypadkiv-torgivli-lyudmy/>
- 12.«Українські суди ефективно не карають винних у торгівлі людьми – правозахисниця» URL:  
[https://zmina.info/news/ukrajinski\\_sudi\\_jefektivno\\_ne\\_karajut\\_vinnih\\_u\\_torgivli\\_ljudmi\\_pravozahisnicija/](https://zmina.info/news/ukrajinski_sudi_jefektivno_ne_karajut_vinnih_u_torgivli_ljudmi_pravozahisnicija/)

**Решету́ха Тетяна**

*кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,  
Тернопільський національний педагогічний університет*

*імені Володимира Гнатюка*

*reshtetyana@gmail.com*

**Кушнір Оксана**

*кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,  
Тернопільський національний педагогічний університет*

*імені Володимира Гнатюка*

*oksanakush8@gmail.com*

## **ДОТРИМАННЯ ПРАВ ЛЮДИНИ ПІД ЧАС ВІЗУАЛЬНОЇ МЕДІАТИЗАЦІЇ ПОДІЙ ВІЙНИ**

Візуалізація відіграє важливу роль при рецепції аудиторією медіаповідомлень, оскільки на фізіологічному рівні домінує зорове осягнення інформації. Дослідження засвідчують, що візуальна інформація сприймається у 60000 разів швидше порівняно з текстовою, адже 90 % інформації людина отримує через зір: близько половини нейронів головного мозку людини залучені до обробки зображення, а 70 % сенсорних рецепторів містяться в очах [1, с. 87].

Г. Почепцов вважає, що емоції, зафіксовані у візуальних образах, реципієнти засвоюють ефективніше. Відтак візуальний медіаконтент формує емоційно-психологічний стан аудиторії, що зумовлює небезпеку її травматизації шокуючим, жорстоким змістом фото-, відео контенту, в якому зафіксовані події війни [4].

З початком повномасштабного вторгнення Росії в Україну вітчизняний медіапростір був перенасичений шокуючими візуальним контентом, який травмував психіку реципієнтів. Така інформація з одного боку робила аудиторію більш чутливою до психо-емоційного стресу (викликала занепокоєння, депресію, посттравматичний стресовий розлад), могла спричиняти більший стрес, аніж у безпосередніх свідків події (опосередкована травматизація), а з іншого –

провокувала звикання до шокуючих зображень, блокуючи емоційну реакцію [1, с. 94].

Контент-аналіз тогочасного медіасередовища засвідчив збільшення частки повідомлень із фіксацією воєнних злочинів проти людяності, що супроводжуються фото- та відеоматеріалами, змістом яких стали смерть і страждання. Подібні журналістські публікації потребують особливо ретельного дотримання професійних журналістських стандартів з урахуванням морально-психологічних ризиків щодо героїв публікацій та аудиторії.

У цьому контексті важливою видається проблема висвітлення подробиць життя жертв війни, адже згідно зі Статтею 298 Цивільного кодексу України, кожен зобов'язаний шанобливо ставитися до тіла людини, яка померла [5]. Відтак, фото- та відеозображення загиблих є персональною інформацією з обмеженим доступом, що може бути оприлюднена лише за згодою близьких родичів. Медійна практика в умовах війни актуалізує етичну та правову дилему між необхідністю поширювати суспільно важливу інформацію, фото- і відеоконтент, що має суспільний резонанс і є доказом воєнних злочинів проти людяності, та правом людини на приватність.

Її вирішенню сприяють кодекси професійної етики журналістів світу, у тому числі і «Кодекс етики українського журналіста», які регламентують принципи створення травматично чутливого медіаконтенту. Російсько-українська війна актуалізувала потребу у їхньому дотриманні при поданні шокуючої інформації. З-поміж них окреслимо ті, що стосуються фото-, відеоматеріалів. Тож до засадничих положень медіатизації травматизуючих фактів засобами візуалізації належать:

- повага до загиблих та їхніх родин має бути в основі будь-якого матеріалу;
- уникати трансляції смерті в прямому ефірі задля сенсаційності матеріалу;
- не демонструвати понівечені тіла;

- не показувати у кадрі останні хвилини життя пораненої людини;
- у випадках, якщо не можна уникнути показу шокуючого контенту, в телеефірі перед його показом має бути попередження;
- у друкованих та онлайн-ЗМІ травматичний контент не подавати на першій шпальті чи головній сторінці сайту [2; 3].

Зазначенні норми варто доповнити рекомендаціями німецького медіадослідника Саймона Бальцера щодо етичного поводження з візуальним контентом:

- використовувати візуальне висвітлення ситуації лише при неможливості відтворити події у текстовій формі;
- зважати на доцільність републікації вже оприлюднених фото- і відеоматеріалів, що може ретравмувати учасників подій чи їх родичів;
- не оприлюднювати персональну інформацію, якщо особа ідентифікована;
- надавати перевагу зображенням загального плану при демонстрації наслідків воєнних злочинів [6].

Аналіз візуального медіаконтенту другого року війни продемонстрував зменшення кількості травматичних фото- та відеоматеріалів в українському інформаційному просторі. Журналісти стали ретельніше добирати зображальну складову повідомлень, щоб не завдавати надмірної травматизації аудиторії та не порушувати права на повагу загиблих та їх родин. Водночас суспільний інтерес повинен бути фундаментальною засадою відео-, фотофіксацій воєнних злочинів проти людяності, що в комплексі забезпечує морально-етичний та правовий баланс візуальної медіатизації травматичного контенту.

### **Список використаних джерел**

1. Глушко А. Порушення прав людини засобами візуалізації в медіа. Права людини та мас-медіа в Україні: Збірник конспектів лекцій / За ред. Виртосу І., Шендеровського К. К.: Ін-т журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2018. С. 87–98.

2. Дуцик Д. Рекомендації для журналістів щодо висвітлення теми гуманітарного розмінування. К. : Координатор проектів ОБСЄ в Україні, 2021. 20 с.
3. Кодекс етики українського журналіста. URL: <https://cje.org.ua/ethics-codex/>
4. Почепцов Г. Токсичний інфопростір. Як зберегти ясність мислення і свободу дії. Х.: Vivat, 2021. 384 с.
5. Цивільний кодекс України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>
6. Balzert S. P. Leichen auf Seite Eins? Gewaltfotos und Bildethik: deutsche und spanische Qualitätszeitungen im Vergleich. Saarbrücken: AV Akademikerverlag, 2013.

**Сіроштан Олена,**

*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,*

*спеціальність 061 Журналістика,*

*Національний авіаційний університет,*

*6858546@stud.nau.edu.ua*

**Науковий керівник –**

*к. пед. н. Олена Васьківська*

## **СВОБОДА СЛОВА В ОНЛАЙН-ВИДАННЯХ ПІД ЧАС ВІЙНИ В УКРАЇНІ**

Реалії війни створюють практично неможливі умови для безпечного функціонування та існування онлайн-медіасередовища. А разом з цим вони порушують проблему свободи слова та інформаційної незалежності, що так важливі для роботи ЗМІ. Виникають випадки жорсткої цензури та обмеженості, що іноді обурюють ЗМІ, хоча ці випадки досить одиничні.

В умовах війни цензура може бути обґрунтована потребою захистити національну безпеку та забезпечити стабільність суспільства, хоча і несе за собою негативні наслідки для демократії та свободи слова і вираження думки.



Як зазначає перша секретарка Національної спілки журналістів України, членкиня Комісії з журналістської етики Ліна Куш «переважна більшість українських журналістів і журналісток до 24 лютого 2022 року не мала досвіду висвітлення подій війни. Серед викликів, які постали перед редакціями з перших днів широкомасштабного російського вторгнення, – використання належних підходів у роботі з новими темами. У деяких випадках правила журналістської роботи вибудовувалися на ходу – наприклад, щодо інформації, яку можна/не можна розголошувати в медіа, як швидко подавати фото- та відеоматеріали з місць обстрілів. В інших ситуаціях достатньо було «освіжити» вже усталені редакційні практики – наприклад, про використання й перевірку контенту з соціальних мереж чи про уникнення дискримінації» [5, с. 79].

Під час воєнних конфліктів та війн, інформаційний простір перетворюється на справжню арену проведення певної боротьби між засобами масової інформації, що провокує ще більші ризики та небезпеку через поширення маніпуляцій та фейків через канали іншої країни.

Дослідниця Кострубіцька А. В. зауважила, що «ЗМІ під час воєнного стану повинні мати регулювання з питань використання спільної термінології та з питань висвітлення воєнних операцій, зокрема назв та розташувань об'єктів, відео та фотоконтенту. Водночас державне регулювання не повинно стосуватися обмеження доступу громадян до джерел інформації, а також плюралізму думок» [3, с. 96].

Сьогодні свобода слова онлайн-видань постає ледь не ключовим елементом для підтримки освіченості громадян країни, яка перебуває у війні, адже доступ до правдивої та критичної інформації є важливим аспектом виживання під час воєнних дій.

Саме онлайн-видання здатні швидко та оперативно розповсюджувати новини та матеріали, які допомагають зрозуміти ситуацію, на що зараз неспроможні традиційні друковані види ЗМІ. Популярність таких видань стрімко зростає. Проте, це також провокує підвищення рівня небезпеки та додаткових обмежень для онлайн-видань під час війни.

Відповідно до Закону України «Про медіа» від 13 грудня 2022 року «онлайн-видання мають зареєструвати свою діяльність задля подальшого функціонування в медіасередовищі. Також цей закон розширює повноваження Національної ради з питань телебачення і радіомовлення, яка тепер стежить за тим, щоб були дотримані умови поширення інформації та має право регулювати абсолютно усі типи медіа. Такі повноваження критики вважають певною формою загрози для засобів медіа, адже тепер Нацрада має право скасувати реєстрацію ЗМІ та навіть обірвати їх діяльність» [2].

Стосовно свободи слова та цензури у матеріалах онлайн-видань, ситуація додатково ускладнюється затвердженням змін до правил акредитації журналістів та обмеження для журналістів в умовах воєнного стану. Зокрема, у Наказі №73 Головнокомандувача Збройних Сил України «прописана заборона на поширення будь-яких даних військових, які виконують спеціальні та службові завдання. Це може бути ім'я, прізвище, вік, позивний тощо. Розповсюдження інформації про бойову чи спецтехніку (її кількість, стан, втрати тощо) також тепер заборонена. Окрім цього, фото- та відеоматеріали з роботою ППО та всередині бойової техніки входять у список обмежень» [4].

Водночас, хочемо зазначити, що за даними соціологічного дослідження «Виклики для свободи слова та журналістів в умовах війни» більшість «кореспондентів не вважають воєнну цензуру чимось небезпечним та критичним. Вона напряду пов'язана з безпекою інтересів держави та її громадян, тому її існування майже неможливо уникнути» [1, с. 20].

Незважаючи на обмеження свободи слова в умовах війни, онлайн-видання продовжують грати велику роль щодо підтримки громадянського суспільства. Вони забезпечують громадянам доступ до об'єктивної інформації, розкривають правду про події у зоні бойових дій та допомагають формувати критичне мислення та об'єктивне уявлення про ситуацію. Важливо також пам'ятати, що їх діяльність не має шкодити ЗСУ, звідки і вийшли усі зазначені вище обмеження, які перешкоджають цьому.

Медійні платформи мають велику відповідальність перед громадськістю щодо забезпечення доступу інформації та її прозорості, а також грають велику роль у висвітленні реалій війни.

### **Список використаних джерел**

1. Бондаренко П., Печончик Т., Сухарина А., Яворський В. Виклики для свободи слова та журналістів в умовах війни: соціологічне дослідження. Центр прав людини ZMINA. Київ, 2023. 56 с.
2. Закон України «Про медіа» від 13.12.2022 р. № 2849-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text> (дата звернення: 10.02.2024).
3. Кострубіцька А. В. Свобода слова та окремі аспекти державного регулювання діяльності засобів масової інформації під час війни. Науковий журнал «Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Публічне управління та адміністрування», 2022. Том 33 (72) № 3. С. 93-97.
4. Наказ Головнокомандувача Збройних Сил України від 03.03.2022 N 73 «Про організацію взаємодії між Збройними Силами України, іншими складовими сил оборони та представниками медіа на час дії правового режиму воєнного стану». URL: [https://www.mil.gov.ua/content/files/nakaz73\\_zi\\_zminamu\\_2024.pdf](https://www.mil.gov.ua/content/files/nakaz73_zi_zminamu_2024.pdf) (дата звернення: 10.02.2024).
5. Саморегуляція українських медіа під час дії воєнного стану в Україні. З досвіду роботи Комісії з журналістської етики: Аналітично-довідковий збірник / За заг. ред. Л. Кузьменко, Л. Куш, М. Дворового, О. Погорелова. К.: Комісія з журналістської етики, 2022. 90 с.

**Червонюк Анна,**

*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти*

*Спеціальність 061 Журналістика*

*Національний Авіаційний Університет*

[6928321@stud.nau.edu.ua](mailto:6928321@stud.nau.edu.ua)

**Науковий керівник –**

*к. іст. н. Олександра Кулинич*

## **ПРОБЛЕМИ ВПЛИВУ НА СВІДОМІСТЬ ГРОМАДКОСТІ МЕДІАДИЗАЙНУ ТА ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

Медіадизайн – це художнє оформлення інформації, носіїв інформації за допомогою новітніх електронних технологій з метою привернення уваги, покращення сприймання та запам'ятовування. Це поняття, що поєднує в собі графічне втілення всього видового розмаїття масової інформації – від листівки до книги, від банера до електронного видання [1]. Медіадизайн став ключовим інструментом у формуванні та відтворенні культурної ідентичності. Через візуальні засоби медіа ми відображаємо, підтримуємо та переосмислюємо культурні цінності, традиції та норми. Різноманітність медійних форматів дозволяє виражати різноманітні аспекти культурної ідентичності та сприяє відкритому діалогу між різними культурними групами. Систематизуючи різні сучасні тлумачення поняття «мультимедіа», зазначимо, що у науковому побуті домінує його техніко-технологічна характеристика, що стосується технічних аспектів функціонування апаратних і програмних мультимедійних засобів. Часто використовується також поняття «мультимедійні технології» – як синонімічний. У всіх термінах акцентується сутність мультимедіа – інформаційна полісередовищність, а також інтерактивність [2 с. 6,7].

*Роль медіа дизайну в соціальних мережах.* Соціальні мережі стали не тільки платформами для спілкування, але й важливими каналами візуальної комунікації та медіадизайну. Медіадизайн в соціальних мережах визначає візуальну естетику профілів, пости, рекламні матеріали, що впливають на сприйняття контенту

користувачами. Візуальна комунікація в соціальних мережах використовується для підтримки бренду, відтворення його цінностей та створення зв'язку з аудиторією. Віртуальна розширена реальність також використовується у соціальних мережах для створення реклами та інтерактивного контенту. Соціальні мережі визначають нові стандарти естетики та візуальної комунікації, впливаючи на тенденції та сприйняття візуальних матеріалів. В соціальних мережах активно розвивається інтерактивний медіадизайн, що стимулює участь глядачів у створенні або поширенні контенту. Завдяки соціальним мережам стає складніше розрізнити між правдивою та маніпулятивною візуальною інформацією, що вимагає розвитку критичного мислення користувачів. У соціальних мережах часто спостерігається поширення фальшивих, маніпулятивних або недостовірних візуальних матеріалів. Це може бути спровоковано різними чинниками, включаючи бажання залучити увагу, політичні мотиви або недбалість при перевірці фактів.

Маніпуляційна візуальна інформація може викликати негативні наслідки для глядачів, включаючи спотворення реальної інформації, поширення стереотипів, або навіть маніпулювання виборами та громадською думкою [3]. Розпізнавання маніпулятивної візуальної інформації вимагає розвитку медіа грамотності та критичного мислення у користувачів. Також важливою є роль платформ соціальних мереж у виявленні та блокуванні фальшивої інформації, а також розвиток інструментів для перевірки достовірності контенту. Користувачі також мають відповідальність за ретельну перевірку джерел та поширення достовірності інформації. Вони можуть сприяти виявленню маніпулятивних матеріалів шляхом активного обговорення та спільного пошуку фактів. Вірогідність та маніпуляції візуальною інформацією в соціальних мережах є серйозними проблемами, які вимагають уваги та спільних зусиль з боку користувачів, платформ, а також експертів у сфері медіаграмотності. Тільки шляхом поєднання зусиль можна забезпечити надійність візуальної інформації в соціальних мережах.

*Вплив соціальних мереж на естетику та зміну стандартів медіадизайну.*

Соціальні мережі сприяли розвитку нових естетичних трендів у медіадизайні. Користувачі активно діляться своїми творчими витворами, створюючи унікальні стилі та візуальні концепції. Це призвело до більшої різноманітності та індивідуальності оформлення медіаконтенту. Активна участь користувачів у виробництві та споживання контенту в соціальних мережах змінила стандарти медіадизайну. Зростає попит на автентичний, інтерактивний та спонтанний контент, що вимагає від дизайнерів нових підходів та стратегії. Візуальні тренди, які швидко розповсюджуються через соціальні мережі, стають важливими диктаторами для медіа дизайнерів. Вони впливають на вибір кольорів, Заради привернення уваги користувачів соціальних мереж дизайнери постійно шукають нові, нестандартні підходи. Це може включати використання анімації, інтерактивних елементів, а також адаптація до мобільних пристроїв. Позитивними наслідками зміни естетики та стандартів медіа дизайну є більша креативність, інновації та індивідуальність у виробництві контенту. Однак це також може призвести до перенасичення інформацією, зменшення уваги до якості та розпаду естетичних цінностей. Соціальні мережі відіграють ключову роль у формуванні естетики та стандартів медіа дизайну. Зміни у способі спілкування та споживання контенту вимагає від дизайнерів постійного адаптування Та інновацій щоб відповідати вимогам сучасного цифрового середовища шрифтів, композицій та ефектів, що використовуються в роботі [4].

Використання віртуальної та розширеної реальності в медіа дизайні. Віртуальна реальність (virtual reality, VR) дає можливість руху в цілком уявному просторі, штучному середовищі, яке існує у вигляді зображень, але не в реальному житті. Ще не так давно VR була відома переважно як сюжетний прийом або механізм у науково-фантастичних фільмах, як-от «Матриця» або «Першому гравцю приготуватися», але тепер це все більш використовувана технологія реального світу із застосуванням від ігор і розваг до медицини й воєнної індустрії. З розвитком технологій віртуальної та розширене реальності медіа дизайнери мають унікальну можливість створювати інноваційний та захоплюючий контент. Використання віртуальної та розширеної реальності

дозволяє створювати візуальний досвід, який поглиблює глядача в цілком новий світ. Інтерактивний медіадизайн у віртуальному середовищі дозволяє глядачеві взаємодіяти з контентом, створюючи унікальний досвід та відчуття участі. Медіадизайнер VR та AR відкриває можливості для створення цілих віртуальних світів, де користувачі можуть взаємодіяти з контентом та іншими учасниками. Вплив на культурну ідентичність та сприйняття [5]. Віртуальна реальність може надавати можливість зануритися у різні культурні контексти та досліджувати унікальний аспекти різних традицій та способів життя. Медіадизайн VR та AR дозволяє артистам та творцям виражати свої ідеї та концепції через нові, інноваційні способи. Забезпечення високої якості візуальних ефектів та плавності взаємодії залишається технічним викликом у розвитку медіадизайну. Важливо досліджувати психологічний вплив медіадизайну на користувачів зокрема його вплив на емоції та сприйняття. Використання віртуальної та розширеної реальності в медіадизайні відкриває нові горизонти для творчості та взаємодії. Це інноваційний напрямок не лише трансформує способи, якими ми сприймаємо медіа, але впливає на культурну ідентичність та сприйняття світу [5].

Отже, медіадизайн є потужним інструментом для кращого сприйняття інформації та формування візуальної естетики у різних медійних форматах, включаючи соціальні мережі. Він сприяє розвитку брендів і зміцненню зв'язків з аудиторією, а також надає можливість користувачам інтерактивно взаємодіяти з контентом. Однак існує потенційна небезпека медіадизайну у формі маніпуляції, спотворення інформації та поширення стереотипів. Важливо зберігати баланс між творчістю та відповідальністю, щоб сприяти розвитку культури та ідентичності, а також забезпечувати етичне використання цієї інноваційної технології.

### **Список використаних джерел**

1. Вікторія Шевченко. Медіадизайн як напрямок фахової підготовки журналістів [Електронний ресурс] режим доступу:

<https://univnewmedia.wordpress.com/%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96/>

2. Культура цифрових медіа [Електронний ресурс] : навчальний посібник / О. І. Пушкар, Є. М. Грабовський. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2022.
3. Як маніпулюють інформацією? [Електронний ресурс] режим доступу: [http://mediadrivеr.online/manipuliatsiyi\\_ta\\_propahanda/yak-manipulyuyut-informatsiyeyu/](http://mediadrivеr.online/manipuliatsiyi_ta_propahanda/yak-manipulyuyut-informatsiyeyu/) є
4. Кросмедіа: контент, технології, перспективи колективна моногр. / за заг. ред. д. н. із соц. ком. В. Е. Шевченко; Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.
5. Що таке VR? Поняття віртуальної реальності [Електронний ресурс] режим доступу: <https://www.adobe.com/ua/products/substance3d/discover/what-is-vr.html>

**Єлизавета Чернишова,**

*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,*

*спеціальність 061 Журналістика,*

*Національний авіаційний університет,*

*[6917334@stud.nau.edu.ua](mailto:6917334@stud.nau.edu.ua)*

**Науковий керівник –**

*к. н. з держ.упр*

*Марія Лашкіна*

## **КОМУНІКАЦІЯ ПРЕДСТАВНИКІВ МЕДІА З ЛЮДЬМИ, КОТРІ ПЕРЕБУВАЛИ В ЕПІЦЕНТРІ ПОДІЙ ПІД ЧАС ВІЙСЬКОВОГО НАСТУПУ**

Війна - це тяжкий час втрат і страху. Майже нікому не вдається залишитися тим, ким він був до того, як пройшов її. Психіка людини - це тендітний механізм, який дуже важко відновлюється повністю після тяжких травматичних подій. Отримати психологічні травми людина може від почутих вибухів та постійного стресу від страху, через те, що побачить багато крові або мертву людину тощо. Це



страшні речі, які залишаються в підсвідомому та впливають на кожного, до кінця життя.

Водночас, робота медіа під час війни полягає в тому, щоб розповісти про страшні наслідки війни людству, або допомогти правоохоронним органам задокументувати свідчення подій, які потребують судового розгляду в майбутньому.

У звіті Верховного комісара ООН з прав людини опублікованого 11 вересня 2023 року вказується, що з початку повномасштабної війни в Україні зафіксовано 27 149 втрат серед цивільного населення країни: 9 614 загиблих і 17 535 поранених [5]. Крім загиблих і поранених є ті, що втратили житло, вимушені були переїхати, постраждали під час окупації від насильницьких дій агресора, військові та цивільні, що пройшли полон та інші. Як говорити з цими людьми журналістам, важливе та актуальне питання для українських і світових медіа, яке дискутується в професійному середовищі журналістів та психологів.

Є спеціалісти, котрі допомагають людям з післявоєнними травмами на психологічному рівні. Якщо задачею медійника є взяти інтерв'ю або поспілкуватися з людиною, що не так давно пережила стрес через війну, то краще проконсультуватися з клінічними психологами, психіатрами, які працюють у цій сфері, зокрема, поспілкуватися зі спеціалістом, який безпосередньо проводив роботу з респондентом.

Спеціалісти радять дотримуватися певного етикету при спілкуванні з людьми, постраждалими від війни, зокрема:

Пам'ятати, що деякі предмети, звуки, літаки, сирена тощо, можуть викликати паніку у людини або змусити її нервувати, тому максимально спокійне, тепле та затишне місце буде найкращим вибором для того, щоб поспілкуватися з респондентом;

Уникати зайвих дотиків та слів при розмові, не обіймати людину без її дозволу і не намагатися взяти її за руку, не говорити до дитини, котра залишилася без родини, словами батьків, не називати їх імена або не говорити слово «батьки», замінюючи його на «дорослі» [2].

Також зайвими можуть стати намагання заспокоїти людину жаліннями, бо це тільки погіршить ситуацію. Треба вислухати і дати людині самостійно заспокоїтись, можна принести води, наголосити на її сильних сторонах, підтримати [2].

Психологиня Світлана Ройз наголошує на тому, що краще не запитувати у респондента про його плани, минуле чи почуття щодо певної події. Краще за все ставити поверхневі питання або запитати про фізичне самопочуття. Якщо дати людині висловитись, то питання щодо переживань та емоційного стану людини будуть зайвими, бо продовж промови міміка, жести та голос опонента повідомлять вас про енергетику подій тяжкого часу [2].

Важливо контролювати власні судження, думки та емоції по відношенню до розповіді людини, що пережила війну у самому її пеклі і не питати про те, чим керувалася людина під час прийняття певних рішень. Не рекомендовано людину заспокоювати висловами про швидке загоєння ран і про краще майбутнє, бо ніхто не знає, як розгортатимуться події [2].

Психолог Андрій Фоменко зазначає, що не можна ігнорувати та робити вигляд, що нічого не відбулося і не відбувається. Треба дізнатися, чи є закритими питання у людини щодо базових потреб, бо більшість з постраждалих лишили свої домівки або залишилися без дому, що є великою втратою [1].

Війна для всіх одна, але її наслідки для кожного різні і ні в якому разі не можна у своїх словах знецінювати пережите людиною або порівнювати її горе з історіями інших людей.

У порадах Комісії з журналістської етики щодо етичної поведінки журналістів, які беруть інтерв'ю у постраждалих, є посилання на поради клінічного психолога Кевіна Бекера (Kevin Becker), який вказує, що треба: «пам'ятати журналістам, що після трагічної події люди потребують трьох речей: безпеки, передбачуваності та контролю. Відтак журналісти мають створити таким героям безпечний простір для розмови та гарантувати, що їхні слова будуть передані точно. Також потрібно дати таким людям можливість самим обирати,

якими фактами ділитися, що на практиці означає відсутність тиску заради отримання інформації під час інтерв'ю» [4].

Реакція на однакові чи схожі події у різних людей може бути зовсім не схожа, тому треба бути морально готовим до того, що людина почне гніватися, злитися, плакати, жартувати, сміятися з чогось або переходити від однієї історії до іншої. Доречі, щодо «різких змін тем» під час розмови з людиною, що постраждала під час війни, треба зазначити: не інтерв'юер веде розмову з респондентами, а респондент має повне право вимовитися і говорити про те, що може розповісти без шкоди для себе. Будьте готові вислухати не тільки відповіді на свої питання і не перебивайте, щоб не викликати дискомфорт та відчуття незацікавленості у розповіді.

Прикладом тактовної розмови журналіста з постраждалою, від наслідків військової окупації, жінкою може бути інтерв'ю на YouTube каналі «DW Українською». Представники медіа спілкуються з жінкою, яку згвалтував окупант віком, як її син. В інтерв'ю можна побачити, що журналіст дотримується усіх правил спілкування і команда створила всі умови для респондентки, щоб вона, почувалась у безпеці під час зйомок і не була вимушена казати того, про що хоче мовчати [3].

Наші спостереження за різними інтерв'ю з військовими та мирними жителями, які розповідають свої історії після вторгнення окупантів на українську землю, наводять на думку, що навіть ті люди, які посміхаються під час розповіді про важкі моменти, переживають стрес; навіть ті люди, котрі готові розповісти про усі деталі подій, потребують попередньої підготовки; навіть ті люди, що просто поїхали зі свого міста, або зазнали менших втрат ніж інші, не можуть бути порівняними в очах журналістів з іншими постраждалими.

Отже, важливість правильної комунікації з людьми, котрі постраждали під час війни залишається актуальним аспектом для діяльності працівників медіа, адже журналісти кожного дня документують важкі історії людей і мають розповісти про них своїй аудиторії та зберегти ці свідчення. Тому варто дотримуватися рекомендацій медійних організацій та правил, що розробляють

самі журналісти (наприклад, настанови BBC), щодо спілкування з постраждалими та травмованими героями репортажів [4]. Найкращою підготовкою до роботи з постраждалими від війни, буде консультація з декількома спеціалістами чи військовими психологами та постійне нагадування собі про те, як спілкуватися з людьми, що переживають травматичні події.

### Список використаних джерел

1. Іванов П. Як говорити з постраждалими від війни. Поради кризового психолога з Кропивницького / Павло Іванов // СУСПІЛЬНЕ НОВИНИ. – 2022. URL: <https://suspilne.media/234524-ak-govoriti-z-postrazdalimi-vid-vijni-poradi-krizovogo-psihologa-z-kropivnickogo/> (дата звернення 15.01.2024).
2. Мельник В. Запам'ятати та користуватися все життя: правила етики спілкування з тими, хто постраждав від війни / Вікторія Мельник // ВІКНА. – 2023. URL: <https://vikna.tv/dlia-tebe/psykholohiia/yak-spilkuvatysya-z-lyudynoyu-yaka-perezhyla-bojovi-diyi-porady-psyhologyn/> (дата звернення 15.01.2024).
3. "Хотів гвалтувати цілу ніч": як жити з болем після зґвалтування окупантами | DW Ukrainian // DW Українською. – 2023. URL: <https://youtu.be/mY8uQnvvN9k?si=yDKTbpvV8kx4yjQV> (дата звернення 15.01.2024).
4. Роз'яснення КЖЕ щодо етичної поведінки журналіста в процесі проведення інтерв'ю з людьми, які пережили травму. URL: <https://bit.ly/4aUFAkG> (дата звернення 15.01.2024).
5. Ukraine: civilian casualty update 11 September 2023. URL: <https://www.ohchr.org/en/news/2023/09/ukraine-civilian-casualty-update-11-september-2023> (дата звернення 15.01.2024).

**Чорна Ірина,**  
*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,  
спеціальність 061 Журналістика,  
Національний авіаційний університет,  
cornaira546@gmail.com*

**Христокін Геннадій Володимирович**  
*д. філос. н., проф,  
професор кафедри реклами і  
зв'язків з громадськістю,  
Національний авіаційний університет*

## **ГЕНДЕРНІ РОЛІ ТА СТЕРЕОТИПИ У ПУБЛІКАЦІЯХ ПРО ВІЙНУ ТА СОЦІАЛЬНІЙ РЕКЛАМІ**

Гендерні стереотипи присутні в усіх сферах суспільного життя людини. Вони є складовою політичних програм, медіа, соціального та культурного контекстів. Частіше за все гендерні ролі базуються на усталених традиційних уявленнях та упереджених поглядах. З початком повномасштабного вторгнення актуалізувалося питання залученості жінок у роботу Збройних Сил України. Дехто мислить стереотипно і досі вважає, що чоловік має бути на війні, у той час як жінка – берегиня домашнього вогнища. У сучасному світі таке чітке розмежування зустрічається все рідше, адже жінки з кожним роком доводять, що мають повне право бути рівними з чоловіками в усіх питаннях. Дана проблема є актуальною і необхідною для розгляду, оскільки саме під час російсько-української війни це питання загострилося.

Дану проблему досліджували чимало вітчизняних науковців. Наприклад, Т. Храбан донесла свою думку про жінок у військовому середовищі, а Н. Дубчак розглядала гендерну політику в ЗСУ. Питання гендерної стереотипізації в суспільному житті не є повністю вивченим, тому будь-який внесок у розгляд цієї теми буде корисним та цікавим.

Ми маємо на меті проаналізувати ставлення до жінок на війні та визначити, чи присутні гендерні стереотипи у публікаціях про війну та соціальній рекламі.

Власне, коли ми говоримо про усталені гендерні ролі в суспільстві, то що саме мається на увазі? У чому саме можуть пригнічувати жінок гендерні стереотипи? Які гендерні стереотипи зустрічаються в публікаціях, які висвітлюють події війни?

Перш за все, на думку спадає теза про те, що воювати мають лише чоловіки. Від чоловіків очікують виконання ролей захисників, а жінок сприймають як об'єкти чоловічого захисту. Збірне поняття «слабка стать» глибоко вкорінилося в підсвідомості людей. Однак останнім часом ми можемо спостерігати тенденцію до зниження значущості цього твердження. У дослідженні І.Волосевич, О. Прочуханової та О. Стрельник «Гендерні стереотипи та ролі очима молоді: до і після повномасштабної російської агресії» чітко спостерігається посилення ролі жінки в соціумі та країні. Окрім того, що жінки йдуть до лав ЗСУ та займаються волонтерською діяльністю, їхня роль зростає й у професійному та побутовому плані. Якщо на фронт йдуть чоловіки, то на жінок лягає більше зобов'язань: вони мають піклуватися про побут та дітей, тримати на собі економічний фронт тощо [3, с. 65].

За словами Н. Дубчак, більшість аргументів стосовно того, що жінка не має брати участь у бойових діях, спираються на фізичні відмінності статей. Жінка від природи фізично слабша, а тому в кризовій ситуації не зможе діяти так, як чоловік. Однак, ця теза є помилковою: за умови однакової професійної підготовки жінки аж ніяк не поступаються чоловікам [4, с. 2].

Висвітлення ролі жінок у війні зарубіжними та вітчизняними ЗМІ заслуговує на окрему увагу. Наприкінці 2022 року ТСН. Україна опублікувало статтю, присвячену найвідомішим жінкам-героїням російсько-української війни. У ній згадується, як Юлія Паєвська («Тайра»), яка активно допомагала на фронті ще з 2014 року, у 2022 році евакуювала дітей та жінок, а згодом потрапила в полон. Також в статті розповідається про внесок парамедикині з «Азовсталі» – «Пташки». Дівчина з перших днів повномасштабного вторгнення допомагала в

госпіталі Маріуполя, однак пізніше ворог також взяв її в полон. Історія снайперки Євгенії Емеральд теж згадується автором. Жінка закінчила військову кафедру, будучи вагітною, захищала Батьківщину, що говорить про її відданість та мужність [5].

Роль жінки у війні висвітлювалася у статті BBC.News Україна. У ній розповідається про Андріану Арехту – сержантку спецпідрозділу ЗСУ. Влітку 2023 року жінка підірвалася на міні на Херсонщині, через отримані ушкодження перебувала в реабілітаційному центрі. У цьому контексті варто додати наступну тезу: війна не має статі. Поранення отримують як чоловіки, так і жінки. І чоловіки, і жінки можуть бути на передовій, евакуювати цивільних, працювати в госпіталях тощо [1].

На мою думку, публікація подібних історій все більше затверджує в українському суспільстві думку про те, що жінка рівна чоловікові і здатна мужньо воювати з ворогом. Я повністю погоджуюся з думкою Т.Храбан про те, що гендерна стереотипізація жінок сьогодні є доволі гнучкою. Жінка нарівні з чоловіком втілює у собі військові цінності, норми та правила поведінки [6, с. 10].

Дещо інша ситуація із соціальною рекламою під час війни. Після початку повномасштабного вторгнення було створено проєкт «Мрія», що спрямований на згуртування українців проти ворога. Інформаційна кампанія «Я – ветеран» створена для зміни уявлення про ветеранів у нашому суспільстві. У цей проєкт залучені як жінки, так і чоловіки, що, звичайно, є перевагою на шляху гендерної рівності [7]. Проте доволі суперечливою є інша ситуація. У публічному просторі досі присутня об'єктивізація жінок. У соцмережах все ще поширюються дописи та реклами, де зображуються жінки у військовій формі з макіяжем та розпущеним волоссям. Це абсолютно суперечить реаліям війни, адже людина в окопі не буде виглядати так гарно і чисто, як на опублікованих фотографіях. На мою думку, варто пам'ятати, що війна – це не про жіночність та красу. Військова форма має бути зручною, а не гарною, волосся – не розпущеним, а зібраним задля безпеки. Сексуалізація та об'єктивізація жінок на війні лише шкодить усій статі на шляху гендерної рівності [2].

Отже, в ході даного дослідження було проаналізовано ставлення до жінок на війні. Стереотип про роль жінки як «берегині домашнього вогнища» стає дедалі слабшим і все рідше зустрічається в українському суспільстві. Сьогодні жінки мають таку саму фізичну підготовку, як і чоловіки, тож можуть на рівні з ними виконувати всі обов'язки в ЗСУ. Значною перевагою є те, що ЗМІ висвітлюють історії жінок, які мужньо воювали на фронті та боронили нашу державу від ворога. Я вважаю, що регулярна публікація подібних статей у засобах масової інформації буде допомагати жінкам на шляху боротьби з гендерною нерівністю. Проте жінки все ще змушені боротися з об'єктивізацією з боку суспільства. Думаю, у цій ситуації все залежить лише від того, наскільки швидко українці будуть ставати більш свідомими і долати усталені гендерні стереотипи.

### Список використаних джерел

1. «Війна не має статі». Як українські жінки воюють на передовій. BBC. NewsУкраїна : веб-сайт. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-66380400>
2. «Це чистої води сексизм»: навіщо жінок об'єктивують у рекламі військової форми? *Povaha* : веб-сайт. URL: <https://povaha.org.ua/tse-chystoyi-vody-seksyzm-navishho-zhinok-ob-yektyvuyut-u-reklami-vijskovoyi-formy/>
3. Волосевич І., Прочуханова О., Стрельник О. Гендерні стереотипи та ролі очима молоді: до і після початку повномасштабної російської агресії. *Звіт за результатами дослідження*. URL: [https://www.insight-ukraine.org/wp-content/uploads/2023/02/GS\\_2.pdf](https://www.insight-ukraine.org/wp-content/uploads/2023/02/GS_2.pdf)
4. Дубчак Н. І. Жінки у Збройних Силах України: проблеми гендерної політики. *Стратегічні пріоритети*. 2008. № 4 (9). С. 187-192.
5. Жінки в ЗСУ: найвідоміші героїні війни. *ТСН. Україна* : веб-сайт. URL: <https://tsn.ua/ukrayina/zhinki-v-zsu-statistika-i-biografiya-vidomih-viyskovih-zhinok-2217496.html>



6. Храбан Т. Жінка в армії: гендерна стереотипізація у військово-професійному середовищі. *Polonistyczno-Ukrainoznawcze Studia Naukowe*. 2022, № 2 (5), С. 93-105.
7. Як змінилась соціальна реклама після початку повномасштабного вторгнення? *Press Association* : веб-сайт. URL:  
<https://pressassociation.org.ua/ua/yak-zminilas-soczialna-reklama-pislya-pochatku-povnomasshtabnogo-vtorgnennya/>

**Шрам Вероніка,**

*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,  
спеціальність 061 Журналістика,  
Національний авіаційний університет  
shramveronica.a@gmail.com*

**Науковий керівник –**

*к. іст. наук*

*Олександра Кулинич*

## **ЕТИКА ТА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ МЕДІА В КОНТЕКСТИ ПРАВ ЛЮДИНИ: ЕТИЧНІ НОРМИ ТА СТАНДАРТИ**

Засоби масової інформації є ключовими джерелами формування суспільної думки та впливу на громадську свідомість. У висвітленні тем, пов'язаних із правами людини, медіа повинні дотримуватися високих етичних норм та стандартів, щоб забезпечити об'єктивність, правдивість та повагу до прав людини. Медіа повинні надавати об'єктивну інформацію про порушення прав людини, уникаючи впливу сторонніх інтересів «Цікавим видається той факт, що навіть у правах людини може бути своя «спеціалізація». До прикладу, журналіст досліджує тему недискримінації. Як глибоко він може в неї зануритися? Припустимо, підготувати спочатку матеріал про недискримінацію людей з інвалідністю. А далі? Зануритися глибше— розкрити тему недискримінації жінок з інвалідністю, ще глибше—недискримінацію жінок-

ромок, які мають інвалідність, ще глибше — ромських дівчат-підлітків з інвалідністю... За цією деталізацією, за розумінням прав людини відкривається така тематична палітра, про яку часто і не підозрюють українські журналісти. А вітчизняна журналістика потребує таких нерозкритих/замовчуваних/табуйованих тем, персонажів, проблематики” [1].

Забезпечити справедливе висвітлення різних аспектів та рівноправ'я всіх груп населення. “Рівноправність як закріплений принцип рівності громадян перед законом, тобто юридично закріплену рівність можливостей і відсутність у законах будь-яких обмежень (чи, навпаки, привілеї) щодо тих чи інших категорій громадян, за тією чи іншою соціально значущою ознакою” [2]. Також, варто уникати неправомірного втручання в приватне життя осіб при висвітленні ситуацій, пов'язаних із правами людини. Варто не забувати про стереотипи, що може сприяти дискримінації. “Статтею 32 Конституції України передбачено, що ніхто не може зазнавати втручання в його особисте і сімейне життя, крім випадків, передбачених Конституцією України. Не допускається збирання, зберігання, використання та поширення конфіденційної інформації про особу без її згоди, крім випадків, визначених законом, і лише в інтересах національної безпеки, економічного добробуту та прав людини” [3].

Етика в медіа грає важливу роль у забезпеченні високого стандарту журналістської діяльності. Однак існують випадки, коли деякі журналісти та піарники можуть вчиняти вадливо у сенсі етики в галузі прав людини. Деякі представники медіа та піар-індустрії можуть намагатися залучити увагу глядачів чи клієнтів шляхом перебільшення чи приховування фактів, що може призвести до виникнення негативних наслідків для осіб, пов'язаних з інформацією. У прагненні досягти певних цілей або зацікавленості аудиторії, деякі журналісти чи піарники можуть використовувати маніпуляції, включаючи викривлення фактів, щоб сформувати певний образ або погляд на події. “Приховування інформації проблеми не вирішує, а лише консервує ситуацію до непередбачуваних наслідків. Більше того, замовчування негативних явищ є небезпечним, адже не дозволяє вчасно діагностувати суспільну хворобу і,

шляхом громадянських дискусій (іноді – тривалих і непростих), оздоровити суспільство” [4]. Отже, одна з найголовніших причин якщо медіа або піар-агентство підконтрольні або залежні від певних суб'єктів, це може призвести до втрати незалежності та відданості власникам чи іншим інтересам.

“Журналістська етика – набір правил і норм поведінки, яких мають дотримуватися всі, хто збирає, опрацьовує та поширює масову інформацію. Кодекс ухвалений 24 квітня 2004 року на з'їзді журналістів-підписантів документу, а в останній редакції зі змінами – 4 жовтня 2013 року на з'їзді підписантів Кодексу. Документ затверджено 12 грудня 2013 року на пленумі Національної спілки журналістів України” [5]. Ці норми вимагають від журналістів розгляду різних точок зору та уникнення однобічного підходу до представлення інформації. Вони визначають стандарти джерела відомостей, допомагаючи у відсіювати можливий вплив сторонніх сил на інформаційного контенту. Згідно з різноманітними аналітичними матеріалами та дослідженнями в області медіа, сторонні інтереси можуть впливати на об'єктивність медіа-матеріалів (Freedom House, Reporters Without Borders, Pew Research Center та інші аналогічні джерела).

Сторонні інтереси можуть негативно впливати на об'єктивність медіа-матеріалів. Це може включати в себе політичний тиск, вплив корпоративних структур або інші форми зовнішнього втручання. Медіа повинні бути свідомими цих ризиків та активно протидіяти зазначеним формам впливу для збереження своєї незалежності та об'єктивності.

Ключові аспекти етичних норм та стандартів, які повинні керувати діяльністю медіа в контексті прав людини. Зміцнення етики включає усунення використання стереотипів та мови, що може сприяти дискримінації. Медіа мають активно сприяти формуванню позитивного ставлення до всіх соціальних груп та запобігати створенню негативних упереджень людини.

Отже, було розглянуто етичні норми та стандарти, що регулюють діяльність медіа в контексті прав людини. На підставі проведеного аналізу стає

очевидним, що етика та відповідальність медіа є невід'ємною складовою їхньої суспільної ролі та великою відповідальністю перед громадськістю.

Перш за все, об'єктивність та непристрасність є основними принципами, які визначають якість інформаційного висвітлення. Забезпечення справедливого висвітлення різних аспектів та рівноправ'я всіх груп населення є важливим етичним аспектом.

Повага до приватності та запобігання стереотипам та дискримінації є ключовими завданнями для медіа, щоб забезпечити той самий рівень поваги та захисту для всіх.

Відповідальність за розповсюдження інформації та уникання дезінформації мають надійно підтримуватися медіа, щоб забезпечити високий стандарт інформаційної безпеки.

Загалом, етика та відповідальність медіа стають необхідною умовою для збереження довіри громадськості та забезпечення розвитку суспільства на основі загальних цінностей, демократії та захисту прав людини. Лише дотримання високих стандартів етики дозволить медіа виконувати свою ключову роль у формуванні об'єктивного світогляду та підтримці суспільства.

### **Список використаних джерел**

1. Гендерні медійні практики веб-сайт. URL:  
<https://pressassociation.org.ua/ua/moralni-normi-zhurnalista-profesijna-etika/>
2. Механізм забезпечення принципу гендерної нерівності веб-сайт.  
URL:  
[http://er.dduvs.in.ua/jspui/bitstream/123456789/3750/1/ГрицайІ.О.\\_монографія.pdf](http://er.dduvs.in.ua/jspui/bitstream/123456789/3750/1/ГрицайІ.О._монографія.pdf)
3. Права людини та масмедіа в Україні: веб-сайт. URL:  
[https://zmina.ua/wp-content/uploads/sites/2/2022/04/humanrightsandmassmedia\\_block-v5.pdf](https://zmina.ua/wp-content/uploads/sites/2/2022/04/humanrightsandmassmedia_block-v5.pdf)

**Юхименко Діана,**  
*здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,*  
*спеціальність 061 Журналістика,*  
*Національний авіаційний університет,*  
*diana.uhimenko943@gmail.com*

**Науковий керівник –**  
*ст. викладач Марина Глухенька*

## **РОЛЬ МЕДІА У ДОТРИМАННІ ПРАВ ЛЮДИНИ**

Сучасний світ невід'ємно пов'язаний із великою кількістю інформації, яка шириться за допомогою різноманітних медійних та комунікаційних засобів. Ця діалектика інформаційного суспільства приводить до того, що роль медіа та комунікації визначально впливає на дотримання прав людини, тому в цій роботі буде досліджено як медіа та комунікація взаємодіють у формуванні, забезпеченні та захисті прав людини.

Медіа виконують важливу роль у формуванні світового сприйняття прав людини. Вони є каталізаторами громадської думки, впливаючи на формування ставлення суспільства до питань прав та свобод. За допомогою інформаційних матеріалів, медіа можуть розкривати факти порушення прав людини, стимулювати обговорення суспільства та сприяти розвитку правозахисної культури. [3, с.240-241]

Однією з ключових функцій медіа є відкриття простору для публікації інформації про порушення прав людини. Журналісти можуть викривати факти неправомірного поведження, корупції, або будь-якого іншого порушення прав і свобод. Це виступає як стимул до подальшого врегулювання та запобігання порушенням. [1, с.292]

Однак, важливо враховувати, що медіа також можуть використовувати свій вплив для маніпулювання громадською думкою. Несправедливий або однобічний підхід до подачі інформації може спричинити неправильне розуміння ситуацій і призвести до несправедливого ставлення до окремих соціальних груп.

Комунікація виступає ключовим елементом у забезпеченні дотримання прав людини через сприяння взаєморозуміння та розвитку діалогу між різними соціальними групами. Інформаційний обмін може стимулювати конструктивну дискусію, розвивати толерантність та розуміння різниці. Забезпечуючи можливість висловлювати різноманітні точки зору, комунікація сприяє побудові справедливого суспільства.

Комунікація є ключовим елементом в розвитку демократичного суспільства та дотриманні прав людини. Відкритий та конструктивний діалог сприяє створенню умов для вирішення конфліктів та підтримки різноманітності. В контексті прав людини, комунікація є мостом між громадянами та владою, що допомагає вирішувати проблеми та забезпечувати захист прав. [4, с.147-148]

Ефективна комунікація передбачає відкритість, чесність та готовність слухати іншу сторону. Здатність громадян висловлювати свої погляди та приймати владою конструктивні рішення є фундаментальними для стабільності суспільства та дотримання прав людини. [2, с. 27-28]

Однак, на практиці, неефективна комунікація може стати причиною конфліктів та порушень прав людини. Наприклад, недостатнє інформування громадськості або відсутність відкритого діалогу може призвести до міжнаціональних або соціальних конфліктів, порушуючи права людей на життя в мирі та безпеці.

Одним з ключових прав людини, яке тісно пов'язане з медіа та комунікаціями, можна вважати право на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань, що прописано в статті 34 Конституції України. Вона охоплює право на отримання та поширення інформації, її вільне збирання та зберігання. [6] Це також включає художнє вираження, політичну та комерційну мову, академічну свободу та право на свободу слова для журналістів і журналісток. [5]

Медіа та комунікація грають ключову роль у формуванні світового усвідомлення прав людини. Їхній вплив може бути як позитивним, сприяючи освітленню та вирішенню проблем, так і негативним, порушуючи принципи

об'єктивності та вільної інформації. Розвиток медіаграмотності та підтримка відкритого діалогу визначають, наскільки ефективно медіа та комунікація можуть сприяти дотриманню прав людини.

Медіа та комунікація взаємодіють для формування громадської свідомості, розвитку правозахисної культури та забезпечення дотримання прав людини. Однак, у цьому процесі необхідно враховувати відповідальність медіа за якість інформації та стимулювати відкритий діалог для розв'язання конфліктів та розвитку суспільства. [2]

Завдяки впливовим медіа та ефективній комунікації можливо забезпечити дотримання прав людини. Здатність медіа висвітлювати порушення прав та формувати свідоме ставлення суспільства до цих питань допомагає у розвитку правозахисного руху. Одночасно, важлива роль комунікації в забезпеченні діалогу і взаєморозуміння визначає, наскільки ефективно права людини можуть бути втілені в реальному житті.

#### **Список використаних джерел**

1. Богуш Л. А. Роль засобів масової інформації у висвітленні збройних конфліктів у світі: теоретичний підхід. Прикладні соціально-комунікаційні технології. 2021. Т. 32, № 3. С. 292.
2. Виртосу І. Шендеровський К. Права людини та медіадіяльність. Київ : За ред. Шендер. К. – К.: Ін-т журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2018.
3. Макеєва О.М. Роль засобів масової інформації у формуванні правового світогляду та правової культури суспільства. Теоретичні засади розвитку правового світогляду: сучасні виклики. 2014. № 5. С.240-241
4. Макеєва О. М. Роль правової комунікації у забезпеченні прав людини. Правова доктрина: теоретичні засади. 2020. № 11. С. 147–148.
5. <https://www.coe.int/uk/web/compass/media>
6. <https://www.president.gov.ua/ua/documents/constitution/konstituciya-ukrayini-rozdil-ii>

**Ярмоленко Валерія,**  
*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,*  
*спеціальність 061 Журналістика,*  
*Національний авіаційний університет,*  
*6851777@stud.nau.edu.ua*

**Науковий керівник –**  
*к. н. із соц. ком. Олександр Кошак*

## **СВОБОДА СЛОВА ПРИ ПРОВЕДЕННІ ВИБОРІВ НА ОКУПОВАНИХ ТЕРИТОРІЯХ: КРИМСЬКА ПЕРСПЕКТИВА**

З моменту окупації Криму і по сьогоднішній день на тимчасово окупованих територіях проводять інформаційні кампанії, які пропагують владу Російської Федерації, обмежують доступ до правдивої інформації та залякують виборців заради досягнення підкорення народу незаконним утворенням на території кримського півострову. Особливо ці тенденції стають помітними під час проведення незаконних виборів на території Криму.

У 2020 році міністри Європейського Союзу ввели санкції проти російських чиновників, які організували проведення виборів в тимчасово окупованому Криму[3]. Це був лише один з епізодів цілої серії подібних інцидентів, оскільки росіяни ніколи не приховували свої злочини, ігнорували міжнародне право. В Криму було чимало випадків, коли людей заарештовували лише за виявлення громадянської позиції: тільки на початку лютого 2024 року в Джанкої заарештували й засудили чоловіка, який критикував в соцмережі дії армії рф та «ображав» президента Росії Володимира Путіна[9]. Згідно зі Статтею 6 Закону України «Про вибори депутатів Верховної Ради Автономної Республіки Крим, місцевих рад та сільських, селищних, міських голів», законодавство передбачає, щоб вибори були вільними і щоб виборцям забезпечувалися умови, в яких не буде місця погрозам, обману, підкупу й будь-яким методам, які можуть впливати на їхню думку як виборців[4]. В тих умовах, які створює Російська Федерація, дотримання цього закону є неможливим, як і встановлення незалежної



експертизи. Голова Кримськотатарського Ресурсного Центру та член Меджлису кримськотатарського народу Ескендер Барієв в одному з інтерв'ю відзначив, наскільки в умовах сучасних технологій є проблематичним контроль проведення виборів в Криму з боку незалежної комісії, оскільки, за його словами, навіть під час виборів в США зафіксовано зовнішнє втручання – що вже говорити про Крим та Ак'яр [2]. У рамках міжнародного руху за деокупацію Криму #LIBERATECRIMEA активісти заявляли, що міжнародні інститути повинні визнати «вибори» до Державної Думи Російської Федерації нелегітимними, оскільки вони проводяться на окупованих територіях і не підлягають адекватній модерації, зокрема через проблеми зі свободою слова в Криму [7].

Обурення кримчан діями російської влади видно по кількості суспільного спротиву, який вони отримують від кримчан та кримських активістів. Активісти руху «Жовта стрічка» тримають це питання під постійним контролем: у вересні 2023 року вони зривали на так званих «виборчих дільницях» російські прапори і спалювали їх [1]. Необхідно звернути уваги на кількість нападів, які були організовані проти російських політичних діячів в Криму. Зокрема, в липні 2023 року чоловік намагався організувати напад на самопроголошеного прем'єр-міністра Криму Сергія Аксьонова[5]. У лютому 2024 року троє патріотів також намагалися організувати напад на того ж самого політика[8]. Таким чином жорстке обмеження свободи слова в Криму, як і всі інші злочини Російської Федерації, виливається в суспільне обурення кримчан.

Незважаючи на це, російська влада продовжує вичищати інформаційний простір жителів Криму та залякувати активістів. У січні 2024 року Російська Федерація внесла гасла Організації українських націоналістів до переліку «нацистських», таким чином заборонивши використання фраз «Слава Україні!» та «Героям слава!»[6]. Будь-яка підтримка української сторони конфлікту та критика російської влади, особливо під час проведення виборів, призводить до арештів цивільних громадян, ув'язнень, катувань, а нерідко і вбивств.

Отже, у підсумку, ми вважаємо, що на території тимчасово окупованого Криму існує серйозна проблема щодо порушення прав громадян у зв'язку з

проведенням незаконних виборів, результати яких не можуть бути дійсними ні де-юре, ні де-факто, оскільки Російська Федерація порушує міжнародні правові і морально-етичні норми тим, що залякує виборців, контролює інформаційний простір та жорстко придушує свободу слова. Цей процес не підлягає контролю української влади, проте спротив кримчан і діяльність українських правових організацій має свій вплив на важливі політичні процеси на території Криму.

### Список використаних джерел

1. Активісти "Жовтої стрічки" зривають з "виборчих діляниць" і спалюють російські прапори. URL: <https://suspilne.media/569553-aktivisti-zovtoi-stricki-zrivaut-z-viborcih-dilnic-i-spaluut-rosijski-prapori/>
2. Барієв пояснив, чому не можна проводити вибори в Курултай. URL: <https://ctrcenter.org/uk/6536-bariyev-poyasniv-chomu-ne-mozhna-provoditi-vibori-v-kurultaj>
3. ЄС ввів нові санкції проти РФ через незаконні вибори в Криму. URL: <https://ctrcenter.org/uk/3639-es-vvel-novye-sankcii-protiv-rf-iz-za-nezakonnih-vyborov-v-krymu-2>
4. ЗАКОН УКРАЇНИ №2487-VI Про вибори депутатів Верховної Ради Автономної Республіки Крим, місцевих рад та сільських, селищних, міських голів. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/2487-vi-11746>
5. Затримали росіянина, який нібито планував підірвати машину Аксьонова. URL: <https://ctrcenter.org/uk/zatrymaly-rosiyanyna-yakyj-nibyto-planuvav-pidirvaty-mashynu-aksonova>
6. Російська влада посилює своє законодавство для залякування активістів на окупованих територіях. URL: <https://ctrcenter.org/uk/rosijska-vlada-posilyuye-svoje-zakonodavstvo-dlya-zalyakuvaty-aktyvistiv-na-okupovanyh-terytoriyah>
7. Світ повинен визнати «вибори» до Державної Думи нелегітимними. URL: <https://ctrcenter.org/uk/activities/340-svit-povinen-viznati-vibori-do-derzhavnoyi-dumi-nelegitimnimi>

8. фсб заявило про запобігання черговому замаху на «російського кервініка Криму». URL: <https://ctrcenter.org/uk/fsb-zayavylo-pro-zapobigannya-chergovomu-zamahu-na-rosijskogo-kervinyka-krymu>

9. Чоловіка з Джанкоя будуть судити за образи путіна. URL: <https://ctrcenter.org/uk/cholovika-z-dzhankoya-budut-sudyty-za-obrazy-v-storonu-putina>