

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Сумський державний університет

Центр заочної та вечірньої форм навчання

Кафедра журналістики та філології

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Володимир САДІВНИЧИЙ

\_\_\_\_\_ 2023 р.

### **КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**на здобуття освітнього ступеня бакалавр**

зі спеціальності 061 Журналістика

освітньо-професійної програми Журналістика на тему:

**ОБЛИЧЧЯ СУЧАСНОЇ ВІЙНИ:**

**ДОБІРКА ЖУРНАЛІСТСЬКИХ МАТЕРІАЛІВ**

**The face of contemporary war: a collection of journalistic materials**

Здобувач групи ЖТ-91 Марахтанова Андрія Андрійовича

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень.

Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

\_\_\_\_\_ Андрій МАРАХТАНОВ

Керівник: доктор філологічних наук, професор Ірина ЖИЛЕНКО \_\_\_\_\_

Суми – 2023

## АНОТАЦІЯ

Марахтанов А. А. Обличчя сучасної війни: добірка журналістських матеріалів: робота на здобуття кваліфікаційного ступеня бакалавр; спец.: 061 – журналістика / А. А. Марахтанов; наук. керівник І. Р. Жиленко. – Суми: СумДУ, 2019. – 37 с.

У роботі на основі вивчення журналістської діяльності під час стану війни. Розглянуто особливості військової журналістики. Обсяг роботи 37 сторінок, 2 ілюстрації, використано 11 джерел.

Результати роботи можна використовувати на заходах, присвячених пам'яті АТО/ООС, а також сучасної російсько-української війни. Робота присвячена особливості журналістської діяльності під час ведення бойових дій, під час війни. Висвітлення збройних конфліктів є невід'ємною частиною журналістської діяльності. Військова журналістика на сьогодні є актуальною, адже наша держава сьогодні переживає часи війни за виживання нації.

**Ключові слова:** пропаганда, АТО/ООС, національна боротьба, російсько-українська війна, добірка матеріалів.

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	4
I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА .....	6
1. Поняття «Національна боротьба» .....	6
1.2 Стратегії роботи журналіста під час висвітлення воєнних дій.....	8
1.3 Моніторинг українських та зарубіжних видань щодо висвітлення воєнних дій в Україні.....	9
1.4. Вимоги до роботи журналіста під час висвітлення воєнних дій.....	11
2. СПЕЦИФІКА ВИКОНАННЯ РОБОТИ.....	17
2.1 Авторська ідея .....	17
2.2 Характеристика джерел фактів та інформації стосовно висвітлення воєнних дій в Україні.....	24
2.3. Прогнозовані результати сприйняття інформаційного продукту широкими масами .....	27
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	30
II. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ДОРОБОК.....	32
Кінематограф – медійний хід гібридної війни .....	32
Візуальні мистецтва ? Щось нове.....	34
ВИСНОВКИ.....	36

## ВСТУП

Інформація, як найважливіший ресурс людства, не лише сприяє забезпеченню прав і свобод громадян, а й є інструментом маніпулювання та деструктивного впливу на суспільство, особливо в ХХІ ст.

В умовах гібридної війни бойові дії відходять на другий план, а на перший план виходять інформаційні операції та інші важелі впливу. Війна полягає в прагненні однієї держави діяти агресивно на совість жителів іншої. Іншими словами, мова йде не про те, щоб знищити мільйони людей, а про те, щоб їх залякати і деморалізувати.

Оскільки більша частина цієї гібридності визначається нашою власною інтерпретацією реальності, і не тільки інтерпретацією, а й її конструюванням, роль інформаційної складової неймовірно висока. Ця інформаційна складова забезпечується пропагандою. Пропаганда – це коли якась складна проблема зводиться до рівня чорно-білого зображення, коли виключаються півтони і коли повідомлення робиться дуже простим, щоб його можна було сприймати на рівні емоцій.

Ф. Гоффман, консультант міністерства ВМФ США, один з авторів концепції «гібридної війни», наголошує, що кожній епісі властиві свої специфічні форми війни. Це вимагає щоразу нових термінологічних розробок. Загалом сучасна епоха, на думку Ф. Гоффмана, характеризується процесами гібридизації, уключаючи й військову сферу. Традиційні форми війни змішуються з діяльністю організованої злочинності, іррегулярними конфліктами й тероризмом. Для характеристики цієї нової реальності він пропонує застосовувати поняття «гібридної війни», яке дає змогу оперативно відобразити суть змін у характері сучасної війни [11].

Що необхідно для успіху пропагандиста? Це: 1) єдине тлумачення дійсності, відсутність альтернативної думки; 2) безперервність спілкування; 3) вплив на емоції людини.

Наш інформаційний доробок має на меті продемонструвати рівень впливу мас-медіа на свідомість суспільства, одним з факторів ведення гібридної війни, що й обумовлює **актуальність даної роботи.**

**Мета кваліфікаційної роботи** – створення добірки журналістських матеріалів, а також аналіз медіавпливу як інструменту гібридної війни, що є значним методом формування і трансформації суспільної думки.

**Для виконання поставленої мети виконаємо такі завдання:**

1. Проаналізувати поняття «національна боротьба», дослідити специфіку роботи журналістів під час воєнних дій;
2. Провести моніторинг новин, котрі найчастіше висвітлюють журналісти з початку повномасштабної війни (військові або цивільні);
3. Створити авторський інформаційний доробок.

**Авторський задум:** відобразити найбільш актуальні питання – новини журналістів, котрі висвітлюються у засобах масової інформації, особливо інтернеті.

**Структура роботи:** кваліфікаційна робота складається з двох головних розділів, вступу, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи складає 32 сторінки.

# **I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА**

## **1. Поняття «Національна боротьба»**

Національна боротьба — це боротьба за самовизначення і визволення нації від колоніалізму, іноземної економіки чи порушення прав і свобод національних меншин. Це може бути політичний, соціальний, культурний або військовий рух, спрямований на досягнення цілей національної єдності, самоврядування та свободи. Національна боротьба може проявлятися через різні форми діяльності, такі як демонстрації, страйки, військові конфлікти, політичні переговори, культурні акції та ін. Головною метою національної боротьби є забезпечення національної свободи, самовизначення та розвиток національної ідентичності.

Національна боротьба в Україні почалася в середині XIX ст., коли українські націоналісти виступили проти політики царської Росії щодо української мови та культури. Пізніше, після Першої світової війни та революції в Росії, український національний рух починає набувати більш масових масштабів та організаційної структури.

Національна боротьба в роки незалежності України була спрямована на захист та зміцнення національної ідентичності та культурної спадщини країни після десятиліть радянської влади, яка домінувала в Україні з 1917 року.

Однією з головних проблем, з якими стикалася Україна в роки незалежності, була спроба збереження та відновлення української мови та культури, які були пригноблені та заборонені протягом радянського періоду. Національні активісти, політики та громадські організації виступали за встановлення української мови як державної мови, відновлення національних традицій та забезпечення належного вивчення української мови та літератури в школах та університетах.

Також національна боротьба включала боротьбу за зміцнення незалежності та суверенітету України, яка була відновлена у 1991 році після розпаду Радянського Союзу. Українська влада створювала нові державні структури та законодавство, забезпечуючи державність та стійкість країни. Захист територіальної цілісності та недоторканості державного кордону також був однією з пріоритетних завдань національної боротьби в Україні.

Відновлення національної боротьби в Україні в 2013-2014 роках пов'язано з подіями на Євромайдані. У листопаді 2013 року уряд Віктора Януковича відмовився підписати Угоду про асоціацію з Європейським Союзом, що спричинило масові протести на Майдані Незалежності в Києві.

Протести на Євромайдані стали масовими і були спрямовані на захист європейської інтеграції України, боротьбу з корупцією та диктатурою, захист громадянських прав і свобод. Протестувальники були з різних соціальних верств і з різних регіонів країни, але їх об'єднувала мета – захист національних інтересів та відстоювання демократичних цінностей.

У лютому 2014 року протести на Євромайдані переросли у криваві сутички між протестувальниками та правоохоронними органами. Це призвело до зміни влади та вибору нового президента України Петра Порошенка. Однак, після зміни влади, Україна стикається з новими викликами і загрозами національній безпеці, такими як російська агресія на Сході України та окупація Криму.

Наразі національна боротьба в Україні продовжується, і вона спрямована на захист територіальної цілісності та національної безпеки. Повномасштабне вторгнення Росії призвело до великої кількості жертв та зруйнованої інфраструктури. Однак Україна продовжує боротися за свою незалежність та територіальну цілісність, отримуючи підтримку світової спільноти та здійснюючи необхідні реформи для зміцнення держави.

## 1.2 Стратегії роботи журналіста під час висвітлення воєнних дій

Журналістика у вільному демократичному суспільстві не може бути відокремлена від творчості та незалежності журналістів. Він створює власний стиль, обирає теми та робить усе можливе, щоб матеріал був максимально привабливим для аудиторії. Важливо висвітлювати ескалацію конфліктів та збройні конфлікти щиро, не створюючи паніки, бути надійним джерелом для громадян та іноземних ЗМІ. І тому сприяти згуртованості та доступності населення, а не дестабілізувати його. Крім того, журналісти, які працюють на передовій і висвітлюють події з місця подій, мають знати не лише, як збирати інформацію, а й як діяти безпечно, щоб не наражати на небезпеку себе чи інших.

Основними нормативними джерелами для українських журналістів, у яких відображені певні стандарти, є Кодекс професійної поведінки журналістів України, Кодекс етики журналістів України, Декларація принципів поведінки журналістів (Міжнародної федерації журналістів), міжнародні стандарти та принципи журналістської етики. З цих документів можна визначити основні характеристики якісної журналістики.

Висвітлення війни є важливою функцією журналістів, оскільки дозволяє громадськості знати, що відбувається на передовій, а також про втрати та перемоги національної армії. Однак журналісти повинні дотримуватися ряду робочих стратегій, висвітлюючи бойові дії:

**Безпека:** журналісти мають бути свідомі того, що на передовій є ризики для їхньої особистої безпеки, тому повинні дотримуватися заходів безпеки, наприклад, носити бронежилети, каски та інші засоби захисту.

**Достовірність:** журналісти повинні бути точними та об'єктивними у своїй роботі. Вони повинні перевіряти факти та джерела інформації, щоб бути впевненими у її достовірності та запобігти поширенню неправдивої інформації.



Етика: журналісти повинні дотримуватися етичних стандартів, зокрема, не використовувати матеріали, які можуть сприяти гіршанню ситуації на передовій або завдати шкоди життю та здоров'ю людей.

Співпраця з армією: журналісти повинні співпрацювати з армією та дотримуватися правил інформування військових про те, що відбувається на передовій. Вони також повинні бути готовими до можливих обмежень у доступі до інформації, зокрема, у разі введення режиму обмеження свободи слова на території воєнних дій.

### **1.3 Моніторинг українських та зарубіжних видань щодо висвітлення воєнних дій в Україні**

Основними українськими ЗМІ, які висвітлюють війну на сході країни з 2014 року, є телебачення, радіо, газети та інтернет-видання. Багато з них створили спеціальні розділи та рубрики, присвячені війні в Україні. Найпопулярнішими телеканалами, які висвітлюють війну в Україні, є «1+1», «ICTV», «СТБ» та «UA: Перший». Крім того, декілька національних та регіональних радіостанцій висвітлюють війну в Україні, наприклад «Радіо Свобода» та «Громадське радіо». Важливим джерелом інформації також є друковані та інтернет-видання, зокрема газети «Українська правда», «День», «Комсомольська правда в Україні», а також інтернет-ресурси «Українська правда», «Hromadske.ua», «Українська правда "Радіо"».

Виробництвом контенту займаються Суспільний мовник Національна суспільна телерадіокомпанія України, три приватні медіа-холдинги «1+1 Медіа», «Старлайт Медіа» та «Інтер Медіа Груп», а також Дирекція телерадіопрограм ВРУ, що належить до Верховної Ради України. Кожна компанія веде мовлення тривалістю 6 годин (до 2 травня 2022 року тривалість 5 годин), годинник змінюється на 0:00, 6:00, 12:00 та 18:00. З 24 лютого по

21 липня 2022 року виробником телемарафону також виступала «Медіа Група Україна», а часові проміжки змінювалися на 3:00, 9:00, 15:00 та 21:00.

Україна стала темою номер один для більшості західних ЗМІ. Велика кількість кореспондентів, незважаючи на ризики, прибула в Україну. 10 березня 2022 року радник глави Офісу президента України Михайло Подоляк заявив: «Щодня у гарячих точках цієї війни перебувають майже 2 тисячі іноземних журналістів».

Конфлікт на сході України привернув увагу багатьох іноземних ЗМІ, які активно висвітлювали події в країні. У перші місяці війни, коли стало зрозуміло, що Росія підтримує повстанців на Сході, більшість світових ЗМІ зосередилися на дослідженні ролі Росії в конфлікті та її впливу на ситуацію.

ЗМІ країн Євросоюзу, США та Канади досить об'єктивно висвітлювали події в Україні та звертали увагу на наслідки війни для всієї Європи. Окремі ЗМІ звернули увагу на проблему гуманітарної кризи на сході України, а також порушення прав людини, які стали звичайною практикою в зоні конфлікту.

Основними темами публікацій у західних та вітчизняних ЗМІ в період з 24 лютого 2022 року по 6 квітня 2022 року були такі: повідомлення про початок широкомасштабної війни, оперативна інформація про обстріли об'єктів і міст, кількість втрат з нападник, втрати військової техніки від ворога, санкції західних країн проти РФ, аналіз і прогноз майбутніх дій агресора, про гуманітарну катастрофу в мирних містах України, про організацію коридорів для евакуації мирних громадян, репортажі та нариси про героїчний опір захисників України, про організацію роботи волонтерів, новини та 849 аналітичних матеріалів про термінові зустрічі, події та зустрічі в ООН, НАТО, зустрічі представників України з російська сторона в Білорусі та Туреччині, виступи президента США Байдена, генерального секретаря НАТО Єнса Столтенберга, виступи президента України перед парламентами майже всіх могутніх демократичних країн світу, звірства російських карателів проти

мирних громадян у Бучі та багато іншого. Президент України Володимир Зеленський своєю медійною діяльністю забезпечив належний рівень спілкування з громадянами України. Щодня один-два виступи Президента містили важливу інформацію про хід оборони України, пояснювали позицію нашої держави, підтримували бойовий дух армії та інформували про взаємодію із західними союзниками.

Загалом висвітлення війни в Україні в іноземних ЗМІ було різноманітним і залежало від політичної орієнтації кожного конкретного ЗМІ. Проте багато ЗМІ намагалися залишатися об'єктивними та показати справжню картину подій на сході України.

#### **1.4. Вимоги до роботи журналіста під час висвітлення воєнних дій**

У сучасній війні зловживання інформацією призводить до великих людських втрат. Тому норми Закону України «Про правовий режим воєнного стану» у статті 8 передбачають можливість втручання в діяльність ЗМІ та обмеження поширення певної інформації. Закон «Про прийняття Указу Президента України «Про введення воєнного стану в Україні» та відповідний Указ передбачають обмеження свободи вираження поглядів, визначені статтею 34 Конституції України.

Тому нещодавня програма тотальної тональної агресії Російської Федерації щодо позбавлення журналістів інформації має реставраційні аспекти. Наказ Головнокомандувача Збройних Сил України від 03.03.2022 № 73 «Про організацію взаємодії з Збройних Сил України, інших сил оборони та представників засобів масової інформації під час реалізації законів про введення воєнного стану» визначено перелік відомостей, які підлягають оприлюдненню. Так, у додатку 2 цього наказу міститься перелік відомостей, розголошення яких може призвести до інформування противника про дії Збройних Сил України та інших засобів оборони. формування, що негативно

вплине на виконання окремих завдань під час дії правового режиму воєнного стану.

Зокрема, до такої інформації належать:

- ✓ Найменування військових частин (з'єднань) та інших військових об'єктів у районах бойових дій (спеціальні завдання, географічні координати їх дислокації, чисельність особового складу військових частин (з'єднань).
- ✓ Кількість озброєння та бойової техніки, матеріально-технічних засобів, їх стан та місця зберігання.
- ✓ Описи, зображення та примітки, які ідентифікують або можуть ідентифікувати об'єкти.
- ✓ Інформація про операції (військові дії), що проводяться або плануються.
- ✓ Відомості про систему оборони і захисту військових об'єктів та засоби захисту особового складу, озброєння і військової техніки, що застосовуються (крім видимих або чітко виражених).
- ✓ Порядок залучення сил і засобів для виконання (спеціальних) бойових завдань.
- ✓ Збирання розвідувальної інформації (методи, способи, сили і засоби, що залучаються).
- ✓ Інформація про пересування та дислокацію ваших військ (назва, кількість, дислокація, райони, маршрути).
- ✓ Відомості про частини (підрозділи), форми, способи, тактику їх дій і способи виконання за бойовим призначенням.
- ✓ Відомості про виконання унікальних операцій із зазначенням використовуваних технік і методів.
- ✓ Відомості про ефективність сил і засобів радіоелектронної боротьби противника.
- ✓ Інформація про відкладені або скасовані операції.

- ✓ Інформація про втрачений або збитий літак, повітряне судно, судно та заплановані чи поточні пошуково-рятувальні операції.
- ✓ Відомості про планування та здійснення заходів щодо забезпечення безпеки застосування військ (дезінформація, імітація, показові дії, маскування, протидія технічній розвідці та захист інформації).
- ✓ Інформація про проведені інформаційно-психологічні операції, які проводяться та плануються.
- ✓ Інформація, спрямована на сприяння чи виправдання широкомасштабної збройної агресії Російської Федерації проти України.

[4]

Варто зазначити, що дія цього наказу не поширюється на висвітлення питань, не пов'язаних із Збройними Силами України та обороноздатністю країни. Наразі відсутня постанова Кабінету Міністрів України, яка мала б регламентувати інформаційну діяльність та її обмеження в інших питаннях. Однак журналісти та ЗМІ повинні пам'ятати, що навіть якщо закон прямо не забороняє висвітлювати певні питання, це може мати шкідливі наслідки. Зокрема, питання руйнування та пошкодження інфраструктури українських міст дає можливість московським агресорам коригувати вогонь, знищувати вцілілі будівлі та засоби забезпечення тощо. Питання забезпечення населення продовольством, водою та електроенергією також може призвести до нападу ворога на транспортні шляхи та місця зберігання продуктів, на вразливі місця електромереж тощо.

Варто детальніше згадати й перелік документів, які регулюють діяльність українських медіа:

1. Закон «Про правовий режим воєнного стану». Воєнний стан в Україні запроваджено після вторгнення російської армії 24 лютого 2022 року. Закон дозволяє органам військового командування та військових адміністрацій (у разі їх утворення) «регулювати в порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України, роботу постачальників електронних

комунікаційних мереж і/або послуг, прес-компаній, видавництв, телерадіоорганізацій, телерадіоцентрів та інших підприємств, установ, організацій і закладів культури та засобів масової інформації, а також використання місцевих радіостанцій, телецентр і друкарню для військових потреб і проведення просвітницької роботи серед військ і населення; припиняти роботу радіостанцій особистого і колективного користування та передачу інформації через комп'ютерні мережі, а також "у разі порушення вимог або невиконання заходів правового режиму воєнного стану, вилучає засоби електронного зв'язку. від підприємств, установ та організацій усіх форм власності, окремих громадян телевізійну, відео- та аудіотехніку, комп'ютери, а також у разі потреби інші технічні засоби зв'язку».

2. Наказ головнокомандувача Збройних сил України Валерія Залужного «Про організацію взаємодії між Збройними силами України, іншими складовими сил оборони та представниками засобів масової інформації на час дії правового режиму воєнного стану». Видано 3 березня 2022 року зі змінами згідно з наказом від 12 липня (текст цього наказу не оприлюднено). Наказ містить алгоритм взаємодії військових зі ЗМІ та перелік інформації, яка не підлягає розголошенню. «Детектор медіа» опублікував детальний аналіз цих заборон, який підготував експерт Дмитро Золотухін; є також пояснення Генштабу. Додатками до наказу також є порядок акредитації представників ЗМІ та правила роботи працівників ЗМІ в зоні бойових дій.

3. Низка вказівок і рекомендацій від військового командування мали форму пам'яток і неофіційних закликів. Наприклад, записка про розкриття роботи оборонних підприємств і наказ про заборону використання відеореєстраторів, прохання не називати координати російських ракет і снарядів, прохання не оприлюднювати персональні дані української армії. . . , прохання не розголошувати інформацію про військовополонених, правила зйомок у госпіталях під час війни. Неможливо було не сформулювати такі великі бойові операції, як футбол, і не порадити передчасним предкам на фронті. У більшості випадків відсутні посилання на конкретні рішення та документи, які

встановлюють обмеження. Часто вони з'являлись як реакція на певні конфлікти чи надзвичайні події.

4. Спільна заява Міністерства культури та інформаційної політики України, Міністерства оборони України та Медіаруху. Результат домовленостей ЗМІ та Міноборони про ембарго на розповсюдження інформації. "Представники влади та журналістська спільнота "Медіарух" домовилися, що задля дотримання всіх необхідних умов безпеки журналісти можуть збирати інформацію на місцях одразу після вибухів. Водночас дозволено публікувати фото та відео, зняті представниками ЗМІ та журналістами щодо подій на місці бойових дій після 12 годин для військових об'єктів, через 3 години для цивільних об'єктів», – йдеться у повідомленні.

5. Закон України «Про внесення змін до статті 114-2 Кримінального кодексу України щодо удосконалення відповідальності за несанкціоноване розповсюдження інформації про засоби протидії збройній агресії Росії» ухвалений 1 квітня. Цим законом встановлено кримінальну відповідальність за "несанкціоноване поширення інформації, пов'язаної з доставкою, передачею в Україну зброї, озброєння та військового майна, переміщенням, переміщенням чи дислокацією Збройних Сил України чи інших військових формувань, утворених відповідно до законів України". України, вчинені в умовах воєнного чи надзвичайного стану».

6. Закон «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо встановлення кримінальної відповідальності за колабораційну діяльність» ухвалений 3 березня 2022 року. Покарання, зокрема, загрожує тим, хто займається «інформаційною діяльністю» (можливо так само можна назвати роботу медійників) в інтересах окупантів. Однак цей закон карається лише за дії після його затвердження. Є й другий закон, ухвалений у пакеті з цим – «про зміни до деяких законодавчих актів (щодо забезпечення відповідальності осіб, які здійснювали спільну діяльність)». Президент підписав їх 16 березня.

7. Закон України «Про надання додаткових гарантій захисту журналістам, які працюють у районах ведення воєнних (бойових) дій». Він набув чинності 1 серпня 2022 року. ЗМІ зобов'язані забезпечити своїх працівників засобами захисту від поранень вогнепальною зброєю, поранень снарядами, а також засобами першої медичної допомоги. Також закон передбачає обов'язкове страхування журналістів за рахунок роботодавця на випадок травм під час висвітлення перебігу війни та подій на окупованих територіях. Ось коментар юриста щодо механізму дії цього закону.

Отже, журналісти та ЗМІ під час роботи в умовах воєнного стану зобов'язані:

1. У разі забезпечення оборони України Збройними Силами України та іншими формуваннями таке забезпечення здійснюватиметься в порядку, передбаченому вищевказаним наказом № 73 від 03.03.2022 після відповідної акредитації.

2. У разі висвітлення інших питань, перш за все, слід використовувати офіційні джерела інформації, зокрема інформацію ДСНС, місцевих органів влади, військово-цивільних адміністрацій тощо. У разі самостійного збору інформації варто мати можливість погоджувати поширення такої інформації з Державною службою з надзвичайних ситуацій, СБУ, місцевими адміністраціями та органами місцевого самоврядування.



## 2. СПЕЦИФІКА ВИКОНАННЯ РОБОТИ

### 2.1 Авторська ідея

Журналістська творчість апріорі є індивідуальна. Проте індивідуальні особливості мислення, знань, емоцій і почуттів у медіатексті в кращих зразках цих текстів трансформуються, підносяться над особистістю, узагальнюються й оприлюднюються, але відкривають щось нове, в іншій формі. читач, телеглядач і радіослухач.

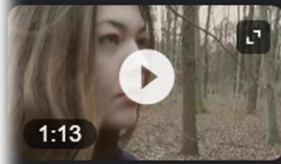
Ми вирішили, що важливим у кваліфікаційній роботі буде провести паралелі і дослідити, які новини були найбільш популярні з часів повномасштабного вторгнення, чи є актуальними.

Звертаємо вашу увагу на різницю між підходами медіа та PR до виробництва новин: PR-повідомлення завжди мають позитивний або конструктивний характер. Натомість працівники ЗМІ часто віддають перевагу скандальним, сенсаційним та шокуючим факторам, а редактори бачать рекламну базу в позитивних новинах.

Водночас позитивні новини з вашої спільноти зроблять її привабливою для інвесторів та інших цільових аудиторій.

На щастя, на медіа-платформу зійшло багато соціальних роликів, в яких журналісти взяли активну участь, про військові події в зоні ООС(АТО), про мужність військових, про нагадування в якому стані зараз наша країна знаходиться. «Заради перемоги» на підтримку воїнів, повернись живим – «Україна у вогні», «Зігрій солдата в зоні АТО» та інші соціальні ролики, які демонструють ПТСР у захисників, чи проблеми, з якими вони стикаються при поверненні додому з лінії фронту.

### Зігрій солдата в зоні АТО! (Соціальна реклама) - YouTube



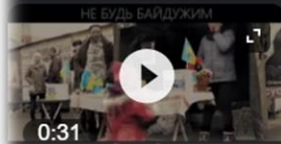
Допомогти проекту фінансово - Donate:

<https://www.paypal.me/yakymenko95s>Режисер, Камера, Монтаж: Сергій...

YouTube · SJ Film Creations · 25 груд. 2014 р.

www.youtube.com › watch

### Зігрій солдата в зоні #АТО (2014) ТБ-ролик №1 - YouTube



**Зігрій солдата в зоні #АТО (2014) ТБ-ролик №1**Сьогодні тисячі героїв добровольців та солдат української армії обороняють нашу країну в...

YouTube · Андрій Заєць · 12 лист. 2014 р.

А зовсім нещодавно у Славутичі був створений ролик «Вони серед нас» для підтримки ветеранів ООС (АТО) психологині Дар’ї Мельник за підтримки місцевих журналістів та Первинної профспілкової організації ДП НАЕК «Енергоатом» аби висловити повагу до них та їх героїчних вчинків. — Наш Центр працює з учасниками АТО/ООС та членами їхніх родин із 2015 року. Надаємо їм соціальну, психологічну та юридичну допомогу, — розповів кореспонденту АрміяInform директор СПЦ м. Славутич Віктор Одиниця. — Можу сказати, що останнім часом із ветеранами працювати стає дедалі важче, адже в суспільстві, зокрема і за участю деяких засобів масової інформації, виникають хвилі хайпу проти них. Чого лише варті заголовки про якісь негативні події із прив’язкою до учасників бойових дій. Окрім того, за даними наших опитувань, найбільш некомфортно ветерани відчувають в громадському транспорті та медичних закладах через негативне ставлення. — Ми хочемо, щоб якомога більше українців зрозуміли, що сьогодні воїни серед нас, — зауважив Віктор Одиниця. — Вони повернулися додому, вони трохи інші, у них змінився світогляд та сприйняття життя. Вони різні і працюють у різних сферах. Але вони однаково потребують підтримки та толерантного ставлення і від родини й друзів, і від місцевої громади, і від суспільства загалом. Найголовніше, що дає нашим ветеранам наснаги, — це впевненість у тому, що їхня боротьба не є марною [12]

Міфи, наративи, історичні хроніки, романи, статті, репортажі, монографії, праці істориків, доповіді експертів, котрі присвячені військовому мистецтву, військовому стану – це все список текстових і соціальних форм мислення воєнних явищ та інтерпретації конкретних військових подій, котрі можуть бути продовжені майже до нескінченності. Роздуми про війну, як і всі типи рефлексій, розгортаються в дискурсивному вимірі, можна сказати, що війни невіддільні від візуалізації.

Також варто зазначити й інші елементи гібридної агресії такі, як певні стратегічні комунікації, дезінформація, економічна блокада, незаконні операції в кіберпросторі, хімічні атаки. Постійна дезінформація залишається одним з найпотужніших інструментів у гібридній війні, оскільки вона бореться за « національний характер» та « український дух» громадян.

21 століття – це тотальна інформаційна епоха. Інформаційне суспільство розглядається як суспільство нового типу, в якому функціонує володіння інформацією як рушійна сила перетворення, розвитку соціуму. Епоха інформації несе за собою інформаційні війни як особливу форму розвитку інформаційного протистояння між різними суб'єктами, що передбачає комплекс дій щодо пошкодження інформаційної сфери противника. А одним із завдань інформаційної війни знову ж таки виступає маніпулювання громадською думкою та масовою свідомістю.

Так, одна з провідних українських компаній на медіа-ринку ГО «Детектор медіа», слоган, якої «Watch dog українських ЗМІ», що в перекладі з англійської – контрольний таймер, або буквально «вартовий пес», у травні 2017 р. представила звіт щодо спроможності уряду РФ впливати на процеси в інформаційному просторі таких країн, як Україна, Грузія, Угорщина та Чехія.

Інформаційний вплив вимірювався у вигляді індексу, для визначення якого, з одного боку, враховувались можливості та ресурси, а з іншого – протидія з боку демократичних країн [13]

Найбільші можливості впливу виявились в Угорщині, індекс становив – 61, далі Грузія – 54, Україна – 49, найменший індекс у Чехії – 48 [13].

Проаналізувавши дослідження та інтернет-джерела, ми можемо виокремити наступні проблеми, що впливають на маніпулювання свідомістю суспільства:

1. Відсутність фізичного доступу до мас-медіа та задоволеність базових потреб;
2. Наше суспільство дуже рідко усвідомлено обирає джерела інформації ;
3. Високий рівень недовіри до українських засобів масової інформації, особливо новини по телевізору, інформаційні стрічки в інтернет- мережі;
4. Втома від надлишку негативної інформації, тому місцеве населення іноді бажає задовольняти потреби в позитиві за рахунок сепаратистських каналів, які часто є легкодоступними (навіть зараз);
5. Звіти в медіа про бойові дії – бувають викривленими;

У збройному конфлікті російської агресії проти України, одним з напрямів інформаційної війни – пропаганда війни через масмедіа, формування образу України такої, яка вигідна Російській Федерації на міжнародному рівні.

У гібридній війні основним інструментом засобів масової інформації є інформація, котра дає змогу маніпулювати масовою свідомістю, створювати в ній вигідну модель впливу реальності та вирішувати проблеми, які є найактуальнішими. Таке явище, як медіа-обізнаність (певне усвідомлення, засноване на помилкових цінностях, маніпулятивних інтерпретаціях), створюється штучно, адже реальності, які пропонують ЗМІ, відрізняються від реальностей. Думка суспільства сильно спотворюється викривленою поінформованістю медіа.

У російських медіа більша кількість матеріалів являє собою поверхові коментарі політиків саме країни-агресора чи кореспондентів редакцій.

Назагал більшість проросійських ЗМІ, висвітлюючи події в Україні, беруть реальні новини або події, проте, за допомогою емоційного стилю спотворюють їх.

Варто згадати російські статті на всіх платформах інтернету стосовно Дня захисника та захисниці України – «Святом нацизму та фашизму»,

«блюзнірство», «узаконення підміни понять героїзму та зради». Раніше в Україні святкували День захисника Вітчизни 23 лютого, як і в Росії. Але з початком війни на Донбасі свято захисників та захисниць України перенесли на 14 жовтня. Зміна дати свята, як і будь-який інший крок України в напрямку від Росії, стала приводом для численних дезінформаційних повідомлень, які роками поширюються російськими та проросійськими медіа та політиками. [13]

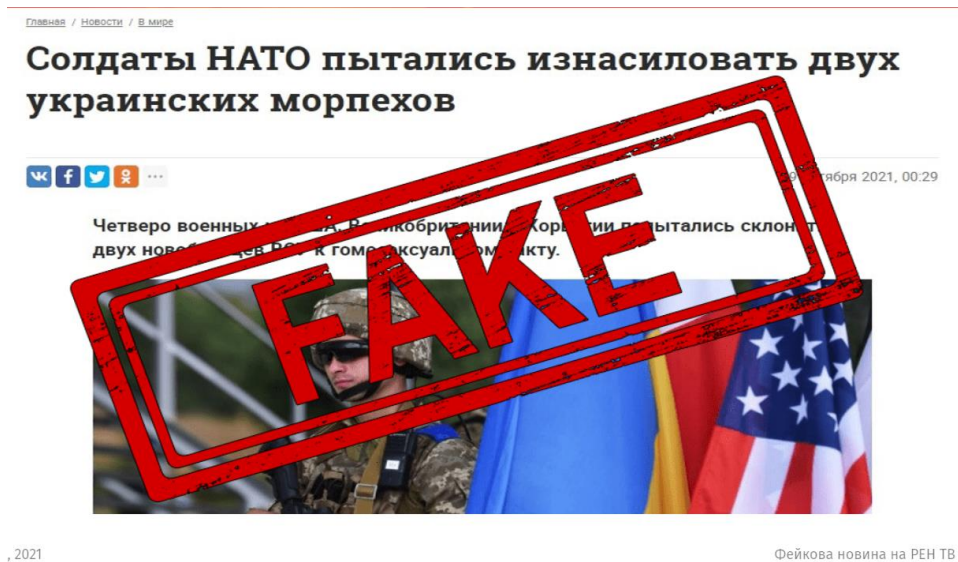
Найпоширенішим наративом російської інформаційної пропаганди про збройний конфлікт на сході України є «громадянська війна», а не російсько-українська агресія. Проте, хоча російські представники намагаються заперечувати свою причетність до війни, є чимало доказів присутності російських бойовиків на Донбасі. Таких наративів купа, і їх висвітлюють на екранах телебачення з метою захвату великої кількості аудиторії глядачів.

До прикладу, «не помічають» російських військових на сході України й деякі українські політики. Наприклад, ось що казав депутат від партії ОПЗЖ із її традиційною проросійською риторикою Нестор Шуфрич ще два роки тому в ефірі «Свободи Слова з Савіком Шустером»: (маніпуляція) «Ви сказали, що проводиться ротація російських військ. Скажіть, будь ласка, ким встановлено, що це російські війська, адже є спеціальна моніторингова місія ОБСЄ, яка працює, якщо я не помиляюся, із 15-го року, вона жодного разу не підтвердила присутність саме російських військ.» - Нестор Шуфрич, 01/11/2019 (37:33-37:50) [1].

Також на деяких інформаційних інтернет-сторінках російські ЗМІ переконують російських громадян про нищість та аморальність військовослужбовців ЗС України, поширюючи ганебні фейки про згвалтування солдатами НАТО військових української армії, посилаючись на спеціально підроблений сайт Міністерства оборони України.

Так, 29 жовтня на новинному сайті російського федерального телеканалу «РЕН ТВ» та на інших російських виданнях була опублікована новина з назвою: «Солдаты НАТО пытались изнасиловать двух украинских морпехов».

У новинах розповідається про те, що четверо військових із США, Великої Британії та Хорватії спробували схилити двох новобранців Збройних сил України до гомосексуального акту. «Секс-скандал відбувся у першому батальйоні 36-ї бригади морської піхоти Збройних сил України. Четверо військовослужбовців НАТО спробували зґвалтувати двох новобранців елітного підрозділу українських військ», – йдеться у новині ЗМІ Росії [4].



Наприклад, заголовок видання «Лента. Ру»: «В День Незалежності України в центрі Києва крокували солдати НАТО». Напередодні свята це ж видання писало про те, що над українською столицею пролетить авіація НАТО. Репортаж про святкування вийшов на сайті пропагандистського видання «Звезда» із заголовком «Іноземна техніка та солдати НАТО: як пройшов військовий парад в Києві з нагоди Дня Незалежності». «Організатори заходу хотіли підкреслити міць української армії, а по суті продемонстрували досягнення в основному західних країн. Поставлені зі США роботизовані платформи ТСІ-932 і комплекси радіоелектронної боротьби недвозначно вказували на те, хто насправді забезпечує безпеку України», – йдеться в матеріалі [6].

Отже, маніпулювання російської пропаганди полягає на стандартах західної журналістики, аналітики, паразитування на стереотипах і комплексах політології, окремих політичних підходах. Підсумовуючи основні принципи гідних ЗМІ, полягають у тому, що має бути представленою кілька точок зору.

Суть роботи російських ЗМІ була в межі правди, вона ж – межа брехні для країни-агресора. Пропагандистськими зусиллями нав'язана штучна проблема дискримінації російського комунального населення, страх перед швидкоплинною загрозою «бандерівщини».

Тому, на нашу думку, важливою є медіаосвіта та медіаграмотність суспільства, аби вони могли фільтрувати новини, вміли відрізнити від брехні та фейку. Варто би були в школах ввести такі предмети, щоб діти «вчилися користуватись інтернетом» змалечку, в університетах, засновані курси, тренінги, конференції. Або проведені певні уроки та продемонстровані в інтернеті, з метою захопити більшу аудиторію, від дітей і до старших людей.

Підсумовуючи все вище сказане, у своїй кваліфікаційній роботі ми пропонуємо наступне:

1. Незалежний контроль медіаресурсів редакторами ЗМІ (самоцензура медіафахівців, редакційний статут, етичний кодекс, традиції конкретної редакції). Однак важливо, щоб медіа-плюралізм – різноманітність форм власності, різноманітність джерел інформації та різноманітність контенту – дотримувався як у регулюванні, так і в нагляді за ЗМІ;

2. Медіаграмотність кожної людини (здатність мати доступ до медіа, розуміти та критично інтерпретувати різні аспекти медіа та медіа-контенту, а також створювати комунікацію в різних контекстах). Медіаграмотність стосується всіх медіа, включаючи телебачення, радіо, музичні записи, друковані ЗМІ, Інтернет та всі інші нові цифрові комунікаційні технології. Це базова навичка не лише підростаючого покоління, а й дорослих, людей похилого віку, батьків, учителів, медіафахівців;

3. Медіаосвіта населення, особливо молоді, з питань медіабезпеки (медіаосвіта має на меті формування медіакультури в суспільстві, підготовку особистості до безпечної та ефективної взаємодії з традиційними та новими медіа);

4. Державне регулювання - встановлення відповідальності та визначення механізмів її забезпечення регулятором (регулятором в Україні є Національна

рада України з питань телебачення і радіомовлення). Регулювання – це превентивний, некаральний захід, спрямований на покращення якості контенту та заохочення журналістів дотримуватись журналістських стандартів.

## **2.2 Характеристика джерел фактів та інформації стосовно висвітлення воєнних дій в Україні**

Від початку повномасштабної війни Росії проти України все частіше почав звучати термін "пропаганда". Хоча він увійшов в активний словник українців ще після Революції гідності 2014 року.

Що таке сучасна пропаганда, особливо в негативному сенсі, стало зрозуміло, коли у 20 столітті з'явилися диктатури. В СРСР існував окремий відділ агітації і пропаганди при ЦК КПРС, який кілька разів перейменовували, щоб вилучити з назви слово «пропаганда»), а в Третньому рейху існувало ціле Міністерство пропаганди та народної освіти.

Досить важко пояснити, що таке пропаганда. Адже важко зрозуміти, коли починається пропаганда і чому вона має негативне значення, якщо ти, наприклад, переконуєш свого друга голосувати за ту чи іншу політичну партію. За словами Вікторії О'Доннелл і Герта Джоветта, переконання та адвокація є спорідненими термінами, оскільки вони засновані на спілкуванні. Але є різниця. За словами американського політолога і теоретика комунікації Гарольда Лассвелла, термін «пропаганда» означає «вираження думок або дій, навмисно керованих індивідом або групою з наміром вплинути на думки або дії іншої особи або групи». з кінцевою метою, визначеною маніпуляцією». Іншими словами, слово «маніпуляція» тут є ключовим.

Також пропаганду від звичайного переконування відрізняють такі особливості:

1. маніпулятивність;



2. однокісність;
3. систематичність;
4. масовість;
5. визначеність цільової аудиторії.

Щоб це зрозуміти, потрібно подивитися, як працює російська пропаганда в останні роки. Сьогодні пропагандисти вдаються до певних візуальних прийомів, які допомагають поширювати спекулятивні та мінливі наративи, придушувати опозицію та залякувати решту населення цілеспрямованими репресіями.

**Дегуманізація ворога.** Тотальне і безжальне приниження ворога (супротивника) є однією з головних цілей пропаганди. Адже якщо його дегуманізувати, глядач втрачить будь-яку симпатію до цієї людини чи людей. Тому у своїх промовах президент РФ Володимир Путін не раз називав народ України «бандерівцями, нацистами та наркоманами». Після повномасштабного російського вторгнення на російському телебаченні почали з'являтися сюжети про біологічні лабораторії для розробки спеціальної зброї проти росіян та іншу нісенітницю. Пропаганда впливає на людей так, що робить ворога не просто чужим, а чимось огидним і неприродним. Ще у 2014 році на тимчасово окупованих територіях почала діяти російська пропаганда. Більшість повідомлень у кожному ЗМІ стосується «як погано живеться в Україні», «жахливої сили фашистів і націоналістів». Типові заголовки в ЗМІ бойовиків ДРК і ЛНР такі: «У Києві продовжують марити», «Українців почали масово депортувати з Європи» або «Кримінальна влада України приводить «незалежну» житлову сферу. переломний момент».

**Проведення паралелі ворога з Гітлером у будь-якій ситуації.** Коли демагогам не вистачає вагомих аргументів, цей прийом негайно використовується. Останнім часом на російському телебаченні президента України Володимира Зеленського все частіше порівнюють із фюрером. Ця зацикленість на нацистському Гітлері зрозуміла: на росіян, у яких довгий час

панував культ «ми виграли Другу світову», легше вплинути. Пропагандисти кілька десятиліть представляли Росію як єдиного переможця, ігноруючи внески інших держав. У РФ будь-яку бойову діяльність прирівнюють до «подвигу дідів». Навіть поп-музика займається пропагандою.

***Використання військової тематики для зображення своїх лідерів.***

Цей прийом часто використовується білоруською та російською пропагандою. Тут військова тематика допомагає зобразити очільників держави нібито сильними, хоробрими та войовничими. Тоді населення сприймає їх як владу, яка править «залізною рукою». Побачивши такого «лідера» по телевізору, люди вже не думають, що вони звичайні корупціонери та деспоти.

***Ворог влади представлений як ворог держави.***

Це ще один відомий прийом, який показує, як працює російська пропаганда останніх років. Особистість лідера (Володимир Путін) ототожнюється з державою. Не дарма якось сказав голова Держдуми РФ В'ячеслав Володін: «Без Путіна нема Росії». Завдяки цій фразі пропагандисти можуть стверджувати, що критика влади і Путіна є водночас непатріотичною та зрадницькою.

Сама інформація сьогодні використовується як зброя. Російська Федерація неодноразово застосовувала і продовжує використовувати різноманітні методи та технології у війні проти України. Серед російського населення поширюється паніка щодо можливого нападу Америки чи НАТО з території України, щодо міфічних «бандерівців», які вторглися в українську владу, та щодо нацистів, які не дають говорити російськомовним громадянам російською. Таким чином пропагандисти намагаються переконати свій народ у необхідності розв'язування війни в Україні.

Телебачення — чудовий спосіб прищепити росіянам «правильний» світогляд, який підходить Кремлю. З кожного відео чи ток-шоу роками лунає інформація про «велич Росії». І якщо виникають якісь проблеми, то їх одразу перекидають на західні країни.

Українським ЗМІ необхідно бути потужнішим, аби могли легко протистояти на інформаційному полі країні-агресорці.

### 2.3. Прогнозовані результати сприйняття інформаційного продукту широкими масами

В умовах інформаційної війни слід захищати інформаційний простір, покращувати соціальну політику та будувати власні інформаційні операції, добре розуміючи цільову аудиторію.

Такі думки висловив британський публіцист Пітер Померанцев, виступаючи на відкритті II Міжнародного студентського медіасимпозіуму «Переосмислення медій як протидія пропаганді» в Українському католицькому університеті у Львові.

Інформаційна боротьба полягає не лише в пропаганді, медіа-дебатах і переконаннях. – Це військова доктрина, яка включає кіберагресію, економіку, медіа та інші засоби.

Люди по-іншому сприймають інформацію під час війни. І це нормально, тому що кожен виходить зі свого внутрішнього стану. Страх, смуток, злість, ейфорія – емоції беруть верх, ми гортаємо стрічку новин, боячись пропустити щось важливе. Виникає інформаційне перевантаження, яке переходить у виснаження.

Ми глибше дивимося на негативні новини і думаємо про них довше. Тому вони блискавично поширюються, і на цьому будується стратегія дезінформації.

Паніка в суспільстві вигідна агресору, тому варто боротися з тривожним настроєм, який затягує вас в інформаційну халепу.

Як боротися з дезінформацією:

- ✓ критично оцінювати кожен новину, «думку експерта»,
- ✓ не поширюйте неперевірені особисті новини,
- ✓ довіряти та ділитися інформацією з офіційних джерел та офіційних ЗМІ,
- ✓ не поширюйте новини, які викликають лише страх і не дають порад, як діяти в тій чи іншій ситуації - це часто звичайні фальсифікації.

✓ Дотримуйтесь інструкцій держави.

Мета інформаційної війни – послабити моральну та матеріальну силу супротивників чи конкурентів і зміцнити нашу власну. Він дає міру впливу пропаганди на людську свідомість в ідеологічній та емоційній сферах.

Зрозуміло, що інформаційна війна є невід’ємною частиною ідеологічної боротьби. Такі війни безпосередньо не призводять до кровопролиття і руйнувань, під час їх дій немає жертв, нікому не бракує їжі, немає даху над головою.

І це створює небезпечну невпевненість у ставленні до них. Водночас руйнування, завдані інформаційною війною в соціальній психології та індивідуальній психології, співмірні за масштабом і значенням, а іноді й перевершують наслідки збройної війни.

Одним із найважливіших завдань кожного українця є вміння виявляти вплив інформації, IPSO та протидіяти йому. Для цього необхідно зрозуміти причини та методи ведення таких воєн. Пропонуємо вашій увазі невеликий екскурс в історію, який дає уявлення про природу інформаційних воєн.

У воєнний час інформаційний фронт безпосередньо обслуговував бойові дії. Тобто різними інструментами держава допомагає собі боротися з інформацією. Якщо ми продовжимо аналогію між кінетичною та інформаційною війною, уявіть, що царство можна прирівняти до занепокоєння. Тобто воюють і привертають увагу в інформаційній війні. Як територію, її можна утримувати або завойовувати. У кінетичній війні є багато способів завоювання території: атакувати артилерією, захоплювати міста в кільці або висаджувати десант. З такою ж турботою.

Тож у цій аналогії підробка є солдатом інформаційної армії. У них чіткі завдання. Їх дуже багато порівняно, скажімо, з технікою. Російська військова інформація та тактика дуже схожі. Вони згуртувалися, щоб викоринити підробки, так само, як вони послали свої армії на війну.

Над фейковими розміщені повідомлення – чіткі та зрозумілі повідомлення. Вони як ракети, їх запускають у певну ціль. Повідомлення

можуть бути чесними, маніпулятивними або абсолютно неправдивими. У цьому їх небезпека, тому що якщо з фейком все досить зрозуміло, то з повідомленням це не так. Повідомлення складається з брехні, тобто Росія використовує брехню, напівправду та маніпуляції, щоб наповнити повідомлення та сформулювати його. Їх набагато менше, ніж фейкових, оскільки для створення та просування повідомлень потрібні ресурси. Повідомлень може бути декілька і іноді навіть суперечити одне одному.

У надійних стратегічних комунікаціях повідомлення не повинні суперечити одне одному, але в російському світі інформаційного впливу все інакше. Тому що часто завдання Росії – заплутати глядача, заплутати його настільки, що повністю втрачається система координат. Тобто росіяни не обов'язково хочуть змусити українців у щось повірити, навпаки, вони дуже часто намагаються підірвати довіру і кажуть, що не можна нікому вірити.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Брехня Кремля про українських захисників та захисниць. Вокс Україна: веб-сайт. URL: <https://voxukraine.org/brehnya-kremlya-pro-ukrayinskyh-zahysnykiv-ta-zahysnyts/> (дата звернення: 25.05.23)
2. Задум журналістського твору і накопичення інформації . URL: [http://ni.biz.ua/11/11\\_12/11\\_12639\\_zamisel-zhurnalistskogo-proizvedeniya-i-nakoplenie-informatsii.html](http://ni.biz.ua/11/11_12/11_12639_zamisel-zhurnalistskogo-proizvedeniya-i-nakoplenie-informatsii.html) (дата звернення 24.05.2023)
3. ЗМІ і війна: особливості поширення інформації та фото під час воєнного стану. Патформа прав людини. URL: <https://www.ppl.org.ua/zmi-i-vijna-osoblivosti-poshirennya-informaci%D1%97-ta-foto-pid-chas-voennogo-stanu.html> ( дата звернення 25.05.2023)
4. ЗМІ Росії поширюють фейк про згвалтування солдатами НАТО військових України. 2021. URL: <https://mil.in.ua/uk/news/zmi-rosiyi-poshyruuyut-fejk-pro-zgvaltuvannya-soldatamy-nato-vijskovykh-ukrayiny/> (дата звернення: 24.05.2023)
5. Про організацію взаємодії між Збройними Силами України, іншими складовими сил оборони та представниками засобів масової інформації на час дії правового режиму воєнного стану (Із змінами, внесеними згідно з Наказом №196 від 12.07.2022; №266 від 03.10.2022). Наказ головнокомандувача ЗСУ. URL:chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.mil.gov.ua/content/mou\_orders/nakaz\_73\_zi\_zminamu.pdf (дата звернення: 24.05.2023)
5. Сабадаш Ю., Пахоменко С. СУЧАСНІ МАС-МЕДІА ЯК ЗАСОБИ ПРОПАГАНДИ ТА КОНТРПРОПАГАНДИ (НА ПРИКЛАДІ КОНФЛІКТУ НА ДОНБАСІ). URL: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://repository.mdu.in.ua/jspui/bitstream/123456789/788/1/suchasni\_mas-media.pdf (дата звернення: 24.05.2023)
6. Солдати НАТО та слъози Зеленського: що в російських ЗМІ говорять

про святкування Дня Незалежності України. 2021.  
URL:<https://www.slovoidilo.ua/2021/08/25/statija/suspilstvo/soldaty-nato-ta-slozy-zelenskoho-rosijskix-zmi-hovoryat-pro-svyatkuvannya-dnya-nezalezhnosti-ukrayiny> (дата звернення: 10.11.21)

7. Стандарти журналістики під час війни. Як описати про трагічні події. Інститут масової інформації. URL: <https://imi.org.ua/articles/standarti-jurnalistiki-pid-chas-viyni-yak-pisati-pro-tragichni-podiji-infografika-i988> (дата звернення 24.05.2023)

8. У Славутичі створили соціальний ролик для підтримки ветеранів АТО/ООС. АрміяІнформ: веб-сайт. 2021. URL: <https://armyinform.com.ua/2021/05/u-slavutychi-stvoryly-soczialnyj-rolyk-dlya-pidtrymky-veteraniv-ato-oos/> (дата звернення: 25.05.2023)

9. Які обмеження та особливості роботи медіа діють в Україні під час великої війни. Детектор медіа. URL: <https://detector.media/infospace/article/203615/2022-10-11-yaki-obmezheniya-ta-osoblyvosti-roboty-media-diyut-v-ukraini-pid-chas-velykoi-viyny/> (дата звернення 24.05.2023)

10. Як працювати журналістам під час воєнного стану. ІМІ. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/yak-pratsyuvaty-zhurnalistam-pid-chas-voyennogo-stanu-i44357>(дата звернення 24.05.2023)

11. Hoffman F. G. Hybrid warfare and challenges. URL: <https://apps.dtic.mil/dtic/tr/fulltext/u2/a516871.pdf>

## II. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ДОРОБОК

### Кінематограф – медійний хід гібридної війни

Український кінематограф потужно розвиненим не був. Бойові дії на сході України внесли вагомий грант у розквіт нашого кінопродукту. Вагома увага розпочала акцентуватися на фільмах з висвітленням подій Революції Гідності, анексії Криму, котрі відбувались у 2013 роках та зона АТО (ООС) 2014, і наразі повномасштабне вторгнення – війна 2022.

Патріотичне спрямування кіно передбачає його змісту, котрий має відповідати принаймні одній із таких характеристик: він пов'язаний із забезпеченням прав, свободи, відповідальності людини і громадянина, підтримує розвиток національної свідомості, патріотичне почуття, консолідація українського суспільства навколо спільних ідей майбутнє, захист територіальної цілісності України, ідеали свободи, загальнолюдських і сімейних цінностей, зміцнення взаємоповаги і толерантності в українському суспільстві підвищення почуття гордості за власну державу, свою історію, культури, науки і спорту, поширення правдивої інформації про обставини збройної агресії Російської Федерації на територію України .

У ЗС України демонстрація фільмів, є одним з найважливіших заходів культурологічної роботи, адже за допомогою них, формуються ідейні переконання, особистісні професійні якості, світоглядні підвалини, ідеологічні ціннісні орієнтації, набуття власного соціокультурного досвіду військовослужбовців за допомогою певних культурологічних заходів ( кінопоказ, обговорення кінофільму, виставка, створення соціальній патріотичних відеороликів, перегляд патріотичних кінострічок та залучення в/с до кінофестивалів- в нашому випадку). Також кінематограф у ЗС України виступає засобом виховання патріотизму, мужності, свідомості військовослужбовців, формування образу «Я-Захисник», гуманістичних



поглядів, національної свідомості, морально-бойових якостей, морально-психологічної готовності до захисту Батьківщини та засобом релаксації для військовослужбовців.

За допомогою кінематографу раціонально надати підтримку на державному рівні заходам з поширення правдивої інформації про обставини збройної агресії Російської Федерації проти України, окупації Криму, підтримку Російською Федерацією збройного конфлікту на Донбасі та намагання дестабілізувати ситуацію в інших регіонах України шляхом підтримки сепаратизму, тероризму.

Якщо правильно визначити і сконцентрувати допоміжні сили і засоби, то українська патріотична телепродукція в швидкому темпі досягне високого рівня розвитку, особливо на свідомість молодого покоління, з метою виховання почуття патріотизму до виконання військового обов'язку, захисту Батьківщини. Та позитивно вплине на особовий склад ЗС України з метою релаксації з однієї сторони, та національно-патріотичного виховання – з іншої. Важливим аспектом під час створення патріотичної кінопродукції є героїзація образу захисника України, з метою пропагування та формування у молоді поваги до української армії в цілому, виховання у військовослужбовців високої національної свідомості, політичної пильності, та інших морально-психологічних і бойових якостей, виконання священного обов'язку захисту України, висвітлення переваг військової служби та увічнення пам'яті про військовослужбовців, які загинули під час виконання військового обов'язку в районі проведення ООС (АТО) на території Донецької та Луганської областей.

## Візуальні мистецтва ? Щось нове

Людський мозок так влаштований, що ми все сприймаємо через органи чуттів – сенсоріку, але одним з домінуючих являється орган зору. Візуальне мистецтво включає в себе живопис, скульптуру, архітектуру, фотографію, кіно, поліграфію. Багато з цих творів мистецтва створені, щоб стимулювати нас через візуальний досвід.

Візуальні мистецтва 21 століття набувають мистецького новаторства через різноманітні інноваційні, технічні та технологічні засоби ( медіа-арт, перформанс, мурал-арт, ленд).

Більшу увагу слід приділити таким формам візуального мистецтва, як: кіно, соціальні ролики, реклама, інформаційні сторінки та портали, відеокліпи, комікси – практично всі засоби масової інформації, котрі оточують нас повсюди; те, що ми бачимо кожного дня, адже воно активно впливає на нашу свідомість.

Пропонуються найяскравіші кінострічки українських режисерів. Повнометражний фільм Ахтема Сеїтаблаєва «Кіборги» 2017 року став найбільш популярною стрічкою на теренах України і на міжнародному рівні, який розповідає про історію українських військових, котрі захищали Донецький аеропорт 2014 року. 242 дні українські військовослужбовці, волонтери, добровольці стійко, відважно, незламно тримали оборону ДАПу. «Кіборгами» їх назвав сам ворог, адже лише сильні здатні вистояти в нелюдських умовах. «Вони витримали, не витримав бетон» . Дана кінострічка отримала 6 нагород на кінофестивалі «Золота дзига 2018» , серед них – Найкращий фільм 2018.

На щастя, на медіа-платформу зійшло багато соціальних роликів про військові події в зоні ООС(АТО), про мужність військових, про нагадування в якому стані зараз наша країна знаходиться. «Заради перемоги» на підтримку воїнів, повернись живим – «Україна у вогні», «Зігрій солдата в зоні АТО» та

інші соціальні ролики, які демонструють ПТСР у захисників, чи проблеми, з якими вони стикаються при поверненні додому з лінії фронту.

Варто згадати й музичні відеоролики, адже сучасна молодь не уявляє себе без музики, за допомогою якої легко маніпулювати свідомістю чи змінювати світоглядні переконання. Одним з перших таких музичних відеокліпів був презентований у 2020 році «Настав час», пам'яті 23 річного Андрія Кизила, Героя України, який загинув у бою за Авдіївку, - трьох львівських співаків – Вячеслава Сінчука, Андрія Капраля, і Зіновія Карачука.

За допомогою візуальних мистецтв ми можемо маніпулювати свідомістю соціуму так, як вигідно. Проте, підсумовуючи вищесказане, візуальні мистецтва української продукції виступають інструментом демонстрації реалій стану нашої держави, висвітлення збройного конфлікту, героїчних подвигів захисників України, щоб ми не забували про те, що в нашій державі вже 9-й рік іде збройна боротьба за незалежність, самобутність, недоторканість та територіальну цілісність .

Російські медіа постійно намагаються всіма силами здійснити маніпулювання українською свідомістю та свідомістю країн-партнерів з метою досягнення своєї мети, особливо для формування негативного образу захисників України на місцевому на міжнародному рівні.

Також на деяких інформаційних інтернет-сторінках, російські ЗМІ переконують російських громадян про нищість та аморальність військовослужбовців ЗС України, поширюючи ганебні фейки про зґвалтування солдатами НАТО військових української армії, посиляючись на спеціально підроблений сайт Міністерства оборони України.

Маніпулювання російської пропаганди полягає на стандарта західної журналістики, аналітики, паразитування на стереотипах і комплексах політології, окремих політичних підходах. Підсумовуючи основні принципи гідних ЗМІ, полягають у тому, що має бути представленою кілька точок зору. Суть роботи російських ЗМІ була в межі правди, вона ж – межа брехні для країни-агресора.

Українські візуальні мистецтва спрямовані на формування позитивного образу захисника, з метою пропагування мужності та героїзму, формування у молодого покоління національного характеру, патріотизму, бажання боронити державні кордони своєї держави на полі з російською агресією.

## ВИСНОВКИ

Отже, варто зауважити, військовий журналіст — джерело інформації, яке може використовувати військова розвідка.

Буквально все, що представлено у відкритих джерелах, вивчається спецслужбами. Якщо говорити про відеозвіти, то дуже цікавими є орієнтири на місцевості, озброєння, умови забезпечення солдатів і навіть інтонація голосів у діалогах. З «відвертих» репортажів із зони АТО цілком можливо отримати дані про настрій наших бійців, укріплення чи вразливі місця оборони.

Соціальні мережі – це фактично нове середовище. Це може бути система зв'язку, це може бути шпигунська мережа, це може бути навіть свого роду «зброя масового знищення». Це треба зрозуміти, прорахувати і використати для спільної перемоги над ворогом.

Варто й зауважити, що під час воєнного стану дуже важливо дотримуватись «букви закону» та не розголошувати інформацію, яка може прямо чи опосередковано зашкодити безпеці країни та її громадян. Але Закон про свободу інформації, який визначає цей тип інформації з обмеженим доступом, не змінився з початку повномасштабного вторгнення, тому, якщо ви працюєте з цією інформацією, підхід, обмеження та покарання ті самі як і раніше.

І ще одне зрозуміло – про співпрацю у сфері медіа, тому що є чимало випадків, коли ЗМІ на окупованих територіях (та й на не окупованих територіях) надавали свої можливості, майданчики та ресурси для поширення інформації пропаганди, загарбників.

Для пропагандиста дуже важливо адаптуватися до стереотипів масової свідомості. Приєднуйтеся до образів, які нібито вже є в головах людей, створюйте асоціації у потрібного маніпулятора в напрямку інтерпретації. Пропаганда сильна саме тому, що вона спирається на старий набір ідей символізації, упереджень і бажань. Пропаганда піднімає їх із глибин свідомості, роблячи активними, а не пасивними. Інформаційний фронт «гібридної війни» розгортається одразу в кількох напрямках. По-перше: 1) серед населення зони конфлікту; 2) серед населення країни, проти якої здійснюється агресія, але територія якої не охоплена конфліктом; 3) серед громадян країни-агресора; 4) в рамках міжнародної спільноти. Протистояти інформаційній агресії дуже важко. Існує думка, що найкраща контрпропаганда – правда.

Гібридні війни поєднують використання військових і невійськових методів впливу. Серед невійськових методів найпотужнішим засобом є медіа, здатні формувати псевдореальність, що сприймається як об'єктивна реальність у свідомості споживачів інформації.

Така «мілітаризація ЗМІ» стає потужним інструментом не лише впливу, а й руйнування національної ідентичності та стану об'єкта відкритої чи фактичної агресії за умов, що призвели до самоцензури ЗМІ, низької грамотності населення та неефективної національного законодавства.