

ДК: 070:323.23(470):316.658.4(477.64-074)

МЕДІАПОДІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОНСТРУЮВАННЯ МЕДІАРЕАЛЬНОСТІ (НА ПРИКЛАДІ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ)

БУТ Крістіна,

аспірантка,

Запорізький національний університет, м. Запоріжжя, Україна, e-mail: kristina.1997but@gmail.com.

Вступ. Повномасштабне вторгнення росії на територію України призвело до тимчасової окупації сотень українських міст і сіл в Запорізькій області. У вересні 2022 р. росіяни провели так звані референдуми на новоокупованих територіях, намагаючись легітимізувати захоплення суверенної території України. Для просування політики окупації, формування позитивного іміджу серед місцевих жителів і залучення міжнародної підтримки росіяни активно використовують пропаганду та конструюють медіареальність щодо новоокупованих земель. Для цього використовується широкий спектр інструментів, зокрема медіаподії.

Актуальність дослідження. Оскільки медіаподії мають суттєвий вплив на формування громадської думки, вважаємо актуальним аналіз їхньої ролі в конструюванні медіареальності на прикладі тимчасово окупованих територій Запорізької області.

Методологія. Дослідження потребувало використання таких методів: контент-аналізу, аналізу та синтезу, а також систематизації. Для досягнення мети були проаналізовані матеріали проросійських Telegram-каналів «Запорожский вестник», «Владимир Рогов», «#ЮгМолодой» за період із червня по вересень 2022 р.

Результати. Було встановлено, що медіаподії застосовуються для конструювання медіареальності, оскільки впливають на формування громадської думки. Було виявлено, що серед медіаподій, використовуваних російськими пропагандистами в Запорізькій області, є флешмоби, виставки, кампанії прибирання, концерти, волонтерські заходи, конкурси талантів й агітація. Аналіз цих медіаподій свідчить про те, що їхня основна мета полягає у формуванні лояльності до росії серед українців на тимчасово окупованих територіях і створення фальшивої легітимності окупації.

Висновки. Ми проаналізували російську медіареальність, створену для впливу на громадян тимчасово окупованих територій. Вважаємо, що розуміння ролі медіаподій у конструюванні медіареальності є додатковим засобом для розуміння медійного середовища на тимчасово окупованих територіях та для майбутньої реінтеграції їхніх жителів.

Ключові слова: пропаганда, медіареальність, медіаподії, публічні заходи, тимчасово окуповані території Запорізької області.

Вступ. Повномасштабне вторгнення росії в Україну призвело до тимчасової окупації сотень українських населених пунктів, серед яких опинилися міста та села Запорізької області. Деякі з них і досі перебувають в умовах окупації. У вересні 2022 р. росіяни на новоокупованих землях провели так звані референдуми, спрямовані на спроби легітимізувати захоплення територій суверенної держави України.

У намаганні просувати свою окупаційну політику, формувати позитивний імідж серед місцевих жителів і залучитися підтримкою на міжнародній арені росіяни активно

використовують пропаганду та конструюють медіареальність щодо новоокупованих земель. Для її творення використовується широкий інструментарій, в який, зокрема, входять і медіаподії.

Медіаподії та медіареальність у цілому неодноразово ставали об'єктами аналізу в наукових дослідженнях у галузях соціальних комунікацій, журналістикознавства, психології, політичних наук і культурних студій. Зокрема, окремі аспекти функціонування медіаподій висвітлені в роботах Ж. Бодріяра, Д. Бурстіна, Д. Даяна, Е. Каца, Н. Лумана, В. Ривліної, Л. Чернявської, Г. Шерера та ін.

Науковиця Л. Чернявська зауважує, що «дискурс мас-медіа бере безпосередню участь у відображенні й конструюванні реальності (медіареальності), зокрема через медіаподії» [7, с. 18]. Дослідниця В. Ривліна наголошує: «Якщо раніше культурна подія відбувалася автономно, її резонансність залежала від експозиційного потенціалу та змістових характеристик, що реципієнт сприймав безпосередньо, то тепер і акти рецепції, і сама дискурсивність культурної події опосередковані мас-медіа, перетворюючи її на медіаподію» [6, с. 33]. Оскільки саме медіаподії мають значний вплив на формування громадської думки, вважаємо за доцільне й актуальне проаналізувати їхнє місце в процесі конструювання медіареальності на прикладі тимчасово окупованих територій Запорізької області. Окреслена теоретична рамка дозволить нам розглянути явище медіаподій під широким кутом і виокремити ключові аспекти для подальших досліджень.

Адже усвідомлення ролі медіаподій у конструюванні медіареальності є допоміжним для розуміння сучасного медійного середовища на тимчасово окупованих територіях та для подальшої реінтеграції громадян, що залишилися там. Сприяючи дискусії та аналізу цих явищ, ми сподіваємося зробити внесок у формування суспільного діалогу та розвитку наукового розуміння медіапростору.

Новизна дослідження полягає в огляді медіаподій, створених пропагандистами на тимчасово окупованих територіях Запорізької області для конструювання відповідної медіареальності.

Мета статті – розглянути медіаподії як один з інструментів конструювання медійної реальності в контексті впливу на громадську думку (на прикладі пропагандистських діджитал-медіа, що діють на тимчасово окупованих територіях Запорізької області).

Об'єкт дослідження – новини про публічні молодіжні заходи з проросійських телеграм-каналів у Запорізькій області: «Запорожский вестник», «Владимир Рогов», «#ЮгМолодой». *Предмет* – ознаки використання вищезгаданими медіа медіаподій для конструювання вигідної медіареальності.

Завдання дослідження – сформулювати теоретичну рамку дослідження медіаподій як інструмента конструювання медіареальності; провести контент-аналіз новин проросійських телеграм-каналів у Запорізькій області: «Запорожский вестник», «Владимир Рогов», «#ЮгМолодой» за період підготовки до так званих референдумів; виявити основні часто повторювані медіаподії, що конструюють медіареальність на тимчасово окупованих територіях Запорізької області, та з'ясувати мету їх використання.

Методи дослідження. Обрана нами тематики вимагала детального розгляду та застосування широкого спектра наукових підходів. Передусім ми використали методи аналізу та синтезу для огляду наукових теорій і гіпотез щодо медіаподій і медіареальності, що дозволило сформулювати комплексне розуміння досліджуваної проблеми. Щоб доречніше представити окреслену теоретичну рамку, використали метод систематизації для структурування інформації. Ключовим методом дослідження є контент-аналіз, яким ми послуговувалися для оцінки текстових матеріалів, виявлення в них медіаподій, створених російською пропагандою, ідентифікації їхніх ключових тематичних напрямків і форматів. Загалом вищезазначені методи дослідження

були інтегровані з метою забезпечити належний рівень наукової обґрунтованості та доказовості наших висновків.

Для реалізації поставленої мети були переглянуті матеріали проросійських телеграм-каналів у Запорізькій області «Запорожский вестник», «Владимир Рогов», «#ЮгМолодой» за період від червня до вересня 2022 р. включно. Обрані хронологічні рамки пояснюються подіями, що відбувалися, адже в цей часовий проміжок окупанти та колаборанти активно готувалися до так званих референдумів на тимчасово окупованих територіях. Саме такий контекст дозволить якнайповніше сформулювати уявлення про предмет дослідження. Далі були виокремлені матеріали, що містять ознаки використання медіаподій. Відібрані матеріали були погруповані за тематикою та формами проведення медіаподій.

Результати й обговорення. Фундамент дослідження медіареальності як наукового об'єкта у світлі соціальних комунікацій було закладено ще на початку ХХ ст. Утім, аналіз наукових джерел щодо тематики медіаподій і медіареальності вказав на певну неузгодженість серед науковців щодо інтерпретації самої дефініції медіареальності. Це пояснюється загальною складністю та багатовимірністю поняття. У попередніх наукових розвідках авторка цієї статті здійснила спробу уніфікувати наявні гіпотези щодо медіареальності, запропонувавши власне тлумачення. За нашим визначенням, медіареальність – це «...сконструйована соціокультурна реальність, віртуальний простір, сукупність явищ і процесів, відображених або викривлених у медіа, які впливають на сприйняття, розуміння та спосіб взаємодії людей з реальним світом, формують громадську думку та можуть бути направлені на зміну поведінки споживачів» [2, с. 18]. Зазначимо, що в цьому дослідженні ми дотримуватимемось саме цієї дефініції.

Аналізуючи методологічну базу та проводячи огляд діджитал-медіа, що діють на тимчасово окупованих територіях Запорізької області, ми з'ясували, що інструментарій медіареальності налічує такі складові: стереотипи, фреймінг, метод селекції, маніпуляції думками, використання конфліктів, використання дій/дійових осіб, акцент на порушенні норм, методи пропаганди, преференційність, жанрова специфіка, репортажні елементи, образний інструментарій тощо. Не остання роль у системі цих інструментів належить медіаподіям.

Медіаподії, як зазначає дослідниця В. Ривліна, «... інтегрують в себе уявлення про медійний порядок денний і його складники, символічну реальність, утворювану мас-медіа, резонанси та «всеохопність» медіаповідомлень, рецепцію із інтерпретаційними та реінтерпретаційними процесами» [6, с. 33]. Більшість дослідників [5; 6; 7; 8; 10] зазначають, що медіаподії є запланованими, сконструйованими ЗМІ ситуаціями та відрізняються від тих, що відбуваються в реальності.

На нашу думку, найбільш детально медіаподіям у науковому дискурсі приділив увагу Д. Бурстін. Зокрема, у публікації «Імідж. Путівник по псевдоподіям в Америці» дослідник називає такі характеристики псевдоподій (у контексті дослідження дефініція «псевдоподії» використовується як тотожна до поняття «медіаподії» – прим. авт.): не спонтанність, а запланованість, організованість, спонукання до того, щоб вони відбулися; їх мета – безпосереднє повідомлення чи відтворення; те, як і коли відбудеться медіаподія, залежить від того, як це буде зручно засобам масової інформації, які її створюють; у них часто порушені часово-просторові рамки; їх взаємозв'язки з реальністю, як зазначає автор, є «неоднозначними» [8]. Також цікаво, що Д. Бурстін вказує на те, що зазвичай псевдоподії «призначені бути передбаченням, що самоздійснюється» [8, с. 11].

У посібнику «Місцева преса: посібник для ЗМІ. Як регіональним журналістам працювати за часів нових медіа та кризи демократії» авторка наголошує: «Сучасні ЗМІ здійснюють інсценізацію реальності та створюють медіаподії. <...> Медіаподія – це специфічний продукт мас-медіа, який, по суті, є симулякром, не має під собою

реальності, яку відображає. За технологією – це об'єднання репортажності та постановочності, коли щось робить так би мовити «під камеру», навмисне у присутності журналістів» [5, с. 68]. Не можемо не підкреслити, що саме такий медійний продукт дає пропагандистам можливість впливати на аудиторію та її громадську думку.

Використовуючи медіаподії на тимчасово окупованих територіях Запорізької області, так звана російська влада разом із місцевими колаборантами прагнуть залучитися підтримкою місцевих жителів і сформуванню відповідну «картинку» масштабності та всеохопної лояльності. Варто також зазначити, що лівову частку медіаподій, розповсюджених із червня по вересень 2022 р. у проросійських телеграм-каналах «Запорожский вестник», «Владимир Рогов», «#ЮгМолодой» тощо, складають саме медіаподії за участі або для молоді.

Що стосується останнього, аналіз матеріалів вказав на те, що роботу з молоддю на тимчасово захоплених територіях окупанти демонструють як один зі своїх пріоритетів. Це підтверджує колаборант В. Рогов у своїй заяві (перекладано з російської – прим. авт.): «Робота з молоддю на звільненій території – це один із дуже важливих та ключових напрямів, який не можна покидати напризволяще» (<https://t.me/zpvestnik/299>).

Причин обрання молодіжного фокусу в медіаподіях є декілька: одна з них спрямована на роботу з підсвідомим реципієнтів за допомогою апеляції до впізнаваних політичних типажів й архетипів, тобто творення іміджу «господарника», «хазяїна», який готовий допомагати молодим людям «віднайти правильний шлях», зайнятися корисними справами. Звертаємо увагу на підбір вербальних конструкцій, використаних В. Роговим для трансляції цього меседжу, зокрема – «не можна кидати напризволяще». На нашу думку, колаборант застосовує такі формулювання задля апеляції до політичного типу «Хазяїн», актуального для багатьох українців унаслідок колективної радянської травми: «Тип Хазяїна є характерним породженням пострадянської доби й поєднує риси таких радянських політичних амплуа, як Вождь-батько та Видатний Господарник. <...> Як колись Батько народів, сучасний Хазяїн «за всіх нас турбується», виглядає стомленим, небагатослівним, похиленим під тягарем державних проблем, але по-батьківському «суворим і справедливим» з тими, хто щось накоїв» [4]. Також звертаємо увагу на підміну понять, використану в заяві В. Рогова, та ту, яка часто демонструється в проаналізованій вибірці, – тимчасово окуповані території називають «звільненими».

Друга ж мета застосування молодіжного фокусу при формуванні медіаподій – поширювати уявлення, ніби підтримка росії – суспільна норма, яку розділяє українська молодь на тимчасово окупованих територіях. Цю мету виконує й інший проаналізований нами матеріал із телеграм-каналу «Запорожский вестник», в якому йдеться про заяву-звернення до путіна від студентки й редакторки колаборантської газети «Утренняя звезда» в Чернігівці Анастасії Ковдрі. Для повного розуміння контексту матеріалу публікуємо цитату-звернення, перекладену українською, у повному обсязі: «Шановний Володимире Володимировичу, усі ці роки люди, які живуть на нашій території, бачили від попередньої влади лише порожні обіцянки та накачування націоналізмом. Наш регіон – це просто найбагатша житниця, яка була розкрадена та занедбана. І таких прикладів дуже багато. Я вірю в те, що з приходом росії все зміниться на краще. Я чекаю на це. Люди вірять у це, молодь вірить. Саме тому я не побоююсь відкрито заявити про те, що ми, мешканці Запорізької області, потребуємо негайного проведення референдуму про входження нашої території до складу російської федерації. Почуйте нас, будь ласка» (<https://t.me/zpvestnik/2534>).

Звертаємо увагу на те, що така подія є повністю сконструйованою псевдожурналістами. Навіть той факт, що центральна роль у ній належить «журналістці та редакторці», уже є промовистим. Мета створення цього матеріалу усвідомлюється з заголовку: «Молодь Запорізької області звернулася до путіна – мешканці потребують негайного

проведення референдуму про входження регіону до складу російської федерації». У своїй промові спікерка маніпулює та використовує узагальнення, формуючи враження, ніби виголошує промову від імені всіх молодих жителів Запорізької області. У цьому матеріалі також бачимо прояв використання спіралі мовчання (концепція авторства Е. Ноель-Нойманн). Згідно з нею, медіа видають думку меншості за громадську думку, змушуючи людей відчувати потребу в приховуванні своїх справжніх поглядів у зв'язку з непопулярністю їх серед більшості тощо. Тут також бачимо звернення до вищезгаданого політичного типу «Хазяїн» й апеляцію до радянського минулого («Наш регіон – це просто найбагатша житниця»).

Проаналізувавши матеріали, що увійшли до вибірки, ми сформували класифікацію щодо форм проведених у визначений період медіаподій. Серед них, зокрема, – публічні заходи, флешмоби, виставки, акції, суботники, концерти, волонтерські події, талант-шоу, агітації тощо. Розглянемо детальніше приклади кожної з проаналізованих груп.

1. Прибирання, суботники тощо. У проаналізованих нами новинах досить часто звертаються до теми спільних прибирань тимчасово окупованих територій. До прикладу, «суботники» згадуються в 4 проаналізованих матеріалах, «прибирання» – у 2, «навести порядок» (саме в контексті прибирання територій, будівель тощо – прим. авт.) – у 14. Звернемо увагу на те, що в текстах поруч із «порядком» майже всюди згадується «росія» – для створення відповідного асоціативного ряду. Наведемо кілька прикладів: «У школах вже підготовку до початку навчального року практично завершено, навчальні заклади відремонтовано, упорядковано, перевірено опалення. Ще одна школа знаходиться на стадії ремонту. Тим часом на теренах постукраїнського простору, підконтрольних режиму Зеленського, будівлі шкіл займаються бойовиками ЗСУ та іншими підрозділами нацистів. А шкільна освіта переводиться у заочний онлайн режим» (<https://t.me/vrogov/4164>); «У Чернігівці відбувся суботник. У рамках підготовки до святкування Дня молоді волонтери руху «Ми разом із росією» та мешканці Чернігівки провели суботник. «Без порядку – нікуди», – упевнені учасники суботника» (<https://t.me/zpvestnik/851>); «Активісти обласного руху «Південь Молодий» спільно з #Ми разом прибули до міста Генічеськ. Наша команда упорядковує житлові приміщення для тимчасового розміщення біженців міста Херсона» (<https://t.me/YugMolodoj/576>).

На окрему увагу заслуговує матеріал про те, що фейкове міністерство молодіжної політики Запорізької області та волонтери прибираннями привітали С. Кірієнка, першого заступника керівника адміністрації президента рф, із 60-річчям: «Як відзначають самі підлітки, найкращий подарунок – це продовження добрих традицій волонтерства, тому добровольці провели акцію «Чистота навколо нас» та допомогли пенсіонерам із покупками» (<https://t.me/zpvestnik/304>). До замітки також прикріплений відеоматеріал із досить неоднорідним монтажем, в якому продемонстроване привітання та фрагменти прибирань.

Вважаємо, що основною метою медіаподій такого типу є створення асоціацій «росія дорівнює порядку».

2. Волонтерство, допомога нужденним. Наступний напрямок, щодо якого формуються медіаподії, – це волонтерство та допомога вразливим групам населення (пенсіонерам, ветеранам, багатодітним та/або малозабезпеченим родинам, «біженцям» (цитата з матеріалів; маються на увазі внутрішньо переміщені особи з Херсону, Маріуполя та інших міст України – прим. авт.) тощо). Така інформація містить усі ознаки псевдоподієвості: вони заплановані, організовані спільно з представниками та представницями засобів масової інформації; відбуваються саме для того, щоб про них було повідомлено, тощо. Також у повідомленнях часто беруть участь або представники державної влади, або органи місцевого самоврядування росії, партія «Єдина росія», рух «Ми разом із росією» тощо. Слово «волонтери» згадане за означений період 85 разів.

Псевдоподієвість цих волонтерських заходів проявляється також у тому, що вона ігнорує реальність і причинно-наслідкові зв'язки. До прикладу, у матеріалах, які стосувалися видачі гуманітарної допомоги людям у тимчасово окупованих Мелітополі, Бердянську, Василівці, Якимівці, пропагандисти не згадують про той факт, що чимало людей опинилися в скрутному становищі через блокування російською армією української гуманітарної допомоги, українських пенсій і соцвиплат.

Наведемо кілька прикладів медіаподій, пов'язаних із волонтерством на тимчасово окупованих територіях Запорізької області: «Російський допоможи російському! Мрія для жителів Нововасилівки» (<https://t.me/vrogov/4727>); «Схоже, хохлів дуже дратує росія на звільнених територіях: росія привела допомогу, волонтерів, розвиток, будівництво, школи, цивілізацію. Хохли ж у себе сіють лише злидні» (<https://t.me/YugMolodoj/436>); «Якимівка, Приазовське, Мирний, Веселе – Ми разом із росією!» (<https://t.me/vrogov/4936>) тощо. Звертаємо увагу на те, що в цих матеріалах часто фігурує рух «Ми разом із росією». Однак його використання в контексті матеріалу створює подвійне враження, ніби йдеться про підтримку росії від жителів цих міст і селищ. Також чимало матеріалів про ці медіаподії просувають наратив про росію, яка покликана принести добробут, а Україну – країну, що не відбулася (*failed state* – прим. авт.).

Варто згадати й про те, що деякі матеріали цієї тематики містять маніпуляції щодо війни росії проти України. До прикладу: «Десятки волонтерів Запорізької області сьогодні допомагають жителям Херсонської області, які рятуються від обстрілів київської України, благополучно дістатися безпечних районів» (<https://t.me/zpvestnik/3194>).

Цікавим із точки зору дослідження прийомів конструювання медіареальності є матеріал про жителя Приазовського, який мав нацистські татування й підтримував Україну. Про нього розповів колаборант В. Рогов, зазначивши таке: «До речі, молодик не лише переглянув свої погляди на український націоналістичний режим, а й став на шлях виправлення. Сьогодні він займається волонтерською діяльністю та допомагає жителям звільнених територій» (<https://t.me/vrogov/4874>). У цій історії бачимо чергове звернення до підсвідомого: образу злочину та покаяння, «шляху виправлення» та прикладу двох глибинних інстинктів – задоволення та руйнації. Дослідниця реклами та PR Л. Брудницька так описувала ці інстинкти і їх вплив: «Підсвідомість оперує образами. <...> Якщо цей образ апелює до одного з двох глибинних (за Маркузе) інстинктів (задоволення і руйнації), то людина отримує імпульс до прийняття певного рішення. Витіснені у підсвідоме у процесі розвитку цивілізації („соціалізації” людини), ці інстинкти зберігають свій вплив на поведінку людини» [1].

3. Концерти, арт-заходи, талант-шоу, змагання, конкурси, турніри, форуми тощо. Аналіз вищезгаданих форм медіаподій вказує на те, що всі вони містять проросійське забарвлення. До прикладу, на відео з талант-шоу є кульки в кольорах триколову («В Мелітополе провели конкурс «Таланты единой державы»: <https://t.me/zpvestnik/1302>); назви заходів асоціюють молодь тимчасово окупованих територій із належністю до росії («Форум спільноти «Ми – теперішня росії» провели у Запорізькій області. Мета спільноти – заохочувати активну молодь Мелітопольського району»: <https://t.me/zpvestnik/1286>); згадується концепція «єдиної держави» та «возз'єднання» територій («Завтра, 30 вересня о 14:00 відбудеться святковий концерт на честь возз'єднання ДНР, ЛНР, Запорізької та Херсонської областей з росією»: <https://t.me/zpvestnik/3024>); для молоді виступають пропагандисти й розповідають «про події на Донбасі» («Юлія Чичеріна виступила перед активом молоді Запорізької області»: <https://t.me/YugMolodoj/98>).

Такі медіаподії є патогенними, оскільки формують у чутливих до сприйняття пропаганди дітей і підлітків сприйняття належності до росії.

4. Флешмоби, акції й інші масові заходи. Ця група є схожою до третьої, однак ми вирішили її виокремити у зв'язку зі специфікою. Якщо в попередній групі основною

метою є формування належності, то для форм медіаподій «флешмоби, акції тощо» основною метою є масовість, вірусність. Такі медіаподії можна віднести до медіавірусів. Як зазначає автор терміна «медіавірус» Д. Рашкофф: «Медіавіруси – це медіаподії, що продукують справжні соціальні зміни, інформація на теми, які поширюються в інформаційному середовищі за принципом вірусів» [10, с. 9].

Ми бачимо в повідомленнях про такі флешмоби саме ознаки навмисно й усвідомлено створених медіавірусів, адже вони є спланованими, організованими та запущеними для того, щоб сприяти поширенню російської ідеології. Основний інструмент цих медіавірусів – масовість, оскільки саме завдяки великій кількості людей, що беруть участь у них, може сформуватися уявлення про соціальну прийнятність демонстрованої позиції, її схвалення у спільноті. Наведемо декілька прикладів таких медіавірусів: «Молодь Мелітополя цього дня провела флешмоб «Три кольори – один настрої»». Хлопці та дівчата показали, що російський триколон відтепер їхній головний орієнтир» (<https://t.me/zpvestnik/1452>), «Молодь Запорізької області запалила свічки на згадку про загиблих від обстрілів кривавого київського режиму мирних жителів Донецька» (<https://t.me/zpvestnik/2714>).

Окремої уваги заслуговує пропагандистський флешмоб «#СожгиТрезубец». Ось як його пояснюють автори ідеї: «Мелітопольці говорять прощавай українським паспортам та всьому, що вони символізували. Жителі міста запустили акцію #СожгиТрезубец. Вони позбавляються своїх старих паспортів та посвідчень водія українського зразка відразу після участі в Референдумі про возз'єднання з російською федерацією» (<https://t.me/zpvestnik/2881>). Варто додати, що у відео зі спаленням бере участь тільки одна людина, тому про масовість не йдеться.

Висновки та перспективи. Огляд діджитал-медіа, створених колаборантами та окупантами на тимчасово окупованих територіях Запорізької області, дозволив зробити декілька висновків. По-перше, чимала кількість пропагандистських медіаподій спрямовані на вразливих до сприйняття такого формату інформації категорій: на українських дітей і підлітків, людей старшого віку, людей з інвалідністю, що змушені проживати на тимчасово окупованих територіях. Робота ж з молоддю взагалі окреслена як пріоритетна для так званої окупаційної влади.

По-друге, у них чітко простежуються ознаки псевдоподієвості та конструювання медіареальності: вони задалегідь сплановані, організовані, порушують причинно-наслідкові зв'язки; у деяких із них псевдожурналісти беруть безпосередню участь, що порушує стандарт об'єктивності та невтручання.

По-третє, їхня ключова мета – формування сприйняття єдності та належності до росії; створення враження масової, всеохопної підтримки та намагання легітимізувати окупацію українських земель.

По-четверте, огляд матеріалів каналів «Запорожский вестник», «Владимир Рогов» і «#ЮгМолодой» за червень-вересень 2022 р. вказав на те, що серед медіаподій, що конструюються російськими пропагандистами в Запорізькій області, найбільш використовуваними є публічні заходи, виставки, акції, суботники, концерти, волонтерські події, талант-шоу, агітації тощо. Флешмоби та масові події містять ознаки медіавірусів і є патогенними.

Варто також зазначити, що до інструментарію конструювання медіареальності в цих повідомленнях, окрім власне медіаподій, належать ще й такі прийоми: спіраль мовчання, маніпуляції, узагальнення, підміна понять, сугестія, апеляція до підсвідомого та закріплених у них образах (до прикладу, політичний типаж «Хазяїн», міф «Злочин і кара») тощо.

Ми вбачаємо значний потенціал для подальших досліджень у цій сфері, особливо в контексті розуміння оптимальних стратегій протистояння наявній пропаганді та сприяння майбутній реінтеграції мешканців, які проживають на тимчасово окупованих територіях.

1. Брудницька Л. Символістичність рекламної реальності як змодельованого сновидіння. *Культура народів Причорномор'я*. 2004. Т. 2, № 49. С. 37–38.
 2. Бут К. Медіареальність як засіб впливу на громадську думку (на прикладі тимчасово окупованих територіях Запорізької області). *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2023. № 3 (55). С. 17–29.
 3. Бут К. Що не так із молодіжними заходами на тимчасово окупованих територіях. *Медіаграмотність у регіонах України*. URL: <https://milukraine.net/2022/12/molodizhna-propaganda/> (дата звернення: 01.10.2023).
 4. Герої та знаменитості в українській культурі / ред. О. Гриценко. Київ : УЦКД, 1999. 352 с.
 5. Іванова О., Мойсеєва О., Стебліна Н. Місцева преса: посібник для ЗМІ. Як регіональним журналістам працювати за часів нових медіа та кризи демократії : посібник / ред. О. Іванова. Київ : ТОВ «Бізнесполіграф», 2019. 232 с. URL: <http://surl.li/cbfro> (дата звернення: 01.10.2023).
 6. Ривліна В. М. Медіатизація культури: термінологічний аналіз. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2018. № 3 (35). С. 22–26.
 7. Чернявська Л. Комунікаційна модель медіапростору України : автореф. дис. ... д-ра наук із соц. комунікацій : 27.00.01. Київ, 2020. 39 с. URL: <http://surl.li/ltlfn> (дата звернення: 01.10.2023).
 8. Boorstin D. J. *The image: A guide to pseudo-events in America*. New York : Vintage Books, 1992. 319 p.
 9. Pilkington E. Barack Obama's inauguration speech ... crafted by a 27-year-old in Starbucks. *the Guardian*. URL: <http://surl.li/ltlfx> (date of access: 01.10.2023).
 10. Rushkoff D. *Media Virus*. Random House Australia, 1994. 338 p.
-
1. Brudnytska, L. (2004), "Symbolism of Advertising Reality as a Modeled Dream", *Kultura narodov Prychornomor'ya [Culture of the Black Sea Peoples]*, vol. 2(49), pp. 37–38.
 2. But, K. (2023), "Media Reality as a Means of Influencing Public Opinion (on the Example of Temporarily Occupied Territories of Zaporizhzhia Region)", *Derzhava ta rehiony [State and Regions]*, vol. 3 (55). pp. 17–29.
 3. But, K. (2022), "What's Wrong with Youth Initiatives in Temporarily Occupied Territories", *Mediagramotnist u rehionakh Ukrayiny [Media Literacy in Ukrainian Regions]*, available at: <https://milukraine.net/2022/12/molodizhna-propaganda/> (date of access: October 1, 2023).
 4. *Heroes and Celebrities in Ukrainian Culture*, (1999), Ed. by O. Hrytsenko, UTSKD, Kyiv, 352 p.
 5. Ivanova, O., Moiseeva, O., & Steblina, N. (2019), *Local Press: A Handbook for Media. How Regional Journalists Work in the Age of New Media and Democracy Crisis : Handbook*, Ed. by O. Ivanova, LLC «Businesspoligraf», Kyiv, 232 p., available at: <http://surl.li/cbfro> (date of access: October 1, 2023).
 6. Rivlina, V.M. (2018), "Mediatization of Culture: Terminological Analysis", *Derzhava ta rehiony [State and Regions]*, vol. 3(35), pp. 22–26.
 7. Cherniavska L. Communication Model of the Ukrainian Media Space : extended abstract of dissertation . . . of Doctor of Sciences of Social Communications : 27.00.01. Kyiv, 2020. 39 p. URL: <http://surl.li/ltlfn> (date of access: 01.10.2023).
 8. Boorstin, D.J. (1992), *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*, Vintage Books, New York, 319 p.
 9. Pilkington, E. (2009), "Barack Obama's Inauguration Speech... Crafted by a 27-Year-Old in Starbucks", *The Guardian*, available at: <http://surl.li/ltlfx> (date of access: October 1, 2023).
 10. Rushkoff, D. (1994), *Media Virus*, Random House Australia, 338 p.

UDC: 070:323.23(470):316.658.4(477.64-074)

MEDIA EVENTS AS A TOOL FOR CONSTRUCTING MEDIA REALITY (A CASE STUDY OF RUSSIAN PROPAGANDA)

But Kristina, PhD student,

Zaporizhzhia National University, Zaporizhzhia, Ukraine., e-mail: kristina.1997but@gmail.com.

ORCID: 0000-0001-6690-588X

Introduction. The full-scale russian invasion has led to the temporary occupation of hundreds of Ukrainian cities and villages in Zaporizhzhia region. In September 2022, russians conducted so-called referendums in the newly occupied territories, aimed at attempting to legitimize the seizure of sovereign Ukrainian territory.

In their efforts to advance occupation policy, shape a positive image among local residents, and garner international support, russians actively use propaganda and construct a media reality regarding the newly occupied lands. A wide range of tools is used for its creation, including media events.

Relevance of the study. As media events significantly influence public opinion formation, we consider it relevant to analyze their role in constructing media reality, using example of the temporarily occupied territories of Zaporizhzhia region.

Methodology. The research used such methods monitoring, methods of analysis and synthesis, and systematization. To achieve the research objective, materials from pro-russian Telegram channels in Zaporizhzhia region were reviewed: Zaporizhzhia Vestnik, Vladimir Rogov, #YouthSouth for the period from June to September 2022.

Results. It has been determined that media events are used for constructing media reality, as they have an impact on shaping public opinion. Additionally, it has been identified that among the media events utilized by russian propagandists in the Zaporizhzhia region are flash mobs, exhibitions, campaigns, cleanup activities, concerts, volunteer events, talent shows, and agitation. The analysis of these media events indicates that their primary objective is to foster loyalty toward russia among Ukrainians in the temporarily occupied territories and create a fake legitimization of the occupation.

Conclusions. We analyzed the russian media reality, constructed for influencing citizens of temporarily occupied territories. We believe that understanding the role of media events in constructing media reality serves as a supplementary means of comprehending media environment in the temporarily occupied territories and for the future reintegration of residents.

Keywords: propaganda, media reality, media events, public events, temporarily occupied territories of the Zaporizhzhia region.

Стаття надіслана до редакції 4.10.2023.

Рекомендовано до видання 06.11.2023