

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД**  
**«УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА «КРОК»**  
**Кафедра журналістики**

Чернецький Ігор Андрійович

**БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

«Військовий репортаж в українських медіа: сучасний контент»

(тема)

061 Журналістика  
(шифр і назва спеціальності)

«Журналістика»  
(освітня програма)

Подається на здобуття освітнього ступеня бакалавр

Бакалаврська кваліфікаційна робота **Чернецького Ігоря Андрійовича** містить результати власних доробок. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

---

(підпис, ініціали та прізвище здобувача)

Науковий керівник:

**Момот Неля Миколаївна**  
кандидат філологічних наук

**ЗМІСТ**  
**Київ - 2025 рік**

	2
ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВІЙСЬКОВОГО РЕПОРТАЖУ	7
1.1. Військовий репортаж як жанр журналістики: визначення, історія та ключові особливості	7
1.2. Жанрові та стилістичні характеристики військового репортажу	18
1.3. Етичні стандарти та виклики роботи журналістів у зоні бойових дій	28
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВІЙСЬКОВОГО РЕПОРТАЖУ В СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА	38
2.1. Основні джерела військового репортажу в Україні: традиційні ЗМІ, онлайн-медіа, соціальні платформи	38
2.2. Формати та візуалізація військових репортажів: текст, фото, відео, мультимедійні технології	42
2.3. Інформаційні виклики: маніпуляції, дезінформація, цензура	50
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВІЙСЬКОВОГО РЕПОРТАЖУ В УКРАЇНІ	57
3.1. Вплив цифрових технологій на військовий репортаж: нові можливості та загрози	57
3.2. Психологічні та професійні аспекти роботи військових журналістів	63
3.3. Роль військового репортажу у формуванні суспільної думки та національної пам'яті	71
ВИСНОВКИ	71
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	83

## ВСТУП

**Актуальність теми.** 24 лютого 2022 року назавжди увійде в історію сучасної незалежної України як переломна дата, яка засвідчила початок нової

трагічної сторінки у її державності. Вранці цього дня російська федерація оголосила про початок так званої «спеціальної військової операції» на території суверенної України, чим фактично здійснила акти агресії та розпочала масовані обстріли українських міст. Перші атаки були спрямовані на спроби просунутися в Херсонській, Донецькій, Луганській, Сумській, Харківській, Запорізькій і Київській областях.

У відповідь на цей безпрецедентний акт агресії Президент України негайно запровадив воєнний стан та виступив із зверненням до народу. Протягом кількох годин соціальні мережі, новинні ресурси України та міжнародної спільноти були переповнені повідомленнями про те, що Росія розпочала повномасштабну війну проти України.

ЗМІ України ще до цієї дати активно висвітлювали ймовірність широкомасштабного вторгнення. Публікації напередодні подій містили рекомендації щодо підготовки до надзвичайних ситуацій, зокрема про необхідність складання «тривожної валізи», поради щодо поведінки під час нападу, а також оцінки експертів щодо можливого розвитку подій. Однак після офіційного оголошення «спецоперації» російським керівництвом українські медіа перейшли в нову фазу функціонування, ставши своєрідним інформаційним фронтом у боротьбі з агресором.

Ключовим завданням ЗМІ на цьому етапі стало оперативне інформування громадян про перебіг воєнних дій. Разом із цим журналісти взяли на себе неофіційні обов'язки з навчання населення правилам поведінки під час повітряних тривог, обережного висвітлення ситуації в мережах, а також акцентували увагу на необхідності не поширювати дані, які могли б бути використані російськими військовими. Медіа також зробили значний внесок у підвищення медіаграмотності громадян, навчаючи їх критично оцінювати інформацію та розпізнавати фейки.

Щоденно журналісти зосереджували свої зусилля на спростуванні дезінформації з боку російської пропаганди, пояснюючи громадянам методи

виявлення неправдивих матеріалів. У відповідь на нові виклики працівники медіа були змушені переосмислити власні підходи до підготовки матеріалів. У контексті війни будь-яка інформація набувала стратегічного значення, тому її поширення вимагало підвищеної відповідальності, чіткого дотримання стандартів журналістики та активної взаємодії зі спільнотою для захисту інтересів України.

**Ступінь розробленості теми.** У ході проведення дослідження було зібрано і систематизовано значний обсяг наукової літератури, довідкових матеріалів, навчально-методичних ресурсів, періодичних видань та інших джерел. Вивчення цієї тематики належить до сфери наукових інтересів як закордонних, так і українських дослідників, що засвідчує її актуальність та важливість у сучасному науковому дискурсі. Зокрема, даній проблематиці присвячені праці наступних науковців: Т. Рогова, М. Гетманець, І. Михайлин, В. Здоровега, С. Кравчук, Н. Букіна, Д. Баркар, І. Прокопенко, Г. Кривошея, А. Іващук, В. Павлів, Є. Будерацький, Ю. Коваленко, А. Лісневська, О. Холод, М. Василенко, О. Бикова, Н. Букіна, Р. Назар тощо.

**Метою дослідження** є комплексний аналіз сучасного контенту військового репортажу в українських медіа в умовах російсько-української війни.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі **завдання**:

- дослідити військовий репортаж як жанр журналістики: визначення, історія та ключові особливості;
- проаналізувати жанрові та стилістичні характеристики військового репортажу;
- виділити етичні стандарти та виклики роботи журналістів у зоні бойових дій;
- охарактеризувати основні джерела військового репортажу в Україні: традиційні ЗМІ, онлайн-медіа, соціальні платформи;
- підкреслити формати та візуалізація військових репортажів: текст, фото, відео, мультимедійні технології;

-здійснити аналіз інформаційних викликів: маніпуляцій, дезінформацій, цензури;

- вказати вплив цифрових технологій на військовий репортаж: нові можливості та загрози;

- визначити психологічні та професійні аспекти роботи військових журналістів;

- вказати роль військового репортажу у формуванні суспільної думки та національної пам'яті

**Об'єктом дослідження є військовий репортаж в українських медіа.**

**Предметом дослідження є сучасний контент військового репортажу, його жанрові, тематичні, візуальні та етичні особливості.**

Було застосовано такі методи дослідження: аналізу наукових джерел – для формування й опрацювання теоретичної бази за завданнями дослідження, вивчення основних положень функціонування військового репортажу; описовий – для визначення закономірностей поширення контенту; аналізу – для узагальнення та систематизації на основі опрацьованого матеріалу особливостей функціонування та перспектив розвитку військового репортажу; контент-аналізу – для виокремлення специфіки, характерних структурних особливостей, підходів та новацій матеріалів у галузі військового репортажу; порівняльно-описовий – для окреслення особливостей впливу цифрових технологій на військовий репортаж; синтез та узагальнення результатів аналізу – для систематизації матеріалу й формування висновків.

Новизна дослідження полягає у введенні в науковий дискурс нового емпіричного матеріалу щодо специфіки діяльності військового журналіста, його психологічні та професійні аспекти діяльності, а також викликів, з якими він зустрічається у своїй роботі. Доповнено наявну наукову базу, аналізом особливостей військового репортажу відповідно до сучасних реалій.

Практичне значення дослідження. Елементи дослідження, висновки і спостереження, окреслені в роботі, можуть використовуватися передусім у

продовженні досліджень означеної теми; в освітньому процесі журналістських ЗВО, зокрема під час вивчення дисциплін «Інтернет-журналістика», «Сучасні інформаційні технології», «Журналістські жанри», «Історія української журналістики», та в практичній медіадіяльності.

Дослідження на тему «Військовий репортаж в українських медіа: сучасний контент» складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВІЙСЬКОВОГО РЕПОРТАЖУ

### 1.1. Військовий репортаж як жанр журналістики: визначення, історія та ключові особливості

У сучасному інформаційному суспільстві XXI століття людина щоденно перебуває в просторі безперервного обміну даними. Джерелами отримання інформації виступають не лише міжособистісне спілкування та новинні трансляції, але й різноманітні медійні ресурси. Визначення новин як окремих фрагментарних повідомлень, представлених у формі автономних публікацій або складових частин єдиної новинної стрічки, пропонує науковиця Т. Рогова [1]. Як відомо, кожна новина формується на основі певного інформаційного приводу. За словами Т. Рогової, такі приводи можуть різнитися за кількома критеріями: масштабами (регіональні, загальнодержавні або глобальні), природою (природні чи створені людською діяльністю), характером (нові події, що відбуваються вперше, або ж розвиток уже відомих ситуацій), а також емоційним забарвленням, яке вони викликають у суспільстві (позитивні, негативні чи нейтральні) [1]

Щоб новина зацікавила аудиторію, вона повинна відповідати критерію суспільного інтересу. На думку дослідника С. Квіта, журналісту слід звертати увагу на кілька ключових аспектів: по-перше, наскільки захопливим є сам сюжет; по-друге, характеристику події, яка включає джерело інформації, її актуальність та новизну; по-третє, особливості цільової аудиторії, для якої призначений матеріал; і, нарешті, контекст регіону, де поширюється видання, адже саме місцеві обставини впливають на сприйняття різних подій [2, с. 95].

Робота засобів масової інформації спрямована на занурення споживача в безперервний потік інформації, що постійно актуалізується. Людина може знайти джерела для роздумів і аналізу через різноманітні платформи: газети, телебачення, радіо та інтернет. Кожен із каналів має власні унікальні переваги. Телебачення залишається значущим медіа навіть сьогодні, не поступаючись за

популярністю ні радіо, ні друкованої пресі, ні цифровим платформам, і водночас пропонує численні переваги.

Науковець Г. Назаренко акцентує увагу на тому, що журналістські твори, як і літературна та мистецька продукція, існують у визначених формах, які склалися історично та стали результатом багаторічного досвіду діяльності медіа [3, с. 4]. Саме ці форми можна визначити як жанри. Щоб глибше зрозуміти сутність цього поняття, звернемося до різних підходів дослідників.

Зокрема, Г. Назаренко пропонує таке визначення: жанр (від франц. «genre», що походить від лат. «genus (generis)» – рід, вид) – це тип або різновид літературного чи мистецького твору, який характеризується специфічними рисами та ознаками. Ці особливості проявляються в композиції, структурі, застосуванні художніх засобів і творчих прийомів, у мовній організації та стилі викладу [3, с. 4].

Дослідник Р. Борецький пропонує власну класифікацію, зазначаючи, що жанр у журналістиці розглядається як сформований історично тип твору. Він визначається специфічним підходом до висвітлення реальності та вирізняється характерними структурними особливостями [4, с. 6].

С. Корконосенко зазначає, що в сучасному журналістикознавстві жанр розглядається як відносно стабільна структурно-змістовна форма організації тексту, яка обумовлена специфічним відображенням реальності та характером авторського ставлення до неї [5, с. 138]. Очевидно, що більшість запропонованих визначень є взаємопов'язаними та демонструють спільні характеристики, які формують ознаки жанру.

В. Здоровега стверджує, що розподіл журналістських творів за жанрами ґрунтується на низці критеріїв. Першим серед них виступає об'єкт відображення, тобто конкретний життєвий матеріал, який визначає основу журналістського тексту. Автор наголошує, що об'єкт природним чином схиляється до відповідного жанру, у межах якого найкраще розкривається його сутність і зміст [6, с. 144]. Другий критерій, за В. Здоровегаю, стосується призначення виступу,

тоді як третій пов'язаний із масштабом охоплення реальності та рівнем узагальнення. Цей підхід дозволяє не лише розрізнити матеріали за їхньою інформаційно-описовою чи аналітичною природою, але й чітко визначати підвиди в межах певних жанрових груп [6, с. 145]. До четвертого критерію диференціації жанрів автор відносить характерні особливості літературно-стилістичних засобів, за допомогою яких реалізується задум. Зокрема, надмірна суб'єктивність висловлення та метафоричність, які природно притаманні художньо-публіцистичним жанрам, можуть виявитися не лише зайвими, але й недоцільними або навіть неприйнятними у контексті офіційного повідомлення [6, с. 146]. В. Здоровега класифікує жанри журналістських творів на три основні групи: інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні.

Так, доцільно більш детально зупинитися на одному з найпопулярніших інформаційних жанрів — репортажі. На думку дослідника Г. Назаренка, репортаж, що походить від французького слова *reportage* (яке перекладається як «пишу про те, що бачу» і має свої корені в латинському слові *reporto* — «несу назад, передаю, повідомляю»), є інформаційним жанром журналістики. Це форма розповіді, яку кореспондент веде безпосередньо з місця події, поширюючи її через друковану пресу, радіо, телебачення або Інтернет [7, с. 12].

О. Максим'як зазначає, що репортаж є найемоційнішим журналістським жанром. Під час висвітлення подій репортер створює ефект присутності для аудиторії, дозволяючи читачеві побачити більше, ніж просто сухі факти. Хоча термін «репортаж» уперше з'явився в середині XIX століття, знадобилося багато десятиліть, щоб він сформувався як самостійний жанр. У цьому форматі на перший план виходить особистісне сприйняття подій. Репортаж постійно еволюціонує, і саме тому сьогодні активно виділяють різні його різновиди [8]. Метою репортажу можна вважати прагнення автора передати враження від подій таким чином, щоб читач, слухач чи глядач зміг максимально наблизитися до переживань журналіста та відчутти його емоційний досвід. Формування репортажного матеріалу зазвичай відбувається у кілька етапів, зокрема,

визначення теми, збирання необхідної інформації, її обробка та структуризація згідно із жанровими вимогами.

На думку В. Михайленка, основним завданням журналіста є створення цілісного уявлення про фрагмент реального життя. Журналістський репортаж базується не лише на фіксації фактів і безпосередніх спостережень свідка чи учасника події, але й потребує чіткої структурної організації та гармонійного викладення отриманих висновків. Особливістю цього жанру є його вимогливість до концентрації уваги спостерігача, який мусить здійснювати ретельний відбір деталей і забезпечувати їх супідрядність у матеріалі. При цьому важливо, щоб автор передавав не тільки факти, але й власні відчуття та асоціації. Саме поєднання цих вимог, які часом виглядають суперечливими, визначає складність і унікальність жанру репортажу [9, с. 109]. Отже, варто зосереджувати увагу не лише на створенні «ефекту присутності», а й на необхідності чітких висновків та відповідності стандартам журналістського тексту.

Воєнний репортаж вважається одним із найскладніших і найвідповідальніших жанрів журналістики через необхідність поєднувати точність, об'єктивність та чутливість до всіх аспектів воєнних конфліктів. Це особливий формат журналістики, спрямований на висвітлення подій і новин, пов'язаних із військовими діями. Він належить до найвищого рівня складності серед журналістських жанрів, оскільки передбачає коротке, але водночас насичене відтворення реальності з документальною точністю. У таких матеріалах яскраво і правдиво подаються деталі, факти та історії людей, що безпосередньо переживають події, часто прямо з місця їхнього розвитку [25, с.124].

До ключових характеристик воєнного репортажу належать низка важливих аспектів, які визначають його специфіку. Серед них варто виділити наступні основні компоненти.

1. Інформаційність, оперативність, регулярність та достовірність. Надзвичайна значущість достовірності інформації стає особливо очевидною у

контексті воєнної журналістики. У таких репортажах точність і правдивість даних повинні перевищувати ті стандарти, що зазвичай притаманні загальним новинам. Журналісти зобов'язані ретельно перевіряти факти та підтвердження отриманих свідчень ще до їх публічного розповсюдження. Саме використання перевірених фактів становить базис воєнного репортажу. Як зазначав М. Галлер, репортаж потребує такого інформаційного матеріалу, який би, по-перше, дозволяв продемонструвати взаємозв'язок між індивідуальним і загальним, а по-друге, давав змогу висвітлити значущість конкретних сцен і епізодів [26]. Для підвищення достовірності матеріалу журналісти часто вдаються до використання вставних конструкцій, які вказують на джерело інформації, таких як: на думку, за словами, згідно з повідомленням, як зазначають та інші подібні формулювання [27]. Важливим доповненням до інформаційної складової воєнної журналістики є регулярність виходу репортажних матеріалів, адже в умовах воєнного часу потреба аудиторії в оперативній та достовірній інформації зростає значно. Особливий акцент робиться на збільшенні кількості репортажів, які висвітлюють актуальні події, що відбуваються тут і зараз. Тему важливості репортажу під час війни піднімає Н.Букіна у своїй статті «Воєнний репортаж у сучасних медіа», зазначаючи, що саме цей жанр стає найбільш затребуваним у період воєнного конфлікту [25, с. 126]. Репортаж дозволяє ефективно й оперативно інформувати аудиторію, а оперативність подання матеріалів стає ключовим елементом журналістської діяльності в таких умовах.

2. Чутливість і етичність у висвітленні воєнних подій є ключовими аспектами журналістської діяльності, особливо коли мова йде про людські трагедії, страждання та смерть. Репортери, що працюють у зоні бойових дій, стикаються зі складним завданням: з одного боку, виконання професійного обов'язку передбачає донесення правди до суспільства, а з іншого — збереження моральної відповідальності перед тими, хто постраждав.

Зокрема, особливої уваги потребує висвітлення смертей. Журналісти повинні враховувати потенційний вплив такого контенту на родини загиблих і

усвідомлювати можливість нанесення додаткового психологічного травматизму. З метою формування відповідального підходу у таких ситуаціях було розроблено ряд етичних рекомендацій для медіа.

Завдяки дотриманню таких рекомендацій, журналісти можуть збалансувати свої профільні обов'язки з етичними принципами, демонструючи співчуття та повагу до людської гідності навіть у найтрагічніших обставинах. Детальну інформацію щодо цих норм буде подано у подальших візуальних матеріалах [28].

3. Об'єктивність та контекст займають центральне місце в роботі журналіста, особливо під час війни. Необхідно подавати події в їхньому реальному контексті, уникати упереджених оцінок і зберігати нейтральність, не піддаючись політичним впливам чи емоційним маніпуляціям. Журналісти зобов'язані залишатися неупередженими, незалежно від власних переконань, та докладати зусиль для перевірки фактів, щоб запобігти поширенню неправдивої інформації. Усі ці аспекти об'єднуються в ширшу категорію – етика. Достовірність інформації, об'єктивність підходів та дотримання моральних принципів є наріжними елементами Етичного кодексу кожного журналіста. Ці засади стають особливо критичними у роботі воєнних кореспондентів, чия місія вимагає максимальної відповідальності та професіоналізму.

4. Етика військової журналістики вимагає суворого дотримання професійних стандартів. У контексті війни особливо важливо слідувати базовим постулатам журналістської діяльності. Відповідно до принципів, викладених у Хартії обов'язків журналістів (*Carta dei Doveri del Giornalista*), ключовими аспектами етичної поведінки є: – повага до людської гідності; – недопущення дискримінації за ознаками раси, релігії, статі, фізичного чи психічного стану, а також політичних поглядів; – уникнення наголосу на надмірно емоційних, штучно підсилених деталях, а також описів насильства чи жорстокості [29, с.18]. Закон України «Про медіа» встановлює заборону на надмірне акцентування уваги на темах війни, насильства та жорстокості. Документ також передбачає

недопустимість використання мови ворожнечі. Журналісти зобов'язані дотримуватися принципу нейтральності, утримуючись від підтримки тієї чи іншої сторони конфлікту. Основна вимога — об'єктивно подавати інформацію. Недотримання цих стандартів може спричинити розпалювання ненависті, що, у свою чергу, здатне стати підставою для кримінальної відповідальності [30]. В Україні діють різноманітні спеціалізовані органи, що забезпечують контроль за дотриманням етичних стандартів. Одним із таких є Комісія з журналістської етики, яка функціонує на основі положень Кодексу етики українського журналіста [31]. Кодекс професійної етики журналіста, актуальна редакція якого була затверджена у 2013 році на з'їзді Національної спілки журналістів України, включає 19 статей. Серед основних положень виокремлюються обов'язкове дотримання професійних етичних норм, поширення виключно повної, достовірної та перевіреної інформації, а також повага до прав і свобод людини, що є ключовими принципами роботи сучасного журналіста. Етичні стандарти медійного висвітлення під час війни додатково регулюються Інститутом масової інформації [32]. Ця організація надає журналістам рекомендації щодо правил висвітлення військових подій, регулярно проводить моніторинг дотримання цих норм і публікує результати своїх досліджень

5. Небезпека та ризики, пов'язані зі створенням репортажів у надзвичайно небезпечних умовах, є невід'ємною частиною роботи журналістів, які висвітлюють військові конфлікти. Такі професіонали часто опиняються в ситуаціях, що становлять реальну загрозу їхньому життю і здоров'ю, що вимагає від них високої підготовки та здатності оперативно реагувати на небезпеки. За даними Інституту масової інформації, існують численні джерела ризиків для репортерів під час виконання завдань у зоні бойових дій, які необхідно враховувати, щоб зменшити можливі втрати [33].

Українська воєнна журналістика має більш ніж тридцятирічну історію становлення й розвитку, протягом якої вона зазнала суттєвої еволюції. З моменту здобуття незалежності у 1991 році Україна пройшла через численні

випробування як на шляху формування державності, так і в умовах військових конфліктів. Серед ключових подій, які вплинули на суспільство і вимагали широкого медійного висвітлення, можна згадати Революцію Гідності, анексію Криму, бойові дії на Сході України та повномасштабну військову агресію з боку Російської Федерації. Саме ці переломні моменти, що визначають сучасну історію країни, знайшли своє відображення у матеріалах воєнних кореспондентів. Військова журналістика стала не лише інструментом для оперативного інформування громадськості, але й важливим чинником формування суспільного дискурсу, громадської думки та зміцнення національної ідентичності в умовах інформаційного протистояння та глобальних викликів. Автори посібника з історії військової журналістики (Копотун І. М., Коропатнік І. М., Микитюк М. А., Павлюк О. О., Пасіка С. П., Петков С. В. [34, с.8]) зазначають, що жанр воєнної журналістики сформувався ще у попередньому столітті та охоплював різноманітні друковані видання. Серед таких прикладів можна відзначити публікації Легіону Українських Січових Стрільців, матеріали, що друкувалися у таборах під час Першої світової війни, періодичну пресу доби національно-визвольної боротьби, військову журналістику української діаспори 1920-1930-х років, а також окремі видання, створені в період Другої світової війни та у повоєнний час.

Ю. Шаповал зазначає, що витоки української військової журналістики тісно пов'язані з національно-патріотичними виданнями та активністю учасників українського визвольного руху. Як приклад він наводить журнал «Новіада» [35, с.109], який, за його твердженням, став результатом діяльності Українських Січових Стрільців.

У 1914 році було засновано «Пресову квартиру Українських Січових Стрільців», перед якою поставили кілька важливих завдань. Зокрема, вона займалася створенням образу УСС під час Першої світової війни, яка розпочалася у тому ж році. Окрім цього, її діяльність спрямовувалася на висвітлення страждань українського населення в умовах війни з метою

формування перспективного світогляду прийдешніх поколінь, зміцнення їхньої національної свідомості та гідності. Також одним із напрямків роботи було надання доказів активної участі українського народу у війні, що мало слугувати історичною спадщиною і свідченням перед судом майбутніх поколінь [36, с.72].

Українська військова журналістика початку ХХ століття характеризується багатою історією, що може бути поділена на кілька визначних періодів, кожен із яких відображає ключові етапи суспільного й політичного розвитку. Зокрема, дослідники виділяють такі етапи: перший, пов'язаний із процесом національного самоусвідомлення (1900–1914); другий, що охоплює час Першої світової війни (1914–1918); третій період, який збігається з українськими визвольними змаганнями (1918–1920); четвертий, що припадає на міжвоєнну добу (1920–1939); п'ятий, присвячений рокам Другої світової війни (1939–1945); шостий, котрий охоплює повоєнний час (друга половина 40-х – початок 50-х років); і сьомий період, що триває протягом другої половини ХХ століття до 1991 року. Кожен із цих періодів відбиває певну трансформацію військової преси та її роль у формуванні української ідентичності [37, с. 145].

Необхідно також врахувати думку І. Кедрина щодо визначального аспекту ранньої воєнної журналістики ХХ століття. Автор підкреслює, що громадськість тоді не проявляла особливої шани до військових, що своєю чергою свідчить про те, що воєнна журналістика мала обмежений вплив на суспільну свідомість. Вона не сприяла активному поширенню ідей патріотизму, боротьби за свободу чи подібних цінностей [38, с. 29].

Водночас сучасні дослідники не відносять таку пресу виключно до української. Вона належала армії СРСР, виконувала здебільшого пропагандистські функції, а більшість публікованих матеріалів не відповідали національним критеріям, наприклад, через використання російської мови та неакцентуацію на проблемах України. До того ж, більшість журналістів не походила з України, оскільки зазвичай це були представники інших радянських

республік. Питання такого характеру одним із перших підняв Г. Кривошея у своїй статті «Українська військова преса» [39, с.75].

С. Кость зазначає, що українська воєнна журналістика не могла з'явитися раніше здобуття Україною незалежності, оскільки радянська армія фактично була російською силою, яка окупувала українські території. Відтак, преса такої армії принципово не могла вважатися українською [40, с.141]. У цей період українська державність втрачала своє визначальне значення, переставала бути тією надихаючою метою, заради якої варто було боротися і віддавати все, навіть власне життя. Українці демонстрували мужність і самовідданість у боях, але здебільшого в рядах армій тих, хто їх поневолював і пригнічував [40, с. 147].

Справжня воєнна журналістика та її сучасні тенденції почали активно обговорюватися під час виникнення збройних конфліктів і революцій, коли оперативне висвітлення подій стало критично важливим для суспільства. Науковиця С. Шевчук визначає початок української воєнної журналістики періодом проголошення псевдореспублік у Донецькій і Луганській областях. Саме тоді журналісти отримали безпрецедентний досвід — працювати під обстрілами, жити поруч із військовими та волонтерами, дотримуватися правил нерозголошення військових позицій у своїх матеріалах, уникати полону й долати наслідки післявоєнного стресу [41].

У цей період журналісти занурюються в активну боротьбу на фронті інформаційної війни, набуваючи нового досвіду та формуючи справжній жанр воєнної журналістики. Відзначається зростання кількості публікацій, присвячених тематиці війни. За даними соціологічних досліджень, на початок 2018 року більшість респондентів визначали головною проблемою військовий конфлікт у Донецькій і Луганській областях [42, с. 9].

В Україні поступово формується професія військового журналіста, яка, на жаль, стає однією з найризикованіших. Чимало журналістів загинули під час виконання своїх професійних обов'язків. Лише з лютого 2022 року, станом на червень 2023-го, втрати склали 84 медійники. За період із 2014 до 2021 року на

території України загинули 7 журналістів унаслідок дій Росії: троє під час виконання професійних завдань, а четверо як учасники бойових дій. Серед них такі постаті, як фотограф Андрій Федосенко, головний редактор Олександр Машлай, журналіст-розслідувачі Олег Шемчук і Олександр Цахнів, звукоінженер Іван Шульга, а також режисер монтажу Андрій Яковенко, інженер Микола Оранський, телерепортер Олексій Ольховик та інші [43].

З часом підхід до підготовки журналістів, що висвітлюють тематику війни, зазнав значної еволюції. Про зміни у навчанні військових журналістів у періоді 1990-х років та 2020-го року розповідає видання «Армія Інформ» [44]. Після відновлення незалежності України, що сталося близько тридцяти років тому, в країні існував лише один навчальний заклад, який здійснював підготовку військових журналістів. Ним було Львівське вище військово-політичне училище, яке наразі перетворено на Національну академію сухопутних військ імені гетьмана Петра Сагайдачного. Однак, нинішній фокус академії виключає навчання журналістів. У період функціонування училища підготовка військових журналістів охоплювала не лише професійні знання з журналістики, але й практичні навички військової служби, зокрема керування бойовою технікою та володіння різними видами зброї.

З огляду на актуальність і зростаючий попит на військових журналістів, різні навчальні заклади почали впроваджувати освітні програми, курси та вибіркові ознайомчі заняття для підготовки таких фахівців. Наприклад, на офіційному сайті Національного університету «Одеська політехніка» [45] наведено інформацію про те, що Кафедра інформаційної діяльності та медіакомунікацій цього навчального закладу впровадила різні форми занять, зокрема консультації, лекції та практичні заняття.

Водночас початок 2014 року не можна вважати періодом стрімкого розвитку воєнної журналістики. У цей час Україна продовжувала відчувати значний тиск з боку росії, а також була занурена у масштабну інформаційну війну. У статті «Прицільний вогонь по свідомості» Ігоря Сюдюкова зазначено,

що держава-агресор використовувала різноманітні засоби, такі як інформаційні провокації, спеціальні технології, масовані кампанії та маніпуляції. Сергій Кость також підкреслює, що в цей період українська журналістика відчувала значний зовнішній вплив. ЗМІ та комунікаційні ресурси, які діяли на території України, фактично слугували не лише структурним елементом «п'ятої колони» російського наступу, а й активно висловлювали ідеологічні постулати путінської політики [40, с. 261].

Хаотичність та відсутність системності у цій сфері стали каталізаторами численних проблем, зокрема у відповідь на бездіяльність держави в питаннях інформаційної політики, що особливо гостро проявилось у подіях довкола Криму в лютому 2014 року та стану справ у Збройних Силах України. Після анексії Криму Росія почала активно діяти на сході України, розгортаючи не лише військові операції, а й масштабний інформаційний і пропагандистський наступ. Особливого розголосу набула трагедія малайзійського літака, яка супроводжувалася потужною пропагандистською кампанією з боку рф.

Ці події змусили наукову спільноту та журналістів переглянути підходи до інформаційного протистояння. Стало зрозуміло, що ефективну протидію російському впливу може забезпечити лише професійна воєнна журналістика, яка базуватиметься на ключових принципах: достовірності, чесності та оперативності.

## **1.2. Жанрові та стилістичні характеристики військового репортажу**

Як раніше зазначалося, воєнний репортаж насамперед класифікують залежно від медіа, через які він подається. Зокрема, це може бути телевізійний репортаж, радіорепортаж або друкована версія [46, с.124]. Кожен тип репортажу, залежно від обраної медіаплатформи, набуває характерних для неї рис. Так, наприклад, друковані репортажі на військову тематику помітно відрізняються від телерепортажів, які найчастіше транслюються у новинних випусках. Однією

з основних переваг друкованого формату є можливість глибшого дослідження подій. Журналісти друкованих видань мають змогу детальніше аналізувати ситуацію, робити висновки й узагальнення, а також ретельно оцінювати подію з різних точок зору, охоплюючи широкий спектр аспектів. Крім того, друковані репортажі зазвичай враховують часовий та просторовий контекст, що дозволяє подати матеріал у ширшій перспективі з вищою аналітичною складовою. Такий підхід дає читачам змогу краще зрозуміти суть подій і глибше усвідомити їхні наслідки, що є особливо важливим у контексті непростих військових конфліктів [47].

Беручи до уваги ключові характеристики телебачення, такі як одночасність, екранність, емоційна насиченість і високий рівень персоніфікації, можна стверджувати, що телевізійний репортаж також успадковує ці особливості.

До особливостей телевізійного репортажу, які розглядають А. Лісневська та Т. Коженевська, авторки додають такі характеристики, як наочність, простота у сприйнятті, виразна яскравість переданих подій та ефектна видовищність [48, с. 75-77].

Воєнний репортаж, подібно до звичайного, класифікується за типами. Зокрема, виділяють прямий та фіксований репортаж [49, с.187]. Розглянемо ці різновиди репортажу детальніше:

Фіксований репортаж являє собою жанр журналістики, який зберігається за допомогою технічних засобів і публікується лише після закінчення події, котру він висвітлює. Він може бути двох типів: створений безпосередньо під час розвитку подій або сконструйований на основі зібраного після події матеріалу, такого як свідчення очевидців, експертні коментарі чи записи з відеореєстраторів. Ключовою специфікою цього виду репортажу є ретельне збирання та опрацювання інформації для формування чіткої структури сюжету. Для журналіста важливо обробити отримані дані максимально ґрунтовно, аби забезпечити об'єктивність, точність та повноту висвітлення.

Прямий репортаж, у свою чергу, належить до найбільш актуальних і затребуваних форматів медійної комунікації, оскільки дозволяє оперативно повідомляти про сенсаційні чи важливі події в реальному часі. Особливістю цього жанру є здійснення трансляції безпосередньо під час розвитку події із можливістю миттєвого двостороннього зв'язку між репортером і студійним ведучим. Прямий репортаж потребує високого рівня професійної майстерності не лише від команди загалом, але й насамперед від репортера, адже робота в режимі реального часу мінімізує простір для помилок і вимагає блискавичної реакції на зміну обставин.

Серед типологічних класифікацій репортажу особливе місце займає його диференціація за змістовно-структурними характеристиками. Наприклад, воєнний репортаж можна поділити на кілька категорій: подієвий, тематичний і постановочний. Кожен із цих піджанрів вирізняється власними завданнями, методологією роботи та стилістикою висвітлення [50, с. 153] [51, с. 12-13]:

Оперативний подієвий репортаж — це форма журналістської діяльності, спрямована на швидке інформування суспільства про важливі події, відтворюючи їх у конкретній послідовності й хронологічному порядку. Головною особливістю такого репортажу є передача атмосфери події разом із її природним розвитком, що відбувається незалежно від втручання журналіста. Основна мета оперативного репортажу полягає в наданні максимально актуальної інформації, що досягається через суворе дотримання послідовності подій, швидкість реагування та готовність до негайного висвітлення.

Тематичний репортаж – це оглядовий формат, спрямований на висвітлення важливих та актуальних подій, що мають регулярний характер. Основними особливостями цього виду репортажу є його культурно-просвітницьке та соціально-педагогічне значення. Велике значення відводиться ретельному вибору теми, об'єкту та відповідних подій, що гармоніюють з ключовою ідеєю матеріалу. Такий репортаж створюється з акцентом на події, які викликають зацікавлення аудиторії та мають постійний або циклічний характер.

Часто тематичний військовий репортаж доповнюється інтерв'ю з військовослужбовцями, експертами чи прямими свідками подій. Це додає матеріалу глибини та створює повніше уявлення про реальність. Додатково такий репортаж може містити історичний контекст і аналітичні оцінки, що дозволяє краще зрозуміти передумови та наслідки подій. Він не обмежується лише подачею фактів: завдяки аналітичному підходу, глядачі отримують можливість формувати власні висновки та об'єктивні погляди на актуальні теми.

Тематичний воєнний репортаж заглиблюється у конкретні аспекти війни, пропонуючи детальний і всебічний аналіз обраної теми. Його фокус може охоплювати різноманітні напрямки, зокрема:

- вплив бойових дій на повсякденне життя, емоційний стан та психологічне здоров'я як військових, так і цивільного населення;

- економічні наслідки, зокрема вплив війни на регіональну чи національну економіку, руйнування інфраструктури та структурні зміни у фінансових системах;

- гуманітарні проблеми, такі як становище біженців, доступ до гуманітарної допомоги та дотримання прав людини під час конфлікту;

- історичну перспективу, включаючи паралелі з минулими конфліктами, аналіз коренів сучасних подій і прогнозування можливих наслідків.

Постановочний репортаж – один із найпомітніших жанрів сучасної журналістики, який вирізняється своєю унікальною концепцією організації події. У цьому жанрі висвітлення подій не є природним, оскільки подія спеціально створюється журналістом для досягнення певної мети. Журналіст виконує не лише роль спостерігача, але й ініціатора, активно впливаючи на хід події. Основною характеристикою такого формату є свідомо постановка обставин, які спрямовані на викликання певних реакцій у учасників. Головна мета постановочного репортажу полягає не лише у відтворенні самої події, але й у дослідженні людської поведінки в контексті заданих умов.

Проблемний або аналітичний репортаж, своєю чергою, спрямований на висвітлення конкретної проблематики. У його межах через використання репортажної форми розкриваються причини виникнення певної проблеми, дії, вчинені зацікавленими сторонами, а також потенційні шляхи її вирішення. Ключовими ознаками цього жанру є авторська позиція журналіста, акцент на деталях і аргументах, що розкривають суть проблеми, а також елементи критичного аналізу чи полеміки. Аналітичний характер такого репортажу дозволяє автору не лише інформувати аудиторію, а й активізувати дискусію навколо важливих суспільних або локальних питань [52, с. 36].

Дослідниця у галузі журналістики М. Василенко пропонує доповнення до класифікації типів репортажів, виокремлюючи наступні їх види [53, с. 58-59]:

– інформаційний репортаж: під час воєнних подій цей тип спрямований на оперативне висвітлення поточної ситуації безпосередньо з місця конфлікту. Його ключові особливості включають: швидке інформування про події та зміни на фронті; фокус на об'єктивному переданні фактів без надмірного аналізу чи особистих коментарів; забезпечення громадськості свіжими даними про перебіг війни;

– літературний або художній репортаж. Цей формат об'єднує журналістику з елементами творчого письма і базується на динамічному сюжеті та авторському коментарі. Основні риси такого репортажу: використання літературних прийомів, які дають змогу створювати більш глибокий і деталізований опис подій; емоційна залученість читача через яскраві описи та художні образи;

– репортаж-портрет - цей вид концентрується на історії окремої людини, яка стала учасником війни. Це можуть бути солдати, медики, волонтери чи прості громадяни, чиї життя стали іншими під впливом воєнних дій. Він має такі можливості: персоналізація матеріалу через детальне розкриття життя та внутрішніх переживань героя; створення емоційного зв'язку між аудиторією і персонажем репортажу; поглиблення розуміння людських вимірів війни;

– репортаж-спогад. Зосереджується на відтворенні минулих воєнних подій шляхом звернення до спогадів їхніх учасників. Сильні сторони цього жанру: використання особистих історій для формування цілісної картини подій; збереження пам'яті про значущі моменти та постаті військового конфлікту; відновлення історичних подій через реконструкцію деталей із розповідей очевидців.

– репортаж-інтерв'ю: забезпечує глибше занурення в різні аспекти воєнного конфлікту завдяки особистим свідченням його учасників. Основні переваги цього підходу: висвітлення внутрішнього світу героїв через передачу їхніх емоційних і психологічних станів; надання голосу тим, хто зазвичай залишається поза увагою великої аудиторії; тривале фокусування на людських історіях, допомагаючи розкрити масштаби та наслідки війни.

Ці типи репортажів дають журналістам змогу висвітлювати збройний конфлікт багатогранно, поєднуючи оперативність із глибиною передавання людського досвіду.

Серед типів репортажів, які аналізують А. Лісневська та Т. Коженевська, [51] найбільш доцільним у контексті висвітлення воєнних подій є спеціальний репортаж. Цей жанр, заснований на осмисленні актуальних проблем та пошуку шляхів їх вирішення, виступає найпоглибленішим форматом журналістського висвітлення. Його головна відмінність від стандартних новинних матеріалів полягає у масштабності, аналітичному підході та комплексному охопленні тематичних аспектів. Спеціальний репортаж дозволяє здійснювати детальний аналіз окремих аспектів війни, приділяючи особливу увагу нюансам, людським історіям і внутрішній динаміці конфлікту.

Можливості цього формату включають глибокий аналіз проблеми, проведення розгорнутих інтерв'ю, акцент на деталізацію та персональні історії учасників подій. Зокрема, він забезпечує простір для тривалих бесід із ключовими фігурами таких процесів, як військові командири, політичні лідери та експерти, що сприяє формуванню багатогранного уявлення про події.

Крім цього, авторки класифікують репортаж на два загальні типи: ситуативний та твердий. Ситуативний репортаж характеризується спонтанністю і присвячується опису екстрених подій, що відбуваються в реальному часі. Твердий репортаж, у свою чергу, є результатом заздалегідь запланованої підготовки до висвітлення події, яка була відома редакції завчасно. Таким чином, обидва підходи сприяють адаптації формату репортажу до різноманітних інформаційних викликів [51, с. 75-77].

О. Бикова підкреслює, що на сьогоденному етапі розвитку журналістики особливо виділяються такі жанри, як художній репортаж, проблемний репортаж і репортаж-розслідування [54, с. 38].

Репортаж-розслідування — один із ключових жанрів воєнної журналістики, про який пишуть О. Бикова та М. Василенко, привертає особливу увагу завдяки своїй здатності виявляти приховані аспекти важливих подій. Цей формат зосереджується на викритті фактів, що зазвичай залишаються поза суспільним фокусом, таких як корупція, зловживання владою чи порушення прав людини. Під час війни цей жанр набуває особливої актуальності та відкриває нові можливості для впливу [53-54]. Основні задачі воєнного репортажу-розслідування включають:

- викриття прихованих фактів: журналісти аналізують аспекти війни, які зазвичай приховуються, наприклад, незаконну торгівлю зброєю або гуманітарною допомогою, випадки корупції серед військових чи політичних діячів;

- документування воєнних злочинів: цей жанр дозволяє виявляти та фіксувати факти злочинів, що має значення для міжнародного правосуддя й історичної пам'яті;

- аналіз пропаганди: репортаж допомагає з'ясувати механізми пропаганди у конфлітуючих сторін, викриваючи методи маніпуляції та дезінформації;

– економічні розслідування: журналісти досліджують економічні наслідки війни, фінансові махінації, контрольно-ресурсні потоки та інші суміжні питання [55; 54].

Серед жанрової типології воєнних репортажів сучасні дослідники відзначають, що найбільшу популярність у військовому контексті мають інтерв'ю, художній репортаж і аналітичний формат. Різноманіття образних засобів та характерних рис цього напряму журналістики сприяють його багатожанровості й універсальності в сучасній медіапрактиці.

У контексті сучасної війни українська журналістика демонструє значні трансформації, обумовлені змінами в риториці засобів масової комунікації, збільшенням ролі візуального контенту та створенням ефекту присутності. Репортаж у таких умовах стає засобом осмислення реальності через акцентування уваги на специфічних деталях і виразних образах. Вплив мультимедійності підсилює цей процес, роблячи сучасний репортаж динамічним і багатограним: від включення емоційно насичених фотоматеріалів до створення яскравих текстових фрагментів. При цьому медійна мова часто вирізняється високою емоційністю. Варто звернутися до соціологічних опитувань, які демонструють громадську оцінку змін у риториці сучасних медіа: понад 62% респондентів зазначають про зрушення в бік більш розкутої манери висловлювання журналістів та сприймають медійний дискурс як консолідуючий чинник у протистоянні українських ЗМІ агресії з боку росії [56].

У медійному дискурсі нерідко спостерігається активне використання літературно забарвлених слів, яскравих епітетів та експресивної лексики, що дозволяють глибше передати трагізм втрати, гнів на агресора або інтенсивність пережитих емоцій. Ці лексичні засоби часто сприяють формуванню певної оцінки подій. Подібним чином, у репортажі «Ненависті до Росії більше, ніж страху» можна віднайти такі вирази: «в момент втратили все», «об'єднані болем», «гірко зітхає жінка», «у шоковому стані», «їдкий запах», «свіжі трупи»,

«пункт незламності». Вони слугують для створення емоційно насиченого контексту, що впливає на сприйняття аудиторії.

Окремим стилістичним прийомом, який активно використовується в сучасній журналістиці, є риторичні питання, вигуки та окличні речення. Наприклад: «Є хто живий?», «Є! Там хтось є! Жінка!». Такі конструкції підсилюють емотивну складову тексту, викликаючи у читачів або глядачів більш яскраві емоції та сприяючи активізації формування громадської думки.

Крім лексичного розмаїття, варто зазначити значну роль дієслів як ключових елементів у створенні динаміки військових репортажів. Часто використовуються такі дієслова, як «почути», «скоординувати», «розшукувати», «рятувати», «говорити», «видавати звуки», «кликати». Їхня функція полягає не лише в описі дій, а й у створенні напруженого й динамічного наративу, який постійно утримує увагу аудиторії та підкреслює драматизм подій [57]. Серед засобів виразності важливо звернути увагу на застосування емоційно насичених кадрів та деталей, які здатні значно підсилити вплив повідомлення. Як приклад, медіа «Українська правда» активно використовує фотографії з високим емоційним зарядом, що супроводжують репортажі про трагічні наслідки ракетних обстрілів у Дніпрі. Такі зображення спрямовані на залучення уваги аудиторії та створення глибокого емоційного відгуку, що слугує інструментом для посилення сприйняття матеріалу [57].

Сучасні медіа, висвітлюючи події війни, нерідко вдаються до використання військової термінології й специфічних аббревіатур для кращого донесення інформації до своєї аудиторії. Наприклад, у випуску Телемарафону «Єдині новини» від 26 липня 2024 року звучали такі терміни, як «аеророзвідники» та «звукова розвідка» [58]. Автори спеціалізованого видання «Наука та оборона» активно застосовують військову термінологію у своїх статтях. Зокрема, нерідко зустрічаються такі поняття, як «нейронні мережі», «кластеризація» та «штучний інтелект». Наприклад, ці терміни детально розглянуто у роботі С.В. Свешнікова та В.П. Бочарнікова під назвою

«Використання методів штучного інтелекту для розв’язання наукових задач у сфері оборони», опублікованій у випуску №4 за 2023 рік [59]. Варто наголосити, що професійна військова термінологія активно застосовується медіа у різні періоди. Журналісти також нерідко вдаються до використання різноманітних аббревіатур: ЗСУ, ДСНС, ракета Х-22, ППО. Наприклад, вирази типу «Ненависті до Росії більше, ніж страху» часто зустрічаються в контексті новин та аналітичних матеріалів [57]. Репортаж під назвою «Найсмачніша ціль – танк Т-72» висвітлив численні аспекти військової термінології та використання аббревіатур. Зокрема, було зазначено такі поняття, як «тепловізійна камера», «танки», «бойова машина піхоти (БМП)», «ствольна артилерія», «техніка для перевезення особового складу», «бомбардування» та «безпілотні літальні апарати (БПЛА)»[60]. Статистичні дані та кількісні показники часто відіграють ключову роль у побудові репортажів, оскільки їх використання дозволяє деталізувати й конкретизувати розповідь, роблячи її більш інформативною та переконливою. Однак важливо дотримуватися балансу, щоб уникнути перевантаження тексту надмірною кількістю чисел [57]. Наведемо приклади: 1) Як зазначено у звітах, станом на 15 січня українські рятувальники врятували 39 людей, серед яких було 6 дітей. 2) Повідомляється, що 14 січня російська сторона здійснила запуск 5 ракет по території України. 3) Маса бойового заряду однієї з них становила близько 950 кілограмів, а максимальна дальність її дії – до 600 кілометрів.

Окремо варто зазначити, що журналісти в контексті висвітлення певних подій час від часу використовують лексику негативного забарвлення, сленг або мовні конструкції, спрямовані не лише на оцінку, але й на приниження опонента. Наприклад, такі терміни, як «московити<sup>2</sup> чи «ворог», зустрічаються у новинах марафону «Єдині новини» за 26 липня 2024 року. Таким чином, мова репортажів може мати не лише інформаційну, а й емоційно-оцінну складову, що впливає на формування сприйняття широкою аудиторією [61].

Сучасні засоби масової інформації вирізняються використанням специфічної мови виразності, що суттєво відходить від традиційного формату сухої й виключно інформативної подачі. Ця мова характеризується інтеграцією літературних виразів і мовних конструкцій, демонструючи більшу відкритість і свободу у висловлюванні. Такий підхід іноді порушує певні етичні норми журналістики, проте одночасно виконує важливі соціальні функції: сприяє відчуттю причетності громадян до державних процесів, надає емоційну підтримку, консолідує суспільство та формує його морально-етичні цінності. В цьому контексті вона стає важливим інструментом, що забезпечує єдність громадськості в кризові періоди, а також впливає на формування суспільної думки.

### **1.3. Етичні стандарти та виклики роботи журналістів у зоні бойових дій**

Робота журналістів у прифронтових регіонах України не поступається за рівнем небезпеки завданням на лінії фронту. Як українські, так і міжнародні репортери, які висвітлюють події у зонах конфлікту, нерідко опиняються в умовах, сповнених ризиків та непередбачуваності. Для прикладу, у Миколаївській області до звільнення Херсона 11 листопада 2022 року доступ до деяких населених пунктів був обмежений задля забезпечення безпеки журналістів та дотримання режиму інформаційної тиші. Один із тривожних інцидентів трапився у березні 2022 року, коли неподалік села Водяно-Лорине Миколаївської області російські військові обстріляли автомобіль швейцарського журналіста Гійома Бріке. Інший випадок стався 2 січня, коли французькі репортери, працюючи в Україні, зафіксували ракетний удар у Краматорську під час прямої трансляції до студії [10; 11].

Журналістам, які працюють у прифронтових районах, рекомендується дотримуватись таких принципів:

- попередньо вивчити ситуацію в регіоні, визначити доступні зони для роботи та проаналізувати безпекові ризики;
  - розробити чіткі протоколи дотримання техніки безпеки під час роботи.
- Необхідно завжди використовувати засоби захисту — бронежилет, шолом і аптечку;
- підготувати запас ресурсів, достатній для кількох днів роботи в польових умовах: їжа, вода, медичні засоби та засоби зв'язку;
  - налагодити контакт із журналістами, які вже мають досвід роботи в цих умовах;
  - постійно стежити за розвитком подій у регіоні та перевіряти отриману інформацію через офіційні джерела.

Дотримання цих рекомендацій не лише сприятиме зменшенню ризиків для репортерів, але й сприятиме створенню точного й збалансованого інформаційного продукту.

Від початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну загинули 39 працівників засобів масової інформації за різних обставин, пов'язаних із військовими подіями [13]. За даними пресслужби Міністерства закордонних справ, понад сто регіональних засобів масової інформації, які діяли на тимчасово окупованих територіях, були змушені припинити свою діяльність. Це обумовлено численними загрозами, знищенням редакційних приміщень та об'єктивною неможливістю здійснювати роботу в умовах окупації.

Для ефективного виконання роботи та досягнення успіху медійники прифронтових регіонів змушені були докладати максимум зусиль і застосовувати весь свій професійний досвід. «Суспільне.Харків» із перших днів повномасштабного вторгнення стало прифронтовим медіа, яке оперативно адаптувало свою діяльність до реалій воєнного часу. Головний редактор В'ячеслав Мавричев організував роботу філії з пріоритетом на збереження життя співробітників, не втрачаючи фокусу на оперативному інформуванні місцевих жителів.

Для мінімізації ризиків райони Харкова були умовно розподілені між журналістами: кожен був відповідальним за звітування з конкретної території. Якщо протягом 15 хвилин хтось із працівників не виходив на зв'язок, його обов'язки тимчасово перебирали колеги з інших секторів, забезпечуючи безперервне оновлення сторінок у соціальних мережах та інших платформах.

У перші місяці війни російська федерація завдавала ракетних ударів по редакціях і телекомунікаційній інфраструктурі, тому з самого початку «Суспільне.Харків» перейшло на дистанційний формат роботи. Співробітники, роз'їхавшись по укриттях, створили чітку систему корпунктів, що дозволило організувати злагоджену роботу навіть за найскладніших обставин.

У роботі в межах міста особливу увагу приділяли обережності та моніторингу ворожої активності. Під час обстрілів «Градами» репортери могли перебувати на місці подій лише 10-15 хвилин, після чого були змушені повертатися в укриття через повторні хвилі атак. Інтенсивність артилерійських обстрілів, які складали 10-12 залпів, значно ускладнювала можливість працювати у відносно безпечних умовах.

На початку війни редакція «Kramatorsk Post» [14] налічувала лише чотирьох співробітників. Це значно полегшувало евакуацію, особливо в порівнянні з більшими колективами інших видань. У перші місяці журналісти залишалися в рідному місті, однак з посиленням обстрілів та активізації бойових дій було прийнято рішення переїхати й перейти на дистанційну роботу. Пізніше редакція вирішила відправляти співробітників у місто для підготовки живих репортажів, що спричинило значне зростання аудиторії на різних платформах.

У випадках, коли постійні репортери фізично не знаходились у регіоні, «Kramatorsk Post» активно залучав фрилансерів для висвітлення подій, зокрема не лише в Краматорську, а й у сусідніх районах, таких як Святогірськ і Бахмут [15].

«Кавун.Сіті» [16] — інтернет-видання Херсона, сформоване в умовах війни, яке стало джерелом достовірної інформації для місцевих мешканців. У

період окупації, коли функціонування звичних медіа було порушене, люди звернулися до телеграм-каналів, що залишалися активними попри відсутність зв'язку та електроенергії. Одним із них став «Кавун.Сіті», який протягом 52 днів надавав новини у ситуації, коли державна влада та військова адміністрація були недоступні. У цей скрутний час підтримку виданню забезпечували «Суспільне.Херсон» і представники національних медіа, допомагаючи отримувати інформацію з альтернативних джерел.

Зараз нагальні запити громади змістилися до потреб у підтримці для подальшого життя. Людей цікавлять теми фінансової допомоги, пільг, працевлаштування, організації подорожей та повернення з-за кордону. Однак створення контенту потребує чутливого підходу, особливо щодо історій, пов'язаних із трагедіями та переживаннями людей, які втратили близьких або зазнали жорстокого поводження. Розповіді про тих, хто переїхав до іншого міста чи почав нове життя, можуть викликати неоднозначну реакцію. Для тих, хто залишився в умовах окупації, такі сюжети часто здаються чужими і викликають біль.

З огляду на ці обставини редакція змінила тематичний акцент контенту. Тепер публікуються добірки фільмів та історії людей, які давно виїхали, що стало більш прийнятним форматом для аудиторії.

Водночас дедалі більше українців змінюють свої інформаційні звички, віддаючи перевагу онлайн-ресурсам, зокрема Telegram-каналам, замість традиційного телебачення. Цю тенденцію прокоментувала виконавча директорка Інституту масової інформації Оксана Романюк. На її думку, телемарафон «Єдині новини» може бути однією з причин цього явища, оскільки він не повністю задовольняє потреби глядачів у різноплановій та актуальній інформації. Українське суспільство залишається мультикультурним і звикло до різних форматів подачі новин, але марафон не завжди відповідає цим очікуванням. Окрім того, частина українців прагне отримувати швидші оновлення новин, чого телемарафон не здатен забезпечити.

Проте, популярність Telegram-каналів несе чимало ризиків. За словами Романюк, на цих платформах часто поширюється неперевірена й неконтрольована інформація, яка може бути потенційно небезпечною. Вона також наголошує на великому рівні прихованої реклами («джинси») та маніпуляційного контенту на таких ресурсах. Ситуацію ускладнює той факт, що Закон про засоби масової інформації не поширюється на Telegram, через що вплинути на якість контенту в цій мережі неможливо [17].

Репортерам, кореспондентам та журналістам важливо розуміти, як правильно спілкуватися з людьми, які мали травматичний досвід. Прибуваючи на локацію, де відбулася надзвичайна подія в умовах війни, журналісти мають змогу одними з перших почути історію очевидців та ретранслювати її громадськості. Працювати з потерпілими необхідно конструктивно, уникаючи гострих питань, делікатно та етично дізнаватися подробиці та знаходити підхід для отримання необхідної інформації. Під час війни кількість подій, що несуть за собою серйозні травми збільшується – окупація, обстріли, полон, насильство фізичне і психологічне. Такі події необхідно висвітлювати так, щоб мінімізувати можливе втручання, нехай і ненавмисне. При висвітленні травматичних подій необхідно ставитися з повагою до історії людини, уважно слухати та запам'ятовувати деталі її розповіді, завчасно попереджати співрозмовника про те, що буде здійснюватися аудіо-, фото- або відеозапис. Після трагічних подій люди потребують трьох речей: передбачуваності, контролю та безпеки. Журналісти повинні гарантувати безпечний простір для розмови та точність передачі думок. Висвітлення травматичних подій є важливою роботою журналістів, але важливо зрозуміти, що це може мати серйозний вплив на психічне здоров'я інтерв'юваних людей. Тому дуже важливо дотримуватись етичних принципів і не зашкодити людині. Крім того, журналісти можуть допомогти підтримати людей, які пережили травматичні події, шляхом висвітлення їхніх історій. Це може допомогти людям відчути, що їхня історія важлива та визнана [18].

Після завершення розмови необхідно завжди ретельно перевіряти факти та достовірність отриманої інформації. Особа, яка пережила травматичний досвід, має сама вирішувати, наскільки детально вона бажає ділитися своїми емоціями, почуттями чи спогадами. У контексті роботи з людьми, що зазнали травмуючих обставин, варто виділити три основні сценарії взаємодії:

- на місці події - це передбачає роботу безпосередньо у зоні пригоди, наприклад, у бліндажі, на вулиці чи в місці обстрілу. Така локація характеризується відсутністю попередньої підготовки, виконанням завдань у реальному часі та у складних стресових умовах. Якщо співрозмовником є людина, що постраждала від обстрілів, перед початком інтерв'ю слід переконатися, що вона перебуває у відносній безпеці, не потребує невідкладної медичної допомоги або вже її отримала, а також усвідомлює поточну ситуацію;

- спілкування з військовими на передових позиціях. У таких випадках журналіст повинен формулювати запитання чітко і лаконічно, уникаючи обговорення тем, які можуть викликати додатковий психологічний стрес, таких як загибель бойових товаришів. Також неприпустимо намагатися витягувати військову інформацію або деталі операцій.

Особливу увагу варто звертати на невербальну поведінку журналіста: він має уникати різких жестів чи дій, які можуть бути сприйняті як провокативні або навіть ворожі. Збереження професійної етики, емпатії та стабільності дозволяє створити атмосферу довіри, необхідну для ефективної комунікації з людьми у стресових ситуаціях [19].

- у студії. Цей формат забезпечує спокійну й контрольовану атмосферу для співрозмовника. Журналіст має змогу заздалегідь підготувати питання, а також обговорити їх з гостем у неформальній обстановці. У разі потреби є можливість робити паузи, уточнювати формулювання запитань або давати співрозмовнику додатковий час на обдумування відповідей.

- у громадському місці. Цей варіант може бути комфортнішим для тих, хто через емоційний тиск або дискомфорт у приватних розмовах воліє залишатися в

менш формальній обстановці. Під час такого інтерв'ю слід уникати великої кількості запитань, уникати складних формулювань, надмірно особистих тем чи питань, які можуть травмувати співрозмовника [20].

У контексті виконання професійної діяльності під час військових дій журналісти нерідко взаємодіють із особами, котрі пережили значний травматичний досвід. До таких категорій належать військові, поранені, колишні полонені, біженці, люди, що втратили близьких, а також ті, хто перебуває у стані шоку. Журналіст повинен бути готовий до несподіваних ситуацій, враховуючи місце події, обставини та психологічний стан співрозмовника, і заздалегідь розробити відповідну стратегію взаємодії. Водночас слід зазначити, що в умовах екстрених ситуацій можливості для підготовки часто вкрай обмежені [21].

У журналістській діяльності важливо дотримуватися етичних і моральних норм. Ось кілька ключових моментів, які варто враховувати:

- утримуйтеся від втручання в приватне життя особи, якщо це не має вагомого суспільного значення;
- ретельно підготуйтеся до роботи на місці: зберіть доступну інформацію, щоб краще орієнтуватися в ситуації до початку співбесіди або інтерв'ю з постраждалою особою;
- перш ніж безпосередньо контактувати з постраждалим, за можливості поговоріть із тими, хто був поруч до вашого прибуття. Але пам'ятайте, що такі звернення можуть викликати сильні емоції, включаючи гнів. Готуйтеся до відмови в інтерв'ю;
- представтеся чітко й відверто: поясніть, хто ви, для якого видання працюєте, і озвучте свої наміри без спроб щось приховати. Уникайте формального тону та переконайтеся, що людина усвідомлює і добровільно погоджується на інтерв'ю. Запитайте, чи бажає вона, щоб під час розмови поруч була близька або довірена особа;

- заздалегідь попередьте про часові обмеження. Люди в стані шоку можуть не помічати ходу часу, тому будьте чесними про те, що саме хочете дізнатися і скільки часу можете приділити;

- поважайте співрозмовника і проявляйте щире зацікавлення. Дайте зрозуміти, що він може перервати інтерв'ю або завершити його у разі погіршення емоційного стану. Не ставте детальних запитань про найважчі моменти та травматичні спогади;

- уважно перевіряйте правопис імен та інших особистих даних. Якщо вам щось незрозуміло, перепитайте, уникаючи припущень. Водночас ретельно слідкуйте за настроєм і емоціями людини;

- уникайте дискредитації своїх дій. Постраждала особа може звинувачувати вас або вашу професію, агресивно поводитися чи надавати недостовірну інформацію;

- якщо відчуваєте небезпеку або стикаєтеся з агресією, не вступайте в конфлікт і не сперечайтесь — повідомте, що вам необхідно піти;

- якщо співрозмовник побажав залишитися анонімним, забезпечте виконання цієї умови. Переконайтеся, що жодна обіцянка не буде порушена.

Проведення інтерв'ю з постраждалими вимагає не лише професійних навичок, а й справжньої емпатії. Важливо зберігати ввічливість у будь-якій ситуації, незалежно від власних переконань чи поглядів. Для журналістів такі інтерв'ю часто стають надзвичайно складним і в той же час відповідальним завданням. Вони можуть бути ключовими для встановлення істини про подію, однак емоційна напруга такого спілкування є значним випробуванням для обох сторін. Саме тому від журналістів вимагається проявляти максимальну чуйність, повагу та делікатність до почуттів і переживань співрозмовників [22].

Володіння навичками та вміннями проведення інтерв'ю є визначальним чинником, що дає можливість журналістам здобути потрібну інформацію від своїх співрозмовників. У процесі спілкування важливо завжди діяти з повагою та професіоналізмом, незалежно від власних поглядів чи переконань. Це сприяє

збереженню доброзичливих стосунків із респондентом і підвищує ймовірність отримання додаткових відомостей у майбутньому.

Журналісти повинні розуміти, що захист прав та інтересів їхніх співрозмовників має переважати над редакційними завданнями. Після виконання своєї роботи важливо повідомити редактора про обіцянки та гарантії, надані інтерв'ююваним, аби забезпечити дотримання їхніх прав. Особливої уваги варто приділяти умовам роботи у контексті воєнного часу. У таких ситуаціях важливо ретельно аналізувати місце та час проведення інтерв'ю, уникати будь-яких дій, які можуть негативно позначитися на військових операціях. Журналістам слід утримуватися від фокусування виключно на сенсаційних аспектах подій, зокрема приголомшливих деталях, емоціях чи власних інтерпретаціях почуттів героїв.

Неприпустимо детально описувати тортури, сексуальне насильство, смерть або знуцання. Також слід уникати демонстрації великим планом загиблих чи тих, хто помирає, оскільки такий контент може психологічно травмувати глядачів, особливо дітей.

Журналістика є невід'ємною складовою функціонування сучасного суспільства, оскільки вона виконує надзвичайно важливу роль у висвітленні істини та забезпеченні громадськості об'єктивною інформацією. Однак діяльність журналістів нерідко передбачає взаємодію з людьми, які зазнали травматичного досвіду, що вимагає особливого підходу, позначеного чутливістю, дотриманням етичних стандартів та моральних принципів.

У процесі збору матеріалів журналісти мають проявляти підвищену увагу до психоемоційного стану постраждалих і потерпілих, намагаючись уникати ситуацій, які потенційно можуть загострити конфлікт чи завдати додаткової шкоди. Ключовим є також дотримання принципів безпеки як для самих журналістів, так і для осіб, які стали об'єктом висвітлення. Перед прибуттям на місце події важливо отримати якомога точнішу інформацію про обставини інциденту, включно з даними щодо можливих жертв чи постраждалих. Такий

підхід дозволяє не лише краще орієнтуватися у ситуації, але й ефективніше підготуватися до збору достовірної інформації з урахуванням усіх ризиків [23].

Журналіст завжди може опинитися у складній або навіть небезпечній ситуації, тому пріоритетом має бути безпека як самого журналіста, так і його співрозмовника. Проводячи інтерв'ю, необхідно уважно оцінювати довколишні обставини, враховувати можливі ризики та дотримуватися ключових правил безпеки. Збір інформації повинен здійснюватися з неухильним дотриманням етичних принципів, уникаючи будь-яких посягань на права чи гідність людини.

Під час завершення розмови важливо підкреслити позитивні аспекти, які стосуються теми інтерв'ю, а також подякувати співрозмовнику за відвертість і довіру до обговорення своєї історії. Успішний журналіст завжди демонструє повагу до людей, з якими спілкується, і дотримується високих стандартів етичної поведінки. Це включає відповідальне і чуйне ставлення до інтересів та прав кожного співрозмовника.

Збираючи дані для своїх матеріалів, журналісти мають концентруватися виключно на фактологічній інформації та об'єктивних даних, утримуючись від поширення неперевіраних відомостей чи поспішних висновків. Кожне слово та дію, які знаходять відображення у їхніх роботах, слід ретельно зважувати. Оскільки журналістика відіграє вагомую роль у суспільстві, її представники повинні працювати з максимальною відповідальністю, дотримуючись високих етичних стандартів.

Розуміння впливу публікацій на життя людей та розвиток суспільства накладає на журналістів особливий обов'язок діяти серйозно і продумано. Їхня діяльність має бути спрямована на підтримку довіри аудиторії та зміцнення суспільних цінностей через професіоналізм і об'єктивність. [24]. У сучасному світі, де інформація набуває ключового значення, роль журналістів стає невід'ємною складовою суспільного життя. Вони покликані виступати носіями справедливості та достовірності, забезпечуючи громадськість об'єктивними й актуальними відомостями про події та явища глобального масштабу. Однак їхня

діяльність повинна базуватися на дотриманні високих етичних стандартів, глибокої поваги до прав людини, а також враховувати емоційний стан і безпеку як учасників подій, так і аудиторії, що споживає інформацію.

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВІЙСЬКОВОГО РЕПОРТАЖУ В СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА

### 2.1. Основні джерела військового репортажу в Україні: традиційні ЗМІ, онлайн-медіа, соціальні платформи

Соціальні медіа у сучасному світі набувають все більшої популярності та значущості, впливаючи на зростання їх чисельності, багатоаспектність та розширення аудиторії. Ці платформи слугують інтерактивним засобом для встановлення зв'язків між користувачами, забезпечуючи можливість комунікації, обміну новинами, фотографіями, аудіо- та відео матеріалами, досвідом і корисними посиланнями, а також наданням можливості висловлення власних думок.

На сьогоднішній день серед науковців немає єдиного визначення терміна «нові медіа». Проте можна виділити кілька підходів до його розуміння. Перший — технологічний, де нові медіа вважаються сукупністю цифрових, мережових і комунікаційних технологій [92-93]. Другий — журналістський, який акцентує увагу на конвергентних медіа [94]. Третій — комунікативний, де спілкування відбувається за принципом «від багатьох до багатьох», що відрізняється від традиційних мас-медіа, де зв'язок ґрунтується на моделі «від одного до багатьох». Аналіз синтезу розвитку сучасних технологій та трансформаційних процесів, які вони викликають у сфері комунікацій і традиційної журналістики, дозволяє класифікувати нові медіа як різнопланову інтерактивну медіапродукцію, що поширюється через Інтернет. Ці медіа об'єднують властивості як масмедіа, так і засобу соціальної комунікації.

Основні характеристики, що відрізняють нові медіа від традиційних, включають інтерактивність, персоналізацію інформації, гнучкість у формі, змісті та застосуванні, оперативний потік споживання контенту, необмеженість у обсязі та формі комунікації, а також можливості редагування та вилучення

інформації після її публікації. Ці медіа характеризуються надзвичайною оперативністю в наданні та оновленні інформації, а також практичною відсутністю цензури й модерації.

Інтерактивність є однією з кардинальних відмінностей між новими та традиційними медіа, оскільки вона забезпечує активну участь користувачів у створенні і поширенні контенту. У традиційних медіа процес пропонування та відбору інформації обмежується виключно постачальниками. Нові медіа відкривають можливість будь-якому користувачу створювати контент в різних форматах, як-от аудіо, відео, текст або мультимедіа, і вибирати цільову аудиторію. Дані медіа змінюють комунікаційні моделі в суспільстві та трансформують способи взаємодії.

Ще однією суттєвою характеристикою нових медіа є персоналізація інформації. Ця особливість полягає в наданні користувачу контенту, який якомога більше відповідає його потребам та інтересам, включаючи новини, рекламні матеріали та повідомлення в соціальних мережах. Вибір контенту здійснюється через аналіз поведінки користувача в інтернеті та його інтересів. З одного боку, це дозволяє економити час шляхом автоматичного відфільтрування нерелевантного контенту; з іншого боку, обмежує право користувача вирішувати, яку інформацію він бажає отримувати, значно звужуючи його світогляд.

Мультимедійність та цифровий характер контенту, на які звертають увагу сучасні дослідники як на характеристики нових медіа, не включені у традиційний опис цих медіа, оскільки мультимедійні елементи вже існували в традиційних медіа до появи Інтернету (наприклад, на телебаченні звук поєднується з відео, а друкована преса об'єднує текст і зображення). Наразі, більшість медіапродукції має цифровий формат. Вивчаючи сучасний медіаринок, можна виокремити наступну класифікацію нових медіа: професійні інтернет-ЗМІ (що охоплюють онлайн-газети, журнали, інформаційні сайти агентств, новинні портали, групи новин; інтернет-телебачення, інтернет-радіо);

онлайніві ігри та віртуальні світи; а також соціальні медіа (включаючи соціальні мережі, блоги, медіахостинги та онлайн-енциклопедії).

Відмінність між інтернет-ЗМІ та онлайн-іграми полягає в тому, що їх контент частіше створюється професіоналами, тоді як у соціальних медіа домінує контент, створений самим користувачами. Також значно відрізняється взаємодія користувачів з контентом у цих дійових онлайн-медіа. У користувачів інтернет-ЗМІ основною функцією є споживання інформації, з певним рівнем інтерактивності це здійснюється через коментування чи участь в обговореннях (на чатах та форумах). Водночас у соціальних медіа будь-який користувач може виступити в ролі автора контенту.

Онлайн-ЗМІ сконцентровані на поширенні інформації та передачі даних, тоді як соціальні медіа слугують платформою для соціальної комунікації. Соціальні медіа наділені можливістю підтримувати різнобічні соціальні взаємодії, щоби користувачі могли створювати свої спільноти. Ці особливості виділяють їх серед нових медіа і визначають їх суспільний характер.

Соціальні медіа об'єднують різноманітні інтернет-сервіси та платформи, які полегшують комунікацію, споживання, створення та поширення контенту. Вони також мають характерні риси персоналізації: користувачі можуть шукати відповідних співрозмовників і формувати групи для обговорень за інтересами; система вибіркового обміну інформацією функціонує залежно від цільової групи; також автоматично надходить інформація, яка потенційно є корисною для користувача.

Нині спостерігається активний процес інтеграції зовнішніх сайтів і соціальних медіа. Це виражається у впровадженні функцій авторизації через соціальні мережі, можливостях поширення контенту сайтів в соціальні платформи і наявності посилань на соціальні групи. За прогнозами експертів, наступним етапом стане поява спеціалізованих платформ для інтеграції, які дозволять користувачам транслювати всі події із зовнішніх сайтів на власні акаунти. З одночасним розвитком загальних соціальних мереж на протязі

останніх років можна спостерігати зростання популярності тематичних мереж, орієнтованих на конкретні інтереси і професії, такі як IT-спеціалісти, фотографи, книголюби, меломани, політики тощо. Вдосконалення технологій мобільного зв'язку та поліпшення мобільних пристроїв сприяло появі мобільних версій більшості соціальних платформ. Наразі, не існує єдиної класифікації соціальних медіа в наукових колах.

Найбільш зручною є наступна система класифікації: спілкування (соціальні мережі), висловлення авторської думки (блоги і мікроблоги), обмін медіаконтентом (фотографії, відео, аудіо, посилання, новини), обговорення і обмін досвідом, а також геолокаційні сервіси. Однак така класифікація має умовний характер, оскільки різні групи соціальних медіа часто мають спільні риси і функціональні можливості.

Військовий репортаж в Україні, особливо у контексті поточної війни, характеризується низкою специфічних джерел, що постійно змінюються. Ці джерела можна категоризувати на традиційні засоби масової інформації, онлайн-медіа та платформи соціальних медіа, кожна з яких має унікальну роль у формуванні загального інформаційного ландшафту.

#### 1. Традиційні засоби масової інформації:

- Телевізійне мовлення залишається основним джерелом оперативної інформації для значної частини населення, переважно старших вікових груп. Українські телеканали, як громадські, так і приватні, володіють розгалуженими мережами кореспондентів в зоні бойових дій і на територіях, прилеглих до лінії фронту. Вони забезпечуються відеорепортажами, інтерв'ю з військовими і цивільними особами, а також експертною аналітикою.

- Друковані видання (газети та журнали) зазнали зменшення ролі у висвітленні оперативних подій, однак продовжують важливу функцію в підготовці аналітичних матеріалів, розслідувань, розгорнутих інтерв'ю та фоторепортажів.

- Радіо певною мірою зберігає своє значення як джерело інформації, особливо в регіонах зі складним доступом до телебачення та інтернету. Радійні станції передають оперативні новини, інтерв'ю та коментарі експертів.

## 2. Онлайн-медіа:

- Інтернет-видання новин є найбільш оперативними та популярними джерелами для отримання військових репортажів. Вони поширюють текстові матеріали, фотографії, відео, інфографіку та онлайн-трансляції.

- Спеціалізовані волонтерські та аналітичні проєкти зосереджені на моніторингу ситуації на фронті. Вони займаються аналізом військових дій і збором та перевіркою інформації з відкритих джерел (OSINT).

## 3. Платформи соціальних медіа:

- Twitter (X) використовується для швидкого розповсюдження коротких повідомлень, новинних посилань та думок експертів.

- Facebook продовжує служити платформою для розповсюдження новин, аналітичних матеріалів, особистих історій та збору коштів для підтримки армії і допомоги постраждалим.

- Instagram і TikTok активно використовуються для передачі візуального контенту, такого як фото і короткі відео безпосередньо з місця подій.

В умовах збройного конфлікту інформаційний простір стає аренею боротьби: російська пропаганда широко застосовує всі ці канали для поширення дезінформації. При споживанні військового репортажу важливо використовувати критичне мислення і перевіряти інформацію через кілька незалежних джерел, звертаючи увагу лише на офіційні та надійні джерела. Таким чином, військовий репортаж в Україні виступає багатоканальним явищем, об'єднуючи зусилля традиційних ЗМІ, оперативність онлайн-ресурсів та швидкість обміну інформацією через соціальні мережі. Кожне з цих джерел має свої переваги і недоліки, які слід враховувати при аналізі поточних воєнних подій.

## 2.2. Формати та візуалізація військових репортажів: текст, фото, відео, мультимедійні технології

У сучасному медійному просторі, насиченому інформаційними потоками та різноманітними каналами комунікації, роль візуалізації контенту в засобах масової інформації виходить за межі простого дизайну і стає важливим стратегічним інструментом для виконання різних завдань. Представлення даних у формі графічних елементів, фотографій, інфографіки та відео є необхідним у швидкоплинній та конкурентній медіа-сфері. Візуалізація допомагає покращити сприйняття, роблячи інформацію більш зрозумілою та доступною для широкої аудиторії, що полегшує розуміння складних концепцій. Використання візуальних засобів у медійних матеріалах стає ключовим компонентом стратегії, спрямованої на досягнення таких цілей, як забезпечення доступності інформації, підвищення її ефективності та утримання уваги аудиторії. У цьому контексті знання функцій візуалізації контенту є критично важливим для створення результативної та впливової медіа-стратегії.

Дослідниця В. Шевченко у своїх роботах ґрунтовно дослідила і класифікувала багатий спектр видів візуалізації, які використовуються в журналістському контенті. Вона виокремила кілька ключових категорій, зосереджуючись на специфічних особливостях кожної з них [72].

До першої категорії належать прості графічні символи, які включають піктограми, монограми, різноманітні логотипи, емблеми, орнаменти та віньетки. Ці елементи, зокрема заставки і декоративні деталі, слугують для створення візуальної ідентичності матеріалу, часто мають стильне оформлення і використовуються для виокремлення основних тем.

Малюнки, як наступна група, захоплюють своїми жанрами - це карикатури, шаржі, комікси, а також різні графічні і технічні ілюстрації. У цій категорії часто присутній художній елемент, що дозволяє глибше передавати емоційний настрій та тон публікації.

Інфографіка стоїть окремо як спосіб візуалізації складної інформації за допомогою карт, діаграм, таблиць і блок-схем. Вона призначена для полегшення сприйняття даних та їх структурування, часто використовується для вираження концептуально важких тем у зрозумілому форматі.

Фотографії - це незамінна складова журналістського контенту, здатна передати правдиву реальність ситуації та емоційні аспекти подій. Завдяки зображенню реальних облич і місць, фотографії відразу ж концентрують увагу читача.

Останній вид - типографіки, які визначають загальний стиль надрукованого тексту через особливості шрифтів і їхнього розташування. Естетика типографії грає значну роль у сприйнятті тексту і часто служить для підкреслення важливих частин контенту.

Кожен з цих компонентів візуального контенту володіє своїми функціями та призначенням, що допомагає створити комплексний і інтригуючий продукт, який не тільки інформує, але й стимулює зацікавленість аудиторії.

Графічні символи-піктограми виконують завдання швидкої передачі інформації в стилізованій, абстрактній манері. Їх значення легко зрозуміти, що робить їх важливими для засобів масової інформації, де враховуються традиції та рівень аудиторії. Піктограми підкреслюють основні риси об'єкта, спрощуючи зображення без зайвих деталей, що сприяє легкому запам'ятовуванню та розпізнаванню в різних контекстах і розмірах.

У сучасних медіа найпростіші символи використовуються в логотипах і буквицях. Дизайн логотипу журналу, газети чи телеканалу відзначається простотою, цілісністю й лаконічністю, але не примітивністю - ключове значення має відсутність зайвих деталей. Графічні та декоративні символи надають виданню унікальності, додають функціональності до його композиції. Вони також врівноважують текстові матеріали, завершують композицію або її частини, стають ідентифікаторами й допомагають орієнтуватися у виданні.

Лінії та символи різної товщини, кольору та стилю підкреслюють, відокремлюють або об'єднують контент, відтворюючи природні паузи мовлення та акцентуючи увагу на важливих фрагментах. Ці графічні елементи додають індивідуальності виданню в його постійних складових: логотипах, колонтитулах, рубриках, обкладинках та декоративних елементах.

Малюнки як форма візуалізації стають дедалі популярнішими на обкладинках і сторінках журналів. Вони представлені у вигляді карикатур, шаржів, коміксів, графічних і технічних зображень. Малюнки, створені спеціально для певного матеріалу, відображають образне бачення автора й художньо інтерпретують події, емоційно налаштовуючи читача. Емоційність зображення відіграє важливу роль у передачі змісту через авторське бачення ситуації. Формати на кшталт шаржу та карикатури спотворюють реальність шляхом перебільшення певних рис або характеристик, концентруючись на сутності події. Технічні малюнки ще точніше розкривають зміст, структуру об'єкта або схему конструкції.

Інфографіку часто плутають із візуалізацією даних, хоча між ними є суттєві відмінності. Інфографіка є однією зі складових візуалізації, утворюючи частину широкого спектру візуальних представлень даних. Вона надає інформацію через статистичні графіки, карти, діаграми, схеми та таблиці. З іншого боку, візуалізація даних пропонує інструменти, які дозволяють аудиторії самостійно досліджувати та аналізувати дані. Якщо інфографіка передає інформацію, що є корисною для комунікаторів, то візуалізація надає змогу користувачам розвивати власне розуміння проблеми.

Дані можуть бути доступними для отримувачів у форматі демонстрації (інфографіка) або дослідження (візуалізація). Деякі теми, через свою чітку структуру, відмінно підходять для інфографіки: наприклад, події з тривалими часовими етапами, такі як президентські вибори, спортивні перемоги, валютні курси або міграція птахів. Попри це, інфографіка зазвичай не здатна показати взаємозв'язки та пояснити деталі так комплексно, як це робить візуалізація.

Основна задача інфографіки полягає у покращенні сприйняття та візуалізації складної інформації, аналізу тенденцій і процесів. Вона передає повідомлення у компактній та цікавішій формі порівняно з текстом. Інфографіка збирає значні об'єми фактів, зображаючи події у часовому та просторовому вимірах і демонструючи динаміку. Вона характерна наочністю, конкретністю, самостійним змістом, що не дублює текст, аналітичністю та практичністю. Основні види інфографіки включають статистичні графіки, діаграми, часові шкали; карти та плани; таблиці й матриці; а також пояснювальні й структурні схеми, мережі, дерева та блок-схеми; візуальні асоціативні образи.

Фотографія є невід'ємною частиною будь-якого періодичного видання. Вона виступає засобом осмислення та інтерпретації навколишнього світу, передаючи настрій і атмосферу подій. Завдяки фотографії читачі можуть зосередитися на матеріалі, розглянути деталі, пройти крізь усі моменти як учасники подій і форму свої враження. Згодом, будь-яке фото перетворюється на документ, що увічніює факт і переписує його в історію. Як вважає Л. Малес, сутність фотографії визначається її соціальною значущістю, реальністю та елементами постановки. Фотографії відрізняються високою мірою документальності та інформативності, а їх головне призначення полягає в створенні наочності [73]. За міркуваннями М. Маклюена, фотографія, з точки зору візуального сприйняття, має «високу визначеність», на відміну від коміксу з «низькою визначеністю», оскільки містить небагато візуальної інформації. Це свідчить, що фотографія передає значну кількість знань і не дає читачеві можливості для особистих оцінок [74].

Карикатура спрямована на читача, який розуміє контекст ситуації, і фактично не пропонує нової інформації, а лише підкреслює її емоційне забарвлення. З мистецького погляду карикатура вважається успішною, якщо перебільшує як форму, так і зміст; з політичного та публіцистичного – вона найбільш цінна, коли такі перебільшення допомагають виявити сутність проблеми. Незважаючи на свою назву, комікс не обов'язково є гумористичним

зображенням; він може бути історією, представленою у вигляді картинок на різні теми, такі як торгівля людьми, порятунок дикої природи, космічні пригоди або футбольний матч. Майстер коміксу Уїлл Ейснер описував його як «послідовне мистецтво», тому що окремі картини залишаються просто зображеннями. Лише коли вони стають частиною ряду (навіть якщо це лише 2-3 зображення), вони перетворюються на мистецтво коміксу, візуальне оповідання з унікальним стилем і тематикою [73].

Фотографія, як візуальний елемент, створює попередню уяву про подію: до того, як читач ознайомиться з текстом, вона дає можливість «побачити новину очима фотографа». У фотографії важливі візуальні акценти: вираз обличчя, погляд, руки на портретах; незвичайні ракурси, емоційність природних явищ у пейзажах; дії, почуття, емоції, особливості характеру та поведінки у жанрових знімках; фрагменти фотографії, розвиток сюжету, деталізація чи, навпаки, загальний вигляд місця події, панорама; композиція декількох об'єктів, які формують суть матеріалу. Візьмемо портрет: він може бути як репортажним, так і студійним, і сприйняття його у виданні змінюється залежно від контексту, хоча об'єкт залишається незмінним. Надрукований текст також передає інформацію візуально. Слова вказують на зміст, а оформлення шрифту встановлює настрій, підсилює або послаблює значення, додає яскравості, гучності, інтонації. Шрифти стають символами зі своїм власним значенням. Рукописний стиль говорить про спробу створити відчуття дружелюбності та близькості до читача, що викликає довіру; цей стиль часто використовується для листування з читачем, підпису авторів, приміток та матеріалів для дітей. Основна функція шрифту – інформаційна, тому його дизайн націлений на полегшене сприйняття, підсилення значення, організацію та впорядкування інформації, виділення окремих блоків або елементів видання шрифтовими та графічними способами. Більшість читачів не звертає уваги на відмінності між шрифтами у тексті; для них важлива лише інформація. Однак комфортність читання і легкість знаходження потрібного матеріалу стають підсвідомо важливими вимогами. Якщо шрифт дрібний або

гарнітура нечитабельна, зникає бажання читати навіть найважливішу інформацію [72].

Загалом, основна різниця між візуалізацією та звичайним зображенням у засобах масової інформації полягає в тому, що візуалізація стає повноцінним джерелом інформації, прирівнюючи своє повідомлення до за текстовим форматом подачі даних. Таким чином, зображення перетворюється з простого елемента дизайну чи зовнішнього вигляду видання на його важливий змістовний компонент. Завдяки своїй наочності, візуальний образ може суттєво впливати на сприймання читача: у поєднанні з текстом зображення здатне конкретизувати та посилювати значення викладеного матеріалу, спрямовувати читача в певному напрямку, коментувати ситуацію в наочній формі або надавати матеріалу особливого відтінку. Характер подання впливає на сприйняття аудиторії, привертаючи увагу за допомогою змістовного наповнення, що задовольняє потребу в інформаційній насиченості.

Таким чином, використання візуалізації у медіа слугує не тільки для більш ефективного донесення конкретних даних, а й для підвищення зрозумілості сприйняття інформації читачами або глядачами, забезпечуючи більш яскраве і чітке представлення фактів [75].

Ми ретельно проаналізували різноманітні методи візуалізації, які активно застосовуються сучасними засобами масової інформації для створення динамічного та реалістичного контенту в реальному часі. Серед поширених інструментів вирізняються такі:

- графіки та діаграми - ці елементи візуалізації є незамінними при форматуванні даних, адже стовпчасті та лінійні графіки особливо ефективні в показі тенденцій чи змін, що відбуваються протягом певного періоду часу. Кругові діаграми, у свою чергу, ідеально підходять для відобразити частковий внесок кожної складової в загальному контексті;

- картографія: використання карт забезпечує можливість ефективної візуалізації географічних змін або розподілу тих чи інших явищ на території, що дозволяє краще зрозуміти просторове відображення інформації;

- інфографіка: цей метод поєднує текстову та графічну інформацію, що робить його надзвичайно потужним засобом для передачі складних концепцій у зрозумілій формі. Інфографічні постери та графічні історії сприяють глибшому розумінню змісту завдяки інтеграції тексту та зображень;

- таблиці та гістограми: таблиці створюють вигідну платформу для систематизації великої кількості даних, а гістограми надають можливість ефективного представлення розподілу даних за різними категоріями для полегшення аналізу;

- анімації та інтерактивні елементи: завдяки анімації даних можна ілюструвати процес і зміни, що відбуваються з часом, передаючи динаміку ситуацій. Інтерактивні графіки забезпечують користувачам можливості для взаємодії з представленими даними та розширення їх за рахунок отримання додаткової інформації;

- Word clouds (хмари слів): цей метод візуального представлення допомагає виділити частоту використання певних слів у тексті. Завдяки цьому слова, що зустрічаються частіше, зображені більш великими шрифтами і насиченими кольорами, підкреслюючи їх важливість. Хмари слів створюються за допомогою спеціальних програм або онлайн-інструментів;

- теплові карти: графічний спосіб візуалізації, в якому інтенсивність кольорів визначає рівень концентрації або значення певних даних на конкретній площині. Це є популярним методом при представленні географічних даних, але також може застосовуватись до інших типів інформації;

- схеми та фловчарти: ці графічні відображення використовуються для демонстрації послідовності подій чи зв'язків в межах системи або проекту. Вони особливо корисні для ілюстрації процесів, які мають структуру;

- рухомі графіки: складові зображень або візуальних ефектів, що надають відчуття руху або динамічної активності. Такі елементи можуть включати анімації та відео, розширюючи статичне зображення до більш інтерактивного й поглибленого досвіду сприйняття даних [73].

Візуальне оформлення контенту в медіа відіграє ключову роль, сприяючи легкому і привабливому сприйняттю інформації аудиторією. Ось основні функції, які така візуалізація виконує:

- підвищує розуміння, оскільки через наочне уявлення складних даних вони стають доступнішими для сприйняття;
- привертає увагу, використовуючи графіки, діаграми, фотографії та інші елементи, що роблять матеріал більш захопливим;
- виділяє головні повідомлення, допомагаючи акцентувати важливість ключових аспектів для читачів чи глядачів;
- надає глибший контекст, забезпечуючи додаткову інформацію, яка дозволяє аудиторії краще зрозуміти тему;
- підтримує взаємодію та залучення, де інтерактивні графіки та візуальні інструменти залучають аудиторію до активної взаємодії з контентом;
- географічно відображає дані, допомагаючи наочно показати глобальні зміни та явища на карті, що є актуальним для міжнародних новин;
- ефективно передає інформацію в ситуаціях, коли текст може бути менш зрозумілим;
- викликає емоційний відгук, установлюючи міцніший зв'язок глядачів з представленою інформацією;
- покращує запам'ятовування даних завдяки активізації різних зон мозку через візуальні стимули [75; 76].

Візуалізація контенту в засобах масової інформації займає важливе місце у формуванні сприйняття тієї чи іншої інформації і є одним із основних інструментів для досягнення цієї мети. Використання різноманітних методів, таких як інфографіка, графіки і діаграми, зображення, хмари слів, теплові карти,

схеми і потокові діаграми, а також анімовані графіки, забезпечує формування яскравих, насичених і зрозумілих візуальних матеріалів, які активно привертають увагу аудиторії читачів. Такий підхід не лише ефективно структурує і систематизує інформацію, але й значно підвищує якість її сприйняття, роблячи її більш доступною та цікавою для широкого кола осіб. Завдяки візуалізації можна успішно висвітлити складні концепції, виявити підспудні тенденції та акцентувати увагу на ключових аспектах представленого матеріалу. Загалом, інтеграція різних методів візуалізації є важливим елементом у сучасній журналістиці та редакційній практиці, сприяючи поліпшенню сприйняття інформації та підвищенню рівня взаєморозуміння між авторами та читачами.

### **2.3. Інформаційні виклики: маніпуляції, дезінформація, цензура**

У сучасну епоху, коли цифрові технології міцно інтегровані в наше життя, проблема недостовірної інформації або дезінформації набула надзвичайної актуальності та значимості. Дезінформація, за своєю суттю, є процесом поширення неправдивих, свідомо маніпульованих або ж некомплектних даних, що мають на меті вплинути на громадську думку або поведінку суспільства. Зі зростанням популярності соціальних мереж та різноманітних інтернет-платформ, такі маніпуляції отримали нові можливості для стрімкого розповсюдження та більш сильного впливу на масове сприйняття.

У 2020 році, під час ухвалення оновленої Стратегії національної безпеки України, у другому розділі було виділено важливість врахування поточних і прогнозованих загроз для національної безпеки та інтересів України, які визначаються як зовнішніми, так і внутрішніми умовами. Серед цих погроз, згідно з пунктом 20, було зазначено деструктивну пропаганду, яка поширюється як ззовні, так і всередині країни. Ця пропаганда часто експлуатує суспільні протиріччя, розпалює ворожнечу, провокує конфлікти і значно підриває

суспільну єдність. Особливо акцентується увага на те, що відсутність цілісної державної інформаційної політики разом зі слабкістю системи стратегічних комунікацій створюють додаткові труднощі в ефективній нейтралізації таких загроз [80]. У зазначеному нормативно-правовому акті окреслюється широкий спектр загроз національній безпеці, серед яких виділяється поширення дезінформації як ззовні, так і всередині країни. Зокрема, Горун О.Б. підкреслює, що в умовах дії правового режиму воєнного стану та активних бойових дій на території нашої держави спостерігається високий рівень загроз у національному інформаційному просторі. Ці загрози виникають внаслідок інтенсивної інформаційно-пропагандистської експансії, ініційованої військово-політичним керівництвом Російської Федерації. Спроби впливу через інформаційну сферу мають на меті маніпулювання політичними та соціально-економічними процесами в Україні, підрив авторитету легітимної української влади з метою деморалізації суспільства, підвищення рівня невдоволення та протестних настроїв серед населення, а також поширення страху і занепокоєння з метою досягнення своєї кінцевої мети – капітуляції України [81, с. 117–118]. Отже, Російська Федерація систематично та координовано прагне вплинути на політичні та соціально-економічні процеси в Україні шляхом маніпуляцій у інформаційному просторі. Проблема дезінформації є надзвичайно складною і не має однієї єдиної причини, а відповідно й одномірного рішення. Деякі види дезінформації були очевидно спричинені розвитком специфічних цифрових медіа, включаючи продукцію та послуги, що пропонують різноманітні платформи. Проте ця проблема охоплює також певних політичних діячів, засоби масової інформації та представників громадянського суспільства [82, с. 31].

Важливо підкреслити, що у період військового протистояння та активної фази бойових дій російська сторона активно використовує маніпуляційні технології для розміщення у мережі Інтернет та ЗМІ тенденційної інформації. Поширення такої інформації націлене на місцеве населення в окупованих районах, жителів територій, контрольованих українською владою, громадян

Росії та міжнародну спільноту. Одним з сучасних методів, що застосовує Російська Федерація, є трансляція та поширення пропаганди у пунктах видачі гуманітарної допомоги [81, с. 118].

Засоби масової інформації відіграють значущу роль у формуванні громадської думки і розповсюдженні інформації, проте в певних обставинах можуть стати засобами дезінформації. По-перше, прагнучи оперативно інформувати суспільство, медіа можуть подавати неперевірені або недостовірні дані. Крім того, напруженість в сучасній інформаційній атмосфері здатна стимулювати ЗМІ до публікації «гарячих» новин без належної перевірки фактів. Акцентування уваги на певних аспектах подій через відбір кадрів, слів або заголовків з боку ЗМІ може сприяти формуванню стереотипів та упереджень, які ведуть до необ'єктивних висновків. Емоційно насичені матеріали можуть підкреслити визначену точку зору, порушуючи принципи об'єктивності. Окрім цього, медіа мають потенціал поширення фейкових новин, що вводять громадськість в оману або підтримують певну агенду, яка приховує наміри організацій чи груп. Швидкість випуску новин без достатньої перевірки джерел часто призводить до широкого розповсюдження дезінформації. Сенсаційні заголовки, застосовані для привернення уваги аудиторії, можуть не відповідати сутності матеріалу, що веде до необ'єктивного сприйняття і викривлення реальних подій. ЗМІ, пов'язані з політичними або корпоративними інтересами, здатні пропагувати інформацію на користь цих інтересів, перетворюючи медіа на засіб впливу. Соціальні мережі як платформи для розповсюдження інформації суттєво підвищують ризик поширення дезінформації через масову аудиторію користувачів.

Наразі є надзвичайно важливим не лише визначити, а й чітко розмежовувати різницю між об'єктивною журналістикою та дезінформацією, адже це є основою для підтримки високих стандартів журналістської етики. Як ніколи необхідна ретельна перевірка фактів для гарантування надання суспільству інформації, яка є не лише достовірною, але й надійною. На підставі

цих міркувань виникають важливі питання стосовно того, яким чином слід сприймати різні інформаційні повідомлення, щоб уникнути шкоди національній безпеці України. Для цього особливо важливо навчитися розпізнавати дезінформацію, розуміти, як вона поширюється і які потенційні наслідки може мати для державної безпеки та суспільства в цілому. Процес розпізнавання дезінформації серед інших форм інформаційного впливу, таких як дезорієнтація, пропаганда чи фейкові новини, вимагає постійної уважності та практики критичного мислення. Насамперед слід зосередитись на джерелах походження інформації, віддаючи перевагу перевіреним і надійним офіційним платформам. Також важливо підтверджувати наведені факти, використовуючи ресурси для перевірки фактів або звіряючи інформацію з кількох різних джерел.

Термін «фактчекінг» вказує на процес, спрямований на перевірку достовірності фактів, поданих у різноманітних джерелах, таких як заяви, новини чи статті. Фактчекінгові ресурси охоплюють спеціалізовані сайти, організації або медіа, що займаються аналізом фактів для оцінки правдивості інформації. Вони спираються на фактичні дані та джерела, щоб встановити істинність, перебільшення або неправдивість тверджень. Для цього використовуються методи, які включають перевірку документів, консультації з експертами та аналіз статистики. Фактчекінгові ресурси відіграють ключову роль у зменшенні поширення дезінформації, допомагаючи користувачам отримувати надійну інформацію та визначати правдивість новин і висловлювань. Серед найвідоміших таких організацій – Snopes, FactCheck.org та PolitiFact.

Під час перевірки слід звертати увагу на мову та стиль поданої інформації. Якщо вона містить емоційні або агресивні висловлювання, доцільно шукати альтернативні джерела та погляди на обрану тему. У випадках, коли інформацію підтримує лише одне джерело, це може викликати підозру. Крім того, важливо аналізувати фотографії та відеоматеріали, оскільки вони можуть бути підробленими, що зміцнює вплив дезінформації. Характерною ознакою

маніпуляції є раптове, швидке поширення дезінформації серед «зацікавлених» суб'єктів.

Аналіз і дослідження механізмів поширення дезінформації є надзвичайно важливими етапами у складному процесі розуміння цього соціального феномену. Такі дослідження дозволяють виявити ключові чинники, від яких залежить ефективність і масштаб поширення неправдивих даних. Серед головних чинників, які варто відзначити, є соціальні мережі. Платформи такі як Facebook, Twitter та Instagram стають ідеальними засобами для стрімкого й широкомасштабного розповсюдження інформації, завдяки своїй доступності та великій аудиторії. Іншим важливим чинником є використання ботів. Ці автоматизовані програми здатні поширювати інформацію без людського втручання, взаємодіючи з численними користувачами. Не менш важливим є і вивчення алгоритмів, які визначають, яка інформація з'являється в топових результатах пошуку або в пропозиціях до перегляду. Нарешті, увага до цільових аудиторій дає можливість зрозуміти, які психологічні та соціальні аспекти роблять певні групи населення більш вразливими до сприйняття дезінформації. Урахування цих складових аспектів допомагає розкрити й усвідомити специфічні механізми, які застосовуються для поширення неправдивої інформації, що в свою чергу може стати основою для розробки ефективних стратегій протидії цьому важливому суспільному виклику.

Дезінформація здатна мати багато негативних наслідків, таких як загострення політичних протиріч, погіршення громадського здоров'я та загроза національній безпеці. Особливо серйозною є небезпека, яку вона становить для стабільності країни як зсередини, так і зовні. Внутрішні загрози, що випливають з дезінформації, можуть суттєво впливати на суспільство і політичну ситуацію. Дезінформація може:

- створювати штучні конфлікти та підсилювати існуючі соціальні розбіжності;

- поширювати недостовірну інформацію, яка активує негативні стереотипи та сприяє ворожнечі;
- викликати емоційні реакції, такі як обурення, страх або невдоволення, що призводить до масових протестів або громадянських рухів;
- поглиблювати напругу в суспільстві через негативні настрої;
- загострювати політичні чи етнічні розбіжності, що розділяють суспільство та провокують конфлікти;
- застосовувати маніпуляційні техніки, які формують образ певних груп як «ворогів» або «інших», що сприяє розколу суспільства;
- підривати довіру до влади, правоохоронних органів та інших інституцій, що може призвести до втрати їх легітимності та ефективності;
- негативно впливати на психологічний стан людей, викликаючи стрес, невпевненість та загальне незадоволення.

З урахуванням цих обставин, боротьба з дезінформацією стає життєво важливою для збереження соціальної гармонії та політичної стабільності. Освіта, розвиток критичного мислення та ефективна комунікація є ключовими елементами у запобіганні та протидії дестабілізуючому впливу дезінформації на внутрішню обстановку в країні.

Дезінформація, що має значний вплив на зовнішню стабільність держави, виступає ключовим фактором, який здатний визначати її міжнародний статус і формувати взаємини з іншими країнами. Передусім, поширення неправдивої інформації може призвести до втрати довіри з боку союзників і партнерів, ускладнюючи їхні спільні зцілення та дипломатичні ініціативи. В такому контексті, негативний імідж держави може утворити сумніви щодо її надійності, стабільності та прозорості, значно впливаючи на те, як світове суспільство її сприймає.

Крім того, активне застосування технік дезінформації може викликати конфлікти з іншими країнами, особливо якщо метою таких дій є підірвання стосунків чи провокування ворожих реакцій. Розповсюдження оманливих

повідомлень часто супроводжується міжнародними суперечками та може призвести до дестабілізації ситуації в конкретному регіоні. У цих умовах, інші країни можуть вбачати в дезінформації ефективний інструмент впливу на політичні процеси та суспільство держави.

Ключовим аспектом є те, що зовнішні агенти можуть використовувати дезінформацію для підриву довіри громадян до своїх інститутів та держави в цілому. Це негативно позначається на економіці країни, що може зазнати збитків через зменшення обсягів інвестицій та втрату міжнародних контрактів, спровокованих пошкодженням іміджем.

Отже, підвищення ефективності боротьби з дезінформацією стає стратегічно важливим завданням для збереження міжнародної репутації і підтримки позитивного розвитку міжнародних відносин. Технічне зміцнення механізмів виявлення та протидії дезінформативним загрозам є необхідною умовою стабільного функціонування держави на світовій арені.

### РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВІЙСЬКОВОГО РЕПОРТАЖУ В УКРАЇНІ

#### 3.1. Вплив цифрових технологій на військовий репортаж: нові можливості та загрози

Стрімкий розвиток інтернет-технологій і повсюдне впровадження інформаційно-комунікаційних платформ у сучасне медіасередовище докорінно змінюють не лише традиційні підходи до функціонування системи створення та розповсюдження інформаційного контенту, а й суттєво впливають на стиль життя кожної окремої людини та суспільства в цілому. Ця цифрова революція, що бере свій початок ще з далекого 1980-х років і заклала фундамент інформаційної доби, спостерігається і в наших днях. На перший погляд, цей малопомітний перехід до цифрових технологій справляє значний вплив на аспекти, які безпосередньо не піддаються спогляданню неозброєним оком, а саме на методи мислення, сприйняття світу та взаємодію з ним. Йдеться не лише про звичні нам переваги у зручності та, як підкреслює дослідник Б. Потятиник, потенційну всеохопність інформації в сучасному світі – ця всеземна мережа породжує надію на досягнення стану, що умовно може бути описане міфічним поняттям «всевідання» [62]. Водночас, цей процес спричиняє радикальну трансформацію людських смаків, очікувань, взаємодії та загального рівня усвідомленості. Як відзначає спеціаліст І. Михайлин, саме процес дигіталізації, що полягає в технологічному переводі різноманітної інформації у цифровий формат, викликає глибокі зміни у самій сутності масової інформаційної діяльності, надаючи їй нового змісту і форми [63, с. 47].

У сучасному світі, який бурхливо розвивається завдяки цифровим технологіям, споживачі все частіше стикаються з новими інноваціями, що кардинально впливають на їхні повсякденні звички, спосіб оцінки навколишнього середовища та на якість життя загалом. Не випадково в доповіді

Організації Об'єднаних Націй під назвою «Епоха цифрової взаємозалежності» зазначається, що цифрові технології докорінно реконструюють суспільства та економічні системи, при цьому вони не лише сприяють покращенню умов існування людей, але й породжують серйозні та досі небачені проблеми, які вимагають уваги й вирішення [64, с. 6]. Отже, сучасна цифрова революція насправді привнесла величезні й докорінні зміни в наше повсякденне життя, які, можливо, ще не до кінця зрозумілі та вивчені. Ці зміни заслуговують на нашу увагу, аби досягнути їх суті та навчитися ефективно керувати ними. У той час, як ми занурюємось у нову епоху стрімких технологічних перетворень, з'являються такі інновації, як електронний документообіг, онлайн-системи оцінювання навчальних успіхів, біометричні документи та навіть використання емодзі у спілкуванні в соціальних мережах. Втім, поряд із цими зручними та прогресивними можливостями, нам належить усвідомити й нові виклики, що супроводжують подібні новації, з тим, щоб бути підготовленими та адекватно реагувати на них.

Журналістика завжди була тією сферою, яка не просто надзвичайно оперативно реагує на суспільні зміни, а буквально відображає ці зміни у своїй діяльності. Особливо в умовах цифрової епохи, ця галузь стала однією з перших, що внесла суттєві корективи до свого інструментарію та принципів роботи. Це вплинуло на кілька ключових аспектів її трансформації:

По-перше, слід зазначити зміну технічних засобів і програмного забезпечення, які стали невід'ємною частиною журналістської роботи. У наш час достатньо лише мати комп'ютер або ноутбук для забезпечення повного циклу створення матеріалу — від збору інформації до її публікації. Постійне вдосконалення технічних програм значно спрощує процес обробки та монтування матеріалу, дозволяючи створювати яскравий та привертаючий увагу контент. Мало того, сьогодні достатньо лише смартфона, щоб підготувати повноцінний медіаматеріал: зняти відео, змонтувати сюжет, опрацювати звук, текст чи навіть картинку, і зрештою опублікувати готовий медіапродукт. У

цьому контексті особливого значення набуває MoJo — мобільна журналістика, яка стає все більш популярною.

По-друге, відбувається зрушення у жанровій системі журналістики. Традиційні жанри зазнають трансформації: вони гібридизуються, зливаються і загалом змінюються. З'являються жанри, що існують виключно в онлайн-просторі, особливо на платформах соціальних медіа. Серед таких нових форм можна виокремити caption-video, чати, інтерактивні сторіз тощо. Ці форми поступово стають самостійними гравцями на медіаринку, водночас жанрова система продовжує активно розвиватися.

По-третє, змінилася специфіка сприйняття інформації та стиль життя людей, що призвело до формування нових споживацьких звичок. У сфері медіаспоживання стає все більш популярним «запаковування» фактів в історію — метод сторітелінгу як спосіб представлення інформації значно змінив підходи до створення контенту і його передачі споживачам.

Цифрова журналістика, яка також відома як онлайн-журналістика, значно відрізняється від традиційної завдяки своїм унікальним особливостям та інтеграціям. Основна відмінність полягає в тому, що вона успішно поєднує друковані елементи з аудіовізуальними складовими, створюючи багатовимірний інформаційний продукт. Це досягається за допомогою інтерактивної модульної структури, де текстові матеріали підкріплюються гіперпосиланнями, що дозволяють поглибити обговорення теми або надати додаткові ресурси для користувача. Крім того, цифрова журналістика відкриває нові горизонти для взаємодії з аудиторією, пропонуючи залучення читача через інтерактивні платформи та обмін інформацією в режимі реального часу. Важливою рисою цієї моделі є відсутність жорстких часових рамок у процесах виробництва і розповсюдження контенту, що стало можливим завдяки використанню єдиної технічної платформи, яка забезпечує гнучкість і швидкість у надходженні інформації до споживача [65, с. 349]. У своєму дослідженні особливостей

цифрової журналістики, Б. Потятиник акцентує увагу на одній з ключових характеристик цього медіа напрямку, а саме інтеграції. Вона відзначається дивовижною здатністю поєднувати в собі різні аспекти, зокрема глибину аналітичних підходів або розслідувань, які зазвичай притаманні традиційній журналістиці, із легкістю і швидкістю, характерними для телебачення. Це доповнюється елементами грайливості та інтерактивності, що значно розширюють межі сприйняття інформації закріпленої в цифрових форматах. Завдяки своїм унікальним властивостям, цифрова журналістика стає важливим інструментом у сучасному медіапросторі [66].

Інтерактивну особливість, характерну для онлайн-медіа, як зазначає І. Тонкіх, можна описати як новий спосіб взаємодії між комунікатором і реципієнтом, у якому традиційні ролі зазнають змін. Замість класичної вертикальної структури спілкування формується горизонтальна модель, що сприяє рівноправності між усіма учасниками процесу. Це означає, що кожна сторона має можливість взаємодіяти на рівних умовах, вносячи свій внесок і впливаючи на результати комунікації без жорстко окреслених домінуючих чи підлеглих позицій [67, с. 37].

Л. Мудрак підкреслює, що цифрова епоха відкриває перед нами можливості, які раніше здавалися неймовірними. Водночас, стрімкий і революційний розвиток нових медіа неминуче завдає удару по традиційних засобах масової інформації, поступово їх підриваючи та змінюючи їх роль у суспільстві. Це призводить до трансформацій, які вимагають адаптації від тих, хто звик працювати в межах класичних медіа платформ [68].

Сучасний дискурс щодо впливу традиційних засобів масової інформації на суспільні тенденції сприяє виникненню дебатів, особливо в контексті консервативних підходів до медіаспоживання. Хоча більшість українців отримують актуальні новини через різноманітні онлайн-платформи, і загальна кількість інтернет-користувачів збільшується щороку, як це підтверджено щорічними опитуваннями USAID-Internews щодо ставлення населення до

засобів масової інформації та типів медіа у 2020 році [69], існує певна група людей, яка залишається поза увагою цих цифрових журналістських пропозицій [65, с. 349]. Зазвичай це літні особи, які не володіють навичками роботи з інтернетом, або ж належать до соціально-економічних груп з низьким рівнем доходу, що обмежує їх доступ до сучасних інформаційних ресурсів.

Інтернет-середовище варто розглядати як перспективну платформу для розвитку та адаптації традиційних засобів масової інформації. Сучасні газети та журнали впроваджують новаторські практики, як-от публікацію своїх видань у форматі PDF, що стало звичним явищем. Крім того, інтеграція різноманітних цифрових технологій здатна вдихнути нове життя у традиційні паперові медіа. Наприклад, використання QR-кодів, які ведуть до розширених версій матеріалів або додають контекст, може стати потужним джерелом додаткового трафіку для інтернет-медіа. Вагає цю думку також підтверджує вислів Б. Потятиника, який зазначає, що стандарти та досвід, напрацьований журналістами попередніх століть, не втрачають своєї значущості. Вони органічно поєднуються з розвитком цифрової журналістики, яка приносить із собою безпрецедентну інтерактивність і динаміку [66]. Однією з характерних особливостей цифрового середовища є можливість одночасного й рівноправного існування різних носіїв інформації, які раніше були окремими, але тепер можуть об'єднуватися на єдиній платформі (мультимедіа), розгортатися в багатоплатформену та інтерактивну розповідь (трансмедіа), даючи змогу працювати з великими масивами даних і доповненою реальністю. Відображаючи суспільні зміни, цифрова журналістика демонструє нову філософію новинного сторітелінгу та тенденцію відходу від текстоцентричності матеріалу. До того ж, мультимедійні журналістські жанри мають гібридний і змішаний характер. Ще однією важливою рисою цього виду журналістики є його форматність.

У. Лешко підкреслює, що жанрові форми в інтернет-медіа характеризуються великою динамікою та відмінним рівнем невизначеності, що сприяє виникненню гібридних жанрів. Ці гібридні жанри є унікальним

продуктом розвитку інтернет-технологій та не мають аналогів у традиційних засобах масової інформації. Вони виникають як результат інтеграції різноманітних інформаційних форматів, що дозволяє медіа платформам експериментувати зі стилем та змістом, адаптуючи їх до потреб сучасної аудиторії, яка все більше покладається на цифрове споживання контенту [70, с. 247]. У нашому сучасному інформаційному просторі, переповненому величезною кількістю даних та повідомлень, привернення уваги аудиторії стає важливим і непростим завданням. Це не лише вимога до медійників адаптуватися до швидкоплинних інтересів і короткострокової зосередженості споживачів інформації, але й впровадження новаторського підходу до взаємодії зі споживачем контенту. У цьому новому контексті споживач перестає бути лише пасивним реципієнтом журналістських матеріалів і стає співавтором їхньої творчості, активно долучаючись до процесу створення інформаційного продукту. До таких інтерактивних жанрів можна віднести нічні або ранкові чати, в яких аудиторія має можливість задавати свої питання запрошеним експертам; огляди користувацьких коментарів чи публікацій на актуальні теми з соціальних мереж; опитування за допомогою емодзі на предмет реакції на певну подію, де читачі отримують можливість висловити свою думку через спеціально підібрані смайлики. Крім того, важливими інструментами стають прямі трансляції, таймлайни, рейтинги та багато інших інтерактивних форматів медійного контенту. Варто зазначити, що соціальні мережі, блоги та коментарі на форумах поступово еволюціонують у цінні джерела інформації для журналістів, допомагаючи знаходити нові підходи до висвітлення подій та думок суспільства.

У сучасному світі все більшого значення набуває цифрова та мультимедійна розповідь історій, що часто описується терміном "диджитал сторітелінг", який походить від англійського "digital storytelling". Ця концепція стосується створення та поширення розповідей і історій за допомогою цифрових технологій. Вони включають в себе не тільки текст, але й мультимедійні елементи, такі як відео та аудіо, а також інтерактивні компоненти, що

дозволяють слухачам або глядачам активно взаємодіяти з контентом. Digital storytelling пропонує нові можливості для творчого вираження, залучаючи аудиторію до глибшого занурення в історію за рахунок поєднання різних носіїв інформації та технологічних рішень [71, с. 82].

Коли ми обговорюємо аспекти цифрової журналістики, варто особливо зазначити, що її природа не завжди зводиться до спрощення контенту. Дослідник Б. Потятиник звертає наше увагу на певну парадоксальність, яка властива сучасним медіа. Це протиріччя проявляється через одночасний розвиток двох протилежних тенденцій. З одного боку, ми спостерігаємо феномен стрімкого розповсюдження коротких, швидких новин, які заповнюють інтернет-простір і стають невід'ємною частиною нашого повсякденного життя. З іншого ж боку, набирає популярності формат лонгвідів—детальні та аналітичні статті, що пропонують читачам зануритися в глибокий аналіз теми. Цей підхід отримав назву журналістики довгих форм, яка дозволяє досліджувати складні питання та надавати читачам всебічну інформацію для роздумів і дискусій [66].

Таким чином, цифрова журналістика набуває абсолютно нових принципів і особливостей функціонування, які не лише демонструють сучасні тенденції, але й активно адаптуються та трансформуються у відповідь на кожну фазу прогресу цифрових технологій. Цей процес є безперервним і динамічним, що дозволяє журналістиці постійно вдосконалюватися, щоб краще відповідати вимогам часу та задовольняти інформаційні потреби суспільства в епоху цифрових змін.

### **3.2. Психологічні та професійні аспекти роботи військових журналістів**

В Україні практично немає психологічних досліджень, що стосуються стану журналістів. Проте соціологічне опитування, проведене після початку повномасштабної війни громадською організацією «Інститут масової інформації», вказує, що 97% журналістів виявляють симптоми стресу, які

можуть свідчити про депресію. Для порівняння, у 2017 році такі симптоми були у 75% журналістів. Згідно з дослідженням 2022 року, відчуття втоми чи злості відзначили 75% опитаних журналістів (у 2020 році — 18%, у 2017 році — 10%), проблеми зі сном — 67% респондентів (у 2020 році — 9%, у 2017 році — 12%), дратівливість — 56% (у 2020 році — 14%, у 2017 році — 8%), труднощі з концентрацією — 48% (у 2020 році — 13%, у 2017 році — 7%), депресію чи відчуття безнадії — 40% (у 2020 році — 7%, у 2017 році — 10%). У дослідженні згадано також інші симптоми, що вказують на емоційне навантаження серед журналістів. Одним з найбільших викликів для медійників є психологічне виснаження, неможливість розслабитися та постійний стрес, що зазначає 69% респондентів. Це найвищий показник з часу початку військових дій в Україні з 2014 року [83].

Журналісти можуть проявляти симптоми певних психічних розладів і водночас працювати з людьми, у яких також можуть виникати труднощі з психічним здоров'ям. Проте, вони не мають належної підготовки в сфері психічного здоров'я, щоб забезпечити самодопомогу чи правильно реагувати під час взаємодії з такими людьми. Інститут масової інформації підкреслює важливість освітніх ресурсів з психічного здоров'я, які можна надати завдяки програмам першого реагування для працівників першої лінії, наприклад, Universal Mental Health Training [84].

Психічне здоров'я журналістів під час військових конфліктів зазнає значного впливу численних факторів, що в сукупності послаблюють їхню психологічну стійкість. Головними труднощами в даному контексті є порушення емоційного стану та загального психологічного благополуччя, які підтримуються за рахунок різних ресурсів. Проблеми з психічним здоров'ям у представників цієї професії часто пов'язані з труднощами самоприйняття, негативним досвідом у міжособистісних стосунках, а також із зниженням здатності ефективно справлятися з повсякденними завданнями. Недостатня соціальна активність, обмежені можливості для професійного зростання та

визнання також мають негативний вплив. Однак позитивні міжособистісні відносини, інтерес до життя, автономність, надання сенсу власному існуванню, а також усвідомлення соціальної значущості та свого внеску в суспільство можуть значною мірою зміцнити психічне здоров'я журналістів. У цих умовах психологічне благополуччя залежить від життєвого досвіду, набутого при виконанні професійних обов'язків в умовах збройного конфлікту. Найбільше складнощів, поряд з можливостями для збереження психічного здоров'я, переживають ті журналісти, які тривалий час перебувають у зонах бойових дій, виконуючи соціально значущі завдання [85].

Це відкриває можливості для майбутніх досліджень, що можуть зосереджуватися на аналізі ключових проблем і факторів, які сприяють зміцненню психологічного здоров'я серед журналістів. Підготовка до таких умов має охоплювати спеціальні тренінги, які допомагають розвивати навички швидкої адаптації до мінливого середовища, підтримувати емоційну стабільність та приймати обґрунтовані рішення під стресом. Проте вже зараз можна заявити про нестачу допомоги для підвищення психологічної стійкості журналістів, що спричинило появу на онлайн-ресурсах все більше інформації та закликів до організації тренінгів, консультацій і навчальних заходів з психології для формування корисних навичок в екстремальних умовах. Такими умовами є війна, зйомки репортажів у зонах бойових дій, а також у прифронтових регіонах, спілкування з людьми в стані тривоги, страху, депресії тощо. Щоб підтвердити цю інформацію і зробити висновки щодо рівня психологічної підготовки журналістів, ми провели теоретичне дослідження робіт українських та закордонних авторів щодо психологічної підготовки фахівців даної галузі. Оскільки дослідження зосереджене на працюючих в цій сфері, ми використовуємо анонімні онлайн-опитування від американських дослідників та Інституту масової інформації журналістів, що дозволяє краще зрозуміти поточні потреби для підтримки їх психологічного здоров'я та оцінити психоемоційний стан медійних працівників на даний момент [85].

Одним із головних викликів, що стоять перед працівниками медіа, є психологічне виснаження, яке супроводжується постійним стресом і труднощами в забезпеченні якісного відпочинку. Такий стан речей зазначили 69% опитаних згідно з даними Інституту масової інформації (ІМІ). ІМІ відзначає, що цей рівень є найвищим з моменту початку військових дій на території України у 2014 році [86]. Журналісти часто виявляють симптоми деяких психічних розладів, працюючи в оточенні, де багато людей стикаються з проблемами психічного здоров'я. Більшість із них не отримують належної підготовки щодо психологічного здоров'я, як для особистої підтримки, так і для ефективної взаємодії з тими, хто переживає психічні труднощі.

Інститут масової інформації наголошує на важливості розробки освітніх програм, спрямованих на покращення психічного здоров'я. Такі програми могли б включати тренінги з надання першої допомоги для спеціалістів, наприклад, як Універсальний тренінг з психічного здоров'я [87, с. 152].

У сфері дослідження психічного здоров'я журналістів, особливу увагу було приділено роботам зарубіжних науковців, зокрема А. Фрейнкель, С. Купмана та Д. Шпігеля. Вони провели оцінку стану 18 журналістів, що стали свідками страти. Спостереження виявили, що через місяць після події більшість із цих журналістів відчували тимчасові психологічні труднощі, такі як дисоціація, підвищений рівень тривожності і депресивні настрої, які проявлялися у вигляді декількох днів поганого самопочуття. Водночас жоден з респондентів не відзначив суттєвих або тривалих психологічних проблем, які були б безпосередньо пов'язані зі спогляданням страт. Незважаючи на відсутність прямої загрози для їхнього життя, оскільки подія мала соціальне схвалення, і можливість заздалегідь підготуватися психологічно, журналісти все ж таки зазнавали значного психологічного стресу після цієї досвідченої ситуації [88].

Дослідники, такі як С. МакМахон [88], С. Пієвич, Е. Ньюмен, та Е. Далейден [89], провели ґрунтовний аналіз, зосереджений на оцінці наслідків висвітлення травматичних подій для журналістів. Дослідження, виконане С.

МакМахоном, свідчить, що деякі журналісти стикаються з посттравматичними симптомами, зокрема нав'язливими спогадами, униканням нагадувань про події і депресією, після висвітлення трагедій та катастроф. Окрім того, частина з них повідомила про тривалий дистрес, який зберігався протягом багатьох років.

У дослідженнях, проведених С. Пієвичем, Е. Ньюменом та Е. Далейденом, було встановлено, що тяжкість симптомів тісно корелює з інтенсивністю перенесених травматичних подій. Вони також виявили, що зв'язок між професійними травмами та симптомами посттравматичного стресового розладу є більш вираженим у порівнянні з травмами, які не пов'язані з роботою. Е. Ньюмен, Р. Сімпсон та Д. Гандшух зосередили свою увагу на опитуванні фотожурналістів, результати якого показали, що більшість респондентів стикалися з травматичними подіями. Приблизно 6% опитаних виявили симптоми, які відповідають критеріям для діагностування посттравматичного стресового розладу. Незважаючи на те, що значна частина фотожурналістів мала досвід роботи в травмуючих умовах, лише 11% з них згадали про те, що їхні роботодавці попереджували їх про можливі емоційні наслідки такої діяльності [89].

Дослідження, проведене А. Файнштейном, Дж. Оуеном та Н. Блером, виявило, що військові журналісти демонструють підвищений рівень вживання алкоголю і частіше страждають від депресії та посттравматичного стресового розладу (ПТСР) у порівнянні з іншими журналістами. Згідно з їхньою роботою, поширеність ПТСР серед військових журналістів становить 28,6%, тоді як депресія фіксується у 21,4% випадків. Автори відзначили, що рівень ПТСР у військових кореспондентів протягом усього життя наближається до показників серед ветеранів бойових дій. Водночас, рівень депресивних розладів у цієї групи перевищує середні статистичні дані загальної популяції. При цьому спостерігається тенденція, що військові журналісти не частіше звертаються за лікуванням психічного здоров'я, ніж їхні колеги, які працюють у мирних умовах [90]. Війна та збройні конфлікти різноманітно впливають на журналістів, які

працюють у країнах, охоплених воєнними діями, а також на іноземних кореспондентів, що висвітлюють ці події.

Ю. Леваот, М. Сінбор та А. Файнштейн здійснили порівняльний аналіз стосовно показників психологічного здоров'я 38 ізраїльських журналістів у порівнянні з їхніми західними колегами, що виконують професійні обов'язки в умовах бойових дій [90]. Хоча обидві групи зазначали високий рівень впливу травматичних подій, не було виявлено суттєвих відмінностей у частоті або типах впливу між ними. Журналісти з Західного регіону частіше повідомляли про симптоми посттравматичного стресового розладу, включаючи нав'язливі спогади та підвищене вживання алкоголю. Натомість ізраїльські журналісти зазнавали вищого рівня депресії, тривожності та соматичних розладів

В контексті дослідження українських авторів слід відзначити значний внесок О. Савиченка, О. Рубана та Є. Шуневича. Вони висунули гіпотезу про те, що психічне здоров'я журналістів в умовах війни має тісний зв'язок з їхнім життєвим досвідом у цих екстремальних обставинах, а також з професійними обов'язками, які вони виконують під час свого перебування на роботі [91]. У рамках дослідження було залучено 68 журналістів. Отримані результати свідчать про те, що у більшості респондентів спостерігаються ознаки послабленого психічного здоров'я, які охоплюють усі його складові, а саме: емоційний, соціальний і психологічний добробут. Зокрема, емоційний добробут, який охоплює відчуття щастя, задоволення життям та зацікавленість у ньому, був знижений у 22,1% опитаних (зокрема, від 10% серед тих, хто працює в умовно безпечному середовищі, до 34,6% серед журналістів, які регулярно перебувають у зоні бойових дій).

Емоційний стан 58,8% журналістів зазнав погіршення, варіюючись від 50% серед фіксерів та працівників у зоні бойових дій до 80% у тих, хто працює в безпечних умовах. Лише 19,1% журналістів демонструють добрий емоційний стан, зокрема 3,8% з тих, хто часто їздить на фронт, і 32,1% серед тих, хто знаходиться безпосередньо в зонах бойових дій. Емоційне виснаження

найбільше виявляється у фіксерів, які супроводжують міжнародні медіа і виконують кілька функцій, таких як переклад, продюсування та створення контенту. Проте саме фіксери мають найвищий рівень емоційної задоволеності завдяки відчуттю інтересу й життєвого задоволення. Досвід роботи в бойових умовах також впливає на емоційний стан: найбільше навантаження спостерігається у тих журналістів, котрі живуть у відносно безпечних регіонах, але часто відправляються в зону бойових дій (34,6%). Загалом, журналісти в безпечних умовах частіше зазнають емоційного виснаження (80%), тоді як найбільше процвітання емоційного стану спостерігається серед тих, хто працює у зонах бойових дій (32,1%).

Відрядження у складні та екстремальні умови становлять значний виклик для журналістів, суттєво знижуючи їхнє почуття щастя та загального задоволення життям. Проте, тривале перебування в таких обставинах, вірогідно завдяки адаптаційним механізмам, зменшує рівень емоційного виснаження і може стати джерелом емоційного комфорту через підвищений інтерес до життя. Соціальний добробут журналістів тісно пов'язаний із усвідомленням значущості їхніх зусиль, приналежністю до певних груп, отриманням підтримки від інших та схвальним ставленням до суспільних процесів. У цілому, соціальний добробут у представників цієї професії виявився дещо вищим порівняно з емоційним рівнем добробуту, що підтверджується меншою частотою випадків виснаження (14,7%) та більшою поширеністю випадків процвітання (22,1%) і помірного полегшення (63,2%). В розрізі професійних категорій журналістів, такі групи як кореспонденти, продюсери та редактори демонструють вищі показники процвітання в аспекті соціального добробуту (25% та 26,9% відповідно), проте також виявляються більш уразливими до виснаження у соціальних взаєминах (14,3% і 15,4%).

Фіксери зазвичай мають обмежений соціальний добробут: хоча вони почуваються інтегрованими в суспільство і визнаваними, їхнім шляхом до соціальної реалізації та розвитку є перешкоди. З іншого боку, журналісти, які

працюють у зонах конфлікту, демонструють високий рівень соціального добробуту, знижену втому та поліпшені показники процвітання. Вони відчувають свою важливість для суспільства і сильно відчувають приналежність до спільноти. Ті ж журналісти, що їдуть у відрядження в зони бойових дій, мають збережений інтерес до суспільства і інтеграцію, але їх відчуття соціального зростання менш виражено [91].

Психологічний добробут охоплює такі аспекти, як самоприйняття, здатність ефективно взаємодіяти з оточуючим середовищем, налагодження позитивних стосунків з іншими індивідами, особистісний розвиток, автономію, а також усвідомлення сенсу та мети життя. Особливо високу оцінку цей аспект добробуту отримали від журналістів, серед яких 32,4% респондентів вказали на значущість психологічного процвітання, акцентуючи увагу на усвідомленій автономії та сенсі життя.

Водночас серед фіксерів виявлено найбільші труднощі зі самоприйняттям та виконанням повсякденних обов'язків, що призвело до психологічного виснаження у 30% опитаних з цієї групи. У свою чергу, 30% фіксерів, 30,8% продюсерів/редакторів і 32,1% кореспондентів змогли досягти високих показників психологічного добробуту, які характеризуються наявністю позитивних взаємин, персональним зростанням і відчуттям автономії.

Найнижчі рівні психологічного добробуту були виявлені серед журналістів, які часто відряджаються на фронт. Вони особливо відчувають труднощі у встановленні взаємин з іншими людьми та у здатності справлятися з повсякденними завданнями. Водночас найвищі показники спостерігалися серед тих журналістів, які постійно працюють в зонах бойових дій; для них ресурсами психологічного добробуту виступають міцні стосунки, відчуття автономії та усвідомлення сенсу життя.

Цей огляд дає оцінку стану психологічного здоров'я журналістів, які знаходяться в умовах війни або ж займаються роботою з постраждалими від травматичних подій. Він також підкреслює недостатність наявної підтримки

психологічної стійкості цих фахівців і вказує на її незначну ефективність у впливі на загальний стан.

Підготовка журналістів до роботи в умовах війни в психологічному аспекті є важливою темою. Інститут масової інформації часто згадує універсальний тренінг, що покликаний покращити психологічне здоров'я працівників медіа під час висвітлення надзвичайних подій і через анонімні опитування. Такий тренінг допомагає учасникам зрозуміти, як підтримувати психологічну стійкість у складних ситуаціях, підвищує обізнаність щодо психічного здоров'я та розладів, а також навчає взаємодіяти з людьми в стресових станах. Крім того, він сприяє набуттю навичок стабілізації психоемоційного стану та турботи про власну психічну резильєнтність. Хоча такі тренінги часто організують для різних фахівців, громад і працівників різних організацій, у журналістиці їх практикують рідше. Насправді, вони повинні стати систематичною частиною для визначення та покращення психологічного стану журналістів.

Хоча в Україні вже ведуться певні зусилля для підготовки журналістів до роботи у воєнних умовах, цей процес ще не набув масштабного характеру і вимагає значного вдосконалення щодо підвищення кваліфікації медіафахівців. У майбутньому важливо систематизувати та поглибити програми психологічної підтримки журналістів, що сприятиме їхній психічній стійкості та дозволить ефективно виконувати професійні обов'язки в складних умовах конфліктів. Крім того, слід регулярно проводити дослідження, щоб визначати потреби та специфічні проблеми цієї професійної групи, з метою створення відповідних програм підтримки та допомоги.

### **3.3. Роль військового репортажу у формуванні суспільної думки та національної пам'яті**

Вплив візуального контенту на людську свідомість представляє собою надзвичайно значущу і потужну тему, особливо в сучасну еру, коли медіа та

інтернет невпинно набирають вагу і стають невід'ємною частиною нашого повсякденного життя. Зображення, фотографії, відео та різноманітні графічні елементи виконують надзвичайно важливу роль у сучасному інформаційному обміні, непомітно формуючи наше сприйняття навколишнього світу та усвідомлення власної реальності. У цьому контексті стає критично важливим усвідомлення того, як візуальний контент впливає на наш розум, адже це знання є ключовим для розвитку нашої медіаграмотності та формування критичного мислення, що дозволяє нам краще розбиратися і аналізувати отриману інформацію.

Наукові дослідження показують, що візуальна інформація засвоюється в 60 тисяч разів швидше, ніж текстова. Це зумовлено тим, що близько половини нейронів у мозку людини відповідають за обробку зображень. Оскільки 70% сенсорних рецепторів знаходяться в очах, більше 90% інформації ми отримуємо через зорове сприйняття [77]. Беручи до уваги наведені фактори, можна з упевненістю стверджувати, що візуальний медіаконтент відіграє важливу роль у формуванні емоційного та психологічного стану глядачів. Такий контент здатен не лише впливати на настрій, але й формувати глибокі емоційні переживання, створюючи в аудиторії певні асоціації та реакції, які можуть бути як позитивними, так і негативними.

Наше дослідження було зосереджене на вивченні ролі військового репртажу в сучасних реаліях, зокрема як він впливає на суспільну свідомість. Ми встановили, що візуальний контент, безсумнівно, відіграє важливу роль у формуванні суспільної думки, оскільки люди часто сприймають інформацію набагато легше та швидше через візуальні засоби, ніж через текстову або іншу форму комунікації. Зіставивши дані з проаналізованих джерел, ми маємо можливість зазначити кілька ключових аспектів:

- візуалізація здатна трансформувати складні ідеї на більш доступні та зрозумілі рівні. Використовуючи графіки, діаграми та інші візуальні

інструменти, можна ефективно відобразити складний матеріал, що значно полегшує процес його засвоєння та розуміння;

- емоційний вплив зображень і відео на аудиторію є значним. Такі формати не тільки підсилюють емоційний відгук, викликаючи співпереживання, радість чи обурення, але й роблять інформацію більш запам'ятовуваною і важливою для громадян;

- візуальний контент відрізняється здатністю залучати увагу. Він діє набагато швидше і ефективніше у порівнянні з текстовою інформацією, що дозволяє швидше захоплювати інтерес аудиторії;

- візуальні елементи можуть значно впливати на формування думок, переконань та навіть стереотипів серед глядачів. Наприклад, певне подання подій у візуальній формі може змінювати сприйняття людей та їх бачення стосовно конкретних ситуацій або питань;

- представлення інформації у візуальному форматі може суттєво сприяти спілкуванню між людьми різних культур та мов без потреби в перекладі. Це значно підвищує рівень взаєморозуміння завдяки мінімізації мовних бар'єрів;

- такі візуальні засоби як графіки та діаграми можуть допомагати розставляти пріоритети у розумінні різних аспектів певної проблеми чи вибору рішення, що спричиняє вплив на дії та рішення людей.

Тобто, чим більше уваги приділяється візуальному представленню інформації, тим ефективніше воно може впливати на суспільну свідомість і прийняття рішень у життєво важливих питаннях [78].

Узагалі, якщо взяти до уваги всі ці аспекти, стає очевидним, що візуалізація контенту демонструє себе як надзвичайно потужний інструмент впливу на суспільну свідомість. Вона здатна не тільки формувати особисті погляди людей, але й сприяти глибоким змінам у масовому мисленні громадськості. Візуальний контент, завдяки своєму емоційному та когнітивному впливу, володіє величезним потенціалом маніпуляції людською свідомістю. Ми дослідили

різноманітні способи застосування візуального контенту для маніпулятивних цілей:

- насамперед, варто згадати, що візуальний контент, зокрема зображення або відео, може викликати у глядачів дуже сильні емоції. Використання спеціально підібраних кольорів, компоновки і візуальних символів часто націлене на створення певних емоційних реакцій, що в свою чергу впливають на спосіб сприйняття людьми інформації;

- ще одним важливим аспектом є те, що візуальний контент здатен акцентувати увагу на стереотипах та культурних уявленнях. Шляхом підсилення або трансформації різноманітних образів засоби масової інформації можуть як утверджувати певні стереотипи, так і змінювати їх у свідомості аудиторії;

- не варто забувати, що графіка та візуальні ефекти слугують для виділення конкретних аспектів інформаційного потоку. Вони досить часто використовуються для привертання особливої уваги до певних деталей чи подій, що може суттєво вплинути на сприйняття ситуацій через обмежений та вибірковий аналіз;

- візуальний контент також має здатність спрямовувати увагу глядача та викликати специфічні асоціації. Наприклад, використання певних символів або образів може істотно впливати на трактування інформації у той чи інший спосіб, здається заздалегідь визначений;

- нарешті, можливість ретушування і монтажу зображень дозволяє використовувати візуальний контент для створення маніпульованого образу реальності. Це може передбачати зміну контексту чи вибіркоче використання матеріалу для справляння певного впливу на інтерпретацію подій і забезпечення бажаного результату в сприйнятті аудиторією [76].

Візуальна репрезентація конфліктів і військових дій у засобах масової інформації має значний вплив на колективну свідомість суспільства, відображаючи різні аспекти, які можуть мати як позитивні, так і негативні наслідки. Серед них можна виділити кілька ключових моментів.

По-перше, маніпуляція інформацією стає очевидною через вмiле використання візуальних ефектів, що служать інструментами пропаганди. Уряди або групи можуть створювати спеціалізований візуальний контент з метою формування спотвореного образу супротивника чи для перекручення фактів з метою впливу на масову свідомість.

По-друге, сприйняття жертв і страждань сильно залежить від впливовості візуальних матеріалів, таких як фотографії та відеозаписи, які можуть дуже сильно вплинути на емоційний відгук мирного населення. Такі образи здатні викликати емоційну реакцію, сприяючи як міжнародній підтримці жертв, так і провокуючи протестний настрій проти конфлікту.

Третій аспект полягає в мобілізації громадськості. Візуальні елементи часто використовують для створення почуття патріотизму та обов'язку перед державою. Графіка на плакатах і рекламних щитах стимулює активну участь громадян у підтримці зусиль, спрямованих на подолання труднощів, пов'язаних із війною.

Четвертий аспект пов'язаний із засудженням війни, де зображення слугують формою протесту проти конфлікту. Емоційно напружені та шокуючі образи можуть стати символами боротьби й примусити громадськість вимагати змін або швидкого закінчення воєнних дій.

І нарешті, вплив на сприйняття поняття «ворог» є важливим фактором, де візуальні репрезентації визначаються тим, як суспільство бачить протилежну сторону. Вони часто сприяють укоріненню стереотипів та формуванню уявлень про учасників конфлікту, що може суттєво вплинути на суспільне мислення про ситуацію в цілому [73; 76].

Фотографічна візуалізація війни має надзвичайно потужний психологічний вплив на людську свідомість, сприяючи не лише формуванню уявлень, а й пробудженню глибоких емоційних реакцій. Кожне фотозображення слугує не лише свідком певних подій, а й важливим інструментом у процесі формування громадської думки та сприйняття конфлікту, адже вони здатні

викликати емоційний відгук у глядачів. Зображення, що ілюструють страждання, руйнації та людські трагедії, здатні викликати в серцях глядачів цілу бурю емоцій, таких як співчуття, смуток або навіть гнів. Це не лише робить конфлікт більш особисто значущим для тих, хто його спостерігає, але й здатне мобілізувати потужний емоційний відгук, що може вплинути на готовність аудиторії реагувати чи брати активну участь в розв'язанні проблеми.

Окрім того, фотографії війни відіграють важливу роль у формуванні образів ворогів чи постраждалих, надаючи їм гостроту та контекст. Вони здатні викликати певні стереотипи або ж надавати право окремим особам ролі героїв чи антигероїв у конфлікті, прямо впливаючи на загальний погляд глядачів на конфлікт та його учасників. До того ж, такі візуальні матеріали можуть чинити значний вплив на політичні рішення та громадську думку. Вони слугують свого роду беззаперечними доказами тієї чи іншої ситуації, притягуючи увагу суспільства до конкретних фактів та викликів. Це може не лише ініціювати активні обговорення чи заохочувати громадянську участь, а й змусити дехто відсторонитися від обговорення проблем війни.

Фотографії, які відображають події війни, виконують не тільки роль документування, але й активно формують емоційний, культурний і політичний контекст цих подій. Їх можна вважати потужним інструментом, що впливає на сприйняття людей, змушуючи їх замислитися, проаналізувати та зреагувати на важливі питання, пов'язані з війною та миром. Візуалізація військових конфліктів через відеоматеріали має значущий психологічний вплив на людську свідомість, модифікуючи її емоційний досвід. Відео війни дозволяють не тільки передати події в реальному часі, але й суттєво впливають на формування емоцій та думок глядачів, поглиблюючи їхній іммерсивний досвід сприйняття подій. Завдяки такому підходу глядачі відчують наче вони безпосередньо присутні на місці подій, що стимулює емоційні реакції на більш інтимному рівні. Звукові ефекти, кадри бойових дій і вирази обличчя воїнів створюють незабутній вплив, надаючи подіям глибокішого й особистісного змісту. Відеоматеріали

пропонують реалістичну картину війни та її наслідків, які нелегко передати лише через слова чи фотографії. Візуальний контент вражає своєю реалістичністю та розкриває ті аспекти військових подій, які можуть залишитись непоміченими при інших формах медійної інформації. Однак варто зазначити, що відео також можуть бути засобом маніпуляції глядачами через вибір ракурсів зйомки, монтаж чи музичний супровід. Візуальні ефекти здатні викликати певні емоційні реакції та формувати психологічний настрій глядача щодо конкретних аспектів війни. Загалом, візуалізація війни через відеоматеріали завдяки своєму живому характеру та іммерсивності активізує емоційний відгук і формує свідомість глядача стосовно конфліктів. Це відіграє важливу роль у впливі медійного висвітлення війни на суспільну свідомість та на ставлення до ключових глобальних проблем.

Візуалізація подій військового конфлікту за допомогою інфографіки представляє складну інформацію у формі графічних елементів, таких як діаграми, карти та інші візуальні засоби. Її головна мета — зробити дані зрозумілішими та доступнішими для аудиторії. Психологічний ефект інфографіки полягає у здатності полегшити швидке сприйняття та осмислення складних моментів війни. По-перше, вона дозволяє передавати великі обсяги інформації коротко і результативно. Графічні елементи, включаючи схеми та діаграми, структурують дані і виявляють важливі зв'язки між подіями, що допомагає аудиторії краще усвідомити динаміку та масштаби конфлікту. По-друге, інфографіка може викликати емоційну реакцію, демонструючи людські трагедії чи масштаби руйнувань. Представлення інформації через графічні образи може посилити емоційний зв'язок, підвищуючи рівень особистої зацікавленості у військових проблемах. По-третє, інфографіка здатна стимулювати дії або мобілізувати суспільні настрої завдяки чіткому поданню інформації. Графічні методи можуть акцентувати увагу на важливих аспектах чи необхідних діях. Загалом, інфографіка в контексті війни виступає ефективним інструментом для візуалізації складної інформації, надаючи їй психологічного

впливу завдяки швидкій та доступній передачі важливих аспектів до широкого загалу [79].

Таким чином, слід ретельно зважати на те, що вплив візуального контенту, який безпосередньо стосується теми війни, на суспільну свідомість є багатограним і складним явищем. Цей вплив може змінюватися залежно від цілого ряду чинників. Сюди входять такі аспекти, як контекст, у якому подається інформація, культурні особливості, що впливають на сприйняття аудиторією, і навіть індивідуальні переконання окремих людей. Усі ці змінні взаємодіють між собою, створюючи унікальну динаміку, що визначає, яким чином сприймається та інтерпретується візуальна інформація про воєнні конфлікти.

## ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження були успішно виконані поставлені завдання, досягнуто визначених цілей. Ретельно проаналізовано сучасний стан військового репортажу в українських медіа, визначено його специфічні особливості, основні напрямки розвитку та проблеми, з якими стикаються військові журналісти. Виявлено, що військовий репортаж в Україні набув значної важливості через збройний конфлікт на сході країни та повномасштабне вторгнення росії. Він виконує не лише функцію передачі інформації щодо ходу бойових дій, але також служить вагомим засобом формування громадської думки, патріотичного виховання та протидії поширенню дезінформації.

Так, в першому розділі було досліджено теоретичні засади військового репортажу. Зокрема було виділено, що воєнна журналістика є однією з найскладніших сфер медійної діяльності, адже вона вимагає від її представників не лише високого рівня професійної підготовки, але й здатності оперативно реагувати на динамічні зміни ситуації, зокрема під час конфліктів і криз. Журналісти, які працюють у цій галузі, повинні володіти навичками аналізу, чіткої комунікації та доступного пояснення складних подій і фактів аудиторії. З огляду на це воєнна журналістика потребує спеціалізованої підготовки, що робить важливим професіоналізм кожного її представника. Ґрунтовне розуміння основоположних принципів журналістської етики та методології сприяє формуванню соціальної позиції репортера, що своєю чергою слугує запорукою його успішної діяльності в умовах сучасного інформаційного простору.

Умови, що виникають у період воєнного стану, суттєво впливають на роботу журналістів, які відважно працюють у зонах, близьких до лінії фронту, порівняно з їхньою діяльністю під час мирного періоду. Журналісти, яких обставини привели в ці небезпечні регіони, щодня стикаються з численними викликами і серйозними перешкодами, які кардинально відрізняють їхню роботу від стандартної журналістики. Наприклад, вони часто стають першими свідками

подій і отримують унікальний доступ до людей, які постраждали від ворожих нападів, а також до військових, які безпосередньо виконують бойові завдання. Проте їхня діяльність нерідко супроводжується тиском з боку різних інстанцій влади і використанням пропагандистських тактик; у них може не вистачати часу для ретельної перевірки інформації або для отримання достовірних цитат. Додатково до всього, журналісти змушені часто ризикувати задля отримання необхідних даних і швидко приймати рішення про те, що включити в свої репортажі. У таких регіонах, де постійно відчувається інтенсивна емоційна напруга через наслідки війни і безпосереднє спілкування з людьми, які пережили жахливі втрати і страждання, робота репортерів набуває особливої значущості і складності.

У другому розділі було здійснено аналіз особливостей військового репортажу в сучасних українських медіа. Військові репортажі в Україні створюються завдяки різноманіттю джерел інформації, які можна розділити на три ключові категорії. Традиційні ЗМІ включають телебачення, радіо і друковані видання, що надають організовані звіти. Онлайн-медіа представлені інтернет-виданнями, зокрема новинними веб-сайтами, такими як УНІАН, Ліга.Новини та Українська правда, які є одними з найоперативніших постачальників новин. Вони забезпечують аудиторію свіжими новинами, фотографіями, відео, онлайн-трансляціями, а також ексклюзивними репортажами. Спеціалізовані ресурси існують для глибшого занурення в військову тематику, надаючи детальну та експертну інформацію про збройні конфлікти. Соціальні платформи відіграють вирішальну роль у поширенні оперативної інформації. Журналісти, військові, волонтери та очевидці активно діляться повідомленнями, фотографіями та відео безпосередньо з місця подій. У контексті збройного конфлікту інформація розповсюджується вкрай швидко, що часом ускладнює перевірку її достовірності. Саме тому критичне ставлення до джерел та ретельна перевірка фактів стають надзвичайно важливими.

У сучасному медійному середовищі, переповненому інформаційними потоками та різноманітними каналами комунікації, роль візуалізації контенту у засобах масової інформації виходить за межі простого дизайнерського оформлення і перетворюється на важливий стратегічний інструмент, що сприяє виконанню різних завдань. Графічне представлення даних, включаючи фотографії, інфографіку та відеоматеріали, набуває істотного значення в умовах швидкоплинної та конкурентної медіапростору. Візуалізація відіграє важливу роль у покращенні сприйняття інформації, роблячи її більш зрозумілою і доступною для широких мас, що суттєво сприяє осмисленню складних концепцій. Використання візуальних елементів у медійних матеріалах має ключове значення в стратегіях, спрямованих на підвищення доступності, ефективності інформації та на утримання уваги аудиторії. У цьому контексті знання функціоналу візуалізації контенту стає критичним для розробки результативних та впливових медіастратегій.

Сучасний інформаційний простір вирізняється не тільки небувалим обсягом даних, які щодня циркулюють у медіа та на різноманітних платформах, але також явищем поширення численних інформаційних викликів. Ці виклики можуть мати далекосяжні і часто несприятливі наслідки для суспільства загалом. Серед таких потенційних загроз виокремлюються маніпуляції, дезінформація та цензура, які набули неабиякої актуальності в останні роки. Маніпуляція інформацією виявляється через навмисне спотворення або специфічне подання даних для того, щоб вплинути на громадську думку або залучити людей до певної поведінки, що відповідає інтересам того, хто здійснює маніпуляцію. На цьому тлі дезінформація проявляється як розповсюдження неправдивої чи недостовірної інформації, метою якої завжди є введення в оману певної аудиторії. Відмінність дезінформації від маніпуляції полягає в тому, що вона завжди спрямована на обман, а не просто на вплив. Цензура являє собою контроль над обігом інформації з боку державних структур або інших органів влади. Така практика часто служить засобом обмеження свободи вираження

думок і може бути спрямована на захист певних інтересів або підтримання авторитету. Стихійне зростання маніпуляцій, дезінформації та цензури є вагомою загрозою для фундаментальних принципів свободи слова, демократії та прав людини. Вони здатні призвести до поширення неправдивих відомостей, яке підриває довіру до медіа-ресурсів та державних інституцій, а також значно обмежує можливість громадян отримувати об'єктивну інформацію, на основі якої можна формувати обґрунтовані рішення.

У третьому розділі було проаналізовано перспективи розвитку військового репортажу у відповідності дотсучасних реалій. Так, було встановлено, що українські репортери мають надзвичайно важливе завдання - перебувати серед одних із перших на місці подій, швидко пристосовуватися до суворих умов воєнного стану та невпинно надавати суспільству точну, достовірну і перевірену інформацію, попри будь-які обставини. Із моменту початку військових дій у 2014 році, українські журналісти показали неймовірну відвагу, невпинно захищаючи інформаційний фронт, а також активно протидіють спробам поширення дезінформації з боку російської пропаганди. Особлива увага приділяється тому, щоб кожна новина була точною і неупередженою. Журналісти повинні володіти майстерністю знаходити, аналізувати і використовувати різноманітні джерела інформації.

Журналісти, що працюють на передовій, стикаються зі значним тиском, який змушує їх дуже швидко готувати та публікувати свої репортажі. Ця вимога до оперативності часто означає, що у них може не бути достатньо часу для ретельної перевірки всієї зібраної інформації або отримання необхідних коментарів від усіх зацікавлених сторін, котрі можуть бути залучені до події, яку вони висвітлюють. Оскільки ситуації на лінії фронту постійно змінюються і часто ускладнюються непередбачуваними факторами, журналісти змушені швидко приймати рішення про те, яку інформацію варто включити в їхній матеріал і які деталі виявляться найбільш актуальними на момент публікації. У період воєнного стану важливість швидкого, але при цьому максимально

точного інформування громадськості про події важко переоцінити. У цьому контексті роль військової адміністрації стає ключовою, адже вона регулярно співпрацює з представниками засобів масової інформації, надаючи їм детальну інформацію про те, що відбувається на бойових позиціях. Цей інформаційний обмін необхідний для забезпечення максимально повного і достовірного висвітлення всіх надзвичайних подій, гарантуючи громадянам доступ до офіційних рішень та дій влади. Однак, військова адміністрація в певних ситуаціях може запроваджувати обмеження стосовно висвітлення конкретних подій з метою захисту конфіденційної інформації або для запобігання можливому поширенню дезінформації, що може мати негативні наслідки. Під час роботи з людьми, котрі зазнали травматичного досвіду, вкрай важливо враховувати кілька суттєвих аспектів, таких як унікальність кожної індивідуальної реакції на подібні виклики та переживання. Кожна людина по-різному реагує на травматичний досвід, і ця різноманітність реакцій має завжди бути в фокусі уваги тих, хто надає підтримку та допомогу.

Журналістам необхідно проявляти неабияке терпіння, емпатію та глибоке розуміння до кожної людини, з якою вони взаємодіють у своїй професійній діяльності. Створення безпечної та сприятливої атмосфери для співрозмовників є важливою складовою їхньої роботи. Крім того, слід бути свідомим щодо власних емоційних реакцій та, у будь-якій ситуації, керуватися професійними етичними принципами, особливо під час вислуховування історій людей, які зазнали тяжких випробувань або пережили травматичний досвід. Коли репортер виконує редакційне завдання у складних умовах або навіть на лінії вогню, це вимагає від нього максимальної уваги, відповідальності та обережності. Такі обставини можуть бути потенційно небезпечними як для життя репортера, так і для безпеки всієї знімальної групи. Ефективне планування проєкту виступає основним етапом у проведенні такого завдання. Це включає точний вибір місця зйомки, ретельну підготовку технічного обладнання, збір необхідної інформації, а також детальне планування маршруту і забезпечення безпеки під час

переміщень. Репортер повинен бути не лише готовим до можливих ризиків, а й мати здатність оперативно реагувати на небезпечні ситуації, які можуть виникнути в процесі роботи.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Рогова Т. А. Інформаційне телебачення : навчально-методичний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Журналістика» освітньо-професійної програми «Журналістика». Запоріжжя : ЗНУ, 2022. 106 с.
2. Квіт С. Масові комунікації. Київ : Києво-Могилянська академія, 2018. 352 с.
3. Назаренко Г. Інформаційні жанри журналістики : навчальний посібник. Частина 1. Київ : НАУ, 2010. 32 с.
4. BBC News. Вздовж кордону з Росією та Білоруссю відбуваються атаки на прикордонників. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-60502930> (дата звернення: 01.04.2025).
5. Гетманець М. Ф., Михайлин І. Л. Сучасний словник літератури і журналістики. Харків : Прапор, 2009. 384 с.
6. Здоровега В. Теорія та методика журналістської творчості. Львів : ПАІС, 2008. 276 с.
7. Назаренко Г. Інформаційні жанри журналістики : навчальний посібник. Частина 1. Київ : НАУ, 2010. 32 с.
8. Максим`як О. Види газетного репортажу:наукові погляди в сучасному журналістикознавстві. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2387> (дата звернення: 01.04.2025).
9. Михайленко В. М. Проблеми композиції журналістського твору. Київ : Київський національний університет ім. Т. Шевченка, 2012. 113 с.
10. Кирієнко О. Ю. Цензура в Україні — Енциклопедія історії України : у 10 т. / редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. ; Інститут історії України НАН України. К. : Наукова думка, 2013. С. 448-784.

11. Коли в об'єктиві – катастрофа. Єфрем Лукацький: Це дуже страшна річ – інформаційна війна URL: [https://galychyna.if.ua/analytic/\\_\\_trashed-9/](https://galychyna.if.ua/analytic/__trashed-9/) (дата звернення: 01.04.2025).
12. Особливості роботи українських журналістів у зоні воєнного конфлікту Олександр Войтка. 2009. С. 51-82 URL: <https://msj.ukma.edu.ua/images/uploads/textblog/voytko-diploma-2009.pdf> (дата звернення: 01.04.2025).
13. Кравчук С. Особливості роботи тележурналіста при висвітленні екстремальних ситуацій (на прикладі інформаційної агенції Reuters). Київ, 2007. 11 с.
14. Інтернет-видання «Kramatorsk Post». URL: <https://project.kramatorskpost.com/mediakit>. (дата звернення: 01.04.2025).
15. Міноборони акредитувало в зону бойових дій понад 8,7 тисячі медійників URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3490985-minoboroniakredituvalo-v-zonu-bojovih-dij-ponad-87-tisaci-medijnikiv.html> (дата звернення: 01.04.2025).
16. Херсон: новини сьогодні, історії, цікаві місця та люди Херсонщини – Кавун.City. *Кавун.City*. URL: <https://kavun.city/> (дата звернення: 01.04.2025).
17. Організований репортаж; Подійний репортаж; Радіорепортаж; Репортаж. Літературознавча енциклопедія: у 2 т. / авт.-уклад. Ю. І. Ковалів. Київ : ВЦ «Академія», 2007. С. 161, 229, 300, 315.
18. Україна: медіагрупи об'єднуються для «Єдиних новин» і закликають світ вимкнути російські канали URL: <https://deadline.com/2022/02/ukraine-mediagroups-join-together-for-united-news-urge-world-to-turn-off-russian-channels1234960684/> (дата звернення: 01.04.2025).
19. Український військовий журналіст став свідком бомбардувань у Сирії URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/27306033.html> (дата звернення: 01.04.2025).

20. Французькі журналісти потрапили під ракетний удар під час прямого включення з Краматорська URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2023/01/3/7383386/> (дата звернення: 01.04.2025).

21. Українські фіксери та іноземні журналісти в умовах війни: новий досвід для всіх URL: <https://idpo.org.ua/articles/4649-ukra%D1%97nski-fikseri.html> (дата звернення: 01.04.2025).

22. Хроніка українсько-російської війни онлайн URL: <https://fakty.ua/397779-hronika-ukrainsko-rossijskoj-vojnuy-onlajn> (дата звернення: 01.04.2025).

23. Чому Україна програє в інформаційній війні? URL: [https://lb.ua/blog/dmytro\\_lubinets/481897\\_chomu\\_ukraina\\_prograe\\_informatsiy\\_niy.html](https://lb.ua/blog/dmytro_lubinets/481897_chomu_ukraina_prograe_informatsiy_niy.html) (дата звернення: 01.04.2025).

24. Чотири покоління української журналістики URL: <https://project.liga.net/projects/LMF/> (дата звернення: 01.04.2025).

25. Букіна Н.В. Воєнний репортаж у сучасних медіа. Наукові записки Інституту журналістики : науковий журнал / голов. ред. Володимир Різун. Київ: Навчально-науковий інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. 2022. Т. 2 (81). С. 123 -135.

26. Галлер М. Репортаж. (За загал. ред. В. Ф. Іванова). Київ : Академія Української преси, Центр Вільної Преси. 2011. 348 с.

27. Гриценко О., Шкляр В. Основи теорії міжнародної журналістики. Київ : ВПЦ «Київський університет». 2002. 303 с.

28. Висвітлення смертей у медіа. як про це коректно писати? // IMI URL: <https://imi.org.ua/advices/vysvitlennya-smertej-u-media-yak-pro-tse-korektno-pysatyi62299> (дата звернення: 01.04.2025).

29. La Carta dei Doveri del Giornalista // Federazione Nazionale Stampa Italiana. Consiglio Nazionale Ordine dei Giornalisti URL: <https://www.fnsi.it/upload/9b/9bf31c7ff062936a96d3c8bd1f8f2ff3/244248f7f9211db2c6faf72229ddd0e4.pdf> (дата звернення: 01.04.2025).

30. Про медіа : Закон України від 13.12.2022 № 2849-IX : станом на 1 січ. 2025 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text> (дата звернення: 06.04.2025).

31. Комісія з журналістської етики URL: <https://cje.org.ua/about/> (дата звернення: 01.04.2025).

32. Баркар Д. Новини під час війни. аналіз професійних стандартів провідних онлайн-медіа в червні 2024 року URL: <https://imi.org.ua/monitorings/novyny-pid-chas-vijny-analiz-profesijnyh-standartivprovidnyh-onlajn-media-v-cherвні-2024-roku-i62192> (дата звернення: 01.04.2025).

33. Цифрові загрози для журналістів та блогерів: літо 2023 URL: <https://imi.org.ua/infographics/tsyfrovi-zagrozy-dlya-zhurnalistiv-ta-blogeriv-lito2023-i55771> (дата звернення: 01.04.2025).

34. Військова журналістика. український аспект: становлення української військової журналістики; місце військової журналістики у медіапросторі в період воєнного стану; правові підстави діяльності військових журналістів під час воєнних дій / Укл.: Копотун І. М., Коропатнік І. М., Микитюк М. А., Павлюк О. О., Пасіка С. П., Петков С. В. – Київ. ВД «Професіонал», 2023. 676 с.

35. Власний кореспондент. Літературознавча енциклопедія : у 2 т. авт.-уклад. Ю. І. Ковалів. Київ : ВЦ «Академія», 2007. Т. 1. 197 с.

36. Лешко У. Типологія жанрів інтернет-журналістики: теоретичні аспекти. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2018. Випуск 44. С. 246–253.

37. Кривошея Г. Українська військова преса: з історії становлення. Українська періодика : Історія і сучасність. Львів, 1993. 75 с.

38. Преса боротьби й ідеї (західноукраїнська публіцистика першої половини ХХ ст.) : 3б. текстів / Упоряд. С. Кость. Львів, 1994. 526 с

39. Іващук А.А. Варіативність та взаємоперехід інформаційних жанрів у сучасній українській пресі : автореферат дис. ... кандидата наук із соціальних комунікацій : спеціальність 27.00.04 «Теорія та історія журналістики» К., 2009. 17 с.
40. Кость С. Журналістика і війна: Навч. посібник. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2016. 414 с.
41. Шевчук С. Особливості роботи журналіста в зонах військових конфліктів. Гібридна війна і журналістика. Проблеми інформаційної безпеки. Київ, вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2018. С. 264-271.
42. Військова журналістика. Український аспект: становлення української військової журналістики; місце військової журналістики у медіапросторі в період воєнного стану; правові підстави діяльності військових журналістів під час воєнних дій / Укл.: Копотун І. М., Коропатнік І. М., Микитюк М. А., Павлюк О. О., Пасіка С. П., Петков С. В. Київ. ВД «Професіонал», 2023. 676 с.
43. Список загиблих журналістів. Журналісти, які загинули внаслідок широкомасштабного вторгнення Росії в Україну URL: <https://imi.org.ua/infographics/spysok-zagyblyh-zhurnalistiv-i4595> (дата звернення: 01.04.2025).
44. Вектори змін у підготовці військових журналістів 1990-х та 2020-го. Армія Інформ. 04.08.2020 URL: <https://armyinform.com.ua/2020/08/04/vektoryzmin-u-pidgotovczi-vijskovyh-zhurnalistiv-1990-h-ta-2020-go/> (дата звернення: 01.04.2025) .
45. Національний університет «Одеська політехніка»: офіційний веб-сайт URL: <https://op.edu.ua/education/programs/components/9713> (дата звернення: 01.04.2025).
46. Павлів В. П. Репортаж: між фактами та емоціями. Практичний посібник для журналістів. Львів: Видавництво Українського католицького університету, 2015. 120 с.

47. Бикова О. Жанрово-стильова специфіка репортажів на військову тематику (за матеріалами збірки «Veni. Vidi. Scripsi. Війна. Життя de facto») Український інформаційний простір URL: [https://www.researchgate.net/publication/329994384\\_Zanrovostilova\\_specifika\\_reportaziv\\_na\\_vijskovu\\_tematiku\\_za\\_materialami\\_zbirki\\_Veni\\_Vidi\\_Scripsi\\_Vijna\\_Zitta\\_de\\_facto](https://www.researchgate.net/publication/329994384_Zanrovostilova_specifika_reportaziv_na_vijskovu_tematiku_za_materialami_zbirki_Veni_Vidi_Scripsi_Vijna_Zitta_de_facto) (дата звернення: 01.04.2025) .

48. Бударакський Є. Тут колись німецький танк впав! Як виглядає найдовший дерев'яний міст України у Каплинцях. Українська правда <https://www.pravda.com.ua/articles/2023/06/25/7408356/> (дата звернення: 01.04.2025).

49. Коваленко Ю. Б. До типології телевізійного репортажу. Культура України. Випуск 47. 2014. С. 185-191.

50. Професійне становлення журналіста: традиції та нові підходи : збірник матеріалів Четвертої міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих учених. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2021. 224 с.

51. Лісневська А. Мистецтво телевізійного репортажу : навч.-метод. посіб. для студ. з напрямку підготовки «Кіно-, телемистецтво та Тележурналістика». А. Лісневська, Т. Коженівська ; Держ. закл. «Луган. нац. унт імені Тараса Шевченка». Луганськ : Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2013. 190 с.

52. Холод О. М. Основи тележурналістики : курс лекцій [авт. та укл. Холод О.; автори: Дмитровський З., Шаповал Ю. К. : КиМУ, 2012. 121 с.

53. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі: монографія К., 2006. 368 с.

54. Бикова О. М. Проблемний репортаж: специфіка жанру. Вісн. Харків. нац. ун-ту. №874. Серія : Соціальні комунікації. Вип. 1. 2009. С. 37-39.

55. Букіна Н.В. Воєнний репортаж у сучасних медіа. Наукові записки Інституту журналістики : науковий журнал / голов. ред. Володимир Різун. – Київ:

Навчально-науковий інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. 2022. Т. 2 (81). С. 123 -135.

56. Назар Р.М. Характеристика репортажу як жанру мовлення. Лінгвістичні студії: зб. наук. Праць. Донецький національний ун-т. 2009. 209 с.

57. Рощина В. «Ненависті до Росії більше, ніж страху». Репортаж із Дніпра, де окупанти обстріляли багатоповерхівку URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2023/01/15/7384972/> (дата звернення: 01.04.2025).

58. Новини за 26 липня 2024 року. Новини України URL: <https://www.youtube.com/watch?v=z62bI9uJCI8> (дата звернення: 01.04.2025).

59. Свешніков С., Бочарніков В. Використання методів штучного інтелекту для розв'язання наукових задач у сфері оборони. Наука і оборона. 2023. № 4. С. 29-40.

60. «Найсмачніша ціль – танк Т-72»: як «Кажани» 25 ОПДБр розбирають ворожу техніку. Фоторепортаж АрміяInform URL: <https://armyinform.com.ua/2024/07/02/najsmachnisha-czil-tank-t-72-yak-kazhany-25-ombr-rozbyrayut-vorozhu-tehniku-fotoreportazh-armiyainform/> (дата звернення: 01.04.2025).

61. Новини за 26 липня 2024 року. Новини України URL: <https://www.youtube.com/watch?v=z62bI9uJCI8> (дата звернення: 01.04.2025).

62. Потятиник Б. 4 етапи розвитку нових медіа. Медіакритика: веб-сайт. URL: <http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analyyka/4-etapy-rozvytku-novykhmedia> (дата звернення: 01.04.2025).

63. Журналістика: словник-довідник / авт.-уклад. І. Михайлин. Київ: Академвидав, 2013. 320 с.

64. The age of digital interdependence. Report of the UN Secretary-General's High-level Panel on Digital Cooperation. 2019. 47 p. URL: <https://www.un.org/en/pdfs/DigitalCooperation-report-for%20web.pdf> (дата звернення: 01.04.2025).

65. Вайшенберг З., Кляйнштойнбер Г., Пьорксен Б. Журналістика та медіа: довідник. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2011. 529 с.

66. Потятиник Б. Цифрова журналістика: інтеграція. Ключові властивості. Медіакритика: веб-сайт. URL: <http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analityka/4-etapy-rozvytku-novykh-media.html> (дата звернення: 01.04.2025).

67. Тонкіх І. Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті: навчальний посібник. Запоріжжя: ЗНТУ, 2017. 129 с.

68. Мудрак Л. Цифровий ренесанс: між безмежною свободою і новими ризиками людства. Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення: веб-сайт. URL: <https://www.nrada.gov.ua/tsyfrovyy-renesans-mizhbezmeznoyu-svobodoyu-i-novymy-ryzykamy-lyudstva> (дата звернення: 01.04.2025).

69. Щорічне опитування USAID-Internews «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2020 р.». Internews: веб-сайт. URL: <https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2020/10/2020-Media-ConsumptionSurvey-FULL-FIN-Ukr-1.pdf> (дата звернення: 01.04.2025).

70. Лешко У. Типологія жанрів інтернет-журналістики: теоретичні аспекти. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2018. Випуск 44. С. 246–253.

71. Нестеренко О. Поняттєві сфери термінів для номінації нових медіаформатів. Держава і регіони. Серія Соціальні комунікації. 2016. № 4 (28). С. 80–86.

72. Шевченко В.Е. Форми візуалізації в сучасному журналі : монографія. Київ нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ : Видавець ПАЛИВОДА А.В., 2013. 340 с.

73. Навіщо візуалізація даних в сучасному інтернет-просторі? URL: <http://yellowarrow.design/index.php/ua/blog-article/98-data-visualisation-web>. (дата звернення: 01.04.2025).

74. Маклюен Герберт Маршалл. Теорія медіа Маршалла Маклюена: як ми опинилися у глобальному селі? Маршалл Маклюен як теоретик сучасних медіа. URL: <https://prowines.ru/uk/biznes-idei/maklyuen-gerbert-marshall-teoriya-mediamarshalla-maklyuena-kak-my-okazalis-v.html> (дата звернення: 01.04.2025).

75. Шевченко В. Візуалізація інформації в ЗМІ. Світ соціальних комунікацій: наук. журн. К.: КиМУ, ДонНУ, 2012. Т. 7. С. 78-81.

76. Шаманська А. С. Тренди у візуалізації даних в сучасних новинних онлайн-медіа. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». 2018. № 9. С. 32-36.

77. Градюшко О.О. Сучасні тенденції розвитку новинної інтернет-журналістики. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/35602/1/fmc2.pdf> (дата звернення: 01.04.2025).

78. Баранецька А. Д. Візуалізація медіаконтенту як важливий складник реалізації комунікації. Журналістика та реклама: вектори взаємодії: тези доп. Міжнар. наук.-практ. конф / заг. ред. А. А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. С. 54-57.

79. Онкович Г.В. Медіалогія та її складові. URL: <http://franko.lviv.ua>. (дата звернення: 01.04.2025).

80. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 14 вересня 2020 року «Про Стратегію національної безпеки України» : Указ Президента України від 14.09.2020 № 392/2020. Президент України Володимир Зеленський : офіц. інтернет-представництво. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/3922020-35037>. (дата звернення: 01.04.2025).

81. Горун О.Ю. Протидія ворожій медіа-пропаганді в умовах правового режиму військового стану в Україні Інформація і право. 2023. № 1(44). С. 116–128.

82. Звоздецька О. Дезінформація як загроза національній безпеці Європейського Союзу: проблеми та підходи Історико-політичні проблеми сучасного світу: :Збірник наукових статей. 2021. № 43. С. 30–39.

83. Постійна втома та проблеми зі сном – основні психологічні виклики для журналістів у 2023 році – опитування ІМІ. Інститут масової інформації. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/postijna-vtomata-problemy-zi-snom-osnovni-psyhologichni-vyklykydlya-zhurnalistiv-u-2023-rotsi-i58239> (дата звернення: 01.04.2025)

84. Тимошенко Є.А. Правова природа штучного інтелекту: перспективи і проблеми. Юридичний науковий електронний журнал. 2023. № 4. С. 424-425.

85. Чернявська Л. В. Трансформація медіареальності в умовах війни в Україні. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2022. № 2. С. 78–85.

86. Постійна втома та проблеми зі сном – основні психологічні виклики для журналістів у 2023 році – опитування ІМІ. Інститут масової інформації. URL: <http://surl.li/iaeize> (дата звернення: 01.04.2025).

87. Універсальний тренінг із психічного здоров'я (УТПЗ) для фахівців першої лінії : посібник для тренерів / В.В. Горбунова та ін. Київ. ГО «Смарт Освіта», 2021. 136 с.

88. Freinkel A, Koopman C, Spiegel D. Dissociative symptoms in media eyewitnesses of an execution. *Am J Psychiatry*. 1994. Sep. 151(9). DOI: 10.1176/ajp.151.9.1335. PMID: 8067490 (дата звернення: 01.04.2025).

89. Pyevich CM, Newman E, Daleiden E. The relationship among cognitive schemas, job-related traumatic exposure, and posttraumatic stress disorder in journalists. *J Trauma Stress*. 2003. Aug. 16 (4). DOI: 10.1023/ A:1024405716 PMID: 12895014 (дата звернення: 01.04.2025).

90. Feinstein A, Owen J, Blair N. A hazardous profession: war, journalists, and psychopathology. *Am J Psychiatry*. 2002. Sep. 159 (9). DOI: 10.1176/appi.ajp.159.9.1570. PMID: 12202279 (дата звернення 07.11.2024).

91. Савиченко О. М., Рубан, О. В., Шуневич, Є. М. Психічне здоров'я журналістів в умовах війни. Габітус. 2024. № 62. С. 171–176.
92. Kaplan A. User sof the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. [Electronic resource] / Andreas Kaplan, Michael Haenlein // Business Horizons. 2010. № 53(1). P. 59–68.
93. Кислова О. М. Нові медіа як комунікативні технології XXI століття: наслідки мережевізації та інтелектуалізації комунікацій. Соціальні технології: заради чого? Яким чином? З яким результатом? : монографія / Колектив авторів, наук. ред. В. І. Подшивалкіна. Одеса: Одеський національний університет імені І. І. Мечнікова, 2015. С. 277–288.
94. Федорчук Л. П. Журналіст конвергентної редакції: нові виклики професії. Вісн. Житомир. держ. ун-ту ім. І. Франка. 2010. Вип. 54. С. 209–212
95. Момот Н.М., Шурло А.В. Жанровий контент літературних журналів України. Міждисциплінарні дослідження науки XXI століття: матеріали II Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції молодих учених та студентів (1 грудня 2022 р., м. Київ). Київ. Університет «КРОК». 2022. С. 222-225. URL: <https://library.krok.edu.ua/media/library/category/publicchna-informatsiya/internet-konferentsiya-2022-12-20.pdf> (дата звернення: 01.04.2025).