

**ВІННИЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА КОЦЮБИНСЬКОГО**

Факультет філології й журналістики імені Михайла Стельмаха
Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:
**УКРАЇНСЬКИЙ КОНТЕНТ ЯК ТРЕНД У СУЧАСНІЙ
ІНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛІСТИЦІ**

Студентки IV курсу групи 4Ж
Освітньої програми *Журналістика*
Галузі знань *06 Журналістика*
Спеціальності *061 Журналістика*
Ступеня вищої освіти *бакалавра*
Цюбко Вікторії Сергіївни
Науковий керівник: Гальчак С.Д.,
професор, доктор історичних наук

Розширена шкала _____
Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Голова Екзаменаційної комісії	_____	_____
	(підпис)	(ініціали, прізвище)
Члени Екзаменаційної комісії	_____	_____
	(підпис)	(ініціали, прізвище)
	_____	_____
	(підпис)	(ініціали, прізвище)
	_____	_____
	(підпис)	(ініціали, прізвище)

АНОТАЦІЯ

Вікторія Цюбко. Український контент як тренд у сучасній інтернет-журналістиці. Спеціальність 061 Журналістика. Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського. Вінниця, 2024.

Сьогодні інтернет-журналістика неупинно розвиває свої обрії, формуючи нові категорії, новітні підходи до формування комунікаційного процесу та інформаційного поля, відшукуючи нові формати видання та підкорення електронної інформаційної площини. Варто наголосити, що підкорення вершин інтернет-журналістики за стандартами друкованих ЗМІ є принципово неможливим. Обумовлено це тим, що першочергово кількісно відрізняється аудиторія, по-друге, мережа потребує докорінно іншого стилю, тобто інформаційної адаптації для сприйняття крізь призму екрану.

Повномасштабне вторгнення Росії в Україну стало рушійною силою для розвитку національних і регіональних медіа. Запит аудиторії на український контент зріс не тільки в державі, а й у світі загалом. Медійники зіштовхнулися з унікальним явищем, коли весь світ може спостерігати за подіями війни на нашій території, а соцмережі допомагають транслювати правдиву інформацію. Зміни у споживанні контенту сталися на всіх платформах. Аудиторія активно використовує різні джерела інтернет-журналістики, соціальні мережі, перевага надається україномовному контенту.

Ключові слова: інтернет-журналістика, медіа, український контент, війна, ЗМІ.

ANNOTATION

Victoria Tsyubko. Ukrainian content as a trend in modern internet journalism. Specialty 061 Journalism. Vinnytsia State Pedagogical University named after Mykhailo Kotsyubynskyi. Vinnytsia, 2024.

Today, Internet journalism is constantly developing its horizons, forming new categories, new approaches to the formation of the communication process and the information field, looking for new publishing formats and conquering the electronic information plane. It is worth emphasizing that conquering the peaks of Internet journalism by the standards of print media is fundamentally impossible. This is due to the fact that the audience is primarily quantitatively different, and secondly, the network needs a fundamentally different style, that is, informational adaptation for perception through the prism of the screen.

Russia's full-scale invasion of Ukraine became a driving force for the development of national and regional media. Audience demand for Ukrainian content has increased not only in the country, but also in the world in general. Media workers faced a unique phenomenon, when the whole world can observe the events of the war on our territory, and social networks help broadcast true information. Changes in content consumption have occurred across all platforms. The audience actively uses various sources of online journalism, social networks, Ukrainian-language content is preferred.

Keywords: *Internet journalism, media, Ukrainian content, war, mass media.*

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. Інтернет-журналістика як нова форма універсального медіа.....	8
1.1. Становлення інтернет-журналістики в Україні	8
1.2. Специфіка інтернет-журналістики в сучасному суспільстві	15
РОЗДІЛ 2. Особливості подання українського контенту в умовах воєнного стану	22
2.1. Розповсюдження української тематики світовими ЗМІ в контексті війни в Україні	22
2.2. Дослідження медіаландшафту тимчасово окупованих територій України	32
2.3. Тематика контенту в українських інтернет-медіа	44
ВИСНОВКИ	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	67
ДОДАТКИ	70

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Українська журналістика нині існує на етапі перехідного періоду тому, що виникає велика кількість мережових комунікаційних платформ, що диктують динаміку розвитку інтернет-журналістики, а й через глобальне переформатування мас-медіа, що відбувається дуже швидко, і, подекуди, українські журналісти і споживачі не готові до них. Поява та розповсюдження мережі є однією з найважливіших подій у світовій комунікативістиці. Саме Інтернет володіє низку специфічних комунікаційних родзинок, що формує сучасний комунікаційний процес: саме він свого часу спровокував появу принципово нового виду засобів масової інформації – мережових ЗМІ.

Цифрові технології спричинили справжній бум розвитку сучасної журналістики. Друковані видання замінили інтернет-видання та соціальні мережі, з'явилися нові форми комунікації. На сьогодні інтернет – це комп'ютерна мережа, що зберігає великі масиви інформації з усього світу, сприяє обміну та оперативному поширенню інформації. Завдяки інтернету функціонують нові медіа, а люди з усього світу мають можливість комунікувати один з одним на відстані.

Актуальність дослідження визначається необхідністю дослідити історію розвитку інтернет-журналістики, визначити особливості українського контенту сучасності.

Метою наукового дослідження є визначення особливостей українського контексту у сучасній інтернет-журналістиці.

Визначена мета передбачає **вирішення наступних завдань:**

- вивчити історію становлення інтернет-журналістики в Україні;
- з'ясувати специфіку інтернет-журналістики в сучасному суспільстві;
- проаналізувати розповсюдження української тематики світовими ЗМІ в контексті війни в Україні;
- дослідити медіаландшафт тимчасово окупованих територій України;
- проаналізувати тематику українського контенту в інтернет-медіа.

Об'єкт дослідження контент про Україну у світових та вітчизняних інтернет-медіа

Предметом дослідження є специфіка подання української тематики в умовах воєнного стану у вітчизняних та міжнародних інтернет-медіа.

Методи дослідження. При проведенні дослідження ми послуговувались такими методами наукового пізнання, як аналіз, синтез, статистичний та описовий методи. Також було використано порівняльно-історичний, аналітичні методи класифікації й типології. Методи синтезу та узагальнення дозволили сформулювати висновки на основі зібраного та описаного матеріалу. Порівняльно-історичний метод використовувалися з метою аналізу та систематизації даних щодо становлення та розвитку інтернет-журналістики. Класифікація й типологія використовувались для конкретизації тематичних та типологічних особливостей висвітлення української тематики. Описовий метод ми використали для представлення та обґрунтування результатів дослідження.

Джерела дослідження. Питанням зародження та функціонування української он-лайн журналістики варто шукати серед праць наступних науковців: А. Данилюка, Т. Крайнікової, Ю. Сови, Ф. Грозданова, О. Каплій, О. Колісник, Ю. Костигової, О. Коцарева, О. Самуляк.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що здійснено аналіз становлення інтернет-журналістики та вивчено особливості подання українського контенту в умовах воєнного стану.

Теоретичне та практичне значення одержаних результатів. Одержані результати сприятимуть дослідженню сучасної української історії в інтернет-журналістики, доповнять здобутки науковців у вивченні сучасних медіа.

Апробація результатів кваліфікаційної роботи. Основні результати дослідження представлено у доповіді «Розповсюдження української тематики світовими ЗМІ в контексті війни в Україні», яку виголошено на II Міжнародному науковому симпозіумі «Соціальні комунікації: виклики сьогодення (до Дня журналіста)» (6 червня 2024 року).

Структура кваліфікаційної роботи. Робота складається зі вступу, трьох

розділів, що містять 6 підрозділів, висновків, списку використаних джерел (25 позиції) та додатків. Загальний обсяг роботи – 66 сторінок, список використаних джерел подано на 3 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ІНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛІСТИКА ЯК НОВА ФОРМА УНІВЕРСАЛЬНОГО МЕДІА

1.1. Становлення інтернет-журналістики в Україні

Нині в наукових колах є дискусивним питанням щодо зародження та основних віх розвитку української інтернет-журналістики. Доведено, що в більшості виникнення електронних ЗМІ сприяло необхідності задоволення інформаційного голоду та потреб українського суспільства. До найпоширеніших ЗМК нової ери була мережа. Інтернет-журналістика зарекомендувала себе як базову складову частину інформаційної сфери сучасного світу. Історія онлайн-журналістики розпочинає шлях свого становлення із сайтів новин, які спровокували народження інтернет-ЗМІ наприкінці 90-х рр. XX ст. Із часом вони почали перевищувати рейтинги традиційних ЗМІ.

Українська журналістика нині існує на етапі перехідного періоду тому, що виникає велика кількість мережевих комунікаційних платформ, що диктують динаміку розвитку інтернет-журналістики, а й через глобальне переформатування мас-медіа, що відбувається дуже швидко, і, подекуди, українські журналісти і споживачі не готові до них. Поява та розповсюдження мережі є однією з найважливіших подій у світовій комунікативістиці. Саме Інтернет володіє низку специфічних комунікаційних родзинок, що формує сучасний комунікаційний процес: саме він свого часу спровокував появу принципово нового виду засобів масової інформації – мережевих ЗМІ.

Вбачаючи необхідність дослідження описаної вище проблематики, ми звернулись до низки наукових праць та позицій, що прямо чи опосередковано стали джерелом наукового дослідження. До аналізу останніх досліджень і публікацій відносимо праці вітчизняних та зарубіжних науковців, таких як: І. Биков, Дж. Гол, Ф. Грозданов, О. Гусак, А. Данько-Сліпцова, Л. Коханова, М.

Колесникова, Р. Крейг, Б. Потятиник, М. Чабаненко та інші.

Питанням зародження та функціонування української он-лайн журналістики варто шукати серед праць наступних науковців: А. Данилюка, Т. Крайнікової, Ю. Сиви тощо.

Дослідження Ф. Грозданова, О. Каплій, О. Колісник, Ю. Костигової, О. Самуляк присвячені типологізації онлайн-видань.

Відшукати детальну інформацію про перші українські он-лайнові ЗМІ надзвичайно непросто, а тим паче знайти їх реальні приклади. І не так часто з практичної точки зору науковці занурювались у вивчення саме в український аспект. Початок детального вивчення стартував відносно нещодавно, але й пояснюємо ми це тим, що вітчизняна мережева журналістика молода сфера діяльності порівняно зі світовими. У першу чергу, в Україні інтернет-журналістика як сфера діяльності довгий час не сприймалася всерйоз. По-друге, мережевий простір перенасичений інформативно, що обумовлює привернення уваги тільки на те, що відбувається нині, але занурюватись у минулі події. Тож варто наголосити на тому, що необхідно систематизовувати матеріал для того, аби окреслити параметри розвитку саме української мережевої медіасфери.

Проблемним виявились пошуки історіографії української інтернет-журналістики, адже сама мережа як інформаційне сховище не реагує на нього, видаючи на первинних щаблях сайти з інформаційно порожнім контентом (на кшталт заснування у 1992 році першого виключно українського домену з кодом країни UA). Також не існує переліку вітчизняних веб-сайтів, що окреслювали б хронологію заснування сайтів у мережі. Переважна кількість сайтів наголошують точкою відліку свого існування називають етап свого старт-апу, а не загалом час виникнення UAнету. Подібної інформації ми не знаходимо сайті інтернет-асоціації України, який вважаємо практично першоджерелом інформування про розвиток мережі в Україні; сайт ТОВ «Хостмастер не містить таких інформаційних ресурсів також. Звернувшись до цього сайту розрахунок робився на те, що саме він здійснює послуги щодо «адміністрування і супутнього супроводження домену UA та публічних

доменів у ньому» [20, с. 23].

Щоправда, звернувшись до Національного реєстру електронних ресурсів, ми віднаходимо 274 найменування електронних варіантів друкованих видань станом на сьогоднішній день, 27 назв сайтів, що безпосередньо стосуються телебачення, 23 назв радіостанцій, що мають аналог і у традиційних ЗМІ, а також 97 назв мережевих видань, що є офіційно зареєстрованими. Та очевидним є те, що це не повний перелік і історичної хронології, він таки не дає для розуміння всіх сходинок розвитку української мережевої- журналістики.

Історія українських онлайн-видань датується 1990-ми роками, і, як зазначалось вище, перший домен став важливим етапом. Станом на сьогоднішній день існує низка інтернет-видань, які уже мають і електронний, і паперовий аналоги, тобто існують на межі синтезу мережевих та традиційних ЗМІ. Але існує перелік видань, що не мають друкованої традиційної версії, але мають домен і успішно функціонують на ньому, забезпечуючи українців необхідною інформацією.

Після заснування вітчизняний домен відкрив шлях мережевій журналістиці. У 1995 році засновано сайт Верховної Ради України (www.rada.kiev.ua), що відображає перелік українських інтернет-ресурсів за той період, надаючи хоч якусь хронологію. Мирослава Чабаненко описувала його пере-ліком із «29-и київських сайтів, 5-и одеських, 3-х дніпровських, 13-и харківських, 2 миколаївських, 11 львівських, 4 сімферопольських, 3 вінницьких, по одному сайту мали Донецьк, Івано-Франківськ, Ужгород, Чернівці, Хмельницький, Луцьк, Вінниця, Херсон і Тернопіль. Належали вони, здебільшого, технічним, науковим організаціям, установам освіти або структурам державного управління. Викликає цікавість ProMedia Information & Press Center, який містив інформацію про український медіасектор. На одній зі сторінок сайту є п'ять розділів: інформаційні агентства, газети, журнали, телебачення і радіо. Всі вказані там ЗМІ не молодші 1995 року заснування, це дає підстави думати, що список саме того року і складався. Назви мережевих ЗМІ не позначаються взагалі, отже, їх іще й не було» [19].

Нині, звичайно, картина набагато більша і потужніша, скільки мережеві видання все частіше викликають довіру в українців, їх щільність та кількість зростає і потребує нових досліджень. Вагомим етапом у розвитку вітчизняної мережевої журналістики сучасні науковці вважають виникнення сайту «Гала Радіо», що було одним із найпопулярніших наприкінці 90-х рр XX століття та початку 2000-х рр. XXI століття. Також кінець XX ст. та початок нашого ознаменувався потужним сплеском виникнення електронних аналогів у мережі усіх ЗМІ, що були прогресивними та розуміли, що це сприятиме збільшенню їх споживацької аудиторії. «Дзеркало тижня» (1994), «Сьогодні» (1998), «Інтерфакс-Україна» (1998), «1+1» (1998), «Люкс FM» (1999), «UAToday» (1999), «ProUA» (1999), «Магнолія-ТБ» (1999). Але найбільший всплеск припав на початок 2000х-років: «Радіо Такт», «новий канал», «СТБ», «ICTV».

Сучасна картина так само демонструє широкий спектр функціонування в медійному інтернет-середовищі великої кількості ЗМІ: «UАрадіо», «ХітFM» та інші.

Як і в кожній країні, інтернет-видання нашої держави мають низку недоліків і переваг. Вони застосовують різні прийоми зацікавлення аудиторії, що діють як на психологічному, так і на емоційному фоні. «Інтернет-видання, що прагнуть демонструвати професійні підходи в роботі, можна впізнати за великою інформаційною насиченістю, частим оновленням матеріалів і певною побудовою сайту. У таких виданнях центральне місце займають новини та сторінки, що розбиті на блоки. Важливим аспектом є наявність останніх новин і, безперечно, архіву. Не обходиться електронне-видання, звичайно, й без реклами» [16].

Варто проаналізувати типологію вже традиційних мережевих ЗМІ в Україні. Першочергово варто звернути увагу на інтернет-телебачення. Перша типологічна ознака таких сайтів – це рівень відвідуваності, що завжди є високим. Це диктує параметри ставлення до написання та виробництва контенту, інформаційної підтримки. До передач пишуться короткі рекламні

анонси. А авторські передачі мають власний розділ, а найтипівіші міні-сайт. Практично всі сайти розподілені рубрично, де знайти можна практично все: від анонсів до відомостей про штатних журналістів. Яскравим на прикладом є сайти холдингу «1+1 медіа» ([http:// www.1plus1.tv](http://www.1plus1.tv)), де висвітлено інформацію не лише про «зірок», але і про сірих кардиналі, які безпосередньо керують процесом. Веб-сайти телекомпаній проходять шлях становлення до самостійних інтернет-порталів. Нині сайти, чати, форуми забезпечують спілкування користувачів у режимі реального часу. Тут фактично подано підбірку новин, що містить не невеликий обсяг інформації, яка може і не входити в перелік теленовин каналу.

Уваги заслуговує сайт «5 каналу». Тут представлена пристойна кількість форумів, чатів, відеоархівів, але порівняно з тим наявна кількість і друкованих архівів. Інтернет-телебачення тут синтезується з аудіовізуальної інформацією та друкованою, тобто перевага віддана сучасному журналістському широкоформатному гіпертекстову. Така динаміка стимулює розвиток сайту та схильність користувача мережі саме до аудіо- візуальної інформації, яка є найбільш зручною. До динаміки розвитку майбутнього інтернет- телебачення в нашій державі є те, що починає з'являтися і у мережах інших країн. «За повідомленням сайту «НТА» (www.nta.com.ua), етапною подією у функціонуванні інтернет-телебачення США став руйнівний ураган у серпні 2005 року. За тиждень 50 мільйонів відеосюжетів про цей ураган переглянули 4,6 мільйонів унікальних користувачів» [14, с. 322].

Другим важливим ЗМІ є Інтернет-радіо. Саме це вид ЗМІ ґрунтується на нетекстовій формі комунікації, а саме аудіальній комунікації, яка спроможна викликати враження та збуджувати увагу слухача. Центральною проблемою інтеграції радіо в мережу стала передача змісту повідомлень. На думку сучасних фахівців, «шлях передачі аудіоінформації через гіпертекст можна назвати радше створенням інтернет-бюлетеня радіостанції, ніж способом інтеграції радіо в Інтернет. Абсолютна більшість сайтів українських радіостанцій надають можливість слухати їхні передачі в режимі RealAudio»

[5].

Аудіо-інформація в мережі нашої держави є так само доступна, як і в інших країнах. На думку дослідників, в Україні «першими масовими аудіо-матеріалами українського Інтернету можна вважати так звані «записи Мельниченка», що з'явилися восени 2000 року у вигляді звукових файлів на дуже багатьох сайтах» [5]. З історичної точки зору найвідомішими радіо сайтами були «Громадське радіо» та «Радіо Панорама», але наразі їх уже не має у медіа просторі. Це були не лише звукові файли передач, на кшталт аналогів друкованих версій, а файли що функціонували на як портал реального часу. Подібними були наприклад такі ЗМІ, як: «Радіо Ера», «Радіо 5», «Радіо Київ» тощо. «Суто мережевих інтернет-радіо, які не мають офлайнових аналогів, на відміну від сайтів інтернет-телебачення, нині досить багато Переважно це музичні радіостанції як-от «Музон» (www.muzon.com), «Ненаше радіо» (www.nenashe.te.ua), «Галактика» (www.galaktika.kiev.ua) тощо» [20, с. 323].

Третім, але не останнім ЗМІ за параметром важливості є Інтернет-преса. Основна перевага – широкоступність. Мережеву версію практично будь якої газети можна знайти там. Це про стимулювало створення великої кількості інтернет- видань. Але одна з основних проблем ґрунтується на тому, що інтернет-версія видання – це заміна паперового носія була принципово необхідна у ХХІ столітті на електронний. Створення сайту, безперспективний шлях лише тоді, коли самі медіавники не простимульовані у розвитку ЗМІ та процесу комунікації. Варто зазначити, що саме український сектор мережі є прикладом інтернет-аналогів. Але разом із тим не варто списувати з рахунків паперові газети, які досить стабільні на ринку медіа.

Інтернет-пресу розподіляється на дві центральні групи – інтернет-газети й інтернет-журнали.

Інтернет-газети, або видання нині термін широкого ужитку. Наприклад, «Google» реагує на побідний запит «інтернет-газета», видає близько 7867 сайтів, що вживають таке словосполучення. До найуживаніших українських сайтів, що визначають себе як інтернет-газети, належать: «ForUm», «Дзеркало

тижня», «Версии.com», «Мама.юа», «ТАК!», «Вголос», «Обозреватель. ua» тощо.

Інтернет-журнали – явище набагато рідкісніше, яке реалізоване в нашому медіапросторі приблизно обсягом 830 посилань. До них можна віднести: «Новий український огляд (www.nuo.org.ua), «Нового українського огляду», «Мій малюк», «Кроша», «Платформа», «MOLODI. IN.UA», «Наталі» тощо.

Суміжними рисами, але не повністю спільними можна назвати такі:

- 1) перевага аналітичних доводів;
- 2) наявність художньо-публіцистичних жанрів у новинній інформації;
- 3) системна періодичність.

Недійний простір України також окреслено низкою сайтів, що відрізняються потужною оперативністю. Наприклад, це «Кореспондент.net» (www.korespondent.net) або «Новини України» (www.novyny.org.ua) etc. Інформаційне оновлення тут відбувається подібно до інформаційних агентств – раз на годину мінімум. За аналогією до їх функціонування вони більше відносяться до комунікаційного режиму оффлайн, наприклад, крізь призму реалізації дайджестовість або орієнтування на широке коло споживачів, чи контент- наповнення сайтів інших редакцій.

На думку О. Коцарева, така група сайтів мусить бути визначена як «новинарні сайти, що в оперативному режимі (не менш одного поновлення на годину) збирають, препарують і поширюють масову соціально значущу здебільшого друковану інформацію про події та явища суспільно- політичного, економічного і культурного життя в матеріалах переважно інформаційних жанрів. Фактично такі сайти містять головно друковану інформацію, проте в перспективі О. Коцарев не вбачає жанрових перешкод для активного використання в них аудіо- й аудіовізуальної інформації, а відтак не відносить новинарні сайти до друкованих інтернет-ЗМІ [5, с. 323]. Як бачимо, сучасні науковці все більше вдаються до трактацій та класифікацій, Описів інтернет- сайтів як провідної комунікаційної платформи.

1.2. Специфіка інтернет-журналістики в сучасному суспільстві

Безумовно, останнім часом жоден інший винахід людства не змінює сприйняття сучасної людини як самої інформації, так і процесу обміну нею так, як Інтернет. Всесвітня мережа вже давно перестала бути розвагою чи необхідністю лише виконання певних робочих завдань. Це повноцінна реальність, в якій живе сучасна людина. А отже, і активний користувач та споживач продуктів роботи та творіння журналістів.

Очевидно, що з огляду на широку популярність сучасних смартфонів та планшетів все більша кількість людей дізнається новини саме з Інтернету. Адже це зручно і швидко. Дедалі частіше в новинах по телевізору ми можемо почути посилання на певну соціальну мережу як джерело інформації. Однак це лише малий прояв інтернет-журналістики. Водночас цей феномен є значно ширшим та складнішим для розуміння його сутності та змісту з точки зору соціальних комунікацій.

Сучасний стан вивчення інтернет-журналістики вказує на те, що існує низка вітчизняних та закордонних праць, в яких містяться певні напрацювання стосовно дослідження кола питань у медійному секторі Всесвітньої мережі.

Грунтовні напрацювання з урахуванням специфіки української інтернет-журналістики є в працях вітчизняного науковця Б.Потятиника [17]. Проте слід зазначити, що кожен із дослідників робить акцент у своїх роботах на певному прояві чи функції інтернет-журналістики. Наприклад, на можливостях мережі для пошуку інформації чи етичній складовій професії журналіста. У той час як оминається увагою чітке усвідомлення та узагальнення саме специфіки цього феномену як явища в сучасному суспільстві.

Ми цілком погоджуємося зі словами дослідника О. Калмикова стосовно того, що: «Було б дуже просто визначити інтернет-журналістику лише як журналістику, яка використовує нові технологічні можливості. Однак є вагомі підстави припускати, що в образі інтернет-журналістики ми маємо справу з якісно новим культурним і цивілізаційним феноменом. Цей висновок

напрошується хоча б з того, що Інтернет спочатку породив інтернет-журналістику де-факто, а вже потім журналістика стала опановувати Інтернет як середовище своєї професійної діяльності і визнала Web-журналістику де-юре» [17, с. 9].

Таким чином, дослідник наголошує на тому, що практичний розвиток інтернет-журналістики передував теоретичному осмисленню та вивченню цього явища.

Водночас вітчизняний дослідник Б. Потятник пропонує таке розуміння цієї категорії: «Інтернет-журналістика, відповідно, означає ще вузький медійний сектор, пов'язаний із незалежним висвітленням фактів і подій, їх інтерпретацією, аналізом, оцінками тощо. Сюди не входять реклама та PR. Інтернет-журналістика передбачає діяльність згідно із стандартами професії (збір, перевірку інформації, підготовку та подачу матеріалів). При цьому беремо до уваги продукування нової інформації» [17].

Інтернет-журналістика – це четвертий різновид журналістики, який виник та існує в мережі Інтернет і пов'язаний з тим, що результати роботи журналістів з інформацією оприлюднюються в першу чергу у Всесвітній мережі. Блогосфера не завжди, але все ж таки може бути частиною інтернет-журналістики. Все залежить від контексту та спрямування блогів.

Як уже зазначалося вище, інтернет-журналістика має пряме відношення до сайтів, на яких публікується журналістська інформація. Тому доречно перед тим, як перейти до вивчення специфічних рис інтернет-журналістики, описати різновиди інтернет-ЗМІ.

Так, зокрема, їх можна поділити на професійні, інтернет-версії офлайн видань та соціальні ЗМІ.

Професійні інтернет-ЗМІ – це сайти, які регулярно публікують новинні повідомлення, написані співробітниками редакції цього сайту. Як правило, для професійних ЗМІ характерна досить жорстка структура тематичних рубрик. Також існують інтернет-версії офлайнових ЗМІ, тобто це сайти ЗМІ, які спочатку створюють контент не для Інтернету, а вже потім транслюють його в

мережі. І третій вид – це соціальні ЗМІ – сайти, на яких публікують і коментують повідомлення зареєстровані користувачі цих сайтів [11].

Очевидно, що така класифікація не претендує на абсолютну істинність, адже межі між цими видами є нечіткими, і залежно від контексту повідомлення та поведінки аудиторії той чи інший сайт можна віднести до іншої категорії.

Водночас науковці пропонують медійні інтернет-ресурси поділити таким чином:

- онлайн-версії традиційних ЗМІ (газет, телеканалів тощо);
- самостійні онлайн-видання (створення для функціонування спеціально в Інтернеті);
- цифрові ЗМІ (розповсюджуються у форматі PDF);
- інформаційні портали (великі сайти, що включають в себе стрічку новин);
- інтернет-радіо, інтернет-ТВ (сайти, що надають відеоогляди, які транслюють теле- або радіоканали);
- інформаційні агентства (компанії, які спеціалізуються на оперативному наданні інформації);
- агрегатори новин (сервіси перегляду новин, як Google News);
- соціальні медіа (блоги, мікроблоги);
- спеціалізовані тематичні сайти (новинна колонка з певної тематики), сайти організацій [9, с. 27].

На нашу думку, така класифікація є більш розгорнутою і дозволяє той чи інший ресурс чітко віднести до того чи іншого типу. Для майбутніх досліджень такий поділ є корисним для якісного і кількісного аналізу як інформаційного наповнення сайтів, так і специфіки поведінки аудиторії, що читає цей контент.

Повертаючись до головної мети цього дослідження, слід зазначити, що, проаналізувавши масив інформації, який присвячений вивченню інтернет-журналістики, ми визначили такі ключові та специфічні риси й характеристики цього явища.

Отже, перша характеристика – це оперативність. Адже інформація на

сайтах може змінюватися щогодини і навіть щохвилини. І мова може йти про оперативне висвітлення вже не конкретного дня, а конкретних подій. У веб-виданнях немає таких понять як «випуск» чи «номер». Новини в мережі з'являються миттєво [4, с. 23].

Тобто швидкість оприлюднення інформації з місця події чи навіть просто певної інформації, відсутність чітко визначених та запланованих випусків чи номерів є однією зі специфічних рис інтернет-журналістики.

Також, на відміну від газети, в Інтернеті немає обмежень щодо кількості і розміру фотографій.

Якщо вони здатні якісно і більш повно проілюструвати і пояснити про що йдеться в матеріалі – їх варто вставити в статтю. При цьому краще, щоб фотографія була такою, на яку користувач може натиснути з метою її збільшити та краще розглянути подробиці [4, с. 25]. Таким чином, другою специфічною рисою інтернет-журналістики є мультимедійність.

Уточнимо, що під мультимедійністю розуміється уявлення різних за своєю природою форматів інформації в одному медійному джерелі. Такими форматами можуть виступати текст, звук, фото- і відеозображення [13, с. 162].

Таким чином, друга специфічна риса інтернет-журналістики пов'язана з тим, що будь-яке повідомлення можна доповнити необмеженою кількістю фотографій та відео. І чим краща якість такої мультимедійної інформації – тим більша ймовірність, що матеріал стане популярним і його побачить більша кількість користувачів. Адже зображення сприймаються людиною швидше, ніж текст, на який треба витратити більше часу та уваги.

Третя специфічна характеристика інтернет-журналістики, яку ми визначаємо – це конвергенція. Суть поняття «конвергенція» найкращим чином передає термін «злиття». По-перше, це злиття технологій, яке дозволяє різним технічним носіям – кабельним або телефонним мережам, бездротовому супутниковому зв'язку – доставляти інформацію користувачеві або споживачеві. По-друге, конвергенція – це злиття досить віддалених і роз'єднаних засобів масової інформації. Тепер можливі такі форми об'єднання,

як радіо і телебачення в Інтернеті, відеофільм на компакт-диску, стрічка новин на мобільному телефоні тощо. У результаті у користувача з'являється можливість отримувати однакові інформаційні продукти різними каналами – все це радикально змінює колишні уявлення про канали комунікації та інформації» [10, с. 6].

Тобто третя специфічна характеристика має безпосередній зв'язок з другою рисою – мультимедійністю. Проте відрізняється масштабістю та має вже стосунок не до можливостей наповнення інформації різними фото та відео, а саме до злиття та поєднання різних каналів сприйняття інформації.

Четверта специфічна характеристика також має стосунок до зазначених вище – це інтерактивність.

На нашу думку, технічні можливості дозволяють керувати навіть цією інтерактивністю. Наприклад, за бажання керівництва сайту можна створити стрічки з можливістю залишати коментарі, створити окремий форум або навіть сторінку для обговорення. А можна просто залишити контакти для надсилання електронних листів. Проте бажання зберегти читача та аудиторію диктує необхідність створити умови для того, щоб кожний міг швидко та публічно висловити свою думку з приводу побаченого чи почутого у вигляді коментарів.

Стосовно наступної специфічної риси інтернет-журналістики, то вона стосується вже особливостей текстової подачі інформації. Так, п'ята специфічна характеристика – це те, що це журналістика малих (за обсягом) форм. Адже, справді, важко уявити собі людину, яка буде читати онлайн-твір більше ніж 8–10 тис. знаків. Крім того, бажано, щоб матеріал був розподілений на короткі конкретні блоки з підзаголовками і використовувалися доступні засоби виділення (напівжирний шрифт, курсив, підкреслення, марковані списки), які пожвавлюють текст і можуть посилити найбільш значущі моменти. Слід пам'ятати, що в Інтернеті журналіст пише не текст, а гіпертекст» [8].

Ця специфічна риса стосується також специфіки мислення сучасної людини, яка все частіше використовує «фрагментарне» мислення, тобто зосереджується на чомусь лише декілька хвилин чи навіть секунд. Тому якщо

журналістський матеріал і буде для читача цікавим, але довгим – дуже висока ймовірність, що сайт втрачатиме свою аудиторію. Із зазначеною вище характеристикою пов'язана шоста риса – це гіпертекст.

Слід уточнити, що цей термін увів в обіг у 1965 році програміст, математик та філософ Т.Нельсон. Він означає: «... документ, що створений із відносно невеликих фрагментів тексту таким чином, що ці фрагменти можна читати не в одному, раз і назавжди визначеному порядку, а різними шляхами. Читач сам здатний прокладати маршрут по тексту за допомогою гіперпосилань (лінків). Головною рисою гіпертексту є відсутність неперервності, стрибків, неочікуване переміщення позиції користувача» [14, с. 15]. Тобто, гіпертекст – це надтекст, який піднімається над звичайним, щоб відвести читача на інший бік друкованої сторінки [14, с. 248].

Отже, можна зрозуміти, що гіпертекст не є чимось новим та таким, що має відношення лише до цифрового виміру життя сучасної людини. Адже будь-яке посилання на інше джерело інформації (як то, наприклад, в енциклопедії чи словнику) – перетворює текст на гіпертекст. Проте якщо для друкованих ЗМІ це є не визначальним та не вимагається, то в Інтернеті це є необхідністю, що й визначає специфіку інтернет-журналістики.

Водночас не можна вважати, що посилання у тексті є визначальними в описі специфіки гіпертексту. Так, сучасний російський літературознавець М. Візель вказує на складність цього явища і коментує цю дефініцію таким чином: «У цьому визначенні необхідно підкреслити три основні характеристики гіпертексту. Це:

- дисперсність структури – інформація репрезентується у вигляді невеликих фрагментів-гнізд і «увійти» до цієї структури можна з будь-якої ланки;

- нелінійність гіпертексту – читач відтепер вільний (змушений) сам обирати шлях читання, створюючи при цьому свій текст. Така ситуація унеможливорює класичну літературну критику: гіпертекст «розчиняє» ту тверду фіксованість тексту, яка є фундаментом теорії і практики нашої критики.

Критик у принципі не може прочитати гіпертекст цілком, це «непрочитаний (readless) текст»;

– різномірність і мультимедійність, тобто застосування всіх засобів впливу на споживача-читача, які тільки технічно можливі у такій системі (саме це позначено словами «розширені роботи» (expanded works) – від чисто літературних (вибору наративної стратегії і стилістики) через видавничі (шрифти, верстка, ілюстрації) і аж до найскладніших комп'ютерних (звук, анімація, відсилання до інших, нехудожніх матеріалів) [16, с. 100]».

Слід зазначити, що не з усіма характеристиками специфіки інтернет-журналістики ми погоджуємося. Ми не виокремлюємо реальну аудиторію як специфічну рису інтернет-журналістики. Адже, як будь-який інший вид журналістики, він існує для живих людей. Просто у Всесвітній мережі, з огляду на технічні можливості, дуже легко створити демографічний профіль читача чи глядача. Але це вже стосується аналітичного боку роботи сайту та маркетингу, а не самої журналістики.

Висновки до розділу. Українська інтернет-журналістика як феномен починає етап свого становлення в період з 1994 року, беручи своє коріння від американських щоденних газет, які всередині 90-х років минулого століття почали підключатись до мережевих серверів та захоплювати електронну сферу комунікації.

Сьогодні інтернет-журналістика неупинно розвиває свої обрії, формуючи нові категорії, новітні підходи до формування комунікаційного процесу та інформаційного поля, відшукуючи нові формати видання та підкорення електронної інформаційної площини. Варто наголосити, що підкорення вершин інтернет-журналістики за стандартами друкованих ЗМІ є принципово неможливим. Обумовлено це тим, що першочергово кількісно відрізняється аудиторія, по-друге, мережа потребує докорінно іншого стилю, тобто інформаційної адаптації для сприйняття крізь призму екрану.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ ПОДАННЯ УКРАЇНСЬКОГО КОНТЕНТУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

2.1. Розповсюдження української тематики світовими ЗМІ в контексті війни в Україні

Згідно з дослідженням, щодо протидії наративам пропаганди росії про Україну у Західних медіа, інфопростір країн тою чи іншою мірою піддається впливу росії, хоча ЗМІ й розуміють, що рф є державою-терористом.

Так, були проаналізовані новини та інші публікації щодо подій в Україні у 36 країнах світу. Серед держав, які найбільше піддаються впливу пропаганди рф, опинилися 5 Європейських країн.

За висновками, які зробили дослідники, влада рф прямо або опосередковано контролює більшу частину ЗМІ Угорщини. Тому місцеві медіа активно просувають наративи про те, що країна за жодних обставин не має допомагати Україні у війні та відмовлятися від тісного співпрацювання з рф заради підтримки українців.

Характерним також є те, що в Угорщині дуже часто прослідковується антизахідна риторика та критика європейських санкцій проти росії, де красномовно вказують на їх недієвість та безглуздість. Основну частину цих наративів поширюють саме провладні громадські медіа, які складають більшу частину засобів масової інформації країни. А тому незалежні медіа, які виказують протилежну думку, просто не можуть збалансувати загальну картину інфопростору.

Крім цього, проросійські ЗМІ активно просувають у маси дезінформацію про стан угорського населення в Україні. У основній лінії маніпуляцій використовуються наративи про «мовні утиски» та мобілізаційні заходи. Так, згідно з їх риторикою, українська влада масово мобілізує корінних етнічних угорців до лав Збройних сил України, що, звичайно, не відповідає дійсності.

Проте, незалежна частина угорських ЗМІ, попри постійне придушення, намагається протистояти проросійським медіа, висвітлюючи правдиві факти та розвінчуючи міфи, які поширює влада рф.

Франція зайняла нейтральну позицію у якій медіа намагаються «балансувати», час від часу публікуючи висновки та твердження російських політиків та псевдоекспертів-пропагандистів. Так, у французьких ЗМІ неодноразово публікувалися коментарі посадовців рф, як спеціально запрошених гостей. Найчастіше це були спікер посольства росії у Франції Олександр Макогоном та віцеспікер держдуми рф Пьотр Толстой.

Пояснюється ця позиція тим, що неможливо уникнути російської пропаганди через широку сітку дезінформації, яку вони розкинули по всьому світу. А тому важливо оприлюднювати наративи, через які здійснюються маніпуляції.

За висновками дослідників, уявлення французів про те, що відбувається в Україні, сформували саме російські кореспонденти, які є представниками «м'якої сили» в економічно-культурній сфері дипломатії. Адже у Франції критично не вистачає осіб, які можуть говорити від імені українців у інтернет медіа та телевізійному просторі, щоб нівелювати пропаганду. Але важливо враховувати й те, що значний пласт суспільних дискусій у Франції відбувається через Twitter, де Україна майже не має представників, які б відстоювали українські позиції. Водночас росія успішно користується цим становищем, навіть попри те, що russia Today і Sputnik були заблоковані санкціями проти рф. Так, російські наративи активно просувають через нове провладне видання Omerta.

Значна частина інформації про події в Україні висвітлюються німецькими кореспондентами, які особисто приїздили у зони бойових дій та контактували з українськими експертами, військовими, речниками та представниками ЗМІ. А тому багато уваги приділяється саме військовій та гуманітарній підтримці України.

Проте, російські наративи присутні в німецьких медіа. Зокрема, вплив відбувається через заклики проросійських інтелектуалів, які наполегливо наголошують на необхідності досягнення миру в Україні «будь-яким шляхом». Крім цього, у Німеччині:

- часто наполягають на тому, що Україна – це корумпована держава, повністю ігноруючи прогрес, якого було досягнуто за останні роки;
- називають утиском ситуацію з православною церквою рф;
- пропагують кремлівські наративи про особливу роль росії у перемозі над фашизмом та ідею про «велику культуру рф», яка ніяк не пов'язана з путінським режимом.

Втім, публічні маніпуляції рф щодо залежності Німеччини від російських енергоносіїв не виправдали себе, а тому німці перестали негативно ставитися до антиросійських санкцій.

За висновками дослідників, Італія сконцентрована на розв'язанні внутрішніх проблем держави. А тому в новинах про Україну акцентують лише на найважливіших подіях або питаннях, які безпосередньо пов'язані з місцевими інтересами. Крім цього, в Україні дуже мало італійських кореспондентів. А тому в їх інфопросторі відчувається гостра нестача актуальної інформації про реальний стан речей в Україні.

Важливо зазначити й те, що італійські бізнесмени, які втратили частину доходів через санкції проти рф, активно поширюють наративи про «досягнення миру будь-якою ціною». А тому у медіа відстежується російська риторика, яка закликає до «примирення братських народів». Крім цього, іноді ЗМІ подають окупацію українських територій, зокрема Криму, як «народне самовизначення», намагаючись порівняти регіон з Південним Тиролем.

Громадяни та представники влади Латвії дуже підтримують Україну від самого початку повномасштабного вторгнення. Місцеві ЗМІ активно запрошують українських експертів й журналістів, та багато уваги приділяють актуальним подіям та ситуації на фронті. Важливо й те, що найчастіше

запрошують експертів, які виступають, як політики й мають чітку сформовану позицію щодо рф, наприклад, Олексія Орестовича або Дмитра Гордона.

Проте, головною перешкодою є те, що 40% населення країни є російськомовним. А тому, спілкування з українськими представниками відбувається саме російською мовою. Крім цього, саме через мовний бар'єр та те, що ЗМІ користуються російськомовними джерелами, у латвійський інфопростір часто потрапляють російські наративи.

Також, через це, у Латвії досить поширеною стала проросійська риторика щодо так званої «української русофобії», яка й стала причиною нападу росії, та спровокувала економічний занепад Латвії через допомогу Україні. Тож деякі медіа намагаються стати посередниками у спілкуванні українських біженців з російськими іммігрантами, переслідуючи ціль «примирення братських народів».

Тож, на жаль, ми бачимо, що незалежно від рівня підтримки України конкретною державою, російська пропаганда знаходить спосіб просочитися до інфопростору країни. А тому медіа мають більш пильно ставитися до наративів, якими успішно маніпулює влада рф.

Проаналізувавши 65 публікацій від 10 міжнародних ЗМІ, можна сказати, що інтерес до «українського» припадав найбільше на березень місяць, найнижча активність була зафіксована у липні. Справа не тільки у читачах, але й у кількості матеріалів про українське мистецтво. На передній план найбільше виходять події з лінії фронту та історії українців, що евакуювались з окупованих нині територій. Втім, українська культура та історія завжди присутня на порядку денному. Через просування літератури, музики та кіно, журналісти, експерти та блогери, намагаються розповісти про історію України та її тривалу боротьбу проти російського терору.

У виданні The New York Times ще у перші тижні повномасштабного вторгнення опублікували статтю журналіста, мистецького критика Джейсона Фараго під назвою «Війна в Україні – справжня культурна війна» [1]. У своїй роботі він згадує про те, як росія нищить українську культурну спадщину:

«Ризики для української культури – це більше, ніж просто збитки. Для президента росії України як такої не існує; він стверджує, що Україна – це радянська вигадка, що українська мова – це російське наріччя, що росіяни й українці – «один народ». І тому з лютого, власне, з 2014 року, коли вперше почалася війна на сході України, культурні прояви української незалежності були на хвилі» (переклад з англійської). Автор описує як саме стався сплеск розвитку культури України після Революції Гідності та порівнює з тим, як відновлюється культурне життя на звільнених з окупації територіях. «Усе це культурне бродіння сприяє сезону неймовірної хоробрості. У війні Україна доводить, що громадянське суспільство може змінити ситуацію проти переважаючої військової сили. Культурна влада – це справжня влада. Українська культура, як і зброя, підтримує всі наші демократичні мрії» [1].

Американське інтернет-видання «Literary Hub» від березня 2022 року публікує та аналізує уривки українських письменників та поетів, рекомендує літературу, яку слід прочитати в перекладі на англійську [25]. У добірках переважає проза, зокрема романи сучасних українських письменників і письменниць. Крім них також збірки поезій, оповідань та мемуари. Перекладачка та письменниця Кейт Цуркан, яка написала кілька статей за цією темою, у текстах захоплювалась українською поетичною класикою: «В українській історії багато трагічного, але, як показують книжки, український дух наповнений гумором та наполегливістю, що надихає читачів, за словами поета Володимира Сосюри, треба «любити Україну, як сонце» [14].

Мистецький фронт підтримують і видання у Європі. Так шведське медіа PEN/Orp опублікувало інтерв'ю Йоакима Медіна з українськими культурними діячами Софією Челяк та Олексієм Нікітіним [23]. Це один з прикладів інтерв'ю, де українці, що самі створюють мистецтво, намагаються розповсюджувати його закордоном та продовжують свою творчу діяльність попри все. Також в матеріалі йдеться про інших культурних діячів, які зараз волонтерять та про тих, хто зосередився на інформаційному фронті. На думку Челяк «після початку війни навіть у найпродуктивніших письменників

буквально не було слів. Деякі розуміли, що вони повинні зробити свій внесок у міжнародне висвітлення, тому дали інтерв'ю» [23]. Олексій Нікітін же вважає, що бойкот російської культури має бути особистим вибором кожного. Він розповів, що пише російською і, серед іншого, намагався розповісти росіянам правду, але після реакції на книжку про Революцію Гідності усвідомив, що «на росії нічого змінити не можна» [13].

Свою думку щодо бойкоту російського мистецтва висловили у статті «Союзник катів: Пушкін, Бродскій і глибоке коріння російського шовінізму» The American Spectator. Юрист з прав людини, дослідник у галузі збереження культурної спадщини, права та антропології Метью Омолеський у матеріалі досліджує російську культуру, що виховала катів, які вчинили злочини в Бучі, Ірпені та Маріуполі. Стаття присвячена Олександрові Кислюку, викладачу церковнослов'янської і грецької мови, історика та перекладачу, убитому в Бучі

5 березня 2022 року. Омолеський пише про імперські погляди та шовінізм Бродського у вірші «Щодо незалежності України» [18]. Він вважає, що дерусифікація України, її неприйняття російського суверенітету, російської культури викликали в Бродському протидію, що вилилася у вигляді цього вірша.

Про «зросійщення» світу століттями у статті для польського політичного журналу New Eastern Europe Кейт Цуркан пише «Українці закликають до культурного бойкоту російських митців. Чи готовий світ слухати?». Авторка цитує Володимира Винниченка: «російський ліберал закінчується там, де починається українське питання» та пояснює цю думку людям поза Україною. Крім того, Цуркан згадала відмову Софії Андрухович, Сергія Жадана, Любові Якимчук, Євгенії Кузнєцову та Катерини Бабкіної брати участь у Норвезькому літературному фестивалі через участь у програмі росіян: «В окупованому Херсоні розміщені білборди із зображенням Пушкіна та заявою про те, що «Херсон — місто з російською історією». Тож хіба не логічно відкинути особисту прихильність до Пушкіна і принаймні визнати, що він та інші діячі культури стали інструментами російської кампанії геноциду?» [7]. Вона

переконана, що навіть якщо українські митці надто зайняті боротьбою на передовій за ці цінності, не означає, що їхні голоси слід ігнорувати: «Оскільки війна триває, і її кінця не видно найближчим часом, залишається побачити, чи готовий світ співпрацювати з українцями як з більш ніж просто пасивними об'єктами страждань. Українці мають власну культуру та ідентичність, і настав час, щоб світ нарешті це визнав і прислухався до українських проблем» [24].

У досліджуваний період значно зросла кількість повідомлень, що стосувалися питань української армії, озброєння та обороноздатності. У медіа зображували їх не тільки у вигляді аналітичних текстів та репортажів, але й у вигляді карикатур на обкладинках друкованих ЗМІ та заголовків, які посилалися на українські літературні твори. Не менш актуальними стали проблеми вступу України до НАТО та співпраці із Північноатлантичним альянсом.

Публікації міжнародних ЗМІ, які були розглянуті, мали різний контекст. Перш за все треба виокремити повідомлення, що є нейтрально забарвленими, тобто такими, що містили лише факти чи виклад думок. Через культурну журналістику виявлено публікації, що характеризували події оцінкою «негативно», а кількість компліментарних матеріалів про події в Україні від 65 проаналізованих, становила всього 7. Подібного роду тексти з'являлися у The New York Times, The Guardian, BBC, Charlie Hebdo тощо.

Відсутність оціночних суджень та коментарів експертів у публікаціях ЗМІ може свідчити про те, що міжнародна спільнота передивилася своє ставлення до України та її проблем. Причиною тому може бути зменшення кількості контактів або скорочення дискурсу між українськими владними інститутами зі своїми західними партнерами.

Прагнення ворога знищити українську культуру та самотність навпаки привернули увагу світового суспільства до України. За даними соціального опитування CASES можна простежити чіткі очікування та побоювання, що вже сформувалися у представників української культурної спільноти. Основні з них - зміна пріоритетів, відхід культури на задній план у процесі відновлення

держави після війни, недостатність матеріального забезпечення культурних потреб [6]. Крім того, великі очікування покладаються на розповсюдження інформації про культуру України у світових медіа задля привернення уваги інвесторів, діаспори та громадян інших країн у подальшому, адже Україна все ще потребує уваги та підтримки для наближення перемоги.

У 2023 році зафіксовано спад активної уваги до нашої держави в міжнародних медіа. Про це поінформувала голова ГО Brand Ukraine Марія Липяцька під час презентації звіту організації про сприйняття України у світі в 2023 році.

«Якщо в перші місяці російського повномасштабного вторгнення необхідно було реагувати на інтерес в аудиторії та соцмережі, надавати верифіковану інформацію, то тепер потрібно йти до аудиторій з тими темами, які їм актуальні. Ми бачимо збільшення невоєнних тем. Серед ключових пошукових тем в Google до топ 10 про Україну увійшли три кваліфікаційні футбольні матчі, Еліна Світоліна, “Євробачення”», – розповіла Марія Липяцька, наголосивши, що бренд України має бути багатограним

За словами Липяцької, однією з основних тем, про які писали міжнародні медіа у 2023 році, був очікуваний контрнаступ України. Напад ХАМАС на Ізраїль 7 жовтня 2023 року перемістив фокус уваги медійників з України на Близький Схід. Проте, на думку дослідниці, попри спад уваги, «Україна залишилася впізнаваною і впливовою та входить до 15% найбільш впливових країн світу».

Керівниця аналітичної команди Brand Ukraine Тамара Новосельська поінформувала, що у 2022 році понад 50 млн статей у світових новинних ЗМІ та 450 млн згадок у соцмережах були присвячені Україні, тоді як у 2023 році згадуваність знизилася. На 20% зменшилася кількість публікацій у міжнародних ЗМІ, а на 42% – кількість обговорень у соцмережах.

Водночас, за словами аналітикині, це типово для сприйняття світом усіх війн. Так, на 60–80% знизився рівень уваги світових ЗМІ до війни в Сирії у 2013–2014 роках. «Інтерес до жодної новини не триває вічно. Знизилась

кількість публікацій про Україну, а пошукова активність світу про Україну в Google повернулась до рівня грудня 2021 року. Але навіть при цьому Україна в 2023 році була четвертою державою світу, за новинами якої слідкувало людство», – прокоментувала Тамара Новосельська.

Згідно з даними дослідження Brand Ukraine, серед двадцятки топтем у міжнародних новинних онлайн-медіа у 2023 році все-таки залишалися міжнародна підтримка та допомога Україні, західна зброя для України, ЗСУ, контрнаступ, обстріли українських міст. Водночас світові медіа цікавилися українською культурою та спортом та багато писали про досягнення у ці царині.

На думку Тамари Новосельської, попри те, що іноземні політики прагнуть маніпулювати начебто низьким рівнем підтримки України в їхніх суспільствах, більшість громадян країн-союзників досі висловлюються за допомогу Україні.

Кількість статей про Україну у провідних міжнародних онлайн-медіа в лютому зросла на 43% порівняно з січнем, а кількість згадок у соціальних мережах – на 48%. Про це свідчать дані медіамоніторингу ГО Brand Ukraine.

У лютому в провідних міжнародних онлайн-медіа про Україну було опубліковано понад 23 тисячі статей. Їх загальне охоплення склало 377 млн контактів.

42% оригінальних публікацій про Україну вийшло англійською мовою, 37% – німецькою, 10% і 11% – французькою та іспанською відповідно. Більше половини всіх охоплень склали англomовні публікації. (Додаток Б)

Найбільша кількість статей про Україну за день спостерігалась 23 лютого, напередодні другої річниці повномасштабного вторгнення Росії до України. Іншими подіями, які викликали сплеск уваги медіа до України, стали відставка Валерія Залужного, смерть російського опозиціонера Олексія Навального та міжнародна зустріч у Парижі на підтримку України.

При цьому російських спікерів у лютому цитували частіше, що зумовлено насамперед інтерв'ю Путіна Такеру Карлсону та смертю Олексія Навального.

В соціальних мережах – X, Facebook, Instagram, Youtube та Reddit – кількість згадок про Україну в лютому зросла на 48% порівняно з січнем, згідно з даними медіамоніторингової платформи Determ.

З огляду на частку голосу найбільш обговорюваною темою навколо України стала міжнародна підтримка – 28% статей. Друга річниця повномасштабного вторгнення, наступ РФ та битва за Авдіївку, антиросійські санкції та арешт російських активів, кадрові зміни у керівництві ЗСУ склали лише по 4–6% охоплень кожна.

Зокрема, у медіа обговорювали позицію експрезидента Дональда Трампа та республіканської партії США щодо допомоги Україні, нестачу боєприпасів для української армії. У західних медіа також акцентують на можливому розширенні агресії Путіна на інші країни, такі як країни Балтії або Польща. У лютому цей аргумент помітно посилювався в інфополі.

У фокусі уваги були також угоди про співпрацю України у сфері безпеки з Німеччиною, Францією, Данією, Канадою та Італією. Активну дискусію в медіа також викликала заява президента Франції Емманюеля Макрона на міжнародній зустрічі в Парижі про потенційну можливість відправлення військ до України.

У статтях до річниці повномасштабного вторгнення писали про масові акції у світі на підтримку України, фотовиставки на тему війни, історії українських військових та біженців, вплив війни на психічне здоров'я людей. Медіа відзначали стійкість українців, незламність їхнього духу, готовність до боротьби за свою свободу та трансформацію українського націоналізму й ідентичності, що ґрунтуються на протистоянні Росії.

Медіа також відзначали роль президента Зеленського як військового лідера та згадували про його розбіжності з Валерієм Залужним, Віталієм Кличком та представниками ЗМІ.

У німецьких медіа додаткову увагу приділили вбивству 17-річного українського баскетболіста Володимира Єрмакова в Німеччині, в іспанських –

смерті російського пілота Максима Кузьміна в Аліканте та постраждалим українським біженцям через пожежу у Валенсії.

У соцмережах у лютому найбільш обговорюваною стала тема допомоги США Україні. Іншими трендовими темами стали інтерв'ю Путіна Такеру Карлсону, антиросійські санкції та арешт російських активів, підтримка України країнами ЄС та Японією, друга річниця повномасштабного вторгнення, наступ РФ та бої в Авдіївці, втрати армії РФ в Україні.

Відзначимо, за даними моніторингу Brand Ukraine, у 2023 році зафіксовано спад активної уваги до України в міжнародних медіа. На 20% зменшилася кількість публікацій у міжнародних ЗМІ, а на 42% – кількість обговорень у соцмережах. Інтерес до України повернувся до рівня кінця 2021 року, вважають дослідники.

2.2. Дослідження медіаландшафту тимчасово окупованих територій України

2024 року медіа на тимчасово окупованих територіях України (ТОТ) є централізованим і підпорядковуються російській окупаційній владі. Ця система розвивалася поступово, і стартувала зі створення квазіміністерств інформаційної політики та пропагандистських медіахолдингів, підпорядкованих Кремлю.

«Детектора медіа» разом з аналітиками британського «Центру інформаційної стійкості» (Centre for Information Resilience) дослідив [<https://detector.media/doc/images/news/archive/2021/227543/ua-media-mapping-2.pdf>] аспекти медійного ландшафту деяких тимчасово окупованих територій України – Запоріжжя, Донеччини, Луганщини, Херсонщини та Криму.

Висновки дослідження базуються на відкритих даних, зокрема російських і проросійських медіа й онлайн-ресурсів на ТОТ з фокусом на Telegram-канали. Дослідники використовували розвідувальні дані з відкритих джерел (OSINT), аналітичні інструменти для збору доменних імен із бази даних Neo4j,

аналізували домени за допомогою сервісу Ahrefs.

Фахівці виявили мережу проросійських сайтів, орієнтованих на окуповані території України – 232 825 взаємозв'язків між різними вебдоменами й мережу орієнтованих на окуповані території України Telegram-каналів. Також проаналізували ситуації у сфері медіа на ТОТ із 2014 року й оглянули ключові медіа на окупованій Росією території.

Донецька область. Дослідники відзначають, що медіа на окупованому Донбасі централізували задовго до повномасштабного вторгнення Росії 2022 року. У «ДНР» ще в березні 2017 року створили «Республіканський медіахолдинг» (РМХ). Цей РМХ підпорядкований «Міністерству інформації “ДНР”» й головна його мета – централізація всіх «державних» друкованих медіа у «ДНР» і просування єдиного інформаційного порядку денного. Директором медіахолдингу є Роман Бесєдін. Станом на 2018 рік до складу РМХ входило 19 газет, 15 з яких видавалися на районному рівні, з єдиним редакційно-видавничим центром, який керував їхньою роботою.

До складу РМХ не увійшли телерадіокомпанії: «Шахтерск ТВ», «Горез ТВ», «ТК ТВ-Сфера», «Радио Комета», «Оплот ТВ», «Авеста», «ТРК Юнион ТВ», оскільки вони перебувають під прямим контролем Міністерства інформаційної політики. Водночас інші телеканали та радіостанції «Новороссия ТВ», «Мариуполь 24», «Новороссия Рокс», «бТВ» централізовані під егідою телеканалу «Первый республиканский», що підпорядковувався «Міністерству інформації».

До складу РМХ входить 27 газет обласного й районного рівня: «Сельская новость» (Мангуш), «Наше слово» (Волноваха), «Зоря Приазов'я» (Нікольське), «Приазовский рабочий» (Маріуполь). Тривалий час вони видавалися в Україні до того, як були захоплені російською окупаційною владою. Лиманська газета «Заря» також спочатку перебувала під наглядом РМХ, але потім, імовірно, її вилучили з російського реєстру після звільнення міста українськими силами восени 2022 року.

Бесєдіна замінили Миколою Черкашиним у липні 2023 року після

реорганізації РМХ та «інтеграції в російську правову систему». До приходу в РМХ Черкашин був малопомітним для громадськості, але відомо про його російське походження.

Луганська область. Подібний до Донецького медіахолдинг створили у «ЛНР» 2020 року. До складу «Луганьмедиа» увійшли 14 регіональних медіа, шість телеканалів і дві радіостанції. Його мета – «акумуляція фінансових, інформаційних і редакційних ресурсів у межах одного центру».

Виконувачем обов'язків директора призначили Світлану Мамонтову, колишню директорку місцевої газети «Жизнь Луганска» й заступницю міського голови Олександрівська (до 2014 року). У квітні 2023 року її замінила Тетяна Кутя. Вона народилася в Луганську та приєдналася до окупаційної влади на посаді директора «агентства державних ресурсів ЛНР».

Вебсайт і соцмережі «Луганьмедиа» регулярно оновлюються пропагандистським контентом. З початком повномасштабного вторгнення всі друковані медіа в тій частині Луганської області, яка не була окупована 2014 року, припинили свою роботу.

Коли росіяни окупували північ Луганської області, то не поспішали відкривати там газети. Медіаінфраструктура з окупованої Луганщини із 2014 року почала поширюватися на новоокуповану територію лише влітку 2022 року. У червні 2022-го, під час інформаційної кампанії на підтримку приєднання Луганської області до «ЛНР», була поширена пропагандистська газета «Республіка». У серпні 2022 року окупаційна влада почала видавати районні газети: «Старобельский вестник», «Сватовский вісник», «Меловский вестник», які також включили до складу «Луганьмедиа».

На каналах «Зеонбуду» – приватної компанії, провайдера-монополіста загальнонаціональної мережі цифрового етерного телебачення в Україні – на окупованих територіях транслюють такі російські канали: «Первый канал/Матч», «НТВ», «Пятый канал», «Россия-K», «Карусель», «ОТР», «ТВЦ», «Россия-1», «Россия 24», «Вести ФМ», «Радио Маяк», «Радио России»; «Спас», «СТС», «Домашний», «ТВ-3», «Пятница», «Звезда», «ТНТ», «Муз-ТВ»; «МХ-3:

Моя планета», «Наука», «Техно 24», «Москва 24», «Луганск 2».

«Луганськ 24» – головний місцевий телеканал, що входить до складу так званої Державної телевізійної й радіомовної компанії ЛНР50 – «державного» унітарного підприємства «Міністерства зв'язку ЛНР». Якщо «Луганськмедіа» займається переважно координацією регіональних медіа, то так звана Державна телерадіокомпанія створена ще у 2014–2015 роках для централізованої трансляції радіо й телебачення в Луганську на базі українських потужностей.

«Структура зібрана на базі чотирьох українських довоєнних організацій «ЛЮТ», «ЛКТ», «Ірта» й наземного кабельного телебачення після взяття їх під контроль 2014 року. У результаті цього процесу, окрім телерадіомовлення, Державна телевізійна і радіомовна компанія ЛНР надає рекламні послуги на радіо і телебаченні, підключення до кабельного та цифрового телебачення, а також доступ до інтернету», – йдеться в дослідженні [13].

Через брак фахівців у сфері медіа окупаційна влада розпочала кампанії з підготовки й набору кадрів у місцевих університетах. Місцеві медіа намагалися залучати молоді кадри – студентів філології, журналістики або міжнародних відносин, насамперед із Донецького національного університету. У Луганську подібним джерелом кадрів стала Луганська державна академія культури й мистецтв ім. М. М. Л. Матусовського. Наприкінці 2023 року в Луганську створили «Єдиний студентський медіацентр».

Кримський півострів. Головною відмінністю кримського медіаландшафту від медіаландшафту «ДНР» і «ЛНР» є те, що на півострові не створювали місцевих медіахолдингів, які моніторили й наглядали за діяльністю працівників медіа. Цю відмінність дослідники пояснюють швидкою анексією Криму, яка усунула необхідність посередницьких організацій для контролю за контентом.

Російська влада зобов'язала всі медіа на півострові пройти перереєстрацію відповідно до російського законодавства. Цей процес завершився 31 березня 2015 року. Телеканали повинні отримати ліцензії на мовлення, радіостанції потребували нових частот, а газети мали пройти реєстрацію як російські друковані медіа. Імовірно, окупаційна влада робила це

для того, щоб вибірково відфільтрувати медіа, які складно було контролювати.

Унаслідок дій окупаційної влади майже всі незалежні медіа у Криму були або закриті, або приречені на захоплення російськими структурами. Наприклад, «Чорноморська ТРК» зіткнулася з повною ліквідацією, її приміщення конфіскували, а частоти використовували для трансляції російського державного телеканалу «Россия 24». Перший кримськотатарський телеканал АТР припинив мовлення через відмову Роскомнагляду в реєстрації й мовленні на території Криму.

У кримському медіаландшафті домінують російські федеральні канали й місцеві канали, повністю підконтрольні Кремлю. Найпопулярнішими федеральними каналами були «Первый канал», «Россия1», «НТВ», «ТНТ», «5 канал».

Серед місцевих телеканалів – «Первый Крымский», «Крым 24», «Керчь 24», «Ялта 24», «Восточный Крым 24», «Северный Крым 24», «Легендарный 24», «Симферополь 24». Усі вони входять до складу телерадіокомпанії «Крым» (ТРК «Крым»). Також туди входять радіостанції «Море», «Радио Крым», «Крымская Точка» та інформаційний портал «Крым 24». Компанія заснована й контролюється «Міністерством внутрішньої політики, інформації та зв'язку Криму». Від початку російської окупації ТРК «Крим» очолювала Катерина Козир, а зараз компанією керує Вадим Первих.

«Цифрові міністерства» на ТОТ. Так зване Міністерство внутрішньої політики, інформації та зв'язку Криму відкрили у червні 2014 року. 11 січня 2015 року у «ДНР» ще запрацювало «Міністерство інформації», а виконувати обов'язки «міністра» стала Наталія Першина. Першина відіграє роль координаторки поширення російської пропаганди у «ДНР». У «ЛНР» створили «Міністерство цифрового розвитку, зв'язку та масових комунікацій». Нинішнім так званим цифровим міністром «ЛНР» є Андрій Єршов, який пов'язаний з управлінням телебаченням у Росії [15].

6 жовтня 2022 року російські окупаційні сили створили «Міністерство цифрового розвитку та масових комунікацій Херсонської області». Виконувати

обов'язки «міністра» призначили Микиту Бородіна, який обіймав посаду «заступника міністра зв'язку» так званої «ДНР» у 2015–2019 роках. Також 2022 року окупаційна влада відкрила «Міністерство цифрового розвитку, масових комунікацій та зв'язку в Запорізькій області». Однак у відкритому доступі бракує інформації про діяльність міністерства його очільник залишається невідомим. Окупована частина Запорізької області (як і інші ТОТ) була підключена до російських державних послуг «Госуслуги».

Ключову роль у блокуванні соцмереж і месенджерів Viber, WhatsApp, Facebook, Instagram на тимчасово окупованих територіях відіграли саме «цифрові міністри». Рішення прийняли в Москві, але заяву про це зробили місцеві колаборанти. Наприкінці травня 2022 року на окупованих частинах Херсонської й Запорізької областей почали використовувати російський телефонний код разом із сімкартками російських мобільних операторів.

Вплив медіаімперії Прігожина. Створення організованої медіамережі Прігожина розпочалося 2009 року із заснуванням «Агентства інтернет-досліджень». Як зазначається в дослідженні «Детектор медіа», ця назва стала прикриттям для організації, яка підтримувала мережу ботів. Вони щодня залишали тисячі коментарів у соцмережах, просуваючи порядок денний керівників. Боти працювали переважно на російську аудиторію, щоби критикувати російську опозицію, просувати російську владу й дискредитувати США та ЄС.

Прігожин почав створювати власні державні медіа ще 2014 року. Найбільше з них, «Федеральное агентство новостей», засноване у травні 2014 року. Медіа Прігожина в Росії орієнтовані на критику російської опозиції, прокремлівську пропаганду, а також використовувалися як інструмент у внутрішніх міжусобицях.

Прігожин та його організація також спробували створити медіа для американської аудиторії USA Really на чолі з Александром Малькевічем. Існувало щонайменше два видання, спеціально присвячених Україні: «Новостное агентство Харьков» (не працює з березня 2022 року) та

«КиївСМІ» (не працює із 2016 року) [21].

Після невдалого перевороту Прігожина його медіаімперія розпалася. Майже всі медіа закрили, деякі залишилися у вигляді невеликих Telegram-каналів.

Колишній співробітник мережі, медіаменеджер Олександр Малькевіч є однією з ключових фігур російської пропаганди на окупованих українських територіях. У червні 2022 року він вирушив в Україну із завданням організувати місцеві пропагандистські медіа на окупованих територіях. За три місяці за його активної участі створили телеканали «Таврія ТВ» у Херсоні (після звільнення переїхав до Генічеська) та «За!» в Мелітополі.

У створенні нових медіа на окупованих територіях брала участь низка інших російських журналістів із Санкт-Петербурга або знайомих із Малькевічем через його попередні проєкти. Також окупантам вдалося завербувати частину місцевих колаборантів, водночас нові медіа мають значний дефіцит кадрів. Малькевіч наймав на роботу місцеву молодь без будь-якого попереднього досвіду – серед неї є й діти 15 років. На телеканал «За!» він взяв на роботу 17-річну Мирославу Бутенко, на «Мариуполь 24» – студентку першого курсу місцевого університету Софію Тетеріну, в Херсоні співробітницею телеканалу «Таврія» стала Влада Луговська, якій не було ще й 16 років.

Малькевіч присвятив багато часу та ресурсів вербуванню й навчанню молоді на окупованих територіях, також він опублікував підручник із «російської журналістської роботи» на окупованих територіях і заснував Фонд розвитку нових медіа з невідомими донорами.

Російські загальнонаціональні державні телеканали та радіостанції почали мовлення з Криму, а більшість чинних місцевих кримських телерадіоорганізацій перереєстрували відповідно до нового режиму. Порівняно з іншими російськими регіонами, Крим також пережив порівняно плавний перехід на цифровий пакет медіамовлення, а перший цифровий пакет каналів (РТРС1) став доступним 2019 року. Також Севастополь має власний пакет,

який включає два місцеві канали – «Первый Севастопольский» та «Информационный канал Севастополя».

На півострові змогли втриматися лише ті медіа, які підтримують примусову й нелегітимну зміну державного устрою. За сім років окупації кількість медіа у Криму скоротилася майже на 80 %, тираж єдиної газети кримськотатарською мовою «Къырым» скоротився з 20 000 примірників до 35000 примірників.

У дослідженні інформаційного простору Криму зафіксували, що напередодні російської окупації навесні 2014 року в Криму було зареєстровано 1 240 друкованих періодичних видань. Станом на 2018 рік, інформаційний простір окупованого півострова значно скоротився – вже налічувалося лише 139 друкованих видань, 156 мережевих видань, 8 інформаційних агентств, 58 онлайн-медіа. Серед зареєстрованих друкованих видань в окупованому Криму: ФДБУ редакція «Российской газеты» в Сімферополі, щотижневє видання «Крымский телеграф», «Крымская газета» й газета «Коммунист Крыма».

У «ДНР» закрили всі україномовні медіа. Так окупанти намагалися замінити іноді агресивних місцевих активістів, які просували ідею незалежної «ДНР», на тих, хто чітко виконував би вказівки з Москви. 2023 року телевізійна мережа «ДНР» перейшла на російські стандарти цифрового мовлення як для телебачення, так і для радіо. Станом на липень 2023 року жителі «ДНР» мали доступ до дев'яти регіональних телеканалів, шість з яких базуються в «ДНР», а також до трьох радіостанцій.

Серед зареєстрованих телеканалів: «Авеста», «Горловка-ТВ», «Новороссия ТВ», «Оплот ТВ», «Первый республиканский телеканал», «ТВ Сфера», «Торевское телевидение», «Шахтерская студия телевидения» та «Юнион Радіостанції». Також у «ДНР» зареєстрували 17 газет: «Голос Республики», «Дебальцевские вести», «Донецк Вечерний», «Енакиевский рабочий», «Знамя Победы», «Кочегарка ДНР», «Макеевский Рабочий ДНР», «Наше Время», «Новая Жизнь», «Новая Нива», «Новые Горизонты», «Новый Луч», «Родина», «Родное Приазовье», «Снежнянские Новости», «Торевский

Горняк», «Ясиноватский вестник ДНР».

Улітку 2022 року на півночі Луганської області окупанти захопили медіа й радіочастоти в кількох містах і селах, зокрема, Старобільську, Сватовому та інших. На частотах, які раніше належали теле- та інтернет-оператору «Зеонбуд» почалася трансляція російських каналів.

2015 року, через деякий час після окупації, районні й міські комунальні газети в так званій «ЛНР» перетворили на 16 «государственных унитарных предприятий». Серед газет дослідники виділили видання «Реальная Газета», «Красный Луч» та «XXI ВЕК».

У другій половині червня 2022 року з'явилося свідчення про те, що на всій території Херсонської області повністю налагоджено мовлення російського телебачення. Росіяни під'єднали й переналаштували сім захоплених херсонських телевеж на трансляцію російських телеканалів. Після цього мережа мовлення покрила всю територію області.

Місцеві колабораціоністи в Херсоні змогли створити друкарню лише в червні 2022 року. Оновлена окупантами газета «Наддніпрянська правда» вийшла наприкінці червня накладом 10 000 примірників. Наступного місяця, наприкінці липня 2022 року, з'явилися заяви окупаційної адміністрації Скадовського району про вихід першого номера газети «Чорноморець» [15].

Серед окупаційних медіа на Херсонщині працюють «Таврия ТВ» і «ВТВ+». Наприкінці червня співробітники так званого Департаменту цифрового розвитку та масових комунікацій окупаційної Херсонської ОВА відзвітували про запуск п'яти радіостанцій – російські радіокомпанії за допомогою ретрансляції вели етери під час окупації частини Херсонської області.

З квітня 2022 року Росія запустила вісім телеканалів і три радіостанції в окупованій Запорізькій області, щоб контролювати інформаційний простір і придушувати український опір. Спроби контролювати медіасередовище призвели до створення «Запорізького інформаційного агентства», а також відкриття представництва Співки журналістів Російської Федерації в

Мелітополі.

У окупованому Мелітополі розпочав мовлення пропагандистський телеканал під назвою «ЗаТВ». Серед телеканалів і радіостанцій, до яких можна отримати доступ як через трансляцію, так і через мережу на окупованій частині Запорізької області: «За!ТВ», «За! Радио», «Мелитополь (ТВМ)», «Россия 24», «MTV Плюс», «Радио Маяк».

Окупанти привласнювали вже наявні газети та їхнє брендування та безплатно розповсюджували їх, хоча насправді закрили оригінальні колишні місцеві газети переважно навесні 2022 року. Перелік заміненних і новостворених пропагандистських медіа включає «Новый день», «Новое Время», «Голос Новороссии», «Запорожский вестник».

Контент, знайдений на проросійських сайтах, можна розділити на дві категорії: місцеві новини й російська тематика. Сайт kherson.life вирізняється орієнтацією на російські новини й дизайном ілюстрацій. Хоча деякі пости нагадують короткі оновлення, які часто зустрічаються в Telegram, адміністратори також обробляють зображення для головних новин. Публікації зазвичай складаються з репостів із Telegram-каналів або рерайтів із російських пропагандистських новин. Також сайт містить репости політичних коментарів місцевих окупаційних чиновників.

Як відзначають дослідники, синхронізувавши Telegram-канали й вебсайти, росіяни змогли створити новинні агрегатори, орієнтовані як на окуповані, так і на неокуповані території України. Агрегатори поширюють пропагандистські повідомлення з Telegram із мінімальним втручанням з боку людини. Наприкінці 2022 й на початку 2023 року з'явилося приблизно 18 сайтів, які мають ідентичний вигляд і мету. Вони орієнтовані на окуповані й неокуповані території, а також на іноземну аудиторію, яка робить репости дописів у Telegram-каналах і медіа.

Сайт Запорізької області, який ведуть окупанти, зосереджується на темах, пов'язаних із цим регіоном, тоді як аналогічний сайт Херсонської області більше зосереджений на подіях на полі бою й загальнонаціональних російських

новинах.

Багато сайтів, таких як dan-news.ru, hersonka.ru і freebrd.ru, висвітлюють переважно місцеві проблеми й події російської політики. Ресурси зосереджені на місцевих новинах і розвитку інфраструктури.

Як зазначають дослідники, ця мережа складається з різних проросійських медіа, кожне з яких стратегічно орієнтоване на окуповані регіони. Тісні зв'язки між цими вебсайтами демонструють широкий вплив російської дезінформації на окупованих територіях.

Фахівці проаналізували 50 сайтів і визначили, що вони мають 232 825 зв'язків з іншими сайтами, а загальна кількість взаємних покликань становить 47,07 млн. На 30 найпопулярніших сайтів за кількістю покликань припадає майже 26 % усіх цих зв'язків. Місцеві сайти покликаються переважно на джерела в межах своєї географічної чи тематичної зони. Наприклад, до першої десятки сайтів, які часто цитують зовнішні джерела, увійшли sevastopol.info, ukraine.ru, admin-gorlovka.ru, for-ua.info, sevpolitforum.ru, kerch.com.ru, vesti-k.ru, rk.gov.ru, sevastopol.su та dnr-live.ru.

Мережа, що складається з 40 Telegram-каналів, покликається на 10 Telegram-каналів із найбільшою кількістю зв'язків. На візуалізації (додаток В) вебсайти, позначені червоними колами, покликаються лише на інші вебсайти в межах підвибірки даних. Вебсайти, позначені синіми колами, або покликаються виключно на інші сайти, або на сайти (й вони покликаються на них), що входять до підвибірки.

Фахівці відібрали та проаналізували 30 вебсайтів, які найчастіше цитують медіа з окупованих територій. Вони складаються переважно з російських медіа й урядових сайтів, що свідчить про цілеспрямовану присутність російських медіа в окупованих регіонах.

Серед 30 сайтів лише один, kerch.com.ua, має українську локалізацію домену. Однак це не змінює проросійської позиції сайту. Kerch.com.ua функціонує насамперед як агрегатор новин, а також має проросійські погляди.

Kerch.com.ua та його дзеркало kerch.com.ru – це новинні сайти, які

підпадають під категорію новинних сайтів. Більшість із них (gorod24.online, blokotdonetsk.ru, smi2.ru, kerch.tv) зосереджуються переважно на місцевих новинах, зручних для російського уряду. Є також кілька медіа, які висвітлюють як російські, так і українські новини з проросійських позицій.

Другу категорію сайтів складають російські державні органи: Верховний суд, судовий департамент при Верховному суді Російської Федерації. Вони також часто покликаються на сайти, пов'язані з адміністративними органами окупованих територій та їхніми керівниками.

Аудиторія Telegram-каналів, орієнтованих на окуповані Росією території України, загалом відповідає чисельності населення цих територій. Однак на ТОТ лише кілька Telegram-каналів мають кількість підписників, яку можна порівняти з кількістю підписників 100 найпопулярніших каналів в Україні. Зокрема «Типичный Донецк» (581 000 підписників), «Джокер ДНР» (238 000 підписників) і «Чп/Севастополь» (248 00 підписників), орієнтований на читачів із Севастополя та Криму.

Такі Telegram-канали можна поділити на дві групи:

1. Канали, які маскуються під новинні платформи та просувають російський порядок денний на цих територіях.
2. Особисті Telegram-блоги, які ведуть окупаційні чиновники й адміністративні органи.

Один із найчастіших джерел критики в цих Telegram-каналах і коментарях є реакція на успішні атаки на російські позиції на окупованих територіях України.

Ключові Telegram-канали ведуться місцевими окупаційними чиновниками. «Детектор медіа» зазначає, що хоча такі Telegram-канали відіграють другорядну роль, це не викликає сумнівів щодо їх проросійського спрямування, оскільки там є покликання на інші пропагандистські канали й російські медіа.

Отже, централізація медіаландшафту у «ДНР» і «ЛНР» відбулася шляхом створення медіахолдингів «Республиканский медиахолдинг» (PMX) і

«Луганьмедиа». Обидві організації координують порядок денний у медіа, і, що найважливіше, розподіл фінансування від Кремля. У Криму місцеві медіа безпосередньо підпорядковані Кремлю й жодного медіахолдингу тут не створювали.

Місцевих працівників можна розділити на дві категорії: тих, хто раніше працював у медіа, й тих, хто не має стосунку до галузі. Через дефіцит фахівців окупаційна влада також змушена вдатися до навчання й рекрутингових кампаній у місцевих університетах, а також створення «медіашкіл».

Так звані міністерства, що займаються інформаційною політикою, створили незабаром після окупації Криму та створення «ЛНР» і «ДНР». Тоді як «міністерство цифрової інформації» окупованої частини Херсонської області є доволі активним, «мініформації» в окупованій Запорізькій області існує лише на папері й не виглядає активним чи впливовим. Медіаменджер із компанії Прігожина Александр Малькевіч працює на ТОТ, організовуючи медіатренінги й вербуючи молодь для просування російської пропаганди.

Кількісний аналіз показує, що проросійські Telegram-канали й медіа, спрямовані на ТОТ, тісно пов'язані між собою й функціонують як окрема екосистема, переплетена з іншими російськими та проросійськими медіа й Telegram-каналами.

2.3. Тематика контенту в українських інтернет-медіа

Повномасштабне вторгнення Росії в Україну стало рушійною силою для розвитку національних і регіональних медіа. Запит аудиторії на український контент зріс не тільки в державі, а й у світі загалом. Медійники зіштовхнулися з унікальним явищем, коли весь світ може спостерігати за подіями війни на нашій території, а соцмережі допомагають транслювати правдиву інформацію. Зміни у споживанні контенту сталися на всіх платформах.

2024 року проблеми з електрикою та зв'язком в українців залишаються. Відео на поганому інтернеті не подивишся, тому паралельно з Facebook може

бути Telegram чи Viber, де є формати, які можуть швидко завантажуватися.

В Україні продовжується війна, але потрібно змінювати контентну стратегію. Не варто концентрувати увагу виключно на воєнній тематиці. Аудиторія втомилася від війни, як ми бачимо з різних сайтів і соцмереж. Люди намагаються якось жити далі.

Медійники мусять швидко реагувати на актуальні події. Уже довелося пройти іспити на початку широкомасштабного наступу, коли інтерес до контенту шалено піднявся. Було дуже складно тим, хто не встиг залучити підписників на хвилі зацікавленості в перший місяць. Буде ще кілька важливих подій, стрибків, які спричинять розвиток нової мережі. Потрібно тримати руку на пульсі та постійно експериментувати.

Цього року український YouTube отримав потужні можливості для розвитку, зокрема і тому, що всі почали шукати альтернативу російськомовному контенту. Якщо раніше в українському YouTube найбільш популярними були медіа, розважальні канали та окремі блогери, то наступного року, думаю, можна чекати більше різноманітного контенту про культуру, мову, історію та мистецтво [13].

У тренді як завжди – живе спілкування з аудиторією та реагування на її потреби. Медіа мають дослухатися до коментарів, пробувати нові формати й аналізувати, що заходить. Тестити нові функції YouTube і порушувати актуальні питання.

Щоб активно розвивати YouTube, варто пам'ятати, що класне відео – лише половина успіху. Спершу варто зацікавити глядача виразною картинкою-прев'ю та яскравим заголовком. Медійники мають цінувати увагу глядача і під час монтажу вирізати нудні моменти.

Для українців Instagram 2023 року став одним із повноцінних джерел новин. Це нетипова для цієї соцмережі історія, і раніше ми більше говорили про «інфотейнмент». Але з кінця лютого поняття типового стало дещо відносним. Тому винесла б у тренди саме українського сегмента новини, фандрейзинг та Instagram як майданчик для транслявання світові реальних подій в Україні.

Instagram активно просуває Reels, і це стовідсотково глобальний напрям, який не помре найближчим часом. Найкраще зараз – активно використовувати цей інструмент та експериментувати з ним. «Instagram-редактори жартують, що, мовляв, можна вбити три дні на збір інформації, ночами вигадувати візуальне рішення і зрештою створити ідеальний пост-карусель, але його охоплення буде в рази меншим, ніж у Reels, який ти «зліпив» на коліні, поки їхав маршрутною.

Контент про війну заповнив як традиційні медіа, так і соцмережі, зокрема TikTok. Багато експертів говорять, що ця війна унікальна, оскільки люди можуть спостерігати за подіями онлайн, відчуючи ефект присутності. TikTok став також інструментом, який допомагає поширювати інформацію, викривати воєнні злочини Росії проти України.

У загальній світовій тенденції через засилля розважального контенту зараз стає популярним контент, що набуває доданої вартості. У TikTok просто бум експертності – кожне традиційне медіа хоче створити свій акаунт. Звертаються за консультацією щодо цього все частіше. Усі помітили, що це така соціальна мережа, яка дає дуже швидке безплатне просування. Популярність застосунку тільки зростатиме, а контент буде залежати від потреб аудиторії. Великий запит на український контент – про культуру, історію, національний одяг, свята, розвінчування радянської чи російської пропаганди.

Telegram цьогоріч перейняв на себе функцію Facebook і став платформою, де українці дізнаються новини, настільки потужно, що не залишив йому жодних шансів. Залишилися різні платформи, які формують потужний новинний сегмент. Але Telegram в один день став місцем, де українці дістають інформацію. З початком повномасштабного вторгнення стала важливою оперативність і швидкість подачі новин.

На Telegram як і в будь-який сегмент, відбувається перенасичення. Через це інтенсивність споживання контенту спадатиме. Люди почали чистити свою стрічку і залишати тільки обрані канали, яким довіряють. Telegram не стане тим, чим став Facebook в Україні після 2014 року. Він уже досяг свого пікового

рівня.

Є свої особливості і у тематиці контенту. Новин про повномасштабне вторгнення в Росії в Україну стало менше на 7%. Їхня кількість становить 43% загальної кількості новин у стрічках регіональних медіа. Водночас у порівнянні з листопадом 2022 року значно підвищилася кількість кримінальних новин, пов'язаних з війною, тоді як матеріалів про бойові дії, новин з окупованих територій помітно поменшало. Також збільшилася кількість новин з мовою ворожнечі, яка здебільшого стосується лексеми «ухилянт». Такими є результати дослідження ГО «Інститут масової інформації», що було проведене у 20 регіонах України в травні 2024 року [11].

За даними моніторингу, найбільше новин про війну публікували онлайн-медіа Донецька (91%), Харкова (81%), Херсона (80%) і Луганська (75% із загальної кількості новин в онлайн-медіа регіону). Найменше новин про війну зафіксовано в онлайн-медіа Житомира (21,5%) та Одеси (22% загальної кількості новин в онлайн-медіа регіону) (додаток Е).

Як показав моніторинг, у регіональних онлайн-медіа найбільше новин, 28% загальної кількості новин про війну в Україні, стосувалися бойових дій. Ця тема зберігає лідерські позиції, втім загалом кількість таких новин, у порівнянні з 2022 роком, зменшилася на 6%. Також у цих новинах збільшилася частка матеріалів про загиблих захисників України. Найбільше новин про бойові дії публікували одеські й волинські онлайн-медіа: в їхніх стрічках було 56 і 47% новин на цю тематику із загальної кількості матеріалів про війну. Найменше таких новин було в медіа Дніпра (13%) і Запоріжжя (15%).

Соціальні наслідки війни, включно з інформацією про руйнування цивільної інфраструктури, аварійні відключення електроенергії, а також інформацією про ліквідацію наслідків після російських атак, становили 21% новин про війну. Цей показник зменшився на 1% у порівнянні з минулим моніторингом. Найбільше таких новин опублікували онлайн-медіа Сум і Запоріжжя – по 45% публікацій на цю тематику із загальної кількості новин про війну в онлайн-медіа регіону. Найменше таких новин було в онлайн-медіа

Рівного (4%), Хмельницького й Волині (по 6% відповідно), що може залежати від відстані від лінії фронту та руйнувань, спричинених російськими атаками на українські міста і селища.

Разом з цим у півтора рази, із 7 до 11%, у регіональних медіа збільшилася частка кримінальних новин, які так чи інакше стосуються війни. Здебільшого ці новини стосувалися розслідувань щодо колаборантів, судових засідань щодо зрадників України або інформації про злочини російських агресорів. Найбільше кримінальних новин, пов'язаних з війною, опублікували черкаські онлайн-медіа: кожна п'ята новина, або 20% загальної кількості новин про війну, була про кримінал. Найменше таких новин зафіксовано в онлайн-медіа Сум (3% новин) і Рівного (4% із загальної кількості новин в про війну в регіоні).

Кількість новин з окупованих територій становить 5% із загальної кількості новин про війну. У порівнянні з 2022 роком цей показник зменшився майже наполовину. Водночас якщо 2022 року таких новин не було лише у двох регіонах, то у 2024 році новин з або про окуповані території не зафіксовано вже в 11 регіонах. Найбільше таких новин очікувано публікували медіа регіонів, території яких є тимчасово окупованими. Так, у луганських онлайн-медіа такі новини становили 19% загальної кількості новин про війну в онлайн-медіа регіону, у Херсоні – 14%, у Донецьку і Запоріжжі – по 12% новин відповідно.

Найменше уваги в регіональних онлайн-медіа приділялося тематиці цивільних жертв війни (5% новин про війну), ВПО і біженців, гуманітарній / міжнародній допомозі, роботі волонтерів і активістів (по 4% новин про війну відповідно), а також інформації про повітряні тривоги (1% новин про війну). Новини про мобілізацію зайняли 5% новин про війну. Незважаючи на досить високу актуальність теми, пов'язану з ухваленням закону про мобілізацію, частка матеріалів у медіа про це не перевищує одну з 20 новин про війну.

Разом з тим 13% новин були присвячені іншим темам, пов'язаним з війною. Так, велика кількість новин стосувалася нагороджень, зокрема посмертних, українських захисників, тематичних заходів, які стосуються війни тощо.

У новинах про війну в Україні зафіксовано низький рівень мови ворожнечі – всього 1% новин з мовою ворожнечі із загальної кількості новин про війну. Втім, варто зауважити, що цей показник зріс із 2022 року втричі – з 0,3% до 1% новин – через некоректне використання в матеріалах поняття «ухилянт» щодо чоловіків, які підлягають мобілізації. Також зафіксовано мову ворожнечі щодо ВПО. Якщо у 2022 році мова ворожнечі була зафіксована в п'яти регіонах, то в травні 2024 року мова ворожнечі була присутня в новинах медіа з десяти регіонів: Тернополя (6% новин з мовою ворожнечі із загальної кількості новин про війну в регіоні), Волині, Черкас (по 3%), Чернівців, Одеси, Запоріжжя (по 2% відповідно), Харкова, Вінниці, Миколаєва (по 1% відповідно) і Рівного (0,5% новин про війну з мовою ворожнечі відповідно).

Так, відповідно до результатів моніторингового дослідження Інституту масової інформації, проведеного на початку 2024 року серед 10 найпопулярніших за відвідуваністю українських онлайн-медіа маємо такі результати: 30,7% новин у топових українських онлайн-медіа у квітні 2024 року були присвячені безпосередньо бойовим діям у війні Росії проти України. У порівнянні з попередніми періодами кількість публікацій, безпосередньо присвячених війні, зменшилася.

Згідно з дослідженням, майже половина матеріалів про війну посилаються на офіційні джерела інформації (47,2% всієї вибірки). На другому місці – посилання на західні джерела (13%). 11,4% матеріалів, що стосуються війни, походять з російських джерел. Здебільшого це матеріали про результати обстрілів чи атак українських дронів на російській території або ж інформація про події, важливі для України.

До однієї десятої із загальної кількості новин про війну становлять повідомлення, що посилаються власні джерела (9,4%). Думки експертів виступають як джерела у 8,5% матеріалів. 2,6% новин про війну взагалі не зазначають джерел. Це ставить під сумнів прозорість та достовірність інформації, що є фундаментальними принципами журналістики, йдеться в дослідженні. «Загальна картина війни Росії проти України, що змальовується

новинами українських медіа, видається менш оптимістичною, ніж улітку минулого року, що кореспондується з реальним станом справ», – йдеться в дослідженні.

Збільшилася кількість політичних та економічних новин, яких ще наприкінці 2022 року було вкрай мало. Втім, і нині таких матеріалів є на порядок менше, ніж до початку широкомасштабного вторгнення Росії в Україну.

Порівняно з минулим роком зросла кількість замовних матеріалів. Частина новин викликає сумніви з погляду достовірності, оскільки своїм джерелом має висловлювання експертів, що найчастіше є лише теоретичними вкладками та припущеннями, але не завжди чітко наголошеними. Отже, розмиваються межі між фактами та оцінками.

Для прикладу, можемо проаналізувати результати моніторингу ІМІ, під час якого досліджено зміст розділів «Новини» протягом доби 18 квітня 2023 року – як формувався контент через рік після повномасштабного вторгнення. До вибірки потрапили 11 провідних онлайн-видань України. Детальніший аналіз нижче.

Українська правда. Протягом доби в розділі «Новини» було розміщено 128 публікацій. 40% з них присвячено війні Росії проти України. Більша частина таких новин розповідає безпосередньо про події на лінії фронту, а також ракетні й дроніві атаки росіян на українські населені пункти. Найчастіше повідомлення про події на лінії фронту посилаються на Генеральний штаб ЗСУ. Також серед джерел такої інформації повідомлення Державної прикордонної служби, Офісу президента, Кабінету Міністрів та заяви міністра оборони Олексія Резнікова й командувача сухопутних військ ЗСУ Олександр Сирського. Поряд з тим новина про загибель на фронті колишнього депутата Верховної Ради Олега Барни посилається на соціальні мережі.

Новини щодо російських обстрілів мирних територій України здебільшого посилаються на місцеві органи влади. Також у цьому переліку чотири публікації на тему допомоги Заходу Україні зброєю, що посилаються

переважно на західні ЗМІ, і ще дві, присвячені наслідкам війни.

Крім того, у семи повідомленнях ідеться про дії окупантів на лінії фронту та на окупованих територіях, два з них розповідають про поїздку президента Росії Володимира Путіна до тимчасово окупованих територій України. Серед джерел таких новин: Інститут вивчення війни (ISW), Центр національного спротиву, служба розвідки Великобританії та західні медіа. Також джерелами інформації іноземні ЗМІ мають три публікації на тему зливу в соцмережі секретних документів Пентагону.

З нападом Росії на Україну пов'язані 20 міжнародних новин, сім з яких стосуються теми експорту українського зерна. Більшу частину з решти 60% публікацій у стрічці новин протягом доби становили 17 новин політичного та економічного змісту і три розважального. Крім того, п'ять публікацій присвячено подіям у Росії, одна – у Білорусі, більшість із яких посилаються на російські пропагандистські ресурси.

Серед невоєнних повідомлень про події в Україні більшість стосується економіки, таких вісім. Із семи політичних новин на міського голову Дніпра Бориса Філатова як на джерело посилаються три. Шість публікацій протягом доби стосуються кримінальних хронік, чотири присвячені темі “суспільство”, ще три розповідають про затримання силовиками осіб, підозрюваних у співпраці з окупантами. Дії представників так званої православної церкви московського патріархату в негативному ключі описують два повідомлення. Також протягом доби в новинній стрічці було розміщено по одній публікації на тему коронавірусу, наслідків паводка в Україні, а також таких, що містять прогноз погоди та поради щодо здорового харчування.

Цензор.Нет. Стрічка новин у досліджуваний період складалася з 165 публікацій. Подіям, пов'язаним з війною Росії проти України, присвячено 71% з них. У більшості йдеться про події на лінії фронту. Втім, найчастіше згадуваним джерелом інформації в таких новинах є соцмережі. Рідше вони посилаються на Генштаб, ДПСУ та речників підрозділів ЗСУ. У поодиноких випадках джерелом названо заяви командувача Сухопутних військ Олександра

Сирського, начальника ГУР Крила Буданова, секретаря РНБО Олексія Данілова та Офісу президента України. Про обстріли мирних територій України повідомляє 21 новина, посилаючись переважно на місцеві органи влади. Дві публікації повідомляють про загибель українських військових, одна з яких посилається на соціальні мережі. Темі постачання західної зброї до України присвячено сім матеріалів з посиланням здебільшого на іноземні медіа і, крім того, на міністра оборони Олексія Резнікова та прем'єр-міністра Дениса Шмигала.

Про дії та плани окупантів ідеться у 20 публікаціях, три з яких розповідають про відвідини Володимиром Путіним окупованих територій України. Серед джерел такої інформації: повідомлення Генштабу та речників ЗСУ, соцмережі, американський Інститут вивчення війни, британська розвідка, а також російські пропагандистські ресурси.

Із 30 міжнародних новин, пов'язаних з війною, дві стосуються експорту українського зерна, в одній ідеться про витік документів Пентагону, що містили інформацію про стан та плани українських Сил оборони. Про наслідки війни агресії Росії проти України розповідають 10 матеріалів.

Протягом доби було розміщено 17 політичних новин. Тут найчастіше згадуються президент України Володимир Зеленський та депутатка Верховної Ради від «Слуги народу» Олена Шуляк. Також серед політиків, яких цитують політичні новини, міський голова Дніпра Борис Філатов, міський голова Києва Віталій Кличко та п'ятий президент України Петро Порошенко.

П'ять новин у стрічці присвячено економічній тематиці, стільки ж про випадки кримінальних правопорушень, три новини про наслідки паводка, і ще дві про затримання підозрюваних у співпраці з окупантами. Про політику Росії та події на території країни-агресорки йдеться в шести новинах. У стрічці також дев'ять міжнародних новин, не пов'язаних з війною в Україні. Один матеріал з ознаками замовного.

. У досліджений період розділ «Новини» на 63% був наповнений матеріалами щодо подій, пов'язаних з агресією Росії проти України. Більша

частина з них – це міжнародні новини, насамперед щодо політичної та економічної протидії Росії з боку країн Заходу. Також у цьому переліку дев'ять публікацій на тему експорту українського зерна та дві, що стосуються витоку секретних даних Пентагону.

Також у стрічці новин 26 повідомлень про ракетні та дроніві атаки російської армії на мирні території України. Більша частина з них посиляється на повідомлення місцевих органів влади, менша – на повідомлення представників та командувачів ЗСУ, по одній – на соцмережі та Офіс президента, а ще дві – на власних кореспондентів.

Діям російської армії на лінії фронту та на окупованих територіях присвячено 20 матеріалів, що посиляються на представників влади, Центр національного спротиву, соціальні мережі, ЗСУ, ГУР, Міністерство оборони, західні ЗМІ, розвідку Великої Британії, а також пропагандистські російські медіа. Ще в п'ятьох публікаціях ідеться про мандрівку Володимира Путіна тимчасово окупованими українськими територіями.

Водночас подіям на лінії фронту з українського боку присвячено 17 публікацій з посиланням на представників ЗСУ, Генштаб, ДПСУ та Офіс Президента України. В одній з цих новин ідеться про загибель військовослужбовця, колишнього депутата Верховної Ради Олега Барни.

По п'ять публікацій стосуються тем постачання зброї до України та наслідків війни. Три новини в досліджений період розповідають про роботу Сил оборони України в тилу ворога. Але якщо одна з них, щодо українських безпілотників у небі Росії, посиляється на очільника ГУР Крила Буданова, то дві, про вибухи на окупованих українських територіях, посиляються на зовсім ненадійні джерела. В одному випадку це неперифікований телеграм-канал, в другому – сайт, підконтрольний угрупованню «ДНР».

Крім того, протягом доби було розміщено 22 міжнародних новини та чотири щодо подій у Росії. Економіці України присвячено 10 публікацій, політиці – вісім. Також тут вісім кримінальних повідомлень, чотири щодо протидії силовиків колаборантам, ще чотири на тему паводка та два прогнози

погоди й дві регіональні новини.

Суспільству, спорту та новітнім технологіям присвячено по одному матеріалу. Ще одна публікація має ознаки замовного матеріалу на користь комерційної компанії, що працює у сфері ігрового бізнесу.

ТСН. Із 247 матеріалів, розміщених протягом доби в розділі «Новини», 34% стосуються тем, пов'язаних з війною Росії проти України. 14 публікацій з цього переліку повідомляють про події на лінії фронту. Більша частина джерелом інформації називає офіційні джерела, як Генштаб, речників ЗСУ, Державну прикордонну службу, представників державної влади. Поряд з тим менша частина таких новин посиляється на теоретичні припущення військових експертів. Про атаки російських військ на мирні українські території йдеться в 16 повідомленнях. Більшість із них посиляються на органи місцевої влади, інші – на очільника Офісу президента Андрія Єрмака, представників ЗСУ та соціальні мережі. Тема постачання зброї країнами Заходу для України висвітлюється в чотирьох публікаціях, у ще одній – взаємодія ЗСУ із силами НАТО. Дві новини сповіщають про евакуацію цивільних осіб із прифронтових територій. Також у двох публікаціях йдеться про наслідки війни.

У стрічці дві новини про загибель на фронті українських військових (Олег Барна та Андрій Касенюк). Водночас одну з них розміщено також у рубриці «Гламур». За логікою редакції, це виправдане тим, що загиблий до служби в армії мав стосунок до шоу-бізнесу.

Дій російських військових на фронті та на окупованих територіях стосуються 16 матеріалів. Понад третину з них базуються на повідомленнях у соцмережах, заявах російських пропагандистів та припущеннях українських військових експертів. Також із шести матеріалів щодо стану російської армії два посиляються на соцмережі, два – на пропагандистські медіа Росії і два – на західні ЗМІ.

Про приїзд Володимира Путіна на територію України, окуповану росіянами, розповідають сім публікацій.

12 міжнародних новин стосуються теми агресії Росії проти України, з них

дві розповідають про проблеми з експортом українського зерна.

Також у розділі новин розміщено два матеріали на тему можливості завдання Росією ядерного удару по Україні. Один з них посиляється на дані ГУР, інший – на припущення військового експерта Олега Жданова.

Подіям у Росії присвячено 13 публікацій. Міжнародних новин у стрічці дев'ять. Стільки ж висвітлюють тему української економіки, шість мають характер кримінальних хронік, у двох ідеться про викриття колаборантів. Ще 14 матеріалів можна зарахувати до теми «суспільство», п'ять сповіщають про паводок, три – про події навколо УПЦ, пов'язаної з Московським патріархатом. Спортивних новин 11, один прогноз погоди та одне повідомлення про ДТП. Ще шість новин є регіональними, вони стосуються питань комунального господарства, хибного повідомлення про замінування, порушень комендантської години та скандалу в Одесі з проросійськи налаштованим таксистом.

Крім того, 23% наповнення розділу «Новини» мають розважальний зміст. Серед такого контенту 29 новин шоу-бізнесу, 22 повідомлення про курйозні випадки, 11 астрологічних прогнозів, дев'ять рецептів та побутових порад, п'ять новин з життя британської монаршої родини, дві публікації щодо народних прикмет та одна розповідь про обряд екзорцизму. Два матеріали мають ознаки замовних [7].

24 канал. Стрічка новин протягом доби складалася з 221 публікації. 29% з них стосуються війни в Україні. Про бойові дії на лінії фронту йдеться в 15 матеріалах. Утім, менша частина з них джерелом інформації має повідомлення Генерального штабу та представників ЗСУ. Більша частина ґрунтується на роздумах та припущеннях політичних і військових експертів. Ще сім публікацій стосуються постачання зброї до України, водночас дві з них також посиляються на думки, висловлені експертами. Ще в одному матеріалі, що також посиляється на міркування військового експерта, йдеться про можливі ракетні атаки росіян на українські населені пункти. Із шести публікацій щодо подій у Росії половина так само посиляється на прогнози експертів. Також

роздуми експертів стали джерелом для двох матеріалів на тему спроможностей та озброєння російської армії.

З п'яти новин про загибель на фронті українських військових дві посиляються на цивільні організації, з якими до війни нібито співпрацювали загиблі, одна – на військовослужбовця, навряд чи уповноваженого надавати таку інформацію, одна – на соцмережі, і ще одна взагалі джерела не називає. Також соцмережі стали джерелом інформації для двох повідомлень про вибухи, що, можливо, сталися на території Росії. 33 публікації в стрічці новин присвячені темі виселення УПЦ, пов'язаної з Московським патріархатом, із Києво-Печерської лаври та судовим переслідуванням митрополита цієї церкви Павла Лебідя.

Про наслідки війни йдеться в п'яти матеріалах, про міжнародні новини, пов'язані з війною Росії проти України, у 18. Також у стрічці 18 повідомлень про російські події, сім про інші міжнародні події, п'ять щодо української політики та шість на тему економіки України. Спортивних новин протягом доби розміщено 19, кримінальних – 15, суспільних – 14. Прогноз погоди містять дві публікації. Загалом розважальним контентом наповнено понад 20% стрічки новин. Рецептам та порадам присвячено 22 матеріали, новинам шоу-бізнесу – 15, курйозним випадкам – дев'ять, королівській сім'ї Великобританії – два, астрологічним прогнозам – два. Один матеріал є немаркованою належним чином рекламою комерційної компанії.

Кореспондент.net. Протягом доби в розділі «Новини» розміщено 177 матеріалів. З них 40% стосуються теми російсько-української війни. Близько третини таких новин розповідають про події на лінії фронту (серед яких одна про загибель Олега Барни) та обстріли росіянами мирних населених пунктів України. Основними джерелами інформації в цих випадках називаються Генштаб, ЗСУ, Кабінет Міністрів та органи місцевої влади. У поодиноких випадках повідомлення посиляються на західні ЗМІ та Офіс президента.

Таку ж частку новинної стрічки становлять повідомлення міжнародного змісту, серед яких сім матеріалів про експорт українського зерна. Темі

постачання західних озброєнь до України присвячено вісім публікацій, темі оприлюднених документів Пентагону – дві. Про дії окупантів розповідають шість матеріалів, з яких лише два посилаються на достовірні джерела: ГУР та українських журналістів-розслідувачів.

Мандрівці Володимира Путіна півднем України присвячено чотири публікації, а ще у двох, що посилаються на соцмережі та російські медіа, йдеться про вибухи на окупованих територіях. Про наслідки війни йдеться в шести публікаціях.

Серед новин, не пов'язаних з війною, найбільшу частину становлять міжнародні повідомлення, з яких 26 стосуються політики та економіки, а три мають розважальний характер. Ще дев'ять матеріалів розповідають про події в Росії.

Політиці та економіці в Україні присвячено 12 матеріалів, темі «суспільство» – два. Викриттю колаборантів присвячено три публікації. По шість можна зарахувати до кримінальних хронік та регіональних новин. Про наслідки паводка в Україні йдеться в чотирьох публікаціях. Один матеріал розповідає про церковне свято, а ще один наводить астрологічний прогноз. Також у стрічці сім новин зі сфери шоу-бізнесу та 16 спортивних повідомлень.

NV. У досліджений період стрічка новин складалася зі 177 публікацій. 47% з них стосуються тем, пов'язаних з війною в Україні. Серед них 13 матеріалів про події на лінії фронту, з яких один повідомляє про загибель військового (колишнього депутата Верховної Ради Олега Барни). Тут як джерело найчастіше називаються Генеральний штаб та представники ЗСУ, і водночас – припущення військових експертів.

Про обстріли мирних територій України йдеться в чотирьох новинах, одна з яких також посилається на припущення експерта. Постачанню зброї західних зразків Україні присвячено чотири публікації, і стільки ж загальному стану української армії. П'ять матеріалів стосуються наслідків війни.

Тему оприлюднених документів Пентагону зачіпають п'ять новин, а тему поїздки російського диктатора Путіна на тимчасово окуповані території

України – 10, більшість із яких базується на аналізі та припущеннях експертів. Ще в 17 матеріалах ідеться про політику Росії та події на території держави-агресорки.

Із 31 міжнародної новини, пов'язаної з українським порядком денним, чотири присвячено питанню експорту українського зерна. Серед міжнародних новин, що не стосуються теми війни Росії проти України, 18 мають політичний та економічний зміст і дев'ять – розважальний.

Про українську економіку розповідають 12 публікацій, про політику – шість, дві з яких – припущення політолога, зокрема щодо можливих виборів до Верховної Ради. Суспільний зміст мають чотири новини. Ще в одній ідеться про наслідки паводка. З п'яти повідомлень щодо кримінальних правопорушень одне розповідає про напад представника УПЦ, підконтрольної Москві, на журналіста. Про боротьбу з колаборантами йдеться у двох новинах.

Також у стрічці три матеріали з побутовими порадами, два прогнози погоди та дев'ять спортивних новин. Два матеріали є рекламою комерційних компаній, не маркованою належним чином.

Фокус. Із 236 матеріалів в розділі “Новини” 32% присвячено темам, пов'язаним з нападом Росії на Україну. Про події на лінії фронту розповідають 16 публікацій, чверть із яких посилаються на соціальні мережі. Решта джерелами мають заяви керівника ГУР Кирила Буданова, секретаря РНБО Олексія Данілова, представників ЗСУ, Кабміну та Офісу президента.

Про дії росіян на фронті та на окупованих територіях ідеться в 14 повідомленнях. Тут також як джерела найчастіше називаються соціальні мережі та припущення експертів, але поряд з тим також представники ЗСУ, американський Інститут вивчення війни, британська розвідка та західні ЗМІ. 10 публікацій зачіпають тему постачання зброї Україні, чотири – обстрілів росіянами населених українських пунктів. Про російські озброєння розповідають два матеріали, один з яких посилається на російські пропагандистські медіа, другий – на роздуми військового експерта. Про українське озброєння йдеться в п'яти публікаціях з посиланням на думки

експертів та на соціальні мережі [9].

Два матеріали присвячено загибелі на фронті колишнього депутата Олега Барни. З темою наслідків війни пов'язана одна новина. Також у стрічці одна новина щодо витоку документів Пентагону і п'ять щодо поїздки Володимира Путіна на окуповані території України. Із 16 міжнародних новин, пов'язаних з війною в Україні, три стосуються експорту зерна. Про події в Росії повідомляють 20 публікацій. Крім того, у стрічці 24 міжнародних новини.

Українській політиці присвячено три новини, економіці – п'ять, суспільним подіям – п'ять, кримінальним правопорушенням – чотири, протидії силовиків колаборантам – три, наслідкам паводка – одну.

Водночас до розважального контенту можна зарахувати 43% наповнення розділу «Новини». Йдеться про новини шоу-бізнесу, повідомлення про курйозні випадки за кордоном та різноманітні доведені й не доведені відкриття науковців, матеріали на автомобільну тематику, рецепти та побутові поради, нагадування про церковні свята та астрологічні прогнози. До цього ж переліку входять історії з життя королівської родини Великої Британії, яких безвідносно до актуальності було розміщено шість протягом доби.

УНІАН. У досліджений період стрічка новин складалася з 235 матеріалів. З них 43% висвітлюють теми, пов'язані з російською агресією проти України. Про події на лінії фронту йдеться у 23 публікації. Близько третини з них посилаються на соціальні мережі та припущення експертів. 12 новин повідомляють про обстріли російською армією мирних територій України. Три з них посилаються на представників ЗСУ, решта – на представників центральної та місцевої влади. Тему постачання до України західних озброєнь зачіпають сім публікацій. Про дії росіян на лінії фронту та на окупованих територіях розповідають 16 матеріалів. Тут серед джерел названо місцеву українську владу тимчасово окупованих територій, Центр національного спротиву, ЗСУ, а також соцмережі та російські пропагандистські медіа. Про стан російської армії йдеться в чотирьох публікаціях. Дві з них посилаються на західні ЗМІ, а дві інші – на міркування українських військових експертів. Ще

одна новина з посиланням на соціальні мережі повідомляє про вибух, що нібито стався на території Росії. Повідомлення про загибель на фронті колишнього депутата Верховної Ради Олега Барни посиляється на ЗСУ.

Про наслідки війни для України йдеться в семи новинах. Стільки ж публікацій присвячено поїздки Володимира Путіна до українських територій, окупованих Росією. Дві новини стосуються витоку документів Пентагону щодо стану та планів української армії.

Із 21 міжнародної новини, що має стосунок до війни, розв'язаної Росією, п'ять висвітлюють проблеми з експортом українського зерна. Ще 16 міжнародних новин не пов'язані з темою війни в Україні. Про події в Росії йдеться у 18 матеріалах.

Також у стрічці новин розміщено публікацію, що має своїм джерелом роздуми та припущення військового експерта Олега Жданова на тему розпалювання Третьої світової війни. Серед новин України чотири політичних, 15 економічних, дев'ять суспільних, шість кримінальних. Ще шість стосуються паводка, три – карного переслідування колаборантів.

Протягом доби розміщено шість разів прогноз погоди та стільки ж спортивних новин. Астрологічним прогнозам присвячено дев'ять матеріалів, вісім – рецептам та побутовим порадам, три – курйозним випадкам, і дві – народним прикметам. З 14 новин шоу-бізнесу три стосуються російських артистів. Три матеріали мають ознаки замовних, ще два є рекламою, не маркованою належним чином.

Гордон. Протягом доби в розділі Новини» розміщено 141 публікацію. 55% стрічки складаються з матеріалів, що стосуються війни Росії проти України. Про події на лінії фронту йдеться в 13 новинах, що посиляються на офіційні джерела, зокрема Генштаб та ЗСУ. З посиланням на західні ЗМІ та офіційні українські джерела сім матеріалів висвітлюють тему постачання Україні зброї країнами Заходу. 13 повідомлень про обстріли мирних населених пунктів України росіянами джерелами називають переважно органи місцевої влади, а також Генеральну прокуратуру, секретаря РНБО Олексія Данілова та

голову Офісу президента Андрія Єрмака. На місцеву владу та Національну поліцію посилаються дві новини щодо евакуації цивільних осіб з прифронтових територій. Щодо загибелі військового на фронті одна новина, де йдеться про Олега Барну. Версії можливих причин та наслідків витоку секретних документів Пентагону з нібито відомостями про ЗСУ висловлено в чотирьох публікаціях. Сім новин стосуються теми наслідків війни для України.

Дії росіян на окупованих територіях та на лінії фронту описують 10 матеріалів, що відштовхуються від повідомлень представників ЗСУ, Офісу президента, Інституту вивчення війни, Служби розвідки Великобританії, західних ЗМІ, а також російських пропагандистських медіа. Про мандрівку Путіна тимчасово окупованими територіями України розповідають три матеріали.

Можливих ударів українських безпілотників по об'єктах у Росії стосуються два матеріали, один з яких посилається на начальника ГУР Кирила Буданова, другий – на російського політолога Станіслава Белковського. Про інші події в Росії йдеться в 14 публікаціях, більшість із яких є припущеннями або давніми спогадами колишніх російських журналістів Євгена Кисельова, Олександра Невзорова, Савіка Шустера, а також колишнього політтехнолога Кремля Ростислава Мерзагулова.

Серед 17 міжнародних новин, пов'язаних з війною в Україні, чотири стосуються проблеми експорту українського зерна. Ще дев'ять міжнародних повідомлень з українським порядком денним не пов'язані.

Серед новин України вісім економічних, сім політичних, шість кримінальних, чотири суспільних, також чотири щодо паводка та три щодо викриття колаборантів. Крім того, у стрічці дві новин шоу-бізнесу та три матеріали з ознаками замовних.

Суспільне. У розділі «Новини» протягом доби розміщено 369 матеріалів. З війною Росії проти України пов'язані 37% з них. 20 публікацій розповідають про події на лінії фронту. З них одна, що розповідає про візит президента Володимира Зеленського до Авдіївки, посилається на власного кореспондента.

Решта джерелами інформації називає переважно повідомлення Генерального штабу та представників ЗСУ. Про російські атаки на мирні території України повідомляють 22 новини, які здебільшого посилаються на місцеві органи влади. Дії окупантів висвітлюють вісім матеріалів, більшість із яких джерелами мають американський Інститут вивчення війни та повідомлення представників ЗСУ.

26 новин повідомляють про загиблих на фронті військовослужбовців. Більшість таких повідомлень джерелом називає органи місцевої влади населених пунктів, з яких були мобілізовані загиблі військові, але три з них посилаються на власних кореспондентів. Поряд з тим присутні кілька таких публікацій із посиланнями на соціальні мережі.

Про постачання західних озброєнь Україні йдеться в п'яти публікаціях, про евакуацію цивільного населення з прифронтових територій – у чотирьох, про навчальні процеси в українському війську – у двох. Про наслідки війни розповідають 33 матеріали. По дві новини стосуються тем оприлюднених документів Пентагону та мандрівки Путіна окупованими українськими територіями. Серед 14 міжнародних новин, що стосуються теми війни, три присвячено експорту зерна. Ще 15 міжнародних новин не пов'язані з Україною, з них понад половину мають розважальний зміст. Про події в Росії йдеться у 22 публікаціях. Українських політичних новин у стрічці дев'ять, економічних вісім.

Серед 24 повідомлень про кримінальні правопорушення одна розповідає про напад священника УПЦ, пов'язаної з РПЦ, на журналіста. 12 новин інформують про карне переслідування колаборантів. Екологічна тематика висвітлюється в семи матеріалах, суспільна – в 11, наслідки паводка – у 16. Спортивних новин у стрічці 29. Крім того, 30% розділу «Новини» складаються з регіональних повідомлень. Серед них більшість присвячено соціальній тематиці та питанням комунального господарства. Водночас 19 новин повідомляють про культурні події, 14 – про ДТП, п'ять стосуються місцевої політики, ще три – пандемії коронавірусу.

Особливістю сучасних інтернет-медіа є їхня вірусність та взаємодія з

цільовою аудиторією. Нещодавно медіа активно демонстрували хід Євробачення від нацвідбору до фіналу. З перших днів подія стала актуальною серед читачів. 3-го лютого українці обирали представника на «Євробачення-2024». У соціальних мережах шанувальники музичного конкурсу не тільки обговорювали фіналістів Нацвідбору, а й жартували – щодо елементів шоу, учасників, ведучих, членів журі та проблеми з голосуванням у застосунку «Дія». Суспільне Культура зібрало найсмішніші жарти й меми про Нацвідбір на «Євробачення» (додаток Д).

Висновки до розділу. Повномасштабне вторгнення Росії в Україну стало рушійною силою для розвитку національних і регіональних медіа. Запит аудиторії на український контент зріс не тільки в державі, а й у світі загалом. Медійники зіштовхнулися з унікальним явищем, коли весь світ може спостерігати за подіями війни на нашій території, а соцмережі допомагають транслювати правдиву інформацію. Зміни у споживанні контенту сталися на всіх платформах.

ВИСНОВКИ

Українська інтернет-журналістика як феномен починає етап свого становлення в період з 1994 року, беручи своє коріння від американських щоденних газет, які всередині 90-х років минулого століття почали підключатись до мережевих серверів та захоплювати електронну сферу комунікації.

Сьогодні інтернет-журналістика неупинно розвиває свої обрії, формуючи нові категорії, новітні підходи до формування комунікаційного процесу та інформаційного поля, відшукуючи нові формати видання та підкорення електронної інформаційної площини. Варто наголосити, що підкорення вершин інтернет-журналістики за стандартами друкованих ЗМІ є принципово неможливим. Обумовлено це тим, що першочергово кількісно відрізняється аудиторія, по-друге, мережа потребує докорінно іншого стилю, тобто інформаційної адаптації для сприйняття крізь призму екрану.

Інтернет-журналістика є самостійним видом журналістики на рівні з друкованою, теле та радіожурналістикою. З часом вона все більше впливає на інші види журналістики, а не навпаки. Такі її специфічні риси, як оперативність, інтерактивність, мультимедійність, конвергенція, гіпертекстовість та форма подачі в малих формах є конкурентними перевагами серед інших джерел інформації. Водночас всі ці характеристики загострюють конкуренцію між інтернет-виданнями у боротьбі за аудиторію. І перемогу здобуде той, хто вгадає смаки та уподобання саме свого читача чи глядача.

Ми здійснили ґрунтовний аналіз щодо розповсюдження української тематики світовими ЗМІ в контексті війни в Україні. Зокрема, дослідження поширення новин української тематики у країнах Європи свідчить про те, що незалежно від рівня підтримки України конкретною державою, російська пропаганда знаходить спосіб просочитися до інфопростору країни. А тому медіа мають більш пильно ставитися до наративів, якими успішно маніпулює влада рф.

У досліджуваний період значно зросла кількість повідомлень, що стосувалися питань української армії, озброєння та обороноздатності. У медіа зображували їх не тільки у вигляді аналітичних текстів та репортажів, але й у вигляді карикатур на обкладинках друкованих ЗМІ та заголовків, які посилалися на українські літературні твори. Не менш актуальними стали проблеми вступу України до НАТО та співпраці із Північноатлантичним альянсом. Публікації міжнародних ЗМІ, які були розглянуті, мали різний контекст. Перш за все треба виокремити повідомлення, що є нейтрально забарвленими, тобто такими, що містили лише факти чи виклад думок. Через культурну журналістику виявлено публікації, що характеризували події оцінкою «негативно», а кількість компліментарних матеріалів про події в Україні від 65 проаналізованих, становила всього 7. Подібного роду тексти з'являлися у The New York Times, The Guardian, BBC, Charlie Hebdo тощо. Відсутність оціночних суджень та коментарів експертів у публікаціях ЗМІ може свідчити про те, що міжнародна спільнота передивилася своє ставлення до України та її проблем. Причиною тому може бути зменшення кількості контактів або скорочення дискурсу між українськими владними інститутами зі своїми західними партнерами.

Аналіз медіаландшафту тимчасово окупованих територій України дозволив зробити висновок, що 2024 року медіа на тимчасово окупованих територіях України (ТОТ) є централізованим і підпорядковуються російській окупаційній владі. Ця система розвивалася поступово, і стартувала зі створення квазіміністерств інформаційної політики та пропагандистських медіахолдингів, підпорядкованих Кремлю. На окупованих територіях діє цілісна мережа масмедіа, яка якісно виконує свою функцію.

Повномасштабне вторгнення Росії в Україну стало рушійною силою для розвитку національних і регіональних медіа. Запит аудиторії на український контент зріс не тільки в державі, а й у світі загалом. Медійники зіштовхнулися з унікальним явищем, коли весь світ може спостерігати за подіями війни на нашій території, а соцмережі допомагають транслювати правдиву інформацію.

Зміни у споживанні контенту сталися на всіх платформах. Аудиторія активно використовує різні джерела інтернет-журналістики, соціальні мережі, перевага надається україномовному контенту.

Українські медіа адаптуються до нової воєнної нормальності: в стрічках стає дедалі менше новин про війну, натомість почала зростати кількість матеріалів про політику.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аксьонова Н. Дослідження мас-медіа в умовах інформаційної війни. Київ, 2017. Вип. 48. С. 341–350.
2. Бандура Н. Типологія журналістських блогів німецького віртуального дискурсу [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/psptkl_2014_26_5 (дата звернення 05.05.2024)
3. Борумбей Т. Розповсюдження української культури світовими ЗМІ в контексті війни в Україні. *Журналістика та соціальні комунікації в контексті становлення громадянського суспільства в Україні і в світі: виклики, тенденції, перспективи : матер. Всеукраїнської наук.-практ. конф. (м. Одеса, 4 листопада 2022 р.)*. Одеса : Національний університет «Одеська юридична академія», 2022. С. 15-21.
4. Гудінова І. Л. Блог-блогер-блогосфера в психологічних дослідженнях. *Актуальні проблеми психології: зб. наук. праць Інституту психології НАПН України. Психологічна герменевтика*. 2011. Т. 2. № 7. С. 235–248.
5. Данилюк А. Інтернет як засіб інтеграції традиційних ЗМІ в Україні URL: <http://lnu.edu.ua/mediaeco/zurnal/N2/Mediaosvita/internet-zasib.htm>. (дата звернення 12.03.2024)
6. Долженкова К. Особливості ефективної взаємодії соціальних мереж та українських інтернет-ЗМІ [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://kubg.edu.ua/images/stories/Departaments/nmc.nd/student_nauka/2017-2018/roboty_peremozhciv/suchasn-zhurn.pdf (дата звернення 14.04.2024)
7. Дмитрів Л. Якість текстового контенту сайту з погляду редактора. *Вісн. Книжк. палати*. 2014. № 9. С. 10–12.
8. Досенко А. К. Етика аматорських інтернет-медіа: соціальнокомунікаційний підхід. *Соціальні комунікації: теорія і практика*. № 3. 2016. С. 47-5
9. Досенко А. К. Стрімінг як соціальнокомунікативний процес.

Держава та регіони. Серія: соціальні комунікації. № 2. 2017. С. 129-133

10. Досенко А.К., Погребняк І.В Інтернет-журналістика: комунікативні маркери. Київ, 2020.189 с.
11. Енциклопедія постмодернізму. К.: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2003. 503 с.
12. Інтернет-журналістика як нова форма універсального мультимедіа. *Матеріали науково-практичної конференції*, 2019, 85 с
13. Кількість згадок про Україну у провідних західних медіа та соцмережах у лютому зросла майже на 50%. *Детектор Медіа*. 2024. URL: <https://detector.media/infospace/article/224028/2024-03-11-kilkist-zghadok-pro-ukrainu-u-providnykh-zakhidnykh-media-ta-sotsmerezhakh-u-lyutomu-zroslo-mayzhe-na-50/><https://brandukraine.org.ua/uk/analytics/ukrayina-u-providnih-mizhnarodnih-onlajn-zmi-ta-socmerezhah-liutyi/>
14. Коцарев О.О. Типологія Інтернет-ЗМІ. 2006. 321 с.
15. Олеся Бойко Війна, яка переросла в тероризм – що пишуть про Україну у світових ЗМІ [Електронний ресурс]. Chytomo. 2022. Режим доступу: <https://chytomo.com/vijna-iaka-pererosla-v-teroryzm-shcho-pyshut-pro-ukrainu-u-svitoviykh-zmi/> (дата звернення: 26.04.2024).
16. Питак Т. Тенденції розвитку електронних видань: історія, сучасність, перспектива. *Культурологія в НаУОА*. URL: <http://kulturolog.org.ua/i-conference/2013-/687-pytak.html> (дата звернення 14.03.2024)
17. Потятиник Б. Інтернет-журналістика: межі професії [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.mediakrytyka.info/za-scho-krytykuyut-media/internet-zhurnalistyka-mez-hi-profesiyi.html> (дата звернення 04.05.2024)
18. Українська культура в умовах російської збройної агресії [Електронний ресурс]. CASES. Режим доступу: <https://cases.media/article/ukrayinska-kultura-v-umovakh-rosiiskoyi-zbroinoyi-agresiyi> (дата звернення: 26.03.2024).
19. Чабаненко М. Що відомо і що невідомо про перші українські сайти. URL: <http://www.telekritika.ua/internet/2008-04-16/37855>. (дата звернення

5.04.2024)

20. Чабаненко М.В. Інтернет-ЗМІ як складова частина системи засобів масової інформації України. Запоріжжя: ЗНУ, 2011. 183 с.

21. Jason Farago The War in Ukraine Is the True Culture War [Electronic resource] *The New York Times*. 2022. Mode of access: <https://www.nytimes.com/2022/07/15/arts/design/ukraine-war-culture-art-history.html> (date of access: 27.03.2024). Title from screen.

22. Joakim Medin Ukrainian writers – defying the Russian invasion [Electronic resource] / Joakim Medin. PEN/Opp. 2022. Mode of access: <https://www.penopp.org/articles/ukrainian-writers-defying-russian-invasion> (date of access: 27.03.2024). Title from screen.

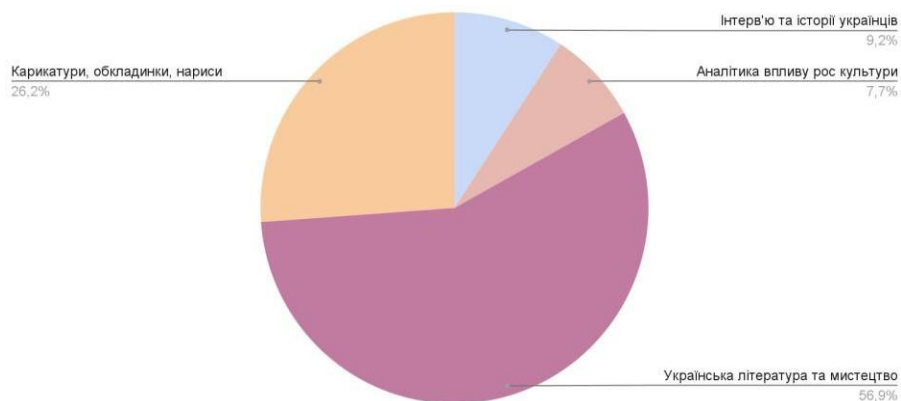
23. Kate Tsurkan Love Ukraine as You Would the Sun: 10 Ukrainian Books Worth Reading in English [Electronic resource] Literary Hub. 2022. Mode of access: <https://lithub.com/love-ukraine-as-you-would-the-sun-10-ukrainian-books-worth-reading-in-english/> (date of access: 26.03.2024). Title from screen.

24. Kate Tsurkan Ukrainians are calling for a cultural boycott of Russian artists. Is the world ready to listen? *New Eastern Europe*. 2022. Mode of access: <https://neweasterneurope.eu/2022/07/20/ukrainians-are-calling-for-a-cultural-boycott-of-russian-artists-is-the-world-ready-to-listen/> (date of access: 27.03.2024). Title from screen.

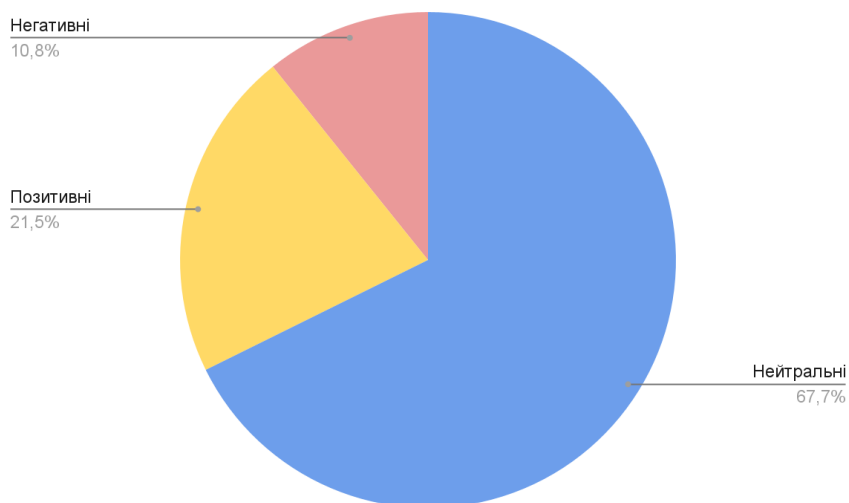
25. Matthew Omolesky The Ally of Executioners: Pushkin, Brodsky, and the Deep Roots of Russian Chauvinism [Electronic resource. *The American Spectator*. 2022. Mode of access: <https://spectator.org/the-ally-of-executioners-alexander-pushkin-joseph-brodsky-and-the-deep-roots-of-russian-chauvinism/?fbclid=IwAR11bEgBgQKSlnYI1AmX4R8Z9SpaoUtKXxZH7iBw1Sy4wPXkY3OXaYtc-Dk> (date of access: 27.03.2024). Title from screen.

ДОДАТКИ

Додаток А



Діаграма 1. Тематика публікацій



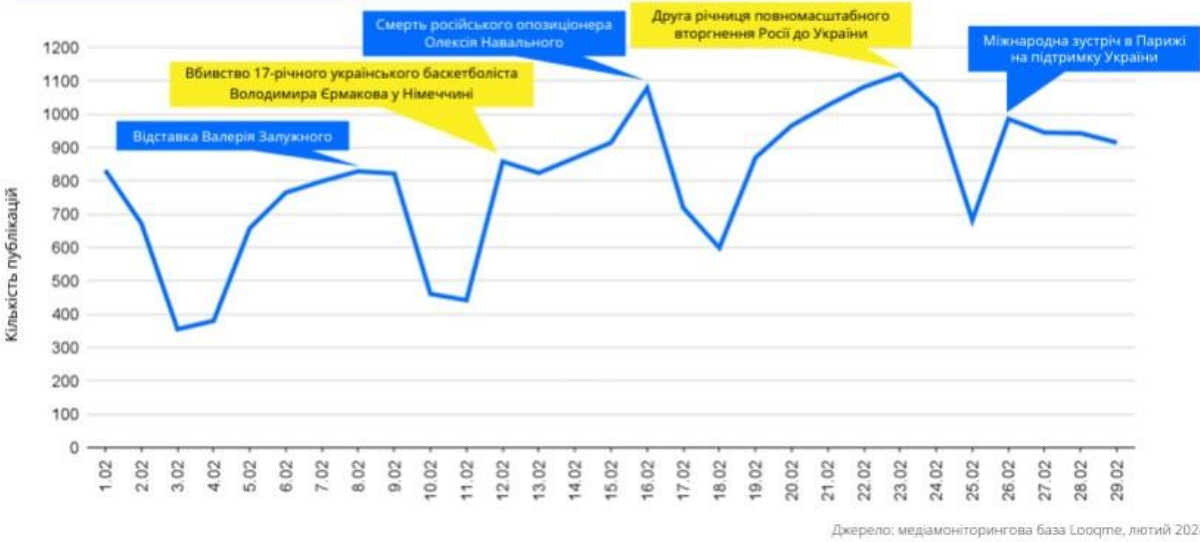
Діаграма 2. Контекст повідомлень

Додаток Б

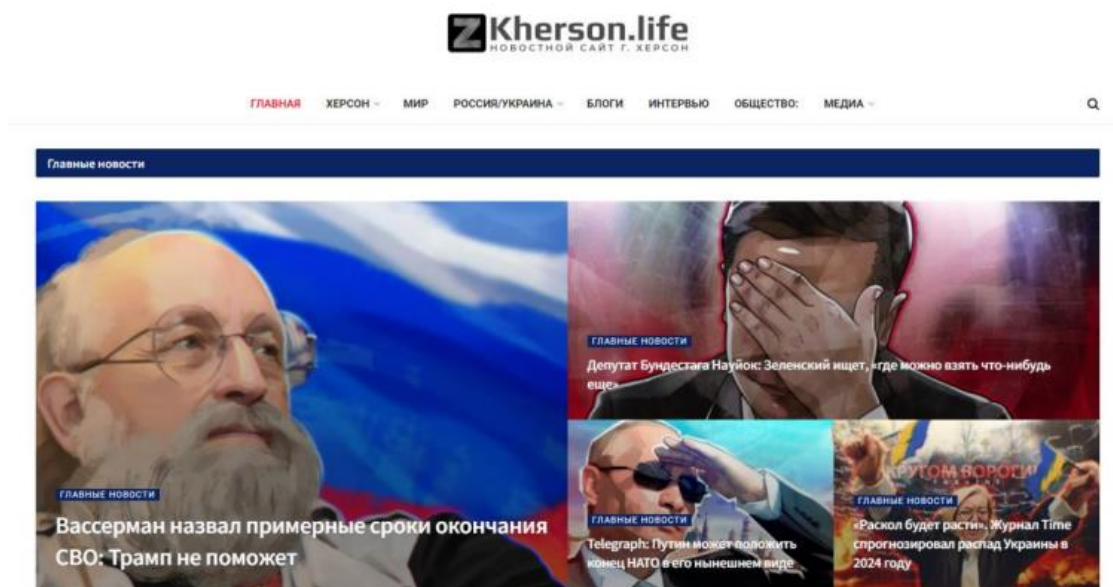
Розподіл статей про Україну в провідних іноземних новинних онлайн-медіа за мовами



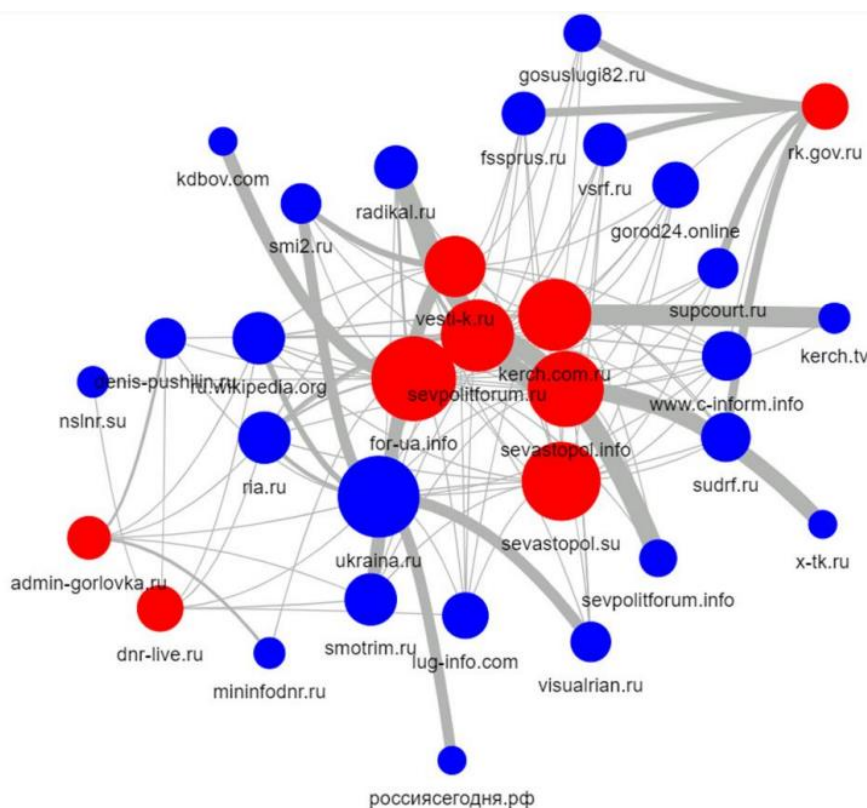
Денна динаміка кількості публікацій про Україну та ключові теми



Додаток В



уніом із сайту “kherson.life” 1 лютого 2024 року.



Мережа, що складається з 40 Telegram-каналів, покликається на 10 Telegram-каналів із найбільшою кількістю зв'язків. На візуалізації (додаток В) вебсайти, позначені червоними колами, покликаються лише на інші вебсайти в межах підвибірки даних. Вебсайти, позначені синіми колами, або покликаються виключно на інші сайти, або на сайти (й вони покликаються на

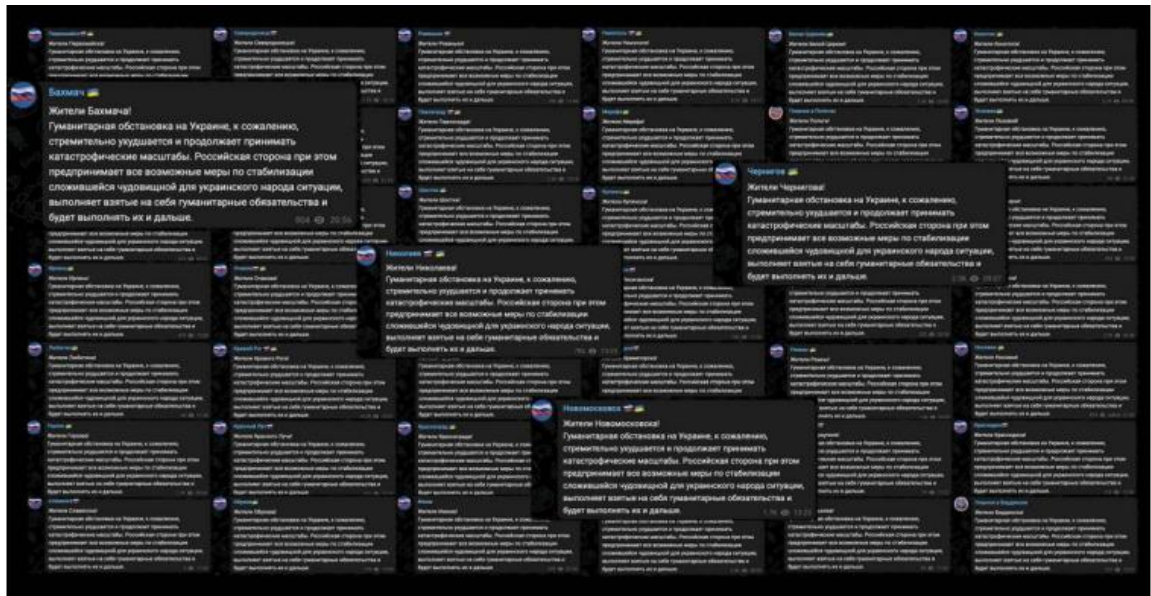
них), що входять до підвибірки.

The screenshot shows the website kerch.com.ua/articleview.aspx?id=116870. At the top, there is a navigation bar with a back arrow, a refresh icon, and the website URL. Below the navigation bar, the page is divided into several sections:

- Реклама (Advertisement):** A section on the left containing two ads. The first is for "Ремонт балконов 'под ключ'. Остекление, внешняя и внутренняя отделка" (Balcony renovation 'turnkey'. Glazing, exterior and interior finishing). The second is for "Вакансии ООО 'Консервный комбинат 'Арктика'" (Vacancies in LLC 'Canned Food Plant 'Arktika').
- ПРЯМОЙ ЭФИР (Live Broadcast):** A section on the right featuring a photo of Svyatoslav Brusakov, head of the Kerch administration. The text says: "На ваши вопросы ответит глава администрации Керчи" (The head of the Kerch administration will answer your questions). Below the photo, it says "Святослав Брусаков" and "Оставьте вопросы в комментариях" (Leave questions in the comments).
- Text Content:** Below the live broadcast, there is a paragraph: "Если Вы стали свидетелем происшествия, или знаете о предстоящем событии, а также располагаете интересными фотографиями, звоните +7-(978)-853-94-44, пишете info@kerch.com.ru и Ваша информация появится на сайте KERCH.COM.RU." (If you became a witness to an incident, or know about an upcoming event, and also have interesting photographs, call +7-(978)-853-94-44, write info@kerch.com.ru and your information will appear on the website KERCH.COM.RU).
- Footer:** At the bottom, there is a line: "Подписывайтесь на нас в социальных сетях ВКонтакте, Одноклассники, YouTube, Telegram, Яндекс.Дзен" (Subscribe to us on social media: VKontakte, Odnoklassniki, YouTube, Telegram, Yandex.Zen).

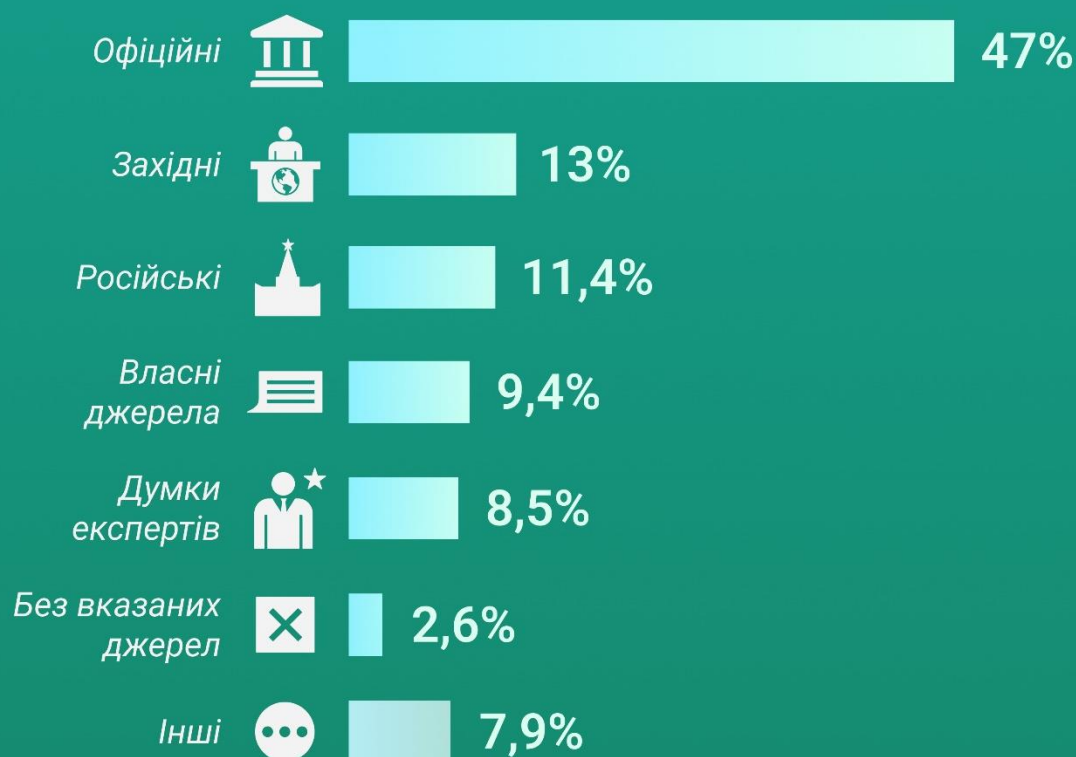
Публікація

на сайті kerch.com.ua з рекламою голови окупаційної адміністрації Керчі Святослава Бурсакова



іднкові пости в мережі проросійських Telegram-каналів. Зображення: Texty279

Джерела новин про війну*



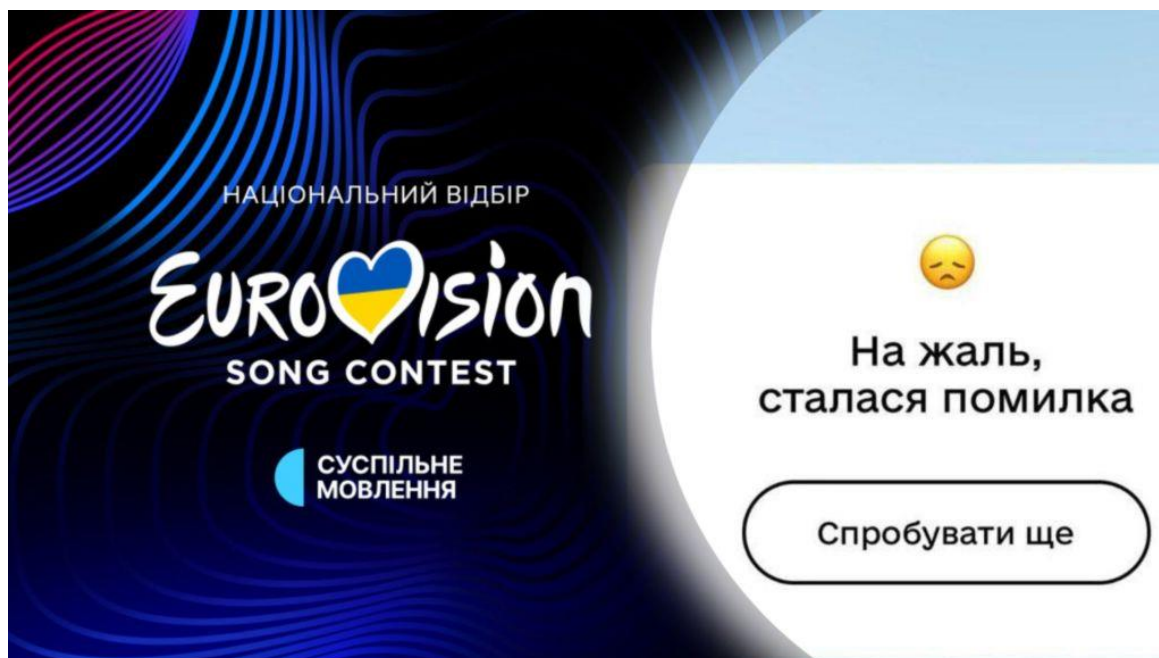
*Дані моніторингу ІМІ новин топ-10 за відвідуваністю онлайн-медіа України: Obozrevatel, "Цензор.Нет", ТСН, РБК-Україна, "Українська правда", "24 канал", УНІАН, "Фокус", NV, Кореспондент.net,.



Джерела новин про війну

Додаток Д

Цей день настав – ми купили «Євробачення»: як реагували українці мемами на Нацвідбір





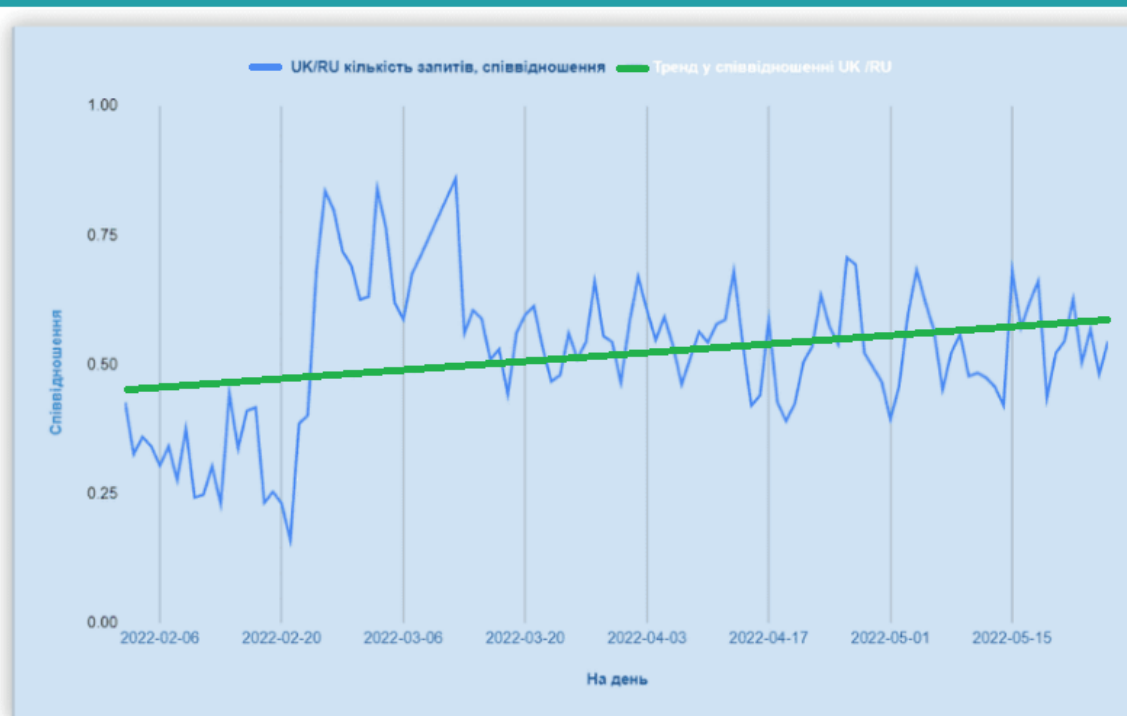
Графік голосування в Дії



Дні тижня	Понеділок, четвер, неділя			Вівторок, п'ятниця			Середа, субота		
Години/групи	1 група	2 група	3 група	1 група	2 група	3 група	1 група	2 група	3 група
1:00-5:00	Orange	Green	White	Green	White	Orange	White	Orange	Green
5:00-9:00	Green	White	Orange	White	Orange	Green	Orange	Green	White
9:00-13:00	White	Orange	Green	Orange	Green	White	Green	White	Orange
13:00-17:00	Orange	Green	White	Green	White	Orange	White	Orange	Green
17:00-21:00	Green	White	Orange	White	Orange	Green	Orange	Green	White
21:00-1:00	White	Orange	Green	Orange	Green	White	Green	White	Orange



Співвідношення ключових фраз українською та російською мовами

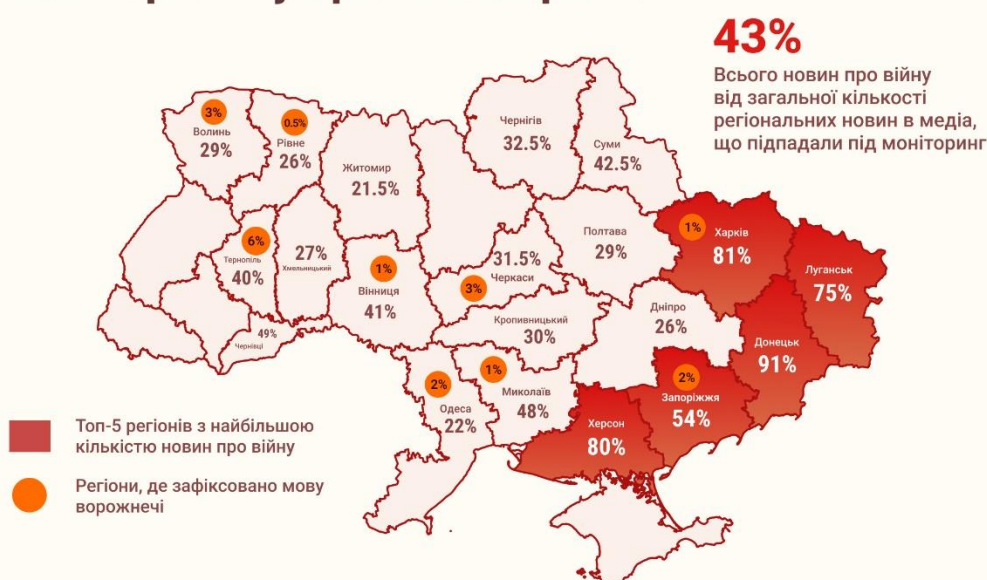


НОВИНИ ПРО ВІЙНУ В РЕГІОНАЛЬНИХ МЕДІА



Період моніторингу 6-10 травня 2024 року

Новини про війну в регіонах України



Основні теми новин



Було проаналізовано 11117 публікацій, із них 4780 новини про війну в новинних стрічках 100 регіональних онлайн-медіа 20 регіонів України (Волинська, Вінницька, Дніпро, Донецька, Житомирська, Закарпатська, Запорізька, Кіровоградська, Луганська, Миколаївська, Одеська, Полтавська, Рівненська, Сумська, Тернопільська, Харківська, Херсонська, Хмельницька, Черкаська, Чернівецька). До моніторингу потрапили новинні публікації з новинних стрічок онлайн-медіа.