

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Гуманітарно-педагогічний факультет

ПОГОДЖЕНО

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ

**Декан гуманітарно-педагогічного
факультету**

**Завідувач кафедри
журналістики та мовної комунікації**

_____ Інна САВИЦЬКА

_____ Світлана ХАРЧЕНКО

“ ____ ” _____ 2025 р.

“ ____ ” _____ 2025 р.

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«ЗМІ І НАРАТИВИ ВІЙНИ: ЖАНРОВІ ПРОЄКЦІЇ»

Спеціальність 061 Журналістика

Освітня програма Журналістика

Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

Гарант освітньої програми

доктор філол. наук, професор _____ Микола СТЕПАНЕНКО

Керівник магістерської кваліфікаційної роботи

доктор філол. наук, професор _____ Микола СТЕПАНЕНКО

Виконав _____ Світлана ЛИТВИНСЬКА

КИЇВ – 2025

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**
Гуманітарно-педагогічний факультет

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
журналістики та мовної комунікації
д.ф.н., професор _____ Світлана ХАРЧЕНКО
“ ____ ” _____ 2025 р

ЗАВДАННЯ

до виконання магістерської кваліфікаційної роботи студенту
Литвинській Світлані Віталіївні

Спеціальність 061 Журналістика
Освітня програма Журналістика
Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

Тема магістерської кваліфікаційної роботи: «ЗМІ І НАРАТИВИ ВІЙНИ: ЖАНРОВІ ПРОЄКЦІЇ» затверджена наказом ректора НУБіП України від «20» листопада 2024 року №2069 «С»

Термін подання завершеної роботи на кафедру «01» листопада 2025 року

Вихідні дані до магістерської кваліфікаційної роботи

Джерелом дослідження послужили українські й закордонні видання, соціальні мережі, які містять наративи Війни за Незалежність України. Застосовано методи: аналізу й синтезу, порівняльний для порівняння різних аспектів зображення воєнних подій у ЗМІ, контент-аналізу для вимірювання жанрового наповнення у сучасних медіа, дискурс-аналізу для опрацювання медіатекстів, наративного аналізу для вивчення сюжетних ліній та ролей персонажів воєнного наративу, узагальнення для написання висновків.

Перелік питань, що підлягають дослідженню:

1. Проаналізувати поняття «нاراتив», «нاراتив війни», «медіапростір» й охарактеризувати функції воєнних наративів.
2. Систематизувати теоретичні класифікації жанрів ЗМІ та розкрити поняття «жанрова проєкція» в контексті військової комунікації.
3. Дослідити особливості використання інформаційних, аналітичних та художньо-публіцистичних жанрів для конструювання різних елементів воєнного наративу.
4. Описати вплив диджиталізації та соціальних медіа на жанрові моделі та їхню роль у розширенні наративів.
5. Ідентифікувати жанрові маркери та механізми мімікрії наративів інформаційно-психологічних операцій. Порівняти жанрові підходи щодо висвітлення війни в різних медіасистемах.

Дата видачі завдання «12» жовтня 2024 р.

Керівник магістерської кваліфікаційної роботи _____ Микола СТЕПАНЕНКО
Завдання прийняв до виконання _____ Світлана ЛИТВИНСЬКА

ЗМІСТ

РЕФЕРАТ.....	4
ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ НАРАТИВІВ ВІЙНИ В МЕДІАПРОСТОРІ.....	13
1.1. Наратив війни як соціокультурний та медіафеномен.....
Помилка! Закладку не визначено.	
1.2. Жанрова система ЗМІ: класифікація та роль у формуванні воєнних наративів.....	25
1.3. Методологічні підходи до аналізу воєнних наративів у сучасних медіа...28	28
РОЗДІЛ 2. ЖАНРОВІ МОДЕЛІ КОНСТРУЮВАННЯ І ТРАНСЛЯЦІЇ ВОЄННИХ НАРАТИВІВ.....	32
2.1. Інформаційні жанри: види й особливості використання.....	32
2.2. Аналітичні та коментаторські жанри: оцінювання та інтерпретації.....	39
2.3. Художньо-публіцистичні жанри.....	41
РОЗДІЛ 3. СПЕЦИФІКА ЖАНРОВИХ ПРОЄКЦІЙ НАРАТИВІВ ВІЙНИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ МЕДІА.....	57
3.1. Диджиталізація та мультимедійність сучасних воєнних наративів.....	57
3.2. Наративи інформаційно-психологічних операцій та їхні жанрові маркери	62
3.3. Жанрові моделі конструювання наративів війни у різних медіасистемах...	69
ВИСНОВКИ.....	По
милка! Закладку не визначено.	
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	85

РЕФЕРАТ

Магістерська кваліфікаційна робота: «ЗМІ і наративи війни: жанрові проєкції»

Робота містить вступ, три розділи, дев'ять підрозділів, висновки та список використаних джерел (93 найменування). Робота включає 13 таблиць і 8 фотозображень, що демонструють динаміку еволюції воєнних наративів та види їхніх жанрових проєкцій.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ НАРАТИВІВ ВІЙНИ В МЕДІАПРОСТОРИ

Перший розділ присвячено концептуалізації наративів війни в медіапросторі. Досліджено *наратив війни* як соціокультурний та медіафеномен. Головними функціями воєнного наративу визначено такі: *мобілізаційну, легітимізувальну, дегуманізаційну, когнітивну, психотерапевтичну*. Обов'язковими складовими структури наративу є *конфлікт, узагальнені образи персонажів, рамкування (фреймінг)*. Проаналізовано зв'язок між технологічним розвитком медіа й створенням воєнних наративів. Підтверджено доцільність виокремлення чотирьох історичних періодів – *доба преси, доба радіо і кіно, доба телебачення, доба інтернету і соцмереж*. Обґрунтовано використання таких наукових методів, як *аналіз і синтез, опис, порівняльний, наративний аналіз, контент-аналіз, дискурс-аналіз, узагальнення*. Обрано необхідну теоретичну базу й інструментарій для виконання аналізу жанрових моделей, що використовуються у конструюванні воєнних наративів.

РОЗДІЛ 2. ЖАНРОВІ МОДЕЛІ КОНСТРУЮВАННЯ І ТРАНСЛЯЦІЇ ВОЄННИХ НАРАТИВІВ

Другий розділ презентує жанрову систему ЗМІ (*інформаційну, аналітичну, художньо-публіцистичну*), її застосування для конструювання, трансляції та ідеологічного наповнення воєнних наративів. Встановлено, що кожна група

жанрів виконує свою особливу роль у структурі воєнного наративу. Підтверджено, що жанрова проєкція є свідомо вибраним механізмом.

Доведено, що жанрова модель є не просто формальним оформленням, а стратегічною ланкою в комунікаційній ланцюзі, що перетворює військову фактичну подію на суспільно значущий, ідеологічно забарвлений наратив війни.

РОЗДІЛ 3. СПЕЦИФІКА ЖАНРОВИХ ПРОЄКЦІЙ НАРАТИВІВ ВІЙНИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ МЕДІА

Третій розділ містить детальний аналіз сценарію трансформації сучасної журналістики, інтегрованого розвитку традиційного і цифрового напрямів. Доведено, що цифровий апгрейд формує низку потенційних можливостей та дотичних викликів. Змінюючи способи створення, розповсюдження та споживання контенту, трансформуючи способи взаємодії між журналістами та аудиторією, цифрова журналістика активно залучає *медіа-формати (текст, аудіо, графіку, відео та фото), штучний інтелект, персоналізацію тощо*.

З'ясовано, що за допомогою інноваційних інформаційно-комунікаційних технологій журналісти створюють унікальний контент, максимально візуалізують інформацію, репрезентують її у вигідній та доступній формі, розширюють можливості взаємодії та обміну досвідом між користувачами ресурсу, розвивають стійкі бізнес-моделі розвитку суб'єктів журналістської діяльності.

Систематизовано інформацію про нові медіаплатформи та соціальні медіа, що змінило динаміку розвитку журналістики, актуалізувавши питання професійної етики та відповідальності, прискорило вдосконалення компетенцій з медіаграмотності та критичного мислення в сучасних журналістів та аудиторії

Ключові слова: наративи війни, гібридна війна, жанрові проєкції, жанр, жанрова мімікрія, дезінформація, жанрова гібридизація.

ВСТУП

Актуальність теми дослідження зумовлена трансформацією військових конфліктів у площині гібридної війни, де інформаційна складова наповнена воєнною проблематикою. У цьому контексті засоби масової інформації (далі – ЗМІ) змінюють свою функцію ретрансляторів подій і фактів на активних учасників формування воєнних наративів. Сучасні війни ведуть не тільки зброєю на полі бою, а й у медіапросторі. Це яскраво продемонстровано під час Війни за Незалежність України. Маніпуляції суспільною свідомістю, мобілізація і дегуманізація здійснюються ворогом через вибір конкретних жанрових проєктів – від новинного репортажу до мему. Уміння виявляти і досліджувати механізми, за допомогою яких кодують ідеологічні повідомлення в умовах російсько-українського військового протистояння, що було розпочате у 2014 році й триває до цих пір, є критично важливим для розуміння рівня інформаційної стійкості суспільства.

Проблема висвітлення військових конфліктів та формування наративів війни наразі є міждисциплінарною. Крім того, ця проблема активно розробляється зарубіжними й українськими науковцями. У фокусі їхніх досліджень новітні медіатехнології, жанрові трансформації, ідеологічні маніпуляції.

Американський дослідник Денніс Дейвіс [24], відомий своїми роботами у галузі масових комунікацій і медіаефектів, вивчав вплив телебачення (особливо репортажі та прямі включення) на сприйняття аудиторією інформації про воєнні конфлікти, зокрема у В'єтнамі. Це він назвав «ефектом телебачення».

Важливим є висновок цього дослідника про критику офіційних наративів. На думку Денніса Дейвіса [25], жанрова форма (пряма трансляція, візуальне свідчення) може призвести до кризи довіри до влади та посилення антивоєнних настроїв у суспільстві («ефект CNN»). Також відома його теорія «негативних ефектів»: автор аналізував, як зображення травматичних подій у медіа впливає на психологічний стан аудиторії та її готовність підтримувати конфлікт,

продовжувати війну. Таким чином, візуальні ефекти здатні створювати такі контрнаративи, що заперечують офіційну позицію державної влади.

Концепція медіадетермінізму Маршалла Маклюєна [51] стала фундаментальною для розуміння трансформації воєнних наративів. Він довів, що не зміст, а технологічний канал його передавання (жанрова платформа) є базовим чинником впливу на суспільну думку. Перехід від письмового жанру (газети, журнали) до аудіовізуального (радіо, телебачення) і мережевого (інтернет) принципово змінив спосіб сприйняття війни аудиторією, посилив емоційне вплив і швидкість реакції.

Одним із провідних теоретиків критичного дискурс-аналізу названо Нормана Фейрклафа [78]. У своїх роботах він проаналізував ідеологічну функцію мови у медіатекстах про війну і зробив висновок, що конкретні жанрові формули (наприклад, лексика в новинних повідомленнях) легімітизують дії однієї із сторін конфлікту й демонізують іншу сторону. Необхідно задіювати методологічну базу й аналізувати мовні маркери у воєнних наративах, це розкриє приховані механізми пропаганди й жанрової мімікрії.

Українські науковці зосередили увагу на специфіці гібридної війни, аналізі пропаганди і жанрових трансформацій в умовах безпосереднього прямого військового конфлікту. Заслужений журналіст України, професор Георгій Почепцов [64] активно досліджує теорію комунікацій, наративістику, інформаційні війни. Він сформулював фундаментальне обґрунтування сутності понять «наратив» й «управління наративами». Його роботи розкривають механізми створення та функціонування воєнних історій як інструментів впливу на людську свідомість.

Учений у галузі соціальних і масових комунікацій, журналістикознавстві Володимир Різун [66] ґрунтовно вивчає проблему медіа та війни, акцентує увагу на відповідальності ЗМІ та необхідності дотримання етичних норм у різних жанрах воєнної тематики.

Про необхідність протидіяти пропаганді й фейкам в медіапросторі пише Олександр Зінченко [32], знаний медіаексперт у сфері інформаційної безпеки,

пропаганди, дезінформації та фейків. Його праця «Пропаганда і медіафейки в умовах гібридної війни» [32] є фундаментальною для аналізу жанрової мімікрії та інших маніпулятивних технік, які часто використовують у антиукраїнських ворожих наративах. Автор описав, як саме дезінформація й пропаганда функціонують у медіапросторі в умовах війни. Він проаналізував поширені медіафейки і розробив методологію їхнього виявлення й спростування. Особливу увагу Олександр Зінченко зосередив на питаннях інформаційно-психологічної безпеки суспільства.

У військовій журналістиці дослідженнями ключових образів воєнного наративу «герой» / «ворог» відомий професор Валерій Іванов [33]. Він здійснив вагомий внесок у розвиток теорії журналістики, медійної етики та медіа в умовах війни. Вивчення «образу героя» і «образу ворога» важлива тема його наукових досліджень, оскільки автор вивчив і описав специфіку проектування різних жанрів для досягнення ідеологічного впливу. Важливо, що він розкрив особливості роботи журналістів у зоні бойових дій, їхню відповідальність та жанрові вимоги до матеріалів (наприклад, репортаж і нарис), створених в екстремальних умовах, етичні аспекти.

Відомий дослідник гібридних воєн та пропаганди Сергій Демченко [26] знав своїми дослідженнями жанрових форм. Він описав специфіку жанрової мімікрії інформаційних жанрів й використання їх як інструментів ворожої пропаганди. Проаналізувавши інформаційні матеріали, науковець у результатах своїх досліджень обґрунтував механізми подання фальшивих новин у вигляді об'єктивних повідомлень.

Актуальним і своєчасним є вивчення соціальних медіа, диджиталізації й новітніх жанрів Віктора Костюка [43]. У своєму дослідженні трансформації жанрової палітри в умовах соціальних медіа на прикладах з телеграму й тіктоку він здійснив аналіз функціонування мікрожанрів (мем, короткий стрім) та їхньої ролі в процесах швидкого й емоційнонасиченого розширення воєнних наративів та контрнاراتивів.

Огляд наукових досліджень українських і зарубіжних науковців широкий. Дослідження проблем військових конфліктів постійно перебуває в епіцентрі уваги й вирізняється багатовекторністю: від глобального технологічного впливу й соціальної критики до аналізу конкретних жанрових трансформацій і механізмів пропаганди в гібридному середовищі, зокрема воєнному. Це створює міцну теоретико-методологічну базу для вивчення жанрових проєктів воєнних наративів у засобах масової комунікації під час Війни за Незалежність України.

Мета і завдання дослідження. Мета дослідження – узагальнення знань про жанрові моделі й механізми їхньої проєкції у формуванні воєнних наративів у сучасному медіапросторі.

Поставлена мета передбачає необхідність розв'язання таких **завдань**:

1. Проаналізувати поняття «наратив», «наратив війни», «медіапростір» й охарактеризувати функції воєнних наративів.
2. Систематизувати теоретичні класифікації жанрів ЗМІ та розкрити поняття «жанрова проєкція» в контексті військової комунікації.
3. Дослідити особливості використання інформаційних, аналітичних та художньо-публіцистичних жанрів для конструювання різних елементів воєнного наративу.
4. Описати вплив диджиталізації та соціальних медіа на жанрові моделі та їхню роль у розширенні наративів.
5. Ідентифікувати жанрові маркери та механізми мімікрії наративів інформаційно-психологічних операцій.
6. Порівняти жанрові підходи щодо висвітлення війни в різних медіасистемах.

Об'єкт дослідження – воєнні наративи у засобах масової інформації.

Предметом дослідження є жанрові моделі та механізми їхньої проєкції, що використовуються для конструювання воєнних наративів у сучасному українському та світовому медіапросторі.

Наукова новина характеризується тим, що у поданому дослідженні вперше було узагальнено знання про жанрову проєкцію як ключовий механізм трансляції воєнних наративів, висвітлено її роль у гібридній війні.

Здійснено порівняльний аналіз функціонального розподілу ролей між традиційними жанрами (новина, стаття) та мікрожанрами соціальних медіа (мем, стрім) у конструюванні наративу. Ідентифіковано та систематизовано жанрові маркери мімікрії інформаційно-психологічних операцій, що їх часто маскують під об'єктивні інформаційні формати.

Методи дослідження: *аналіз і синтез, опис, порівняльний, наративний аналіз, контент-аналіз, дискурс-аналіз, узагальнення.*

Методи *аналізу й синтезу* задіяно під час вивчення теоретичних концепцій. *Порівняльний метод* використано для простеження і порівняння різних аспектів зображення воєнних подій у ЗМІ.

За допомогою *контент-аналізу* виконано вимірювання жанрового наповнення у сучасних медіа, *дискурс-аналізу* – виявлення ідеологічної роботи у медіатекстах, *наративного аналізу* – вивчення сюжетних ліній та ролей персонажів воєнного наративу наративу.

Метод узагальнення використано для написання висновків.

Теоретичне значення дослідження – результати дослідження поглиблюють розуміння механізмів функціонування ЗМІ в умовах воєнних конфліктів, розширюють категоріальний апарат теорії журналістики, зокрема теорії жанрів і наративістики.

Практичне значення дослідження полягає в тому, що матеріали роботи можуть бути використані:

1. У практичній роботі журналістів і редакторів для усвідомленого вибору жанрів під час висвітлення воєнних подій.
2. У розробленні лекційних і практичних занять викладачами, під час самопідготовки студентів із навчальних дисциплін «Теорія журналістики», «Жанри журналістики», «Журналістська етика», «Інформаційна безпека» та ін. Також у написанні статей і тез, курсових і дипломних робіт.

Апробація результатів дослідження.

Участь у конференціях:

- VII Міжнародна наукова конференція «Мова та культура у просторі новітніх технологій: проблеми сучасної комунікації» (Київ, ДУ КАІ, 12.03.2025);
- Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні соціокультурні трансформації: медіа, мова, комунікації» (Київ, НУБіП України, 03.04.2025);
- Міжнародна науково-практична конференція «Актуальні проблеми сучасної журналістики від теорії до практики, від традиційних до нових медіа» (Львів, ЛНУ імені Івана Франка, 23.10.2025);
- IV Міжнародна науково-практична конференція «Прикладні аспекти міждисциплінарних досліджень» (м. Вінниця, ДонНУ, 05.11.2025);
- Всеукраїнська науково-практична конференція молодих науковців «Світ у медіа, медіа у світі: тенденції та перспективи» (Київ, НУБіП України, 06.11.2025).

Публікації:

- Литвинська С.В. Роль журналістики в умовах війни: досвід України. *Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Філологія. 2025. Вип. 3 (17);*
- Литвинська С.В., Герасимович В.А., Герасимович М.В. Журналістика в епоху цифровізації: трансформація форматів і стилів. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія Філологія. Журналістика. 2025. Т. 36(75). №5.*
- Литвинська С. Трансформація репортажу в сучасній журналістиці. *Сучасні соціокультурні трансформації: медіа, мова, комунікації: зб. матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 03 квітня 2025 р.). Київ, 2025. С. 55–56;*
- Литвинська С.В. Репортаж у медійному інтернет-просторі. *Мова та культура у просторі новітніх технологій: проблеми сучасної комунікації:*

матеріали VII Міжнародної наукової конференції, м. Київ, 12 березня 2025 р.; ДУ «Київський авіаційний інститут». К., 2025. С. 56-58.

Структура роботи. Робота складається з титульної сторінки, змісту, реферату, вступу, трьох розділів, дев'яти підрозділів, висновків та списку використаних джерел, який становить 97 позицій.

Загальний обсяг роботи – 94 сторінки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ НАРАТИВІВ ВІЙНИ В МЕДІАПРОСТОРИ

1.1. Наратив війни як соціокультурний та медіафеномен

Під час Війни за Незалежність України ЗМІ (традиційні, нові медіа та соцмережі) розширили свої функції. Вони перестали бути лише інформаційними платформами, а стали активними учасниками воєнного конфлікту. Тепер їхньою головною функцією є не лише висвітлення і передавання фактів, а наративізація подій, тобто вбудовування цих фактів у правдиву емоційно насичену історію, оскільки ці воєнні події стосуються не лише країни загалом, а кожної родини, кожного громадянина.

Поняття *наратив* (від лат. *narrative* – розповідь) позначає логічно організовану й упорядковану послідовність подій, які передаються за допомогою мовних або візуальних засобів і мають певну мету чи значення для аудиторії. Наратив – це не просто перелік фактів, а відтворення й пізнання реальності через призму певного сюжету, конфлікту, персонажів та ідеологічного забарвлення. У медіаконтексті саме наратив визначено інструментом для формулювання суспільної думки.

Наратив війни є спеціальною формою наративу, в центрі якої відображення подій і наслідків військових конфліктів. Це певна сукупність пов'язаних між собою реальних історій, символів, міфів та образів, що їх використовують журналісти, щоб пояснити причини, перебіг і можливі наслідки війни, а також для легітимізації дій однієї зі сторін конфлікту та делегітимізації іншої сторони. Метою наративу війни є мобілізувати суспільство до участі у війні, сформувати образ ворога та образ героя, а також визначити, хто є жертвою агресії, а хто є цим ворогом-агресором. Наратив війни функціонує як потужний соціокультурний феномен, який впливає на національну ідентичність, психологічне здоров'я і колективну пам'ять суспільства.

Медіапростір – це сукупність інформаційних каналів, технологій, контенту та суб'єктів (журналісти, медіавласники, аудиторія), які беруть участь у створенні, розширенні та споживанні інформації. У контексті війни медіапростір стає основним полем для комунікування, поширення пропаганди та ведення війни на інформаційній площині, де наративи війни конкурують за увагу та довіру широкої громадської аудиторії. Наразі такими аудиторіями можна вважати громадян України, населення росії (агресора), а також міжнародну спільноту, що різняться у своїх поглядах.

Наративи війни виконують низку важливих функцій як на рівні державного управління, так і для громадянського суспільства загалом:

1. *Мобілізаційна функція* – забезпечення внутрішньої єдності та підтримка рішень влади, мотивація громадян до захисту. Спрямована на об'єднання населення навколо спільних цілей і рішень влади. Такий наратив формує відчуття спільної загрози та колективної ідентичності, спонукає громадян підтримувати військові дії (мобілізація а армію, волонтерство, фінансова підтримка).

2. *Легітимізувальна функція* – обґрунтування початку та продовження військових дій, трактування війни як «справедливої» / «визвольної». Забезпечує моральне та правове виправдання початку, продовження та методів ведення війни. Називає війну «справедливою», «оборонною» або «визвольною», трактує власні дії як змушену відповідь на агресію

3. *Ідеологічна та ціннісна функція* – провадження в масову свідомість найважливіших ідеологічних установок, цінностей та національно-патріотичних ідей. Впровадження ідеологічних установок, національно-патріотичних ідей та цінностей в масову свідомість суспільства. Використання історичних прикладів і символів для зміцнення національної ідентичності і обґрунтування геополітичних цілей.

4. *Дегуманізаційна функція* – формування «образу ворога» і його емоційна та психологічна ізоляція. Ворога зображують як абсолютне зло, тому

до ворога не потрібно виявляти співчуття, це знижує емпатію суспільства до супротивників.

5. *Когнітивна функція* – надання аудиторії спрощеної схеми для розуміння складного військового конфлікту, пояснення причинно-наслідкових зв'язків. Вводиться чітка схема для інтерпретації складного / хаотичного / травматичного конфлікту. Це спрощує причини і наслідки, чітко розмежовує «добро» і «зло».

6. *Психотерапевтична функція* – зниження рівня тривожності або, навпаки, нарощування агресії, формування колективного стійкого світогляду.

Тому наратив потрібно розуміти як структуровану історію, в якій фіксуються й пояснюються причини, хід подій, наслідки війни для суспільства, країни, світу тощо. Обов'язковими елементами наративу війни є:

- *герої* (ЗСУ, наші союзники);
- *жертви* (українське мирне населення, цивільна інфраструктура);
- *антагоністи* (вороги-агресори та їхні поплічники);
- *моральне обґрунтування* (боротьба за незалежність / суверенітет / територіальну цілісність / свободу / справедливість / історичне право та ін.).

З метою ефективного і дієвого використання наративів війни в медіапросторі завжди створюється стійка структура, незалежна від жанрової проєкції:

1. *Сюжетна лінія (конфлікт)*: визначення початку (*події, що спровокувала конфлікт*), кульмінації (*головні битви, критичні моменти*) та очікуване завершення (*неминуча перемога / поразка*). Сюжет є тим каркасом, що скріплює всі інші елементи.

2. *Персонажі (акцентуація)*:

- *Герой*: захисник, військовий, волонтер або цивільна особа, що виявляє мужність (його дії героїзуються, є моральним прикладом).
- *Ворог*: агресор, окупант, дегуманізована особа, загроза існуванню державі, нації, пересічним громадянам).

- *Жертва*: цивільне населення або поранені / полонені (підкреслює несправедливість і жорстокість війни).

3. *Рамкування (фреймінг)*: вибір позиції, відповідно до якої надається інформація. Наприклад, військова подія може бути розтлумачена як «акт терору» (для зображення ворога) або як «визвольна місія» (для зображення власних військових місій). Фреймінг контролює інтерпретацію фактів.

4. *Цінності*: суверенітет, державність, незалежність (для зображення власної позиції), імперські впливи, збільшення території (для зображення ворога) тощо

5. *Символіка та метафори*: використання сталих образів (наприклад, «залізна завіса», «вісь зла», «добра воля») для швидкого кодування інформації та апеляцій до емоційної пам'яті. Символи полегшують швидке поширення та впізнаваність наративу в різних жанрах.

6. *Емоційний компонент*: наратив обов'язково містить елементи, що викликають сильні емоції: гордість (за героїв) та співчуття (до жертви), гнів (проти ворога). Емоційне залучення є ключем до запам'ятовування та прийняття наративу аудиторії.

<i>Структурний елемент</i>	<i>Значення у наративі війни</i>
Сюжетна лінія (конфлікт)	Чітке визначення початку, кульмінації (головні битви) та очікуваного завершення війни (перемога / поразка)
Персонажі	<i>Герой</i> (захисник, військовий, волонтер) <i>Ворог</i> (агресор) <i>Жертва</i> (цивільне населення, особливо діти)
Рамкування (фреймінг)	Домінантна ідея, відповідно до якої подається інформація (наприклад, війна як «оборона» чи «спецоперація»)

Цінності	Суверенітет, державність, незалежність, імперські впливи, збільшення території тощо
Символіка та метафори	Мілітарні, історичні, національні та культурні символів (прапори, гасла, історичні паралелі)
Емоційний компонент	Апеляція до патріотизму, гніву, страху, співчуття, що забезпечує глибинне залучення аудиторії

Таблиця 1.1. Наратив війни: структурні елементи

У масмедіа військові конфлікти характеризуються динамічним зображенням, що обумовлено технологічним розвитком засобів комунікації, змінами у політичному і соціальному контекстах. Саме в еволюції зображення війни продемонстровано зміну від жорстко цензурованого, письмового наративу до гібридного, мультимедійного та децентралізованого контенту.

Розрізняють чотири етапи еволюційного розвитку зображення війни. Перший етап «Доба преси» розпочався у ХІХ ст. і тривав до Першої світової війни 1914-1918 рр. На цьому етапі домінували жанри листів: *нариси, кореспонденції, телеграми та офіційні зведення*.

На цьому етапі характерно було висвітлювати події високопатріотично. Кореспонденція була цензурованою. Через вільну доставку інформації домінували аналітичні та публіцистичні жанри. Оперативним новинам приділяли значно менше уваги.

Наратив був сфокусований на героїзації власного війська та «демонізації» ворога. Часто використовували сенсаційні прийоми для розпалювання інтересу до військових подій. Наприклад, репортажі Вільяма Говарда Рассела з Кримської війни (1853–1856) були написані у жанрі нарису, а не оперативного зведення новин.

<i>Конфлікт / період</i>	<i>Приклади жанрових проєктів</i>	<i>Характер наративу та джерела</i>
Кримська війна (1853–1856)	Кореспонденції Вільяма Говарда Рассела («The Times»)	<i>Наратив:</i> В.-Г. Рассел як один з перших військових кореспондентів порушив традицію сухого офіціозу. Його деталізовані нариси виявляли некомпетентність британського командування та жахливі умови, що призвело до суспільного розвитку та реформування. Проте, загалом у пресі зберігся високий рівень патріотичної риторики
Іспансько-американська війна (1898)	«Жовта журналістика» (Вільям Герст, Джозеф Пулітцер).	<i>Наратив:</i> Активне використання сенсаційних новин і драматичних нарисів для розпалювання військового настрою (war fever) та прямого підштовхування урядів до війни (наприклад, інцидент із лінкором «Мен»). Це яскравий приклад, коли жанр сенсації став інструментом мобілізації
Перша світова війна (1914–1918)	Офіційні прес-релізи і пропагандистські есе в британських та німецьких газетах	<i>Наратив:</i> Жорстка державна цензура і використання преси як інструменту пропаганди. Наратив повністю зосереджених на демонізацію

		ворога («гуни», «варвари») й абсолютну героїзацію власних солдатів. Домінували нариси про моральний дух та статистичні зведення з фронту
Російсько-японська війна (1904–1905)	Телеграми, репортажі кореспондентів із театру бойових дій	<i>Наратив:</i> Жанр оперативної телеграми став ключовим, але через обмеження зв'язку домінували запізнілі, аналітичні огляди, які часто ідеалізували або, навпаки, критикували військове керівництво, але без видимої присутності на місці подій

Таблиця 1.2. Перший етап «Доба преси»

Другий етап «Доба радіо і кіно», це міжвоєнний період між Першою світовою війною і Другою світовою війною. Характерним є широке розповсюдження радіо й кінохроніки. Це додало воєнному наративу аудіо- й відеовиміри, значно посилювало його вплив на аудиторію.

Наратив отримав централізовану та пропагандистську ознаки, особливо в країнах з тоталітарними режимами. Радіо забезпечувало оперативною інформацією та можливістю звертатися до великої аудиторії через жанр прямого звернення (наприклад, промови В. Черчилля).

У кінохроніках й агітфільмах було використано візуальну документалістику. Це допомагало створювати і насаджувати колективні міфи, посилювало ідеологічну складову пропаганди. Наприклад, радіомовлення BBC. Навіть диктаторські режими широко використовували наративи. Німецька кінохроніка «Die Deutsche Wochenschau», радянська агітація й пропаганда так демонстрували свої військові сили.

<i>Конфлікт / період</i>	<i>Приклади жанрових проєктів</i>	<i>Характер наративу та джерела</i>
Міжвоєнний період / СРСР	радянська кінодокументалістика та агітфільми	<i>Наратив:</i> створення міфу про класового ворога та героїзацію комуністичної ідеології . Використовувались жанри хроніки та постановочного документального фільму для виправдання політичних репресій та підготовки до «неминучої» війни
Друга світова війна / Німеччина	Радіопередачі «Великого німецького радіо» та кінохроніка "Die Deutsche Wochenschau"	<i>Наратив:</i> Жорстка, централізована пропаганда під керівництвом Й. Геббельса. Радіо стало головним джерелом оперативних, але маніпулятивних новин і мобілізуючих промов. Кінохроніка використовувала жанр візуального репортажу для демонстрації військової спроможності та дегуманізації супротивників
Друга світова війна / Велика Британія	Радіомовлення BBC (особлива програма для закордону)	<i>Наратив:</i> підтримка морального духу населення (особливо під час «Битви за Британію») та поширення контрпропаганди.

		Використовувалися жанри звернення (наприклад, В. Черчилля) та новинних зведень із високим рівнем довіри.
Друга світова війна / США	Голлівудські пропагандистські художні фільми, короткометражна документалістика	<i>Наратив:</i> фокус на моральному обґрунтуванні вступу у війну. Через жанр художнього фільму відбулася персоналізація боротьби, героїзація американських цінностей та чітке розмежування добра і зла

Таблиця 1.3. Другий етап «Доба радіо і кіно»

Третій етап «Доба телебачення», це період Холодної війни – війни у В'єтнамі. Для цього періоду характерним є розвиток телебачення, що дозволило транслювати події війни в реальному (або майже реальному часі) в домівки глядачів.

Тепер саме телевізійний репортаж та новинний сюжет стали доміантними жанрами. З'явився так званий «ефект В'єтнаму», коли видимої реальності військового конфлікту (кадри боїв, втрат, болю, жорстокості) побачила широка аудиторія.

Такий контент суперечив офіційному оптимістичному наративу, що підривало довіру до дій влади. ЗМІ були вже не лише платформою чи ретранслятором новин. Вони активно впливали на формування антивоєнних / критичних наративів. Наприклад, щовечірні сюжети про війну у В'єтнамі в новинах на телеканалах, це підкреслювало жорстокість та безперспективність конфлікту.

<i>Конфлікт / період</i>	<i>Приклади жанрових проєктів</i>	<i>Характер наративу та джерела</i>
Війна у В'єтнамі (1964–1975)	Вечірні телевізійні новини (CBS, NBC) із кадрами з поля бою	<i>Наратив:</i> Спершу підтримувався офіційний наратив про боротьбу з комунізмом. Однак, жанр телерепортажу із «живими» кадрами жорстокості та втрат створив контранаратив, що підірвав довіру до уряду та військового командування США. Журналісти, як-от Волтер Кронкайт (CBS), відкрито висловлювали сумніви щодо перемоги, що стало поворотним моментом
Холодна війна (1947–1991)	Документальні фільми та аналітичні телепрограми на тему гонки озброєнь та шпигунства	<i>Наратив:</i> Створення та підтримування образу «залізної завіси» та глобального конфлікту Схід-Захід. Використовувалися жанри ток-шоу та теледебатів для обговорення загрози, а документалістика – для сили відновлення та готовності до захисту (в СРСР – для викриття «загниваючого Заходу»)

Арабо-ізраїльські війни (1967, 1973)	Оперативні телевізійні зведення та інтерв'ю з політичними та військовими лідерами	<i>Наратив:</i> Залежно від медіасистеми, висвітлення було високо ідеологізованим. Телебачення дозволило швидко формувати регіональні наративи, але також підігрівало напругу, показуючи видимі докази територіальних та військових успіхів / поразок
--------------------------------------	---	--

Таблиця 1.4. Третій етап «Доба телебачення»

Четвертий етап «Доба інтернету та соціальних медіа», який триває наразі й демонструє різні сучасні воєнні конфлікти. Для цього етапу характерно диджиталізація, мультимедійність, децентралізація контенту. Саме ці аспекти покладено в основу ведення гібридної війни.

Характерно розмивання жанрових кордонів. Наразі наративи поширюють через мікрожанри (меми, відео в соціальних мережах), громадянську журналістику (будь-хто з учасників конфлікту може створити наратив і поширювати його) і платформи ПСО. Виникає дисонанс, адже швидкість поширення інформації максимальна, а її достовірність дуже низька.

Традиційні ЗМІ вимушено інтегрують класичні жанри (репортаж, стаття) у новітні мультимедійні формати (лонгрід, подкаст) [93], щоб бути конкурентоспроможними з контентом соціальних мереж. Наприклад, оперативне поширення новин або контрнарративів у телеграмі чи ютубі, розвінчування масштабного поширення дезінформації «фабрикою тролів».

<i>Конфлікт / період</i>	<i>Приклади жанрових проєктів</i>	<i>Характер наративу та джерела</i>
Війна за Незалежність України (з 2014 р.)	телеграм-канали, ютуб-стріми, тікток-відео, меми	<i>Наратив:</i> співіснування офіційного (УНІАН, ТСН) та низового (grassroots) наративів. Використання мікрожанрів (мем, короткий ролик) для емоційної мобілізації та викриття пропаганди (контрнاراتиви). Лонгріди та мультимедійні історії конструюються для глибокого документального аналізу ситуації
Війна в Сирії / ІДІЛ (2010-ті)	відеоролики бойовиків, інформаційні поширення через твіттер та ютуб	<i>Наратив:</i> активна радикальна пропаганда через високоякісний відеоконтент (жанр «брутальної» документалістики) з оплатою вербування та залякування. Соціальні медіа використовувалися як основна платформа, де обходили традиційні ЗМІ
Конфлікти на Близькому Сході	онлайн-петиції, хештеги, громадянська журналістика	<i>Наратив:</i> можливість миттєвої міжнародної реакції . Хештег-кампанії (жанр «політичної акції») може швидко створити глобальний наратив жертви або

		протесту, незалежно від державної цензури
Гібридна війна (загалом)	«фабрики тролів» , фейкові новини, дипфейки	<i>Наратив:</i> жанрова мімікрія – маскування дезінформації під інформаційні жанри (новина, репортаж) на новинних сайтах та в соцмережах. Це ілюструє роль ПСО та розміття між правдою і вигадкою

Таблиця 1.5. Четвертий етап «Доба інтернету та соціальних медіа»

Отже, на кожному етапі розвитку змінювалися жанри і характер наративу.

1.2. Жанрова система ЗМІ: класифікація та роль у формуванні воєнних наративів

Жанрова система засобів масової інформації є фундаментальним механізмом, через який воєнні наративи набувають свою форму, структуру та емоційне забарвлення. Жанр виступає не просто як форма, а як ідеологічний контейнер, що здатен кодування та декодування інформації про війну.

Термін «жанрова проєкція» називає процес, за яким базовий наратив війни (наприклад, «ми захищаємо наші цінності») адаптується та транслюється через конкретні жанрові форми, які найкраще відповідають цільовій аудиторії та комунікаційній меті.

Жанрова проєкція – це свідомий вибір жанрового інструментарію (від новини до мема) для найбільш ефективного донесення ключових елементів воєнного наративу до конкретної аудиторії.

Жанрова проєкція має особливе неоднорідне значення у військовій комунікації. Вона може виявлятися по-різному. По-перше, може адаптуватися

до платформи. Наприклад, героїчний наратив на традиційному ТБ буде спроектований через документальний нарис чи урочисте інтерв'ю, тоді як у тінктоці це буде спроектовано через короткий динамічний або мем.

По-друге, якщо проаналізувати вплив на керування інтенсивністю. Жанрова проєкція дозволяє зменшити емоційний вплив. Суха статистична новина зменшує інтенсивність, тоді як персоналізований нарис її посилює.

По-третє, це може протидіяти ПСО: механізми усвідомлення жанрової проєкції виявляють ворожі наративи, які використовують мімікрію – проєктують пропаганду через жанри, що традиційно викликають довіру.

Таким чином, жанрова система є не пасивним набором форм, а активним інструментом, який структурує, емоційно забарвлює та адаптує воєнний наратив для максимального впливу на суспільну свідомість.

У вітчизняній медіалогії традиційно прийнято розрізняти жанри ЗМІ на три основні групи згідно з критерієм функціонального призначення та способу відтворення правдивості – інформаційні, аналітичні й художньо-публіцистичні.

Інформаційні жанри оперативно, об'єктивно (наскільки це можливо) відображають події. Це відповідь на питання: *що? де? коли?* Приклади: *новина, замітка, прес-реліз, оперативний репортаж.*

Під час війни інформаційні жанри використовують для швидкого передавання фактів, статистичних даних (втрати, пересування військ), офіційних заяв. Саме ці жанри створюють базову фактологічну конструкцію наративу війни, також можуть бути використані з метою рамкування подій (наприклад, перемога / поразка).

Аналітичні жанри використовуються для дослідження, пояснення, оцінювання і навіть прогнозування подій. Це відповіді на питання: *чому? яким чином? що далі?* Приклади: *стаття, огляд, коментар, інтерв'ю з експертом, дискусія (ток-шоу).*

Їхня роль у війні важлива. Через ці жанри легітимізують або делегітимізують інформацію про військові дії, пояснюють причинно-наслідкові

зв'язки та формулюють ідеологічні оцінки. Вони перетворюють факти на інтерпретацію, формують ставлення аудиторії до конфлікту.

Художньо-публіцистичні жанри

Мета: Глибоке дослідження використовують, щоб вплинути на емоційний стан аудиторії через образи, емоції, персоналізацію. Приклади: *нарис, есе, фейлетон, документальний фільм, лонгрід*.

У воєнний час ці жанри стають ключовими для емоційної мобілізації та персоналізації наративу. Вони створюють яскраві образи героя і жертви, апелюють до патріотизму, співчуття або гніву. У цих жанрах для посилення драматичного глядацького ефекту та залучення аудиторії на рівні особистих історій часто використовують художні засоби.

Вибір жанру для трансляції воєнних дій не є нейтральним, бо через цей вибір також буде відображено ідеологічну проекцію військового наративу.

1. *Фокус на факти. Фокус на емоції.* Інформаційні жанри (*новини*) створюють ілюзію об'єктивності. Тому їх використовують для встановлення «офіційної правди», тоді як художньо-публіцистичні (*нарис, репортаж*) навмисно посилюють емоційний компонент, що забезпечує виконання мобілізаційної функції наративу.

2. *Маніпуляція через форму.* Під час гібридних війн активно використовують жанрову мімікрію. Наприклад, пропагандистська стаття може бути з метою приховування її справжнього призначення оформлена як об'єктивний аналітичний огляд. Це підвищить рівень довіри до опублікованого в ній маніпулятивного контенту.

3. *Ефект присутності та його жанри.* Телевізійний репортаж із зони бойових дій або live-стрім (у соціальних мережах) створює ефект присутності, і це є потужним інструментом емоційного легітимізування військового конфлікту, однак це також є найбільш наближеним до етичних порушень та цензури.

Отже, жанрова система є не пасивним набором форм, а активним інструментом, який структурує, емоційно забарвлює та адаптує воєнний наратив для максимального впливу на суспільну свідомість.

1.3. Методологічні підходи до аналізу воєнних наративів у сучасних медіа

Аналіз і синтез є фундаментальними методами для будь-якої обґрунтованої академічної роботи, оскільки поєднує теорію та емпірику. *Аналіз* — це метод розкладання об'єкта (у цьому випадку, воєнних медіатекстів) на складових частинах для їх детального вивчення. Ключове завдання аналізу було завдання з'ясувати, з яких складових створюється воєнний наратив у кожному конкретному жанрі та як ці елементи взаємопов'язані і взаємодіють. Так, у розділі 1 було проаналізовано комплексні поняття «наратив» та його компоненти і «жанрова проєкція». У розділі 2 виконано розподіл медіатексту на конкретні одиниці – заголовки, цитати, джерела, візуальний ряд, мовні засоби. Наприклад, аналіз звіту для створення засобів створення проекту Героя. У розділі 3 проаналізовано і порівняно українські й російські наративи війни. З цією метою було виконано поділ спільного об'єкта (воєнної події) на його інтерпретаційні складові й виявлено розбіжності у поданні жанрів.

Синтез — це метод об'єднання (узагальнення) раніше випущених елементів та фактів у нове, цільне знання, що відповідає дослідницькому питанню. Головним завданням синтезу було побудувати цілісну картину з проаналізованих частин і сформулювати наукову новину дослідження. Крім того, після опрацювання концепцій і теорій у розділі 1 було створено власну робочу модель «жанрової проєкції» воєнного наративу, що об'єднала (синтезувала) різні наукові підходи (наратологію, медіалінгвістику). У розділі 2 на основі результатів контент-аналізу сформульовано загальні висновки про те, як працює система української воєнної журналістики. У розділі 3 на даних результатів порівняльного аналізу синтезовано інформацію про сильні й слабкі сторони у контрнاراتивній роботі, про ворожу пропаганду для формування механізмів протидії.

Використання цих двох методів забезпечує поглиблене вивчення елементів та обґрунтованість (логічне узагальнення) дослідження.

Вивчення воєнних наративів вимагає використання комплексних методологічних підходів, що дозволяють не лише кількісно оцінити обсяг інформації, а й якісно розкрити механізми маніпуляції, ідеологічного впливу та жанрових проєкцій у медіатекстах.

У дослідженні воєнних наративів дуже важливими є два методи, що доповнюють один одного – *контент-аналіз і дискурс-аналіз*.

Контент-аналіз – це кількісний метод, що передбачає систематичне та об'єктивне вимірювання змісту медіатекстів.

Застосування у темі: Використовується для встановлення частоти використання певних жанрів (наприклад, репортажів чи коментарів), ключових слів (наприклад, «агресор», «визволитель», «ПІСО»), тону (позитивний, негативний, нейтральний) та джерел інформації в медіаповідомленнях. Контент-аналіз дозволяє кількісно визначити головну жанрову проєкцію наративу

Дискурс-аналіз – це якісний метод, що вивчає соціальний контекст, мовну структуру та ідеологічне підґрунтя комунікації. Він фокусується на тому, як саме мова конструює соціальну реальність.

Застосування у темі: дозволяє виявити приховані маніпуляції, мовні маркери дегуманізації, специфічні метафори та риторичні стратегії, які використовуються для формування «образу ворога» або «образу героя» у різних жанрах. Дискурс-аналіз розкриває ідеологічну роботу, що стоїть за жанровою формою.

Наративний аналіз є спеціалізованим якісним методом, який безпосередньо фокусується на сюжеті, структурі та функціях розповідей.

Сутність: на відміну від контент-аналізу, що рахує слова, наративний аналіз вивчає взаємозв'язки між подіями та роль персонажів у медіатексті. Він розкладає складну історію на її складові: *початок, конфлікт, кульмінація, розв'язка, мораль*.

Застосування у темі: У контексті військових конфліктів наративний аналіз є незамінним для ідентифікації основного сюжету та суб'єктів (хто є активним агентом, а хто пасивною жертвою) у різних жанрах (наприклад, у репортажі чи

документальному фільмі). Виявлення наративних стратегій, що використовуються для підтримання або зміни суспільної думки.

Аналізу того, як жанрова проєкція (наприклад, перехід від новини до есе) впливає на моральне повідомлення та емоційне сприйняття війни.

Наративний аналіз надає можливість зрозуміти, як медіа створюють колективну пам'ять про війну, формуючи стійкі образи та міфи.

Дослідження воєнних наративів вимагає дотримання суворих етичних та правових норм, оскільки об'єктом аналізу є чутливий, часто травматичний контент.

Етичні аспекти:

Уникнення ретравматизації: дослідник повинен мінімізувати ризики вторинної травматизації під час роботи з матеріалами, що відповідають сцені насильства або важкості.

Дотримання приватності: етичне зобов'язання щодо нерозголошення ідентичності жертви, якщо це може завдати їм шкоди.

Об'єктивність і неупередженість: попереджає на особисте ставлення до конфлікту, дослідник має прагнути академічної об'єктивності та уникати включення власних політичних оцінок у методологічний апарат.

Правові аспекти. Законодавство про ЗМІ та воєнний стан: аналіз має юридичні обмеження, накладені на ЗМІ у воєнний час (наприклад, обмеження поширення інформації про пересування військ чи військові втрати).

Законодавство про дезінформацію: необхідно розрізняти дослідницький аналіз пропаганди та її поширення. Дослідження має відповідати законам про заборону мови ворожнечі та пропаганді війни.

Етична та правова відповідальність вимагає від дослідника поточної рефлексії над власними методами та джерелами.

Висновки до розділу 1

Визначено *наратив війни* як соціокультурний та медіафеномен, оскільки це не буденна хроніка війни, а систематизована й ідеологічно скомпонована

система певних історій, символів, образів, що скерована на вибудовування реальності конфлікту.

Головними функціями воєнного нарративу є: *мобілізаційна, легітимізувальна, дегуманізаційна, когнітивна, психотерапевтична*. Обов'язковими складовими структури нарративу є *конфлікт, узагальнені образи персонажів, рамкування (фреймінг)*. Це забезпечує контроль за сприйняттям подій аудиторією.

Проаналізовано зв'язок між технологічним розвитком медіа й створенням воєнних нарративів. Підтверджено доцільність виокремлення чотирьох історичних періодів – *доба преси, доба радіо і кіно, доба телебачення, доба інтернету і соцмереж*.

Обґрунтовано використання таких наукових методів, як *аналіз і синтез, опис, порівняльний, нарративний аналіз, контент-аналіз, дискурс-аналіз, узагальнення*. Підкреслено, використання етичних і правових аспектів є важливим, тому що дозволяє уникнути ретравматизації й дотримуватися приватності й неупередженості під час вивчення чутливого інформаційного контенту.

Отже, обрано необхідну теоретичну базу й інструментарій для виконання аналізу жанрових моделей, що використовуються у конструюванні воєнних нарративів у виконаному дослідженні.

РОЗДІЛ 2. ЖАНРОВІ МОДЕЛІ КОНСТРУЮВАННЯ І ТРАНСЛЯЦІЇ ВОЄННИХ НАРАТИВІВ

2.1. Інформаційні жанри: види й особливості використання

У реаліях сьогодення, коли Україна перебуває в епіцентрі масштабної інформаційної війни, роль журналістики набуває виняткового значення як у формуванні суспільної думки, так і в забезпеченні інформаційного суверенітету держави. В реаліях гібридних загроз, що поєднують у собі військову агресію, кібератаки та цілеспрямовані інформаційні впливи, медійний простір стає не лише каналом поширення новин, а й ареною стратегічного протистояння, де слова, символи та наративи перетворюються на інструменти оборони або загрози. Журналістика, яка традиційно виконувала переважно інформаційну, аналітичну та комунікативну функції, сьогодні дедалі частіше виявляється важелем впливу на колективну свідомість, мобілізаційним чинником і засобом протидії зовнішнім інформаційним атакам. В умовах широкомасштабної збройної агресії проти України засоби масової інформації відіграють ключову роль у створенні стійкого національного інформаційного простору, сприяючи збереженню ідентичності, довіри до державних інституцій і психологічній стабільності населення. Сучасна журналістика в Україні функціонує в умовах постійного інформаційного тиску з боку ворожих медіаресурсів, фейків і спроб дестабілізації ситуації через підрив довіри до офіційних джерел.

Жанрова система сучасних ЗМІ є не пасивним класифікатором, а ефективним інструментом. Вона якісно впливає на структуру, інтенсивність потоку, ідеологічне наповнення інформаційного контенту воєнних наративів.

Вибір жанру наразі дуже важливий, бо від цього залежить сприйняття повідомлення аудиторією. Від того, який жанр обрано – інформаційний, аналітичний, художньо-публіцистичний – залежить саме форма сприйняття контенту, а саме: чи це буде сприйнято як факт або як категорична й остаточна

оцінка, або як психологічний досвід. Тому вибір жанру дуже важливий, а жанр є тим ключовим інструментом, що формує жанрову проєкцію в медіапросторі.

Інформаційні жанри – зокрема, *новини, прес-реліз, репортаж* – виконують функцію оперативного повідомлення, що надходить найпершим. Вони стають тим початковим фактологічним каркасом, що забезпечує його швидкість й оперативність у динамічному інформаційному потоці [93].

Інформаційні жанри (новина, пресреліз, репортаж) забезпечують функцію оперативного та первинного інформування. Їхня головна роль — початковий фактологічний каркас воєнного наративу, а також забезпечує його швидку трансляцію.

Проаналізувавши новинні повідомлення, а також репортажі й пресрелізи, варто зауважити, що саме новинні повідомлення й пресрелізи демонструють найвищий рівень лаконізму, крім того, є контрольованими жанрами. Їх використовують з метою фокусування уваги на конкретних військово-політичних подіях. Наприклад, повідомлення про обсяги знищеної військової техніки, звільнені населені пункти тощо. Оскільки саме пресреліз як поширений жанр офіційної заяви забезпечить інформації легітимність й офіційність, репрезентує її як беззаперечний реальний факт.

Використання жанру репортажу додасть сухим новинам ефекту присутності, що забезпечить враження реальності й надасть додаткову деталізовану, уточнену інформацію. Саме репортаж є домінантним інструментом в процесі рамкування (фреймінгу) подій.

Перебуваючи на місці подій, журналіст особисто визначає, які картини продемонструвати, які докази оприлюднити, які аспекти подій вважати найголовнішими. Так формують первинний образ конфлікту, спираючись на факти про героїчний бій, гуманітарну кадастрову, змушене переселення біженців.

Завжди доречним є використання й коментування офіційних першоджерел, безпосередніх свідчень очевидців подій. Це значно підвищує рівень формальної достовірності, надають повідомленню об'єктивної оцінки.

Адже під час війни часто виникає проблема довіри до повідомлень, до їхньої достовірності й об'єктивності. Тому інформаційні жанри часто балансують на межі між двома типами джерел – офіційними джерелами й прямими свідченнями очевидців.

Офіційні джерела (наприклад, військові відомства та їхні пресслужби) надають так звану формальну достовірність, демонструють лише позитивні новини, а негативні факти замовчують. Інформація з офіційних джерел завжди піддається жорсткій військовій цензурі, тому така інформація перевірена й важлива для розуміння подій російсько-української війни.

Українські офіційні інформаційні джерела публікують інформацію від державних органів України (офіційні вебсайти, вебсторінки в соціальних мережах), а саме:

- Офіс Президента України (*заяви, звернення, укази*);
- Міністерство оборони України (*зведення, оперативна інформація про хід бойових дій*);
- Генеральний штаб Збройних Сил України (*щоденні оперативні зведення про втрати та ситуацію на фронті*);
- Міністерство закордонних справ України (*дипломатичні заяви, позиція України на міжнародній арені*);
- Міністерство внутрішніх справ України / Державна служба України з надзвичайних ситуацій (ДСНС) (*інформація про обстріли, наслідки, гуманітарну ситуацію*);

Урядові платформи та ресурси:

- Кабінет Міністрів України.
- Верховна Рада України (закони, постанови).

Спеціалізовані державні установи:

- Український інститут національної пам'яті (історичний контекст, виставкові проєкти, публікації).

- Центр протидії дезінформації в структурі РНБО.

Крім українських офіційних джерел, інформацію про російсько-українську війну оприлюднюють офіційні джерела від урядів, міжнародних організацій та офіційних установ інших країн, а саме:

Міжнародні організації:

- Організація Об'єднаних Націй (ООН), зокрема:
Генеральна Асамблея ООН (резолуції);
Управління Верховного комісара ООН з прав людини (УВКПЛ) (*доповіді про права людини та жертви серед цивільного населення*);
Рада Безпеки ООН (*засідання та заяви*);
- НАТО (Організація Північноатлантичного договору): (*заяви, рішення про підтримку України, інформація про посилення східного флангу*).
- Європейський Союз (ЄС): (*санкційні пакети, рішення про фінансову та військову допомогу, заяви Європейської Ради та Єврокомісії*).
- Організація з безпеки і співробітництва в Європі (ОБСЄ);
- Міжнародний кримінальний суд (МКС) (*інформація про розслідування воєнних злочинів*).

Уряди та державні установи країн-партнерів:

- Державний департамент США (*заяви, звіти, політика США щодо війни*).
- Міністерство оборони Великобританії (MoD) (*щоденні розвідувальні зведення*).
- Парламентські бібліотеки та дослідницькі служби (наприклад, Бібліотека Палати громад Великої Британії або Дослідницька служба Конгресу США), які готують аналітичні довідки з офіційних джерел.

Однак, використовуючи інформацію із закордонних джерел, потрібно бути чітко переконаним, що ця інформація саме з офіційних джерел, а не з приватних аналітичних центрів чи медіа. Також рекомендують порівнювати інформацію з

кількох незалежних офіційних джерел як українських, так і закордонних. Наприклад, звіти з офіційних українських джерел зі звітами з міжнародних організацій.

Прямі свідчення очевидців (військових і цивільних) надають інформації емоційної достовірності й безпосередності. Аудиторія з довірою сприймає таку інформацію. Але такі свідчення можуть бути неперевіреними, суб'єктивними, фрагментарними, хоч завжди найкраще віддзеркалюють людський вимір війни.

Як правило, такі матеріали публікують у формах розширеного репортажу, інтерв'ю, щоденника, у рамках спеціальних документальних проєктів. Українські медіа й проєкти надто важливі для фіксування й опублікування такої інформації.

Категорія	Назва видання / проєкту	Опис та фокус
Документалістика	<i>Ukrainian</i>	Створює високоякісні мультимедійні репортажі та документальні проєкти, зокрема серію «Свідки», де публікують історії людей, які пережили окупацію, обстріли та воєнні злочини
Незалежні медіа	«Бабель»	Часто публікує розлогі інтерв'ю з військовими, волонтерами та цивільними, що містять прямі свідчення про події на фронті та в тилу
Медіапроєкти	«Український свідок» (<i>Ukrainian Witness</i>)	Спеціалізований медіапроєкт, який документує події війни з прямих репортажів та свідчень очевидців з різних регіонів України

Новинні / аналітичні	<i>Суспільне мовлення</i>	Регіональні філії публікують детальні історії жителів постраждалих громад. Національний канал та сайти також мають спецпроекти
Аналітичні / інтерв'ю	<i>NV (Новий час)</i>	Регулярно публікує інтерв'ю та репортажі з передової та деокупованих територій, розставляючи акценти на особистих історіях
Історична фіксація	<i>Музей Майдану (проект «Російсько-українська війна: голоси очевидців»)</i>	Започатковано усний історичний проєкт зі збирання та фіксування свідчень учасників та очевидців подій російсько-української війни

Таблиця 2.1. Українські медіа й проєкти, що публікують достовірні прямі свідчення очевидців війни

Провідні міжнародні медіа регулярно відкомандировують своїх кореспондентів для збирання інформації про війну в Україну. Вони фіксують прямі свідчення очевидців, потім ці свідчення проходять ретельну верифікацію. До закордонних видань з високими стандартами журналістики належать:

- «*The New York Times*» (США)
- «*The Washington Post*» (США)
- «*BBC News*» (Велика Британія)
- «*Reuters*» (міжнародне інформаційне агентство)
- «*Associated Press*» (AP) (міжнародне інформаційне агентство)
- «*Der Spiegel*» (Німеччина)
- «*Le Monde*» (Франція)

Ці знані закордонні видання мають належні ресурси високого рівня для перевірки фактів, а також довіру й авторитет перед аудиторією. Журналісти цих видань дуже часто публікують великі репортажі, демонструють документальні

фільми, в яких детально розповідають історії військових та цивільних, що брали участь у боях, вижили в полоні, напережили окупацію.

Важливо під час пошуку правдивої інформації звертати увагу на такі ознаки:

- *Наявність у повідомленні конкретних деталей.* Свідчення мають бути детальними, а не загальними.
- *Фото / відеодокази.* Якісні репортажі супроводжуються оригінальними фотографіями або відео, які демонструють місце події.
- *Перевірка імен та локацій.* Журналісти зазначають імена очевидців та місця, щоб їхні слова могли бути перевірені (за умови, якщо це безпечно для очевидця).
- *Збалансованість контенту.* Оскільки у повідомленні наводять свідчення однієї людини, то добросовісні медіа намагаються підтвердити ключові факти з інших незалежних джерел.

Тому перед журналістами часто постає дилема вибору між тим, у якій формі оперативно подати новину – безпосереднього свідчення очевидців чи верифікованої версії подій, а це важко зробити в бойових умовах.

Провідну роль в оприлюдненні подій відіграють заголовки й візуальний ряд. Названі елементи також належать до жанрової проекції. Ознайомившись із заголовком, у свідомості читача / глядача відразу виникають конкретні образи та думки, які можуть відповідати чи не відповідати інформаційному контенту повідомлення ще до повного ознайомлення з його текстом.

Заголовки виконують функцію кодування воєнного нарративу. Наприклад, заголовок повідомлення «Наші військові підрозділи відбили атаку ворога» відразу рамкує подію як оборону та успіх, натомість заголовок «Ворог атакував потужно атакував місто кабами» рамкує її як загрозу.

Візуальний ряд у новинних повідомленнях, як правило, репрезентований через фото та відео. Це не пересічні ілюстрації до подій, а самостійні жанрові елементи. Використання візуального ряду надає новинам і репортажам емоційного підтвердження інформаційного контенту, що розміщений у нарративі.

Сухий текст новин перетворюється на відчуття реальності, а отже викликає тривогу, занепокоєння, гордість, біль, образу тощо. Особливо важливим є правильний, вдалий вибір зображення (зруйновані, розбомблені житлові будинки, заплакані діти, полонені вороги, впевнені у своїх діях захисники. Це все активно впливає на аудиторію, посилює емоційний, психологічний, ідеологічний ефект.

Отже, у новинних повідомленнях, репортажах і пресрелізах застосовують прийоми фокусування й рамкування. Проблему достовірності та об'єктивності інформації потрібно вирішувати шляхом використання матеріалів лише з перевірених офіційних джерел. Заголовки й візуальний ряд мають велике значення для створення первинного образу війни.

2.2. Аналітичні та коментаторські жанри: оцінювання та інтерпретації

До аналітичних і коментаторських жанрів належать *стаття, огляд, коментар, інтерв'ю*. Саме через використання цих жанрів ідеологічно наповнюють первинні факти, отримані з інформаційних жанрів. Якщо в інформаційних жанрах надається відповідь на питання: «Що відбулося?», то в аналітичних ставлять інші питання: «Чому?» і «Що це означає?» Тому в статтях, оглядах, коментарях використовують способи ідеологічної інтерпретації подій та пояснення причинно-наслідкових зв'язків.

Інтерпретація інформації через аналітичні жанри досягається тим, що ці жанри виходять з нейтралітету. В них створюється система оцінок і вибудовуються логічні зв'язки. Автори в статтях і оглядах пояснюють, коментують події на тлі не лише українському, а й широкому геополітичному. Враховують економічний аспект й історичні паралелі.

Стаття, огляд, коментар, інтерв'ю потрібно аналізувати як основні інструменти легітимізації наративів війни. Тому в них використовують риторичні фігури, логічні конструкції для ґрунтовного аналізу й пояснення

військових дій на фронті. Важливо, що інформацію трактують як єдино можливий вихід зі складної ситуації. Також це можуть коментувати, як реалізацію історичної справедливості.

Створюючи аналітичні тексти, журналісти активно працюють і з минулим, і з майбутнім. Автори журналістських текстів пояснюють причини конфлікту, прогнозують його наслідки. Це так звані *причинно-наслідкові зв'язки*. У такий спосіб зміцнюють когнітивну функцію наративу війни.

Крім ідеологічної інтерпретації подій та пояснення причинно-наслідкових зв'язків, журналісти використовують *способи надання експертних оцінок та інтерв'ю*, легітимізуючи наратив війни.

Потужний механізм авторитетного підтвердження офіційного наративу, або того, який в цей момент домінує, обслуговує популярний *жанр інтерв'ю з експертом* (військовим аналітиком, політологом, істориком). Це один з найпопулярніших форматів, у якому обговорюють військові події, стратегії, міжнародну політику.

Популярними в жанрі інтерв'ю провійну є дві групи – військові аналітики / експерти з безпеки та експерти з міжнародних відносин / політологи. Згідно з нашими дослідженнями в ютубі, де інтерв'ю надзвичайно популярне, особливо затребуваними й шанованими є фахівці, що коментують ситуацію на фронті, популярно розповідають про озброєння, б=перебіг бойових дій. Це Олег Жданов, Роман Світан, Петро Черник, Сергій Згурець, Сергій Грабський, Олексій Гетьман та інші.

Відомими експертами, що зосередили свою увагу на геополітичному контексті, міжнародній підтримці, санкціях і дипломатичних процесах, визнано Володимира Фесенка, Віталія Портнікова, Кирила Сазонова. Також користуються увагою аудиторії колишні високопосадовці й розвідники Ігор Романенко, Григорій Омельченко, Микола Малому, Віктор Ягун. Вони діляться своїм досвідом у сфері безпеки й оборони.

Найпопулярнішими є ті експерти, хто швидко реагує на ситуацій, виконує оперативний і детальний аналіз ситуації на фронті й доступно пояснює складні

військові та геополітичні проблеми широкій аудиторії. Завдяки авторитетному статусу експерта їхні висновки (*експертні оцінки*) сприймаються не як суб'єктивна думка, а як об'єктивна істина. Це формує довіру аудиторії до наративу.

Також із метою *легітимізації* через жанр інтерв'ю можна оперативно оприлюднювати конкретні чітко сформульовані ідеї. Це можуть бути, наприклад, роздуми про витривалість / невитривалість економіки, готовність / неготовність армії. Якщо такі ідеї озвучить авторитетний експерт, то вони набудуть суспільної ваги та переконливості.

Аналітичний простір також є полем бою для критики та контрнарративів. Важливим є питання висвітлення на шпальтах критичних дописів і контрнарративів, у яких розміщено альтернативні погляди та їх маргіналізація.

У критичних статтях можна поставити під сумнів ефективність дій військового керівництва, правдивість даних про втрати, етичність дій. Ці статті є важливою ознакою плюралізму медіасистеми.

У медіа, що дотримуються офіційної лінії висвітлення подій, альтернативні погляди не вітаються й переносяться на маргінез. Тобто такі альтернативного характеру дописи або вітісняються на периферію (наприклад, у розділ «думки» або на маловідомі платформи), або ж дискредитуються через коментаторські жанри шляхом звинувачення у «зраді» чи «поширенні ворожої пропаганди». Тому основний наратив зберігає своє домінування.

Отже, в аналітичних жанрах використовують механізми ідеологічної інтерпретації та пояснення причинно-наслідкових зв'язків, експертні оцінки та інтерв'ю, критика та контрнарративи.

2.3. Художньо-публіцистичні жанри

Група художньо-публіцистичних жанрів віддає перевагу відображенню емоційного впливу на аудиторію та психологічного проникнення. Ці жанри найбільш ефективні для здійснення мобілізаційної функції, формування

колективної пам'яті. До цієї жанрової групи належать есеї, нариси, документалістика, у яких персоналізують війну через історії героїв і жертв.

Під час персоналізації в художньо-публіцистичних жанрах увагу переносять зі статистики на конкретну людину. Наприклад, нариси про волонтерів, есеї про особистий досвід на фронті, документальні фільми про родину, що втратили житло – усі ці жанри персоналізують війну, роблячи її зрозумілою та «відчутною». Також у цих жанрах створено стійкі архетипи («Герой-захисник», «Незламна жінка-волонтер», «Невинна дитина-жертва»), що залишаються універсальними елементами військового наративу і легко розповсюджуються в соціальних медіа.

У художньо-публіцистичних жанрах передають емоції через мову – метафори, епітети, порівняння, апеляції на патріотичних почуттях, риторичні питання:

– Риторичні засоби: Мова цих жанрів є насиченою метафорами («залізна стіна», «ангели тилу»), епітетами («нещадний ворог», «мужній захисник») та порівняннями. Це посилює емоційну реакцію аудиторії (гнів, гордість, співчуття), створюючи наратив більш пам'ятним та впливовим.

– Патріотична апеляція: Жанри орієнтовані на апеляцію до колективних цінностей, історичної пам'яті та патріотичних почуттів. Вони зміцнюють внутрішню єдність і сприяють консолідації суспільства навколо національної ідеї.

Визначальним є вплив «людських історій» (*human interest*) на сприйняття військового конфлікту

Психологічний вплив. Фокус на особистих переживаннях конфлікту репрезентують колективні емоції. Співпереживання історії «жертви» посилює дегуманізацію ворога, тоді як захоплення історією «ероя» підживлює національну гордість та мобілізаційний дух .

Ця група жанрів свідомо відсторонилася від удаваної об'єктивності на емоційний вплив та психологічне проникнення. Вони є найбільш ефективними для мобілізаційної функції та формування колективної пам'яті .

Есеї, нариси та документалістика: персоналізація війни через історію «героїв» та «жертв»

Персоналізація: Художньо-публіцистичні жанри передають увагу зі статистики на конкретну людину. Нариси про волонтерів, есеї про особистий досвід на фронті, документальні фільми про родину, що втратили житло – усі ці жанри персоналізують війну, роблячи її зрозумілою та «відчутною».

Формування архетипів: через ці жанри створені стійкі архетипи («Герой-захисник», «Незламна жінка-волонтер», «Невинна дитина-жертва»), які залишаються універсальними елементами військового нарративу і легко розповсюджуються в соціальних медіа.

Патріотична апеляція: Жанри орієнтовані на апеляцію до колективних цінностей, історичної пам'яті та патріотичних почуттів. Вони зміцнюють внутрішню єдність і сприяють консолідації суспільства навколо національної ідеї. Вплив «людських історій» (*human interest*) на сприйняття військового конфлікту

Подолання втоми: У тривалому конфлікті макро-новини про втрати та успіхи можуть витягнути інформацію втому. «Людські історії» (*human interest*) долають цей бар'єр, пропонуючи аудиторії чутливий «якір».

Психологічний вплив: Фокус на особистих переживаннях конфлікту каналізують колективні емоції. Співпереживання історії «жертви» посилює дегуманізацію ворога, тоді як захоплення історією «героя» підживлює національну гордість та мобілізаційний дух.

Реальність і виклики сучасної інформаційної війни, що охоплює Україну, утворюють нову сутність поняття «медіареальність», яке постає засадничою складовою нової культурної парадигми, і яка визначає умови функціонування журналістики та формування колективного уявлення про дійсність. Медіапростір сьогодні не лише транслює події реального життя, але й активно бере участь у конструюванні нової символічної реальності, яка часто сприймається аудиторією як більш значуща, логічно цілісна та переконлива, ніж безпосередньо емпірична дійсність.

Із початком війни набула особливого значення здатність медіа оперативно й достовірно інформувати громадян про події, водночас не завдаючи шкоди обороноздатності держави. Вся ця динаміка трансформувала функціональне поле журналістики: від інформаційної нейтральності до залучення у процеси стратегічної комунікації.

Українські журналісти стали не лише репортерами, а й свідками, хронікерами та рупорами спротиву, які формують історію у реальному часі. Репортажі з прифронтових територій, документування руйнувань, інтерв'ю з військовими, історії порятунку цивільних – усе це є частиною широкої комунікаційної кампанії, що забезпечує не тільки фактологічну, а й моральну підтримку українського суспільства [11].

За такого перебігу подій журналістика стає вагомим чинником протидії дезінформації та ворожим інформаційно-психологічним операціям. Пропагандистські меседжі, фейкові новини, спроби викривити події на фронті або зневірити населення у спроможності держави захищати свої інтереси – усе це становить реальну загрозу, яка потребує негайного реагування з боку національних медіа.

Журналістика в умовах війни виконує не лише просвітницьку, а й контрпропагандистську місію. Перевірка фактів, аналітика, розвінчування ворожих нарівів та репрезентація реальної ситуації на основі достовірних джерел формують інформаційну гігієну суспільства та знижують ризик паніки, страху й деморалізації [8].

Поряд із цим не менш важливим є внесок журналістики у збереження громадської єдності. У часи, коли військова агресія загрожує не лише територіям, а й національній ідентичності, інформаційна згуртованість населення і консолідація його навколо спільних цінностей, героїчних образів захисників, волонтерів, медиків, вчителів та інших «невидимих героїв» війни стають запорукою психологічної стійкості.

Однією з особливостей нової української журналістики в умовах війни є фокус на персоніфікованих історіях, які дозволяють глядачеві чи читачеві не

лише сприймати інформацію про бойові дії як абстрактну статистику, а й ототожнювати себе з реальними героями: військовими, добровольцями, медиками та волонтерами.

Яскравими прикладами таких репортажів є матеріали журналістів «Суспільні новини», «Радіо Свобода» та телеканалу «1+1», які регулярно публікують сюжети з найгарячіших точок, зокрема з Бахмута, Маріуполя, Харкова, Авдіївки, Куп'янська, Покровська тощо (рис. 1а., рис. 1б.)

У цих репортажах глядач отримує не лише зведення з фронту, а й бачить очі солдатів, чує їхні голоси, дізнається про їхнє минуле життя (ким вони були до війни, як потрапили на передову, що мотивує їх стояти до останнього). У такий спосіб формується не збірний узагальнений образ армії, а конкретна, емоційно близька особа захисника, якому можна співпереживати або ним захоплюватися, вважати національним героєм.



а)



б)

Рис. 2.1. Матеріали інформаційної агенції «Суспільні новини»:

а) фронтовий репортаж: мить бойової готовності»;

б) око неба: оператор дрона на бойовому чергуванні [46]

Вагомий внесок у цей процес зробили окремі журналісти, які, ризикуючи власним життям, висвітлювали хроніку бойових дій безпосередньо з місць боїв.

Журналіст Юрій Бутусов, відомий своїми репортажами з найнебезпечніших ділянок фронту. У травні 2025 року він мобілізувався до складу 13-ї бригади Національної гвардії України – «Хартія», наразі командир взводу по боротьбі з безпілотниками.

Цей сміливий журналіст неодноразово публікував ексклюзивні кадри з передової, записував історії командирів, штурмових груп, артилеристів і бійців територіальної оборони, звільнених з полону українських воїнів. Його репортажі поєднують аналітичну глибину з емоційною напругою, створюючи ефект присутності глядача в епіцентрі подій (рис. 2.2.).



а)



б)

Рис. 2.2. Аналітика війни від Юрія Бутусова:

а) лінія спротиву: бойова ситуація в районі Красногорівки–Мар’їнки, 13 березня 2024 року;

б) форпост на Дніпрі: бойова ситуація в районі Кринок, 13 березня 2024 року [14].

Воєнний кореспондент з великим досвідом Андрій Цаплієнко продовжує традиції якісної репортерської роботи, подаючи інформацію у форматі хронік, що допомагає простежити розвиток бойових дій у конкретному регіоні, а також зрозуміти логіку рішень командування, труднощі на місцях і тактичні виклики. Його стиль ґрунтується на ретельному доборі фактів, верифікації джерел, а також на обережному балансі між розкриттям подій і дотриманням принципів безпеки.

Подібного плану репортажі виконують надзвичайно важливу функцію, вони не лише документують факти, а й транслюють дух спільної боротьби, де кожен має свою роль. Волонтери, що щодня доставляють гуманітарну допомогу

до деокупованих сіл, медики, які в підвалах надають першу допомогу постраждалим від бомбардувань, вчителі, що ведуть онлайн-уроки під звуки повітряної тривоги, – всі вони формують цілісну картину громадянського спротиву, який доповнює фронтову боротьбу. Такі історії стають опорою для глядача / читача, створюючи відчуття, що навіть у найтемніші часи нація здатна самоорганізовуватись, адаптуватися та зберігати гідність.

Репортажі з деокупованого Ізюма чи прифронтового Краматорська, що демонструють, як мешканці повертаються до життя після жахів окупації, набувають не лише інформаційної, а й терапевтичної функції: вони вчать, що біль можна пережити, втрату оплакати, але водночас не здатися [4].

Довіра громадян до держави, до її інституцій, до збройних сил, а також до журналістики як інструмента правди й суспільного контролю. В такому контексті розслідувальна журналістика виступає не лише формою викриття порушень, а й важливим чинником зміцнення внутрішньої єдності, адже її діяльність спрямована на захист громадських інтересів, встановлення справедливості та публічне виявлення зловживань, що можуть загрожувати ефективності спротиву та самому майбутньому держави.

Свого визначального значення розслідувальна журналістика набуває в умовах повномасштабної війни, коли будь-яке зловживання ресурсами, саботаж або корупційна діяльність у тилу і це не просто прояв безвідповідальності, а реальна загроза життю військових, ефективності оборони та довірі суспільства до органів влади.

Публічне викриття таких фактів, їх ретельне документування та донесення до громадськості сприяє не лише очищенню системи від зловмисників, а й демонструє, що в демократичному суспільстві навіть у надзвичайних умовах зберігається принцип підзвітності та відповідальності.

Одним із найяскравіших прикладів є робота журналістського об'єднання «Bihus.Info», яке у своїх розслідуваннях послідовно викриває факти неефективного використання бюджетних коштів, сумнівних державних закупівель, зловживань у сфері логістичного забезпечення армії. Так, гучний

матеріал про закупівлі продуктів харчування для Збройних сил України за завищеними цінами став предметом обговорення на найвищому державному рівні та спричинив низку кадрових рішень у Міноборони (рис. 2.3.).



Рис. 2.3. Журналістське розслідування «Bihus.Info». «Фортифікації, бюджет і коло довіри Президента» [48]

По-іншому впливове медіа «Слідство.Інфо» продовжує викривати схеми ухилення від мобілізації, незаконного перетину кордону під виглядом волонтерства, а також випадки зловживань у гуманітарних і будівельних програмах, реалізованих у прифронтових та деокупованих регіонах.

Особливе місце посідає проєкт «Наші гроші», який у форматі систематичних аналітичних випусків розкриває практики привласнення публічних коштів, зокрема у сфері оборонних закупівель, гуманітарної допомоги, енергетичної безпеки. Один із нещодавніх сюжетів, присвячений непрозорим контрактам на постачання військового спорядження, викликав резонанс в суспільстві та ініціював обговорення нових підходів до системи військових тендерів (рис. 2.4.).



Рис. 2.4. Генерал Черешня – дронний фронт сучасної війни. Розслідування проекту «Наші гроші» [55].

Слід зазначити, що завдання розслідувальної журналістики в умовах війни є надзвичайно складним. Журналісти змушені працювати в умовах обмеженого доступу до офіційної інформації, зважаючи на воєнну таємницю, ризики для національної безпеки та безпеку джерел. Проте саме в таких умовах і проявляється професіоналізм та здатність працювати з відкритими джерелами, аналітичне мислення, уважність до деталей і суворе дотримання журналістських стандартів.

Довіра до розслідувальної журналістики формується не завдяки сенсаціям, а завдяки точності, відповідальності й послідовності у поданні перевіреної інформації. Журналістка Тетяна Даниленко [15], яка більш відома своєю студійною аналітикою, у період активної фази війни взяла участь у низці документальних проєктів, спрямованих на висвітлення життя захисників, їхнього побуту та внутрішнього стану, що дозволяє глибше відчувати людську складову війни (рис. 2.5.).

УКР РОЗВІЛИ

УКРАЇНЬСЬКА ПРАВДА 25

УКР РУС ENG ПІДТРИМАТИ УІ

ТЕТЯНА ДАНИЛЕНКО
журналістка

Национальне меморіальне військове кладовище: корупціонери хочуть красти навіть у мертвих

п'ятниця, 16 серпня 2024, 12:15

© 2024

За понад десятиріччя війни Україна не спромоглася створити кладовище для військових, які щодня кладуть свої життя заради держави.

Ідея з'явилася в публічному обговоренні задовго до повномасштабного вторгнення, але закон про створення меморіального комплексу був ухвалений у травні 2022-го.

З того часу ухвалювалося ще два закони: у травні і у грудні 2023-го. Окрім того, було щонайменше два рішення Київради і незліченна кількість урядових розпоряджень, взаємовиключних – із різним розташуванням кладовища та різною площею.

Кожен із документів ухвалювався у парламенті майже конституційною більшістю голосів і кожного разу Верховна Рада вдавала, що попереднього закону не існує. Наприклад, досі не заветовано, але й не підписано президентом закон про те, що проєкт має бути в урочищі Биківня. Хоча під

Рис. 2.5. Тетяна Даниленко. Журналістське розслідування про військове кладовище [23].

Її роботи сприяють формуванню емоційно співчутливої аудиторії, яка здатна не лише сприймати факт війни, а й відчувати її через розповіді тих, хто тримає оборону. Окремою категорією репортажної журналістики в умовах війни є матеріали, присвячені цивільному життю в тилу або в прифронтових регіонах, які слугують інструментом психологічної підтримки аудиторії, зміцнення віри в людяність та стійкість українського суспільства. Через сюжети про волонтерів, лікарів, вчителів, комунальників, культурних діячів українські журналісти демонструють незламність звичайних громадян, які, попри постійні обстріли, руйнування та небезпеку, залишаються вірними своєму обов'язку та своїй громаді.

У ситуаціях масового насильства, руйнувань, терору й безкарності саме журналісти часто виявляються першими свідками й хронікерами подій, що становлять не лише суспільний інтерес, а й підлягають кваліфікації як воєнні злочини відповідно до норм міжнародного гуманітарного права. У цьому сенсі журналістика перестає бути лише засобом масової інформації вона стає

первинним джерелом історичної пам'яті, документального доказу та інструментом майбутнього правосуддя [92].

Українські журналісти демонструють не лише високий рівень професійної відповідальності, але й відвагу, гідну поваги. Значна частина репортажів, документальних проєктів та аналітичних матеріалів створюється у вкрай небезпечних умовах – під обстрілами, в умовах поруйнованої інфраструктури, серед людей, які перебувають у шоковому чи травматичному стані. Робота таких журналістів не обмежується лише візуальним фіксуванням фактів, коли вона містить глибокі інтерв'ю зі свідками, збір контексту, перевірку інформації через різні джерела та створення фейків, які підкреслюють системність і характер воєнних злочинів [9].

Саме завдяки їхній діяльності світ дізнався про події в Бучі, Ізюмі, Маріуполі, Харкові, Херсоні та інших населених пунктах, які стали символами злочинної поведінки окупантів. У процесі документування залучені й українські журналісти, які покликані забезпечити надійність, достовірність і правову спроможність зібраної інформації.

Українські журналісти співпрацюють із глобально відомими розслідувальними платформами, такими як «Bellingcat», які спеціалізуються на використанні відкритих джерел (OSINT) для аналізу і верифікації фактів (рис. 2.5.). Саме завдяки поєднанню польових матеріалів і цифрових аналітичних методів вдається встановити точні обставини подій, геолокацію атак, типи використаної зброї та відповідальних осіб.

Крім того, представники українських медіа долучаються до спільних проєктів із такими виданнями, як «The Guardian» або «The New York Times», де публікуються глибокі аналітичні матеріали, засновані на співставленні даних із фронту, супутникових знімків, свідчень біженців і результатів незалежних розслідувань.



Рис. 2.5. Лікарню «Охматдит» вразила російська ракета Х-101.

Аналітика «Bellingcat» [96]

Співпраця з правозахисними організаціями, зокрема з «Human Rights Watch», дозволяє забезпечити правовий аналіз подій і гарантувати дотримання прав людини у процесі збирання інформації, включно з добровільністю надання свідчень та захистом персональних даних жертв [5]. Найвагомим внеском журналістів у сфері документування є їхня роль як потенційних джерел доказів у майбутніх міжнародних судах.

Зважаючи на масштаби злочинів, що вчиняються на території України, та з огляду на високий рівень суспільного запиту на справедливість, значна кількість матеріалів, зібраних журналістами, уже зараз передається до баз даних Офісу Генерального прокурора України, а також до спеціалізованих міжнародних структур, які займаються дослідженням злочинів проти людяності, геноциду та воєнних злочинів.

Багато з цих матеріалів збираються за процедурою, наближеною до криміналістичних стандартів. Це в подальшому дозволяє використовувати їх у судовому провадженні.

У ході дослідження встановлено, що в умовах інформаційної конфронтації журналістика виходить за межі звичайного передавання новин. Журналістика стає потужним інструментом формування суспільної позиції, підтримки національної ідентичності, зміцнення довіри до державних структур та захисту інформаційного простору України. Досліджено вплив репортажів на громадську свідомість під час війни.

Особливо ефективним виявився метод персоніфікації через розповіді про реальних людей – захисників, медиків, вчителів, волонтерів, адже формується потужний емоційний образ стійкості й опору, що допомагає об'єднати суспільство й мобілізувати його в критичні часи.

Отже, підкреслено значення професійних журналістських проєктів, таких як «Bihus.Info», «Слідство.Інфо», «Наші гроші» [55]. Їхня системна робота не лише інформує громадян, але й стимулює громадський контроль над владою, демонструючи, що навіть у стані надзвичайного положення свобода слова та підзвітність можуть і повинні існувати разом.

Обґрунтовано концептуальну модель журналістики як ключового компонента національної інформаційної безпеки. Вона об'єднує не лише інформаційну функцію, а й мобілізаційну, аналітичну, комунікаційну та доказову діяльність, коли усе це разом має критичне значення як для поточних інформаційних ініціатив, так і для формування довгострокової політики «пам'яті» щодо війни.

Таким чином, через жанри есеїв, нарисів, документалістики журналісти персоналізують війну, використовуючи історії «героїв» та «жертв».

Мова цих текстів емоційна, збагачена метафорами, епітетами, апелює до патріотичних почуттів аудиторії. Особливий емоційний вплив на сприйняття військового конфлікту справляє опис «людських історій» (*human interest*).

Висновки до розділу 2

Проаналізовано жанрову систему ЗМІ (*інформаційну, аналітичну, художньо-публіцистичну*), її застосування для конструювання, трансляції та ідеологічного наповнення воєнних нарративів.

Встановлено, що кожна група жанрів виконує свою особливу роль у структурі воєнного нарративу:

1. Інформаційні жанри (*новина, прес-реліз, репортаж*) відповідають за оперативність подання інформації та формування первинного фактологічного каркасу. До них застосовують фокусування та рамкування (*заголовки, візуальний ряд*) для створення початкового образу конфлікту.

Ефективність інформаційних жанрів залежить від балансу між офіційними джерелами (*легітимізація*) та прямими свідченнями (*достовірність*), що завжди створює проблему об'єктивності у воєнний час.

2. Аналітичні жанри (*стаття, огляд, коментар*) використовуються для ідеологічної інтерпретації та легітимізації нарративу. Вони переводять факти на рівень оцінок та причинно-наслідкових зв'язків, інтегруючи події у ширший контекст.

Використання експертних оцінок та інтерв'ю слугує для підтвердження авторитетності домінуючої позиції.

3. Художньо-публіцистичні жанри (*нарис, есе, документалістика*) є ключовими для емоційного залучення та персоналізації війни. Вони створюють архетипи «героя» та «жертви», використовуючи мову емоцій (метафори, епітети) та «людські історії» (*human interest*) для підтримки мобілізаційної функції нарративу та протидії інформаційній втомі.

Підтверджено, що жанрова проекція є свідомо вибраним механізмом:

– У виборі жанру (наприклад, репортаж замість новини) враховується й оцінюється емоційний та ідеологічний вплив повідомлення.

– Аналітичний простір активно використовується для маргіналізації альтернативних чи критичних поглядів, які витісняються або дискредитуються

за допомогою коментаторських жанрів, забезпечуючи домінування основного воєнного нарративу.

Таким чином, жанрова модель є не просто формальним оформленням, а стратегічною ланкою в комунікаційному ланцюзі, що перетворює військову фактичну подію на суспільно значущий, ідеологічно забарвлений нарратив війни.

РОЗДІЛ 3

СПЕЦИФІКА ЖАНРОВИХ ПРОЄКЦІЙ НАРАТИВІВ ВІЙНИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ МЕДІА

3.1. Диджиталізація та мультимедійність сучасних воєнних наративів

Цифрова журналістика створена в результаті еволюції журналістської практики і стає все більш інтегрованою з цифровим середовищем і адаптується до нових умов інформаційного обміну. У цифровому середовищі медіа різних рівнів співіснують і взаємодіють, формуючи єдиний інформаційний простір.

Нові умови створюють виклик для традиційної журналістики, потребуючи динаміки форматів та стилів діяльності, що актуалізує необхідність окреслення ключових тенденцій трансформації та виокремлення основних дотичних викликів. Будучи наділеною мультимедійними особливостями, цифровізація змінює роль журналіста в його взаєминах з аудиторією та потребує формування нової стратегії фахової компетентності.

Сучасний медіапростір сформовано під впливом діджиталізації та мережових технологій. Це кардинально трансформує способи конструювання та розширення воєнних наративів. Війна більше не є класичний військовим конфліктом, досвід транслявання якого мають традиційні ЗМІ. Тепер війна перетворилася на гібридний комунікаційний процес, у якому наративи формуються й існують у режимі реального часу. Тому наразі журналісти використовують використовуючи широкий спектр нових жанрових проєкцій.

Специфіка цифрової журналістики включає низку масштабних процесів, які трансформують медіасередовище та зумовлюють необхідність переосмислення фаху журналістики в нових цифрових умовах. Зокрема, серед ключових процесів варто відзначити: перехід на нові платформи цифрового середовища, що сприяє розширенню аудиторії та адаптації до динаміки тенденцій споживання інформації; впровадження нових технологічних інструментів і форматів, які трансформують роль журналістів в інформаційній

системі суспільства шляхом використання інтерактивних елементів, візуалізації даних, віртуальної та доповненої реальності тощо; розвиток нових форм взаємин між журналістами та аудиторією – виникнення нових гібридних форматів та жанрів, де взаємовідносини будуються через коментарі, зворотний зв'язок, спільне створення контенту для створення більш інтерактивного та персоналізованого контенту.

Цифрова трансформація журналістики має кілька важливих тенденцій (табл. 1), які найбільш повномірно відображають зміни, що відбуваються в сфері журналістики під впливом інформаційно-комунікаційних технологій. При цьому, характерним є використання журналістами та медіаорганізаціями нових інструментів розширення аудиторії, створення привабливішого контенту та задоволення актуальних потреб користувачів.

<i>Тенденція</i>	<i>Ключові особливості</i>
Всеохоплююча інтерактивність	Взаємодія з аудиторією відбувається через голосування, коментарі, опитування та інші інтерактивні елементи, що забезпечує зворотний зв'язок, аналіз думок і включення аудиторії в процес формування новинного контенту
Візуалізація інформації	Активне використання графіків, карт, діаграм та інших елементів для наглядної презентації даних
Мультимедіа-апгрейд	Впровадження варіативних форматів медіа (текст, відео, графіка, аудіо, фото) для створення більш привабливого контенту
Трансформація жанрів та форматів	Авторські колонки, блоги, мікроблоги, стріми, подкасти, інфографіку, демотиватори, веб-

	комікси та інші візуальні форми, що відображають динамічність мережевого простору та потреби сучасної аудиторії
Крос-медійність та крос-платформенність	Поєднання залучення різних платформ та медіаресурсів для поширення контенту та розширення аудиторії
Сторітеллінг	Використання різноманітних медіаформатів для мультимедійного подання розповіді, створення візуально привабливого інформаційного контенту
Датацентризм	Застосування систем збору, акумуляції та аналізу даних для формування персоналізованого інформаційного меседжу. Великі дані та аналітика надають доступ до аналізу трендів, прогнозування поведінки аудиторії та визначення успішності контенту
Формування нових компетенцій журналістів	Розвиток навичок взаємодії з цифровими інструментами, управління даними, здатності до інноваційного мислення, освоєння нових форматів, адаптивності та креативного мислення тощо
Громадянська журналістика та участь громадян	Соціальні медіа та онлайн-платформи дозволяють громадянам ділитися інформацією та розповідями про події та проблеми, які часто залишаються поза увагою традиційних медіа, що потребує фільтрації та верифікації інформації, здатності журналістів ефективно комунікувати з аудиторією та підтримувати довірчі відносини.

Експерименти з новими форматами монетизації	Краудфандинг, брендований контент, спонсорство і партнерства дозволяють забезпечити стабільне фінансування журналістської діяльності та доставку високоякісного контенту аудиторії
---	--

Таблиця 3.1. Основні тенденції розвитку журналістики в епоху цифровізації [94]

Сучасні компанії активно використовують інструментарій, наведений у табл. 3.1. Компанія «The Guardian» активно використовує великі дані та аналітику, збираючи дані про те, як користувачі взаємодіють з їхніми статтями, які теми викликають найбільший інтерес, і які заголовки та зображення привертають більше уваги. «Patreon» активно залучає інноваційні форми монетизації, надаючи платну форму для журналістів і творчих професіоналів, щоб останні могли отримувати фінансову підтримку від своєї аудиторії через донати чи передплату на ексклюзивний контент [94].

Аналізуючи табл. 3.1, необхідно зауважити ключові виклики переходу до цифрової стратегії розвитку журналістики. Передусім, це консерватизм та супротив керівництва щодо інтеграції інноваційних підходів, а також внутрішня конкуренція між традиційним медіабізнесом і новими нещодавно створеними цифровими підрозділами.

Цифрова епоха нівелювала межі між виробниками і споживачами інформаційного контенту. З'явилися нові жанри, в яких посилено візуалізацію. Основним простором для оперативного поширення воєнних наративів стали соціальні мережі та месенджери, зокрема твітер, фейсбук, телеграм. Активно розвиваються нові мікрожанри – мему, стрими, короткі відео тощо.

Мему є жанром ідеологічного кодування. У них реалізовано елементи гумору, сатири та спрощення. Використовують для оперативної дегуманізації ворогів і героїзації власних сил, моральної й психологічної підтримки цивільного населення.

Стрими (live-трансляції) як жанр створюють ефект абсолютної присутності й достовірності, але їхній інформаційний контент попередньо не

підлягає цензурі. Цей вид повідомлень потрібно трактувати як жанр громадянської журналістики й прямого свідчення з функцією підсилення емоційного звучання.

Короткі відео (тіток, рілс) забезпечують найоперативніше й емоційно насичене доведення частини наративу через візуальний ритм і музичний супровід. Їх ефективно використовують з метою мобілізації молодіжної аудиторії та формування спрощених образів конфлікту.

З метою створення візуальних наративів війни результативними є фотожурналістика й документальне відео. Вони впливають на формування «образу героя-захисника» й «образу ворога». Візуальні жанри є найбільш потужними інструментами для емоційної компоненти жанрових проєкцій воєнного наративу.

У *фотожурналістиці* зроблені світлини фіксують моменти і мають високу документальну вагу. Вибір ракурсу, композиції та фокуса (наприклад, акцент на руйнуваннях чи на допомозі) є надзвичайно важливими. Це безпосередньо впливає на формування «образу ворога» як безжального агресора, та «образу героя-захисника» справедливого й гуманного воїна.

У *документальному відео* широко використовують монтаж та контекстуалізацію, щоб сконструювати складні емоційні історії. Документальне відео використовують для легітимізації власної позиції на міжнародному рівні, а також для фіксування історичного наративу про війну.

Сучасні платформи не тільки створюють нові, а й трансформують класичні жанри. Відбувається інтеграція традиційних жанрів у нові медіаплатформи (підкасти, лонгриди).

Лонгрид потрібно розглядати як мультимедійний жанр, в якому синтезовано текст, інфографіку, фото й відео. У лонгридах ґрунтовно аналізують і персоналізують події війни, а не фрагментарно. У цій жанровій проєкції пишуть нариси й аналітичні статті в цифровому середовищі.

Подкасти набули популярності як жанри військової документалістики та інтерв'ю. В них пропонують інтимний формат спілкування, який є ідеальним для

персональних історії військових та жертв. Такий формат посилює емоційну довіру до наративу війни.

Отже, наразі особливо популярними є візуальні жанри в соціальних мережах.

3.2. Наративи інформаційно-психологічних операцій та їхні жанрові маркери

Гібридна війна потужно використовує інформативно-психологічні операції, цілеспрямовано організовує кампанії, що маніпулювати свідомістю громадян. Цьому виду ворожої агресії обов'язково потрібно протидіяти, і ключем до такої протидії є вивчення жанрових маркерів. Потрібно навчитися ідентифікувати й аналізувати дезінформаційні повідомлення – фейкові новини, маніпулятивні техніки.

Фейкові новини є найпоширенішим серед жанрів ПСО. Їхня сутність полягає в імітуванні інформаційним жанром, зокрема новинами. У таких новинах розповсюджують сфабриковані й спотворені факти, щоб дестабілізувати суспільство, посіяти в ньому паніку. Важливою ознакою таких новин є сенсаційні заголовки й швидке, блискавичне поширення «фермою» ботів.

Маніпулятивні техніки бувають різні. Це, переважно, вирвані з контексту цитати, емоційно спрямовані маркери, неправдиві прямі свідчення. Якщо уважно проаналізувати, то з'ясується невідповідність між змістом і формою. Бо за формою таке повідомлення претендує на об'єктивність, але містить ідеологічну ворожу пропаганду.

Жанрова мімікрія є одним з найнебезпечніших проектів ПСО є жанрова мімікрія, що маскує пропаганду у форми об'єктивних інформаційних жанрів. Пропагандистський контент свідомо оформлюють у поширену традиційну жанрову форму, цим викликають довіру аудиторії.

Маскування – це аналітичний огляд з дезінформаційним контентом, який навіть може бути написаний академічною мовою, може містити покликання на думки «експертів», мати складну структуру. Це має вигляд об’єктивного й правдивого повідомлення, але його головне призначення – ідеологічна диверсія. Ворог у такий спосіб намагається добитися зневіри громадян до своєї національної й міжнародних медіасистем, внести сумніви в головний наратив захисників, поширити неправдиві ворожі альтернативи пояснення причин збройного конфлікту.

<i>Оригінальний жанр (форма довіри)</i>	<i>Жанр мімікрії (ІПСО)</i>	<i>Жанрові маркери дезінформації</i>	<i>Цільова ідеологічна проєкція</i>
<i>новинне повідомлення</i>	фейкова новина	сенсаційний заголовок, викликає першоджерел, посилення на «анонімні» військові джерела	поширення паніки, недовіра до командування, збільшення успіхів ворога
<i>аналітичний огляд</i>	псевдоаналітична стаття	складний «експертний» стиль, використання маніпулятивних статистичних даних, вирівнювання цитату із контексту	ідеологічне виправдання агресії, легітимізація окупаційних дій, пояснення «неминучості» поразки
<i>репортаж</i>	постановне відео / дипфейк	надмірна емоційність, непідтвержені сцени насильства, низька якість відео,	деморалізація, пропаганда військових злочинів проти власного населення з метою

		що видно за «ексклюзив»	звільнення противника
<i>нарис</i> <i>інтерв'ю</i>	/ «свідчення» агента впливу	сентиментальна «людська історія» про «втечу від війни», спрямована на дискредитацію національних цінностей	підрив патріотичних почуттів, пропаганда капітуляції або «примирення»

Таблиця 3.2. Жанрова мімікрія та маркери ІПСО

Щоб протидіяти ІПСО, потрібно володіти системою протидії, знати способи й засоби медіаграмотності у розпізнаванні маніпулятивних наративів.

Перш за все, це розвиток критичного мислення, міцні знання жанрових механізмів. Це й буде головною протидією ІПСО. Ефективними є механізми медіаграмотності й контрнاراتивів.

Шляхом навчання медіаграмотності можна навчитися розпізнавати жанрові маркери ворожих маніпуляцій. Потрібно обережно й уважно вивчати інформацію, звертати увагу на непідписані фотографії, необґрунтовану й раптову появу першоджерел (документів, свідчень), особливо підвищену емоційність в інформаційних жанрах. Це все ключі до розвінчування фейків. Також потрібно оволодіти мистецтвом створення контрнاراتивів. Важливо поширювати якісні й достовірні жанрові проєкти, щоб протидіяти дезінформації. Це можуть бути верифіковані репортажі, аналітичні спростування фейків. Труднощі виникають в тому, що це потрібно робити оперативно. Оскільки така оперативність притаманна соціальним мережам, то вони значно випереджають традиційні ЗМІ.

Існують загальні сучасні тренди, спільні для всіх ринків, які впливають на цифрову журналістику:

1) позиціонування журналістики як сервісу: цифровізація формує нові можливості для створення персоналізованого контенту на основі аналізу даних про поведінку і переваги аудиторії;

2) використання аналізу реакцій журналістами для оцінки ефективності власного контенту, визначення пріоритетних матеріалів та форматів їх подання, які залучають найбільше уваги аудиторії;

3) активний розвиток вузькоспеціалізованих медіаплатформ і видань, зосереджених на конкретних тематиках або нішевих аудиторіях, що дозволяє повніше висвітлювати певні теми;

4) real time контент, великі дані та штучний інтелект: режим реального часу та штучні нейронні мережі дозволяють швидко обробляти і фільтрувати інформацію;

5) створення цифрових видавництв: розповсюдження цифрових продуктів (подкасти, мобільні додатки, відеоконтент тощо), такі залучають інноваційні формати доставки контенту та монетизації, зокрема, рекламні платформи, підписки тощо;

6) розвиток онлайн-платформ: поширення та консолідація контенту відбувається найбільш активно на ресурсах соціальних мереж, відео-хостингах та інших онлайн-платформах;

7) інтеграція чат-ботів та розмовних інтерфейсів, що полегшує репрезентацію новин, надання відповідей на запитання користувачів та створення персоналізованого досвіду взаємодії з аудиторією;

8) поява нових рекламних форматів, зокрема, R&D (research and design), що дозволяють залучати інтерактивні оголошення, брендований контент і рекламу на мобільних пристроях;

9) верифікація контенту для перевірки достовірності та запобігання поширенню дезінформації та фейкових новин;

10) популяризація watchdog-журналістики, яка орієнтована на контроль і нагляд за діяльністю влади, бізнесу та інших сфер суспільства, для розкриття

корупційних схем, випадків порушення прав людини та інших деструктивних суспільних явищ;

11) боротьба за увагу аудиторії: в умовах інформаційного шуму та потоку контенту виникає потреба в розробці журналістських стратегій захоплення та утримування уваги за допомогою оригінальності матеріалу, високої якості та персоналізації [5].

Особливої ролі набуває наразі креативність, що задовольняє вимоги цифрової трансформації журналістики щодо необхідності розробки інноваційних підходів до створення та представлення контенту. Креативні рішення забезпечують привернення та утримання уваги аудиторії, дозволяють створювати унікальний контент, експериментувати з новими форматами і жанрами. Креативність і диджитал-технології знаходять практичне втілення у використанні нових засобів творення журналістського контенту [11].

Зокрема, прикладом може слугувати віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR), що дозволяють аудиторії зануритися в події або місця, створювати інтерактивні та пізнавальні візуальні досліди. Так, видання The New York Times випустило VR-проект «The Displaced», який дозволяє глядачам зануритися в історії трьох дітей, які постраждали від глобальної міграції. Не зважаючи на те, що проект зіткнувся з низкою труднощів, було проєктом було продемонстровано обширні перспективи залучення віртуальної реальності до поля журналістики [9].

Іншим прикладом поєднання креативності та цифрових технологій слугує персоналізація контенту за допомогою алгоритмів машинного навчання та аналітичних інструментів для адаптації та рекомендації контенту. Зокрема, компанії Netflix та Spotify активно використовують алгоритми персоналізованих рекомендацій. Підхід дозволяє активізувати діяльність громадських журналістів та очевидців щодо висвітлення актуальних подій. Наприклад, CNN iReport дозволяє громадським журналістам завантажувати контент про події, очевидцями яких вони були, а YouTube дозволяє громадськості висловлювати власну позицію щодо певних подій [13].

Комбінування креативності та сучасних технологій дозволяє розширити аудиторію, поглибити взаємодію з нею та нівелювати просторово-часові обмеження, залучаючи нові сегменти. Також, доступними стають велика гнучкість і швидкість у наданні новин в режимі реального часу, що забезпечує конкурентні переваги журналістського ресурсу. Креативне використання мультимедійних елементів, інтерактивності та візуалізації дозволяє створювати більш захоплюючі формати: спецпроекти, відеорепортажі, документальні серіали, інтерактивні статті, подкасти [7].

Найпоширенішими інформаційними платформами залишаються Telegram, YouTube і Facebook. Водночас, за останні роки зросла кількість респондентів, що не довіряють жодному джерелу інформації, адже медіапростір часто використовується як інфлюенсер, де поширюються відверті маніпуляції та дезінформаційний контент.

Очікується, що подальша цифрова трансформація журналістики буде зосереджена на наступній векторності:

1) інтеграція штучного інтелекту для автоматизації рутинних завдань (написання звітів, обробки даних чи редагування), створення персоналізованого контенту, що дозволить журналістам зосередити зусилля на творчих і аналітичних аспектах власної діяльності;

2) збільшення ролі відеоконтенту та стрімінгових платформ: відеорепортажі, відеоінтерв'ю, документальні фільми та трансляції в реальному часі будуть все більше приваблювати аудиторію, пропонуючи наочну та захоплюючу форму інформації, взаємодіяти з аудиторією в режимі реального часу;

3) розширення використання віртуальної та доповненої реальності для створення більш реалістичного та занурюючого середовища для передачі інформації, а також додавання додаткових шарів інформації до реальних об'єктів і локацій;

4) використання великих даних та аналітики для аналізу та прогнозування, визначення трендів, розуміння потреб аудиторії;

5) поступ гібридних моделей медіа-платформ, об'єднання різних форматів і каналів в єдиний адаптивний продукт (текст, формати відео, аудіо та інтерактивні елементи з подальшим поширенням через вебсайти, мобільні додатки та соціальні мережі);

б) інтеграція децентралізованих та блокчейн-технологій для поліпшення прозорості, безпеки та довіри в журналістиці: створення систем для підтвердження справжності контенту, боротьби з фейками та цензурою, створення незалежних інформаційних мереж.

В умовах активної цифрової трансформації журналістики особливої ваги набуває проблема етики та відповідальності. Питання приватності та захисту даних, боротьби з дезінформацією та забезпечення високих стандартів професіоналізму виходять на перший план. Необхідною стає розробка етичних фреймворків, політик та рекомендацій, які дозволять журналістам дотримуватись принципів чесною, коректною та безпечною професійною діяльністю.

Необхідність перехресного контролю для формування журналістського поля високої якості створює сприятливі передумови для укріплення галузевих колаборацій та партнерств між виданнями, авторами, технологічними компаніями та іншими стейкхолдерами. Обмін ресурсами, експертними висновками, доступом до інноваційних технологій дозволить підвищити якість та достовірність журналістського контенту, сприятиме вдосконаленню компетенцій журналістів, підвищенню їх адаптивності та резильєнтності до динаміки цифрового середовища.

<i>Критерії</i>	<i>Українські ЗМІ</i>	<i>Зарубіжні ЗМІ</i>
проблема достовірності	виклики, пов'язані з оперативністю та військовою цензурою (заборона розголошення інформації про розташування військ).	виклики, пов'язані з доступом до зони конфлікту та забезпеченістю двох джерел (часто створює

	Ризик емоційної гіперболізації	ілюзію сторінки «рівної відповідальності»).
людський вимір	акцент на національній жертві та стійкості. Історії про внутрішньо переміщених осіб (ВПО) та волонтерство й економічну стійкість.	акцент на глобальній гуманітарній кризі , проблемах біженців в Європі та фінансовій допомозі

Таблиця 3.4. Проблематика та етичні аспекти

Таким чином, українські медіа діють у парадигмі мобілізації та національної єдності , використовуючи персоналізовані та емоційні жанри , тоді як зарубіжні ЗМІ націлені на аналіз геополітичних наслідків та орієнтуються на експертні та аналітичні жанри для пояснення конфлікту своїй аудиторії.

3.3. Жанрові моделі конструювання наративів війни у різних медіасистемах

Ефективність наративу війни зумовлена вибором тієї медіасистеми (демократичної, авторитарної), в якій він функціонує. Це впливає на відмінності у жанрових підходах та їх виборі. Порівняльний аналіз до вибору жанрових моделей висвітлення війни у медіа, що належать до різних країн або ідеологічних таборів, надав такі результати.

Демократична медіасистема (Україна, Західна Європа, США, Канада характеризується жанровим плюралізмом та наявністю офіційних і критичних наративів. У цій системі журналісти використовують широкий спектр жанрів: від аналітичних оглядів із дискусіями до художніх нарисів про людські драми. Воєнний наратив спрямований на легітимізацію подій через моральну перевагу та документальне підтвердження.

Авторитарна медіасистема (її використовує агресор) характеризується жанровою уніфікацією та жорсткою цензурою. У ній домінують є інформаційні жанри (*новина, пресреліз*) й аналітичні коментарі. Ці жанри контролює держава, використовуючи цензуру. Наратив спрямований на легітимізацію через силу, дегуманізацію супротивника та заперечення реальних військових злочинів. У цих системах виявлено універсальні та національно-специфічні жанрові моделі.

До універсальних моделей належать *репортаж* (як жанр свідчення), *новина* (як жанр факту) та *мем* (як жанр ідеологічного кодування). Ці жанри використовують усі сторони конфлікту, але відрізняються вони інформаційним наповненням контенту й призначенням.

Національно-специфічні моделі притаманні українському контексту. Активно використовують *волонтерські комунікації* як жанр моральної підтримки, а також *мобілізаційний нарис* та *персоналізований відеоконтент* у соціальних мережах, що свідчить про високий рівень громадянської активності.

<i>Етап</i>	<i>Елемент наративу</i>	<i>Жанрова група (канал)</i>	<i>Комунікаційна мета</i>
<i>Формування основи</i>	факт/подія (Що? Де? Коли?)	інформаційні жанри (прес-реліз, новина, оперативний репортаж)	швидка легітимізація та інсталяція «офіційної правди»
<i>Інтерпретація</i>	ідеологія / оцінка (Чому? Як?)	аналітичні жанри (стаття, огляд, інтерв'ю з експертом)	обґрунтування дій, формування оцінок, маргіналізація контранаративів
<i>Емоційне закріплення</i>	образи (герой /	художньо-публіцистичні	емоційна мобілізація,

	ворог) та цінності	жанри (нарис, документалістика, лонгрід)	формування колективної пам'яті, персоналізація
<i>Мережева адаптація</i>	вірусність / спрощення	мікрожанри соцмереж (мем, стрім, коротке відео)	максимальна швидкість поширення, охоплення молодіжної аудиторії, підтримка «бойового духу»

Таблиця 3.3. Модель функціональної проєкту воєнного нарративу

У цій таблиці проілюстровано, як базовий ідеологічний нарратив адаптується та транслюється через різні жанрові групи. Заслуговує на увагу огляд відомих українських і зарубіжних видань, що публікують оперативну й аналітично опрацьовану інформацію про події російсько-української війни. Журналісти й кореспонденти українських ЗМІ вирізняються не лише оперативністю, а й глибоким інсайдерським аналізом, потужним емоційним звучанням. Їхні повідомлення сфокусовано на військові звіти, внутрішню політику, правдиві історії реальних людей.

<i>Видання</i>	<i>Жанровий фокус</i>	<i>Відомі журналісти і кореспонденти</i>
Українська правда (УП)	Оперативні новини, політична аналітика, ексклюзивні інтерв'ю з військовим і політичним керівництвом	<i>Роман Кравець</i> (відомий майстерними політичними інтерв'ю); <i>Ольга Кириленко</i> (займається розслідуваннями, створює

		репортажі з прифронтових міст); <i>Михайло Ткач</i> (відомий розслідуваннями, його матеріали публікують у розділі «Розслідування. УП»)
NV (Новий час)	Глибока аналітика, військові огляди, економічні прогнози, матеріали про оборону та реформи	<i>Іван Яковина</i> (займається міжнародною аналітикою); <i>Олег Сенцов</i> (веде «Колонку військового») <i>Крістіна Бердянських</i> (відома своїми репортажами й інтерв'ю)
Цензор. НЕТ	Військова аналітика, оперативні зведення з фронту, коментарі експертів та військових блогерів	<i>Юрій Бутусов</i> (головний редактор, виконує глибокий аналіз військових подій, публікує аналітичні коментарі)
Бабель	Репортажі, журналістика даних, історії про військовий досвід, гуманітарний вимір війни	<i>Оксана Мороз</i> (головний редактор, займається медіакритикою); <i>Мар'яна П'єцух</i> (публікує репортажі, інтерв'ю)
Суспільне мовлення (Суспільні новини)	Новини, перевірена верифікована інформація, регіональні репортажі, прямі включення з різних куточків країни	<i>Олена Ремовська</i> (пише репортажі, підкасти); <i>Ярослав Чепурний</i> (пише військові репортажі)

Таблиця 3.4. Українські видання

На відміну від українських видань, зарубіжні видання розвивають глобальний контекст, подають глибокий геополітичний аналіз ситуації та фокусують увагу на можливих наслідках війни в Україні для всього світу.

<i>Видання</i>	<i>Жанровий фокус</i>	<i>Відомі журналісти та кореспонденти</i>
«Нью-Йорк Таймс» (NYT)	Глибокі розслідування, міжнародна аналітика, репортажі з лінії фронту та гуманітарних зон, використання фото та відео	<i>Thomas Gibbons-Neff</i> (військовий кореспондент); <i>Carlotta Gall</i> (міжнародний репортер); <i>Andrew E. Kramer</i> (київський кореспондент)
«Волл-стріт джорнел» (WSJ)	Економічний та фінансовий аналіз впливу війни, вплив санкцій, геополітика, бізнес-новини	<i>Yaroslav Trofimov</i> (головний кореспондент із міжнародних відносин), <i>Marcus Walker</i> ; (європейський аналіз)
The Guardian (Велика Британія)	Соціальні наслідки, гуманітарні звіти, політичний аналіз, <u>хроніки війни</u>	<i>Люк Хардінг</i> (репортер-розслідувач); <i>Емма Грем-Гаррісон</i> (старший міжнародний кореспондент)
BBC News (Велика Британія)	Оперативні новини, перевірка фактів (Fact-Check), репортажі з усіх напрямків, відеоконтент	<i>Jeremy Bowen</i> (міжнародний редактор, репортажі), <i>Orla Guerin</i> (старший міжнародний кореспондент, Київ), <i>Paul Adams</i>

CNN (США)	Прямі ефіри, репортажі з місця подій, інтерв'ю з високопосадовцями, візуалізація конфлікту	<i>Clarissa Ward</i> (головний міжнародний кореспондент, репортажі з передової), <i>Matthew Chance</i> (старший міжнародний кореспондент, Київ)
Ассошіейтед Прес (AP)	Оперативна фото- та відеожурналістика, короткі новинні зведення, що розповсюджуються по всьому світу	<i>Мстислав Чернов</i> , <i>Євгеній Малолетка</i> (особливо відомі репортажі з Маріуполя, лауреати Пулітцерівської премії)

Таблиця 3.5. Закордонні видання

Висвітлення російсько-української війни є *мультимедійним і мультижанровим*. Українські ЗМІ надають *інсайдерський, емоційно залучений репортаж та політичний аналіз*. Зарубіжні видання, навпаки, зосереджені на *глобальному, геополітичному аналізі та високоякісній верифікованій фото- та відеожурналістиці*. Це забезпечує міжнародну рамку для воєнного наративу.

Перспективи розвитку жанрових проєкцій воєнних наративів будуть визначатися двома основними тенденціями:

1. *Розвиток гіперперсоналізація*, зумовлений тим, що наративи будуть фокусуватися саме на особистих історіях, які будуть створюватися та поширюватися за допомогою AR/VR-технологій та інтерактивних жанрів (ігри, віртуальні тури). Це значно посилить ефект присутності та емоційний вплив.

2. *Посилення й поширення технологічної мімікрії*, оскільки ІІСО продовжуватиме активне поширення дипфейків та AI-згенерований контент

(жанри «фальшивої реальності»), що вимагатиме від дослідників та журналістів розроблення нових, автоматизованих методів верифікації жанрових ознак.

У такий спосіб перспективи розвитку жанрових проєкцій воєнних наративів будуть формуватимуться під впливом двох домінантних тенденцій -- технологічної та соціокультурної. Ці тенденції, взаємодіючи, створять нові форми контенту, виклики та можливості для його сприйняття, створення та верифікації. Провідні ролі буде відведено гіперперсоналізації та імерсивним технологіям

Гіперперсоналізація як провідний напрям означає радикальне зміщення фокусу із загальних військових подій на унікальні, особисті історії учасників, свідків або постраждалих. Ця тенденція посилюється інтеграцією імерсивних технологій (занурення) та інтерактивних жанрів:

1. *Технологічна База (AR/VR/XR):*

– *Віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR)* стануть важливими інструментами для створення ефекту максимальної присутності. Наративи будуть перетворені на досвід, де користувач зможе «пройти» віртуальним військовим шляхом, «побачити» події очима героя або пережити реконструкцію моменту.

– Жанрові проєкції будуть втілені в інтерактивні жанри, такі як відеоігри (сегмент *serious games* або документальних ігор), віртуальні тури / екскурсії зруйнованими містами чи місцями запеклих боїв, інтерактивні документальні фільми. Це дозволить користувачам не просто споживати історію, а взаємодіяти з нею, впливати на послідовність або деталізацію оповіді.

2. *Емоційний та психологічний вплив:*

– *Посилиться емоційний вплив та рівень емпатії* (завдяки глибокому зануренню). Це матиме важливе значення не лише для інформування громадськості, але й для психологічної реабілітації військових (експозиційна терапія) та архівування пам'яті.

3. *Можливі виклики.* Існує етичний ризик «гейміфікації» чи «гламуризації» трагедії, а також необхідність дотримання високих стандартів безпеки та приватності у роботі з персональними даними громадян.

Особливої уваги потребує розвиток технологічної мімікрії та жанрів «фальшивої реальності».

Технологічна мімікрія — це тенденція до використання передових технологій для створення правдоподібних імітацій реальності, переважно з метою інформаційно-психологічних операцій (ІПСО) та дезінформації. Це безпосередньо впливає на жанрову чистоту та ознаки:

1. *Інструменти дезінформації (AI/ML):*

– Подальше активне поширення дипфейків (відео та аудіо) та AI-згенерованого контенту (зображення, тексти, анімації, голосові повідомлення), здатного імітувати реальних осіб (політиків, військових, журналістів) або автентичні події.

– *Жанри «фальшивої реальності»* – це такі гібридні жанри, в яких неможливо візуально або акустично відрізнити правду від підробки (наприклад, фейкові інтерв'ю, сфабриковані зізнання, «документальні» кадри, яких ніколи не існувало).

2. *Виклики для верифікації:*

– Посилення цієї мімікрії вимагає від журналістів, фактчекерів та дослідників розроблення нових, високотехнологічних, автоматизованих методів верифікації жанрових ознак контенту. Це передбачає використання зустрічного ШІ, аналізу метаданих, виявлення цифрових «відбитків» генеративних моделей та аналізу невідповідностей у фізіологічних або фізичних деталях.

3. *Контрнарративи.* В умовах такої мімікрії зростатиме цінність первинного, незмінного контенту (наприклад, захищених блокчейном свідчень) та жанрів, які роблять ставку на відкритість джерел та багаторівневу перевірку. Це може призвести до появи нових, верифікованих жанрів воєнної журналістики та документалістики.

Названі дві тенденції репрезентують біполярний розвиток: з одного боку це будуть технології, що посилюють автентичність переживання (гіперперсоналізація), з іншого — технології, що руйнують автентичність інформації (технологічна мімікрія). Успіх воєнних наративів у майбутньому буде безпосередньо залежати від здатності суспільства та медіасфери використовувати імерсивні можливості для правдивого свідчення та розробляти ефективні механізми захисту від AI-згенерованої дезінформації.

Важливим є вивчення етичних викликів і технічних методів верифікації воєнних наративів. Гіперперсоналізація, у якій використовують імерсивні технології (VR/AR) для передавання особистих історій, несе значний ризик. Основні етичні проблеми включають:

1. Експлуатація травми та ревіктимізація

– *Гламуризація / сенсаціоналізація.* Існує ризик, що бажання створити «вражаючий контент» призведе до надмірного фокусування уваги на найбільш приголомшливих або графічних деталях, і це перетворить реальну травму на розвагу або сенсацію.

– *Ревіктимізація.* Створення гіперперсоналізованого контенту (особливо у VR, де потрібне детальне відтворення сцен) може змусити потерпілих (жертв) повторно переживати травматичні події, а це ставить під загрозу їхнє психічне здоров'я.

– *Контроль наративу.* Потрібен контроль над тим, як саме буде показано особисту історію певної особи, щоб ця історія не була змінена або адаптована для досягнення максимального *емоційного ефекту* шляхом втрати її автентичності?

2. Приватність та безпека

– *Згода та конфіденційність.* Отримання *інформованої згоди* від людей, що перебувають у вразливому стані (наприклад, щойно евакуйовані, поранені), є критично важливим. Необхідно забезпечити, що вони проінформовані, розуміють і погоджуються, що саме їхня історія буде подана в імерсивному форматі.

– *Цифрова ідентичність*. Поширення деталізованих 3D-моделей або AR-реконструкцій, що базуються на реальних особах і місцях, створює ризики для цифрової безпеки та потенційного використання цієї інформації ворогом.

3. Ефект «травматичного туризму»

– *Емпатія чи відчуження*. Журналіст прагне посилити емпатію до свого повідомлення, але надмірне та постійне занурення в чужий біль через VR може спровокувати емоційне перевантаження чи моральну втому (compassion fatigue), коли користувач стає несприйнятливим до чужих страждань.

– *Недоречне використання «травматичного туризму»*. Виникає проблема «травматичного туризму», коли люди використовують імерсивні наративи для отримання *гострих відчуттів* без глибокого розуміння чи бажання допомогти.

В умовах посилення технологічної мімікрії, методи верифікації жанрових ознак і виявлення дипфейків повинні бути автоматизованими та багатовимірними.

<i>Метод верифікації</i>	<i>Принцип дії</i>	<i>Жанрова ознака (яку аналізують)</i>
<i>Аналіз неузгодженості фізіології</i>	Аналіз мікрорухів обличчя, моргання, частоти дихання та пульсу. Генеративний ШІ часто має проблеми з відтворенням природної нерегулярності цих ознак	<i>Автентичність особи (ідентифікація)</i>
<i>Аналіз цифрових артефактів (Compression Artifacts)</i>	Дослідження зображення на наявність специфічних «відбитків» або «шумів», залишених алгоритмами стиснення	<i>Походження контенту (людина чи машина)</i>

	(JPEG/MPEG) та самими генеративними моделями (AI).	
<i>Криміналістичний аналіз метаданих (Metadata Forensics)</i>	Перевірка технічної інформації, вбудованої у файл (камера, дата, час, GPS-координати). У дипфейках ці дані часто відсутні, сфабриковані або неузгоджені з візуальним контентом	<i>Сліди створення (автентичність джерела)</i>
<i>Аналіз синхронізації аудіо-відео</i>	Перевірка ідеальної чи, навпаки, ненатуральної синхронізації губ і голосу. Якісні дипфейки можуть бути <i>занадто</i> ідеально синхронізовані або мати <i>занадто</i> різкі переходи	<i>Узгодженість елементів (порушення фізики)</i>
<i>Аналіз світла та тіні (Inconsistency of Lighting)</i>	Виявлення логічних порушень у патернах освітлення та відкидання тіней. Наприклад, обличчя може бути освітлене одним джерелом, тоді як тіні, що відкидаються, не відповідають йому	<i>Реалістичність оточення</i>

Таблиця 3.6. Методи верифікації жанрових ознак і виявлення дипфейків

Розвиток методів верифікації жанрових ознак і виявлення дипфейків потребує постійного й ґрунтовного вивчення.

Висновки до розділу 3

Доведено, що ефективним сценарієм трансформації сучасної журналістики може стати інтегрований розвиток традиційного і цифрового напрямів, це забезпечить синергетичний ефект у реалізації комплексу основних напрямів діяльності. Цифровий апгрейд формує низку потенційних можливостей та дотичних викликів. Змінюючи способи створення, розповсюдження та споживання контенту, трансформуючи способи взаємодії між журналістами та аудиторією, цифрова журналістика активно залучає *медіа-формати (текст, аудіо, графіку, відео та фото), штучний інтелект, персоналізацію та великі дані*.

За допомогою інноваційних інформаційно-комунікаційних технологій журналісти створюють унікальний контент, максимально візуалізують інформацію, репрезентують її у вигідній та доступній формі, розширюють можливості взаємодії та обміну досвідом між користувачами ресурсу, розвивають стійкі бізнес-моделі розвитку суб'єктів журналістської діяльності.

Серед дотичних до активної цифровізації журналістики викликів необхідно виокремити ризики *фейкових новин та маніпуляцій*. Це потребує розвитку критичного мислення та медіаграмотності як аудиторії, так і самих журналістів. Окрім того, на тлі цифрового апгрейду галузі статус журналіста зазнає динамічних змін: поява нових медіаплатформ та соціальних медіа супроводжується появою нових форм діяльності – блогерів, лідерів думок, інфлюенсерів, які одночасно виконують функції виробника та поширювача контенту. Зазначене змінює динаміку розвитку журналістики, актуалізуючи питання професійної етики та відповідальності.

Вважаємо, що перспективи майбутніх досліджень будуть окреслені в розробленні концепції вдосконалення компетенцій з медіаграмотності та критичного мислення в сучасних журналістів та аудиторії, комплементарно вимогам цифрового часу, що дозволить ефективно опрацьовувати інформаційні потоки та якісно оцінювати контент. Також особливо важливим буде вміння журналістів урегульовувати етичні питання.

ВИСНОВКИ

У виконаній науковій роботі здійснено комплексний теоретико-методологічний аналіз та емпіричне дослідження феномену наративів війни та їхнього втілення в українському та світовому медіапросторі крізь призму жанрових проєкцій. З'ясовано функціонально-жанрову специфіку конструювання і трансляції воєнних наративів засобами масової інформації, підтвержено гіпотезу про те, що жанрова проєкція є не лише формою для інформації, але й активним інструментом ідеологічних і психологічних маніпуляцій.

Уточнено категоріальний апарат. Наратив війни визначено як інтегрований медійний продукт, що є логічно організованою, послідовною системою подій, персонажів та ідей, метою якої є не лише інформування про конфлікт, а й формування певної моделі сприйняття, емоційної реакції та колективної ідентичності. Його ключовими структурними елементами є *фабула (події)*, *актанти (герой, ворог, жертва)* та *ідеологема (ключове повідомлення чи мета)*.

Обґрунтовано міждисциплінарний підхід. Доведено, що ефективно дослідження воєнних наративів вимагає інтеграції методів медіалінгвістики, наратології, теорії фреймінгу та психології масових комунікацій, оскільки медійна розповідь про війну є багатокомпонентним конструктом.

Визначено функціональну роль медіа. Встановлено, що в умовах війни засоби масової інформації виконують не лише інформаційну, а й *мобілізаційну, легітимізувальну, ідеологічну, ціннісну, когнітивну, консолідуючу, деконструктивну (щодо ворога), психотерапевтичну* функції. У цьому контексті жанр виступає як регулятор довіри та емоційного впливу.

Здійснено класифікацію жанрових моделей. Виокремлено та проаналізовано три основні групи жанрів, що використовуються для трансляції воєнних наративів:

– *Інформаційні жанри (новина, репортаж)*. Характеризуються оперативністю та орієнтацією на ілюзію об'єктивності, проте їхня фрагментарність сприяє швидкому, але поверхневому сприйняттю конфлікту.

– *Аналітичні жанри (коментар, інтерв'ю, огляд)*. Використовуються для легітимізації нарративу, залучення експертів, формування глибинних переконань і часто слугують майданчиком для розгортання ідеологем.

– *Художньо-публіцистичні жанри (нарис, есей, документальний фільм)*. Найбільш ефективні для персоналізації війни, формування емоційної емпатії та створення міфологічних образів героїв/жертв, що є критично важливим для соціальної консолідації.

Виявлено жанрову конвергенцію та гібридизацію. Наголошено на тенденції до розмивання чистих жанрів: новинні сюжети містять елементи нарису (human-interest stories), а інтерв'ю перетворюються на розлогі психологічні портрети. Ця гібридизація посилює маніпулятивний потенціал нарративу, поєднуючи факт та емоційну оцінку.

Проаналізовано вплив диджиталізації. Встановлено, що цифрові платформи (телеграм, ютуб, твіттер/х) значно змінили канони жанрової репрезентації, оскільки доведено домінування «*нарративу присутності*» та *візуалізації*. Феномен «воєнної стрічки новин» (телеграм) демонструє найвищу швидкість, мінімальний поріг верифікації та домінування гіперкоротких, часто емоційно насичених текстів та візуальних повідомлень, що створюють ефект *безпосередньої участі*.

Встановлено, що соціальні медіа сприяють *жанровій конвергенції* (стиранню меж між жанрами) та *гіперфрагментації* контенту. Роль відеожанрів (ютуб, тікток) постійно зростає. Відеоконтент (від професійних документальних фільмів до аматорських «військових щоденників») стає ключовим інструментом для апеляції до емоцій, а його жанрова форма (наприклад, динамічні live-репортажі) формує ілюзію автентичності та безпосередності.

Ідентифіковано головний механізм ворожих інформаційно-психологічних операцій (ІПСО) – *жанрову мімікрію*. Цей механізм полягає у маскуванні

дезінформації та пропаганди під авторитетні чи нейтральні жанрові форми (наприклад, фейкові «експертні коментарі», псевдодокументальні репортажі, що імітують об'єктивність). Основними жанровими маркерами ПСО є *порушення професійних стандартів, відсутність верифікації, надмірне використання емоційно-оцінної лексики та цілеспрямоване фокусування уваги на полярних темах.*

Проведено порівняльний аналіз, який виявив суттєві відмінності у демократичних і авторитарних медіасистемах. Так, у демократичних медіасистемах жанрові підходи (зокрема, використання аналітичних та дискусійних жанрів) спрямовані на підтримку плюралізму, хоча й із домінуванням продержавного чи коаліційного наративу. В авторитарних медіасистемах жанрова політика орієнтована на монополію офіційних жанрів (зведення, заяви, офіційні звернення), що повністю виключає альтернативні погляди, та спрямована на тотальне ідеологічне підкорення.

Розкрито механізми психологічного впливу на аудиторію. Дослідження підтвердило, що саме жанрова форма визначає рівень емоційного залучення. Наприклад, використання жанру «свідчення» / «особистої історії» (характерний для художньої публіцистики) є потужним інструментом для мобілізації, емпатії та демонізації ворога, тоді як сухий «офіційний звіт» сприяє підтвердженню інституційної надійності.

Визначено проблему дезінформації. У нових медіа швидкість розповсюдження контенту в гібридних жанрах (наприклад, фейкові новини, замасковані під «експертні коментарі» чи «офіційні зведення») створює критичні виклики для фактчекінгу та медіаграмотності аудиторії. Розроблено комплексний підхід до жанрового аналізу воєнних наративів та розширено уявлення про функції жанру як механізму соціального та ідеологічного конструювання дійсності в кризових умовах.

Результати дослідження можуть бути використані для розроблення рекомендацій з медіаграмотності, спрямованих на розпізнавання маніпулятивних жанрових проєкцій у воєнній комунікації; під час підготовки

журналістів і пресофіцерів, які працюють у зонах конфлікту, з метою підвищення ефективності їхньої комунікації та дотримання професійних стандартів; аналітичними центрами та державними структурами для моніторингу, аналізу та формування власних стратегічних комунікаційних наративів.

Проведене дослідження відкриває низку напрямів для подальшої наукової роботи, зокрема:

- дослідження психологічного впливу гіперфрагментації воєнних наративів у соціальних мережах на ментальне здоров'я аудиторії;
- вивчення методів використання штучного інтелекту для автоматизованого конструювання та поширення воєнних наративів;
- детальний аналіз ролі інтерактивних та ігрових жанрів (гейміфікація війни) у формуванні молодіжних наративів про конфлікт.

З'ясовано, що в умовах сучасних військових конфліктів жанрові проєкції є не лише формою, але й стратегією, яка визначає, як суспільство сприймає, переживає та реагує на війну.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про медіа». Чинний від 13.12.2022, №2849-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>.
2. Кодекс етики українського журналіста. *Комісія з журналістської етики*. URL: <https://cje.org.ua/ethics-codex/>.
3. Звіти про стан свободи слова в Україні. *Інститут Масової Інформації (IMI)*. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/pidsumky-stanu-svobody-slova-v-ukrayini-u-2024-rotsi-268-porushen-bilshist-z-yakyh-vchynyla-rf-i65987>.
4. Звіти про загиблих журналістів в Україні. *Комітет захисту журналістів (CPJ)*. URL: <https://cpj.org/uk/>.
5. Зіставлення з реальними фактами. Розслідування військових злочинів та пропаганди. URL: <https://www.nato.int/cps/uk/natohq/115204>.
6. Звіт «Вепонізація інформації Росією». (2022). Організація Північноатлантичного договору. URL: <https://www.nato.int/cps/uk/natohq/115204.htm>.
7. Інформаційні матеріали Генерального штабу ЗСУ (офіційні зведення). URL: https://www.facebook.com/GeneralStaff.ua/?locale=uk_UA.
8. Методологія OSINT-розслідувань. *Bellingcat*. URL: <https://www.issp.training/post/yak-pratsyuye-osint-rozvidka-vid-biznes-analizu-do-oborony-ukrayiny>.
9. Стратегія Міністерства культури та інформаційної політики України з розвитку медіаграмотності на період до 2026 року. URL: <https://mcsc.gov.ua/wp-content/uploads/2024/06/example1622.pdf>.
10. Tag: наративи російської пропаганди. *StopFake*. URL: <https://www.stopfake.org/uk/tag/naratyvy-rosijskoyi-propagandy/>.
11. Аллан С. та Зелізер Б. Висвітлення війни: журналістика в конфлікті. *Routledge*. URL: <https://www.routledge.com/>.
12. Бабенко В. С. Криза мас-медійних наративів західного світу у сприйнятті російсько-української війни. *Вчені записки*. 2024. URL:

https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2024/3_2024/part_2/3-2_2024.pdf#page=104.

13. Багнюк Л. І. Наративні стратегії українських медіа у протидії російської агресії. *Політична думка*. 2019. № 3. С. 45–54.
14. Бутусов Ю. Як розвиватиметься війна у 2024 році. Аргумент. URL: <https://argumentua.com/novini/butusov-yak-rozvivatimetsya-v-ina-u-2024-rots>
15. Белакова Н. В. (2020). Жанрові інновації в сучасній українській журналістиці: лонгрід як форма воєнної історії. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2020. № 4. С. 180–188.
16. Більовська Н. Б., Війтович Т. Я. Маніпулятивні тактики у проросійських телеграм-каналах періоду повномасштабного вторгнення: лексичний і економічний аспекти. *Вчені записки*. 2023. № 3. URL: https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2023/3_2023/50.pdf.
17. Богданов В. І. Пропаганда в тоталітарних режимах: кіно і радіо Другої світової. Харків: Акта, 2014. 248 с.
18. Буроменський М. Журналістика в умовах конфлікту: передовий досвід та рекомендації: посібник рекомендацій для працівників ЗМІ. Київ: Компанія ВАІТЕ, 2016. 118 с.
19. Величковський Р. Війна в Україні: порівняльний аналіз емоційної тональності Telegram-каналів і традиційних ЗМІ. *Науково-теоретичний альманах Грані*. 2024. Т. 27, № 6. С. 79–89. URL: <https://grani.org.ua/index.php/journal/article/view/2111/2074>.
20. Воронова О. А. Роль Telegram-каналів у висвітленні війни: між оперативністю та пропагандою. *Медіадослідження*. 2022. № 2. С. 70–78.
21. Воронюк О. П. Функції інтерв'ю з військовими: жанрова специфіка та наративна мета. *Media і політика*. 2016. № 4. 65–72.
22. Гоян В. В., Фальковський Д. О. Зображальні засоби як складова ефективної комунікації відеоконтенту на військову тематику. *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*. 2023. № 4. С. 13-21.

23. Даниленко Т. Національне меморіальне військове кладовище: корупціонери хочуть красти навіть у мертвих. *Українська правда*. 16 серп. 2024. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2024/08/16/7470645/>
24. Дейвіс Д. Телебачення і В'єтнам: як репортажі змінили американську війну. Львів: Априорі, 2017. 385 с.
25. Дейвіс Д. та Робінсон Д. *Масова комунікація та повсякденне життя: погляд на теорію та ефекти*. Routledge. URL: <https://www.routledge.com/>
26. Демченко С. А. Травестія та мімікрія інформаційних жанрів як інструмент пропаганди в умовах гібридної війни. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Журналістика*. 2021. № 2, С. 40–45.
27. Дзюба С. А. *Журналістика в умовах конфлікту*. Київ : КНТ, 2019. 210 с.
28. Доценко С. А. *Дискурс аналізу та медіа-комунікації*. Одеса: Фенікс, 2018. 186 с.
29. Євраєв Я. В. Фейк як технологія творення медіареальності. 2023. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/12345/18104/Evraev%202023.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
30. Жугай В., Тарасюк В. Особливості роботи журналістів в умовах інформаційної війни. *Образ*. 2018. Т. 1 (27). С. 128–139.
31. Залізник Л. І. Етичні кодекси та жанрова відповідальність журналіста в зоні конфлікту. *Журналіст*. 2018. № 6. С. 18–25.
32. Зінченко О. П. *Пропаганда і медіафейк в умовах гібридної війни*. Київ: Центр вільної преси, 2020. 162 с.
33. Іванов В. Ф. Наратив «героя» і «ворога» у військовій журналістиці: жанрові особливості. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2017. № 2. С. 33–42.
34. Ільченко О. А., Малихіна О. Г. Типи маніпулятивного контенту в сучасному медіапросторі (на матеріалі українськомовних онлайн-видань). *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка*. 2020. С. 58–62. URL: http://ddpu-filolvisnyk.com.ua/uploads/arkhiv-nomerov/2020/NV_2020_14/13.pdf

35. Іщенко А. О. Роль фотожурналістики у формуванні візуального нарративу війни. *Український інформаційний простір*. 2021. № 1. С. 78–85.
36. Йордан Г. М., Тарасюк В. Ю., Лаврик О. В. Вплив фактчекінгу на якість інформації в епоху цифрової журналістики. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2025. Т. 36 (75). № 2. Ч. 2. С. 214-222.
37. Калашник О. В. *Військова комунікація та PR*. Харків: ХНУЮ, 2018. URL: <https://grani.org.ua/index.php/journal/article/view/2110>.
38. Кармазін С. Характерні риси війн та воєнних конфліктів ХХ–ХХІ століття: порівняльний аналіз. 2024. URL: <https://repository.sspu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/eee20eb1-fbdb-4553-9497-c4c960dcb52a/content>.
39. Кириченко Ю. В., Сергієнко Т. І., Сластін В. О. Інформаційні війни як інструмент гібридної агресії: український досвід. *Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право*. 2025. № 1 (65). С. 89–102.
40. Ковальчук С. А. Подкастинг як жанрова форма військової документалістики. *Новітні медіатехнології*. 2021. № 2. С. 92–98.
41. Колодій С. О. Мова ворожнечі у медійних текстах про війну: жанровий аспект. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2021. Вип. 49. С. 112–118.
42. Кононенко А. А. *Медіа в умовах конфлікту: етичний та правовий аспекти*. К.: Знання, 2016. URL: <https://www.osce.org/files/f/documents/9/3/254531.pdf>
43. Костюк О. В. Жанрова палітра соціальних медіа у формуванні воєнних історій (на прикладі Telegram-каналів). *Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи*. 2019. Вип. 15. С. 154–160.
44. Кудрявський І. В. Стратегії захисту від нападу з активним застосуванням дій в інформаційному просторі. *Вісник Херсонського національного технічного університету*. 2024. № 4 (91). С. 423–431. URL: https://journals.kntu.kherson.ua/index.php/visnyk_kntu/article/view/826/793.

45. Кузнецова А. Дипфейки та AI-технології у гібридній війні: виклики для журналістики. *MediaСвіт*. 2022. Вип. 4. С. 30–38.
46. Курчинська В. Війна – надовго. 2023-й рік у фотографіях Суспільного. Суспільне. 28 груд. 2023. URL: <https://susplne.media/642940-vijna-nadovgo-2023-j-rik-u-fotografiah-susplnogo/>
47. Лазарева М. А. Особливості висвітлення теми війни в Україні українськими та зарубіжними ЗМІ: порівняльний аспект. 2024. URL: <https://krs.chmnu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/3420/1/кваліфікаційна%20робота%20Лазарева.pdf>.
48. Лазарович Н. Поліція відкрила провадження за сюжетом Bihus.Info про завищення цін на матеріалах для будівництва фортифікацій. 27 трав. 2025. URL: <https://bihus.info/policziya-vidkryla-provadhennya-za-syuzhetom-bihus-info-pro-zavyshhennya-czin-na-materialah-dlya-budivnyctva-fortyfikacij/>.
49. Легкодух В. В. Пропаганда як інструмент гібридної війни Росії проти України: 2014—2021 рр. Тенденції розвитку соціальних наук в епоху цифровізації : наукова монографія. Рига, Латвія: «Baltija Publishing», 2023. URL: <http://baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/304/8441/17619-1?inline=1>.
50. Ломачинська І. М., Ломачинський Б. Г. Роль медіакультури в інформаційних війнах сучасності. *Skhid*. 2022. № 3 (3). С. 66–73. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/43238/1/I_Lomachinska_B_Lomachynskiy_S_3_2022_RMIVS.pdf.
51. Маклюен М. Розуміння Медіа: Зовнішні розширення людини. Київ : Ніка-Центр, 2001. 464 с.
52. Мелешенко О. О. Репортаж із зони бойових дій: етичні дилеми та жанрові вимоги. *Актуальні проблеми журналістики*. 2018. Вип. 25. С. 55–62.
53. Найдьонова Л. А. Медіапсихологія війни як основа концептуальних трансформацій медіаосвіти: від медіатравми до травмоінформованих практик. *Проблеми політичної психології* : зб. наук. пр. 2022. Вип. 12 (26). С. 173–197. DOI: <https://doi.org/10.33120/popp-Vol26-Year2022-109>.

54. Найдьонова Л. А., Найдьонов М. І. Концепція цифрової медіаосвіти: обґрунтування необхідності змін в умовах тривалої війни. *Проблеми політичної психології* : зб. наук. пр. 2024. Вип. 15 (29). С. 96–135. DOI: <https://doi.org/10.33120/popp-Vol15-Year2024-154> .
55. Ніколов Ю. Мільярдний злет дронів «Генерал Черешня» на підрядах Жумаділова. *Наши гроші*. 10 лип. 2025. URL: <https://nashigroshi.org/2025/07/10/mil-iardnyy-zlet-droniv-heneral-chereshnia-na-pidriadakh-zhumadilova/>.
56. Нової П. Міждисциплінарної галузі знання. Частина І. Медіазнавство і медіаосвіта: інтеграція науки та освіти / колектив авторів. 2022. С. 9. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/50048/2/Monografija_11.07.2022_compressed.pdf#page=9
57. Овсянко О. Л., Прокопенко А. В., Єгорова О. І. Дезінформація VS. Неправдива інформація: аналіз іноземного медіаконтенту. 2024. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/045db22a-5ce3-42ec-9582-7e8bef6b9a32/content>
58. Остриця К. М. ПСО як інструмент стратегічних комунікацій в умовах війни. 2023. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/bitstream/12345/12493/1/Ostrianytsia%202023.pdf>
59. Осюхіна М. О. Медіа- та інформаційна грамотність як складова сучасних інформаційно-комунікаційних обмінів (національна концепція у контексті світового досвіду) : дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27. 2018. URL: https://www.dnu.dp.ua/docs/ndc/dissertations/K08.051.19/dissertation_5b9e2dfa48400.pdf
60. Павленко О. Є. Механізми протидії ворожим фейкам в українському інтернет-просторі. 2024. URL: <https://etnuir.tnu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/415>
61. Покулита І. К., Колотило М. О. Медіапрактики у соціальній роботі. 2020. URL: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/37aa139c-0c40-4d67-a581-8deec646da6c/content>

62. Поліщук Г. А. Жанрова конвергенція в умовах діджиталізації медіа. *Вісник КНУ. Журналістика*. 2021. Вип. 4. С. 10–18.
63. Пономарів О. *Культура слова: мовностилістичні поради*. Київ: Либідь, 2019. 240 с.
64. Почепцов Г. Наратив як зброя. *Детектор медіа*. 2025. URL: <https://detector.media/infospace/article/242342/2025-07-04-naratyv-yak-zbroya/>
65. Рассел У. Г. Війна і кореспонденції: Кримська війна в репортажах Вільяма Говарда Рассела. (Пер. з англ.). Київ: Видавництво «Історична пам'ять», 2018.
66. Різун В. Медіа і війна: виклики сучасності. Київ: Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2015. URL: <https://nsju.org/novini/ukrayinski-media-pid-pruczilom-yak-vijna-zminyuue-informacijnyj-landshaft-krayiny/>.
67. Рущенко І. Пропаганда та контрпропаганда в цифровому суспільстві: інституціоналізація 2.0? *Український соціологічний журнал*. 2021. Вип. 25. С. 7–16.
68. Савчук В. В. Гібридний репортаж: трансформація жанру в умовах гібридної війни. *Журналістика*. 2018. Вип. 2. С. 70–76.
69. Семак Л. А. Маніпуляції в сучасному медіадискурсі. 2023. URL: <https://dspace.dsau.dp.ua/bitstream/123456789/8319/1/3%20%281%29.pdf>.
70. Сніжко, А. О. Наративні стратегії українських медіа у протидії російської агресії. *Політична думка*. 2019. Вип. 3. С. 45–54.
71. Соломін Є. О., Воробйов Д. С. Інновації в новітніх підходах до журналістики / Держ. вищ. навч. закл. «Ужгород. нац. ун-т». 2023. С. 123. URL: <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi73/0054069.pdf#page=123>.
72. Стеблина Н. Компаративний аналіз виробництва інформаційного контенту професійними ЗМІ та телеграм-каналами (на прикладі новин «Дзеркала тижня» та «Україна сейчас»). *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: журналістика*. 2023. Т. 2, № 6. С. 39–46. URL: <https://www.researchgate.net/profile/Natalya-Steblyna/publication/374286949> .

73. Студінський В. А. Маніпуляції у ЗМІ як засіб впливу на громадську думку в умовах гібридної війни / відп. за вип.: Я. В. Лісун. С. 199. URL: <https://eportfolio.kubg.edu.ua/data/conference/6234/document.pdf#page=200>.
74. Тетерчук А., Малиновська Н. В., Крет О. В. Інформаційно-психологічний вплив засобами візуальних комунікацій у гібридній війні / Нац. ун-т «Острозька академія». 2022. № 114. URL: [https://theses.oa.edu.ua/DATA/7553/Тетерчук%20Анастасія%20Володимирівна%20\(1\).pdf](https://theses.oa.edu.ua/DATA/7553/Тетерчук%20Анастасія%20Володимирівна%20(1).pdf).
75. Тілікіна Н. В. Медіа-, інформаційна і комп'ютерна грамотність як компоненти цифрової грамотності. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права*. 2021. Вип. 29. С. 46–56. DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.5149025>.
76. Ткачук П. В. Аналітичні жанри в умовах військового конфлікту: від оцінки до інтерпретації. *Медіакритика*. 2017. Вип.4. С. 101–108.
77. Федоренко, І. М. Візуальний нарратив війни: жанр фотографії у формуванні суспільної свідомості. *Образ: щорічний науковий збірник*. 2020. № 33. С. 85–90.
78. Ферклаф Н. (1995). *Медіадискурс*. Лондон: Едвард Арнольд. (Критичний дискурс-аналіз). *Routledge*. URL: <https://www.routledge.com/>.
79. Хмельницька О. А. Меми як інструмент політичної комунікації та пропаганди. *Мас-медіа та політика*. 2019. Вип. 1. С. 40–48.
80. Цуркан В. Д. Пропагандистські методи і стратегії в соціальних мережах: їх вплив на політичні процеси : дис. 2024. URL: https://repository.mu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/6892/1/Цуркан_KP.pdf
81. Чи можна перемогти путінську пропаганду контрпропагандою? *Meduza*. 2023. 28 листоп. URL: <https://meduza.io/feature/2023/11/28/mozhno-li-pobediti-putinskuyu-propagandu-kontrpropagandoy-a-trolley-s-pomoschyu-elfov>.
82. Чередниченко І. С. Роль Telegram-каналів у висвітленні війни: між оперативністю та пропагандою. *Наукові записки КНУКіМ. Серія Журналістика*. 2021. Вип. 2. С. 70–78.

83. Швайка І. *Етика журналістики військового часу*. Київ : Освіта, 2018. 256 с.
84. Швецова С. В. Жанрові гібриди в нових медіа: підкасти та їхній потенціал. *Медіадослідження*. 2020. Вип. 3. С. 110–118.
85. Шевченко В. Е. Роль художньо-публіцистичних жанрів у висвітленні посттравматичного синдрому військових. *Український інформаційний простір*. 2016. № 1. С. 98–105.
86. Шестопалова, Г. А. *Телевізійний репортаж: особливості жанру*. Київ : Либідь, 2017. 114 с.
87. Шульга, Н. А. (2022). Візуальні наративи війни в ТікТок: жанрові експерименти та їхній вплив. *Соціальні комунікації*. 2022. Вип. 1. С. 15–23.
88. Шульська Н. М., Зінчук Р. С. Медіаманіпуляції в умовах російсько-української війни (на прикладі локальних ЗМІ). *Південний архів (філологічні науки)*. 2022. № 90. С. 68–76. URL: <https://www.pa.journal.kspu.edu/index.php/pa/article/view/819/812> .
89. Шульська Н. М., Остапчук С. С., Науменко Л. М. Ворожі наративи в умовах війни в медіа: вербальні маркери, інформаційна гігієна та способи протистояння. *Вчені записки*. 2023. № 2. URL: https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2023/2_2023/part_2/26.pdf .
90. Якимчук Р. М. Інформаційно-пропагандистські техніки формування іміджу України в англomовній європейській пресі після повномасштабного вторгнення РФ в Україну: порівняльний аналіз. URL: https://theses.oa.edu.ua/DATA/12652/Якимчук_Кваліфікаційна%20робота.pdf .
91. Яндола К. Modern Trends in the Formation and Development of Media Literacy of Military Personnel = Сучасні тенденції формування та розвитку медіаграмотності військовослужбовців. *Епістемологічні дослідження в філософії, соціальних і політичних науках*. 2024. № 1 (1). Р. 392–423. URL: <https://visnukpfs.dp.ua/index.php/PFS/article/view/1240/1672> .

92. Литвинська С.В. Роль журналістики в умовах війни: досвід України. *Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Філологія*. 2025. Вип. 3 (17).
93. Литвинська С. Трансформація репортажу в сучасній журналістиці. *Сучасні соціокультурні трансформації: медіа, мова, комунікації*: зб. матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 03 квітня 2025 р.). Київ, 2025. С. 55–56.
94. Литвинська С.В., Герасимович В.А., Герасимович М.В. Журналістика в епоху цифровізації: трансформація форматів і стилів. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія Філологія. Журналістика*. 2025. Т. 36(75). №5.
95. Литвинська С.В. Репортаж у медійному інтернет-просторі. *Мова та культура у просторі новітніх технологій: проблеми сучасної комунікації*: матеріали VII Міжнародної наукової конференції, м. Київ, 12 березня 2025 р.; ДУ «Київський авіаційний інститут». К., 2025. С. 56-58.
96. Bellingcat: Охматдит вразила російська ракета Х-101. *Укрінформ*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3883625-bellingcat-ohmatdit-vrazila-rosijska-raketa-h101.html>.
97. Kharchenko, S., Budehai, V., Artemenko, Y., Senkevych H., & Oblasova, O. (2024). Cultivating media literacy culture as a measure of societal awareness during crisis. *Multidisciplinary Science Journal*, 6, 2024ss0719. URL: <https://doi.org/10.31893/multiscience.2024ss0719>.