

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ
УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ

Факультет культурології

Кафедра журналістики

Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня магістра

**АНАЛІЗ ВОЄННОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ У ПРИФРОНТОВОМУ
РЕГІОНІ: РОЗРОБКА МОДИФІКОВАНИХ ФУНКЦІЙ ЗМІ**

Освітньо-професійна програма

Журналістика

галузь знань **06 Журналістика**

спеціальність **061 Журналістика**

Здобувач: **Листопад Артем Анатолійович**

Керівник: **професор, доктор наук із**

**соціальних комунікацій, завідувач кафедри
журналістики Маркова Вікторія Анатоліївна**

Рецензент: **професор кафедри управління**

соціальними комунікаціями, доктор

філологічних наук Іванова Ірина Борисівна

Допущена до захисту на засіданні

кафедри журналістики « » _____ 2022 р.,

Протокол №

ЗМІСТ

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ВСТУП..... | 3 |
| РОЗДІЛ 1. ПОНЯТТЯ ТА СПЕЦИФІКА РОБОТИ ЗМІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ | |
| 1.1. Воєнна журналістика: жанрові особливості..... | 7 |
| 1.2. Історія воєнної журналістики..... | 13 |
| 1.3. Методи та методологія дослідження..... | 21 |
| РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ ЗМІ ПІД ЧАС ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ РОСІЇ НА ТЕРИТОРІЮ УКРАЇНИ | |
| 2.1. Аналіз організаційної роботи ЗМІ: безпекові заходи та конституційні обов'язки..... | 25 |
| 2.2. Проблематика роботи ЗМІ у Харкові: аналіз функціонування медіа..... | 33 |
| РОЗДІЛ 3. ПРОЄКТ «ТРИ СЛОНИ ВОЄННОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ СУЧАСНОСТІ». ПРОФЕСІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ У ПРИФРОНТОВОМУ ХАРКОВІ | |
| 3.1. Опис та структура авторського проєкту..... | 47 |
| 3.2. Розробка журналістських матеріалів в умовах війни: реалізація медіа- продукту..... | 50 |
| ВИСНОВКИ..... | 62 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... | 66 |
| ДОДАТКИ..... | 72 |

ВСТУП

У період війни суспільство поділяє свою діяльність на умовні категорії «фронтів». Реальне поле бою, передову, більша частина обізнаного населення ставить на перший ступінь умовного рейтингу важливості, то на «золото» та «срібло», а також інші місця, пропонуються додаткові надважливі сфери життєвого інтонування з приставкою «фронт». Це може бути медичний фронт, політичний фронт, волонтерський фронт і таке інше – тобто та зайнятість, що відіграє провідну роль під час воєнного стану. Серед таких понять нерідко можна почути словосполучення «інформаційний фронт». Тут йдеться не лише про інформування суспільства стосовно нинішньої ситуації на передовій та загальноприйнятних ключових проблем держави. До задач інформаційного фронту входить протидія ворожій пропаганді та захист державних інтересів, крім того формування максимально наближеної до реального стану подій громадської думки у суспільстві. Це ж словосполучення нерідко можна почути у ході бесіди з представниками засобів масової інформації, адже саме на їхні плечі й припадає забезпечення благополуччя на інформаційному фронті всієї країни.

Журналіст є відповідальним за свої слова, насамперед, перед суспільством, оскільки впливає на зміни настроїв у ньому. Журналістика як окрема самостійна галузь має виконувати поставлені перед собою задачі, функції, які у цивілізованому світі входять до списку найважливіших наукових проблем.

Згідно з дослідженнями минулих століть, журналістика має інформувати, впливати на публіку, рекламувати товари, розважати читача і повчати його. Також існує твердження, що ця наука зобов'язана служити політичній системі, забезпечуючи її інформацією, обговорювати громадські справи, захищати права особи перед урядом тощо. [18]

Але сучасні автори дещо модифікували функції журналістики. Сьогодні це поняття більше наближене до незалежності, воно орієнтується на західних

практиків і золотим стандартом роботи являється приклад Британської компанії суспільного телерадіомовлення Бі-Бі-Сі. І Україна, як держава, що орієнтується європейськими цінностями, схильна породжувати у сферах своєї діяльності наближенні до цих зразків правила і пріоритети. Не винятком слугує і журналістика, яка сьогодні переживає період модифікації у зв'язку з розвитком сучасних цифрових технологій.

Проте особливості військового стану і війни загалом впливають на різні сфери людського буття, у тому числі й на роботу преси. Сьогодні журналістам стало важче працювати, і відверто небезпечніше. Незважаючи на бойові дії на території Донбасу, великого досвіду роботи ЗМІ в умовах війни більшість журналістів сучасності не мають, тому їхнє пристосування до нових реалій можна було б порівняти з роботою по своїй спеціальності студента-першокурсника. Звідси випливає низка додаткових факторів і проблем воєнного медіа-простору, які задля вирішення потребують детального аналізу і вивчення. Тим паче, що історія без перебільшення пишеться на наших очах, а отже ґрунтовних робіт, пов'язаних із вивченням воєнної преси сучасності, просто не існує. Тому у вивченні та аналізі проблематики сучасного воєнного медіа-простору у вирі відродження української воєнної журналістики й полягає **актуальність** обраної теми.

Метою моєї кваліфікаційної роботи є оцінка та виявлення недоліків функціонування журналістики сьогодення на прикладі специфіки роботи харківських медіа. А також розробка нових модифікованих функцій журналістики української війни, враховуючи вище згадані аспекти вивчення роботи преси провідними дослідниками та співставлення отриманих у ході практичного дослідження знань.

Об'єктом дослідження являється медіа-простір Харківського регіону, зокрема під час воєнного стану та бойових дій. **Предметом дослідження** є специфіка роботи представників ЗМІ Харківського регіону під час воєнного стану та бойових дій.

Задля досягнення поставлених цілей наукової роботи було розроблено поставлено за мету виконання наступних **завдань**: провести дослідження харківського медіа-простору сучасності з метою виявлення специфіки роботи місцевих та загальноукраїнських журналістів в умовах воєнного стану; завдяки використанню порівняльно-історичного підходу виявити відмінності основних принципів функціонування журналістики на різних етапах її розвитку; здобути практичні навички безпосередньо «в полі», під час роботи на трьох телеканалах: «1+1», «Сімон» та «TV3 Zinios», які відрізняються між собою за жанровими та географічними особливостями; розробити перелік модифікованих функцій журналістики сьогодення в умовах війни.

У роботі використовуються **методи дослідження**: метод аналізу джерел за темою дослідження, порівняльно-історичний метод, вибіркового метод, функціональний та спостереження, а також контент-аналіз. Також використовувались наступні **наукові підходи**: соціокомунікаційний та історичний.

Теоретична та практична значущість роботи полягає в початкових принципах вивчення та аналізу модифікації загальноприйнятої журналістики, що може бути використаним задля подальшого глибокого наукового дослідження на предмет переродження класичної української преси через вплив на неї зовнішніх, у тому числі історичних факторів.

Робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків; містить 73 сторінки тексту, 2 додатки. Список використаних джерел містить 44 найменування, з них 16 електронних публікацій.

РОЗДІЛ 1. ПОНЯТТЯ ТА СПЕЦИФІКА РОБОТИ ЗМІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

1.1. Воєнна журналістика: жанрові особливості

Під поняттям “журналістика” прийнято розуміти соціальний інститут, створений з метою забезпечення всебічного й об’єктивного інформування суб’єктів суспільного життя про соціальну дійсність, що необхідно для оптимального функціонування всіх інших соціальних інститутів і суспільства в цілому як саморегульованої системи, пише Володимир Безсмертний у праці “Українська журналістика та її воєнний сегмент учора, сьогодні, завтра”. Під журналістикою розуміють також практику збору, інтерпретації інформації про події, теми і тенденції сучасного життя у різних жанрах і формах з подальшим розповсюдженням її на масову аудиторію. [2]

За ст. 1 Закону України «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів»: «Журналіст – творчий працівник, який професійно збирає, одержує, створює і займається підготовкою інформації для засобів масової інформації, виконує редакційно-посадові службові обов’язки в засобах масової інформації (в штаті або на позаштатних засадах)». [25]

Професійна незалежність журналіста може підтверджуватися документом, виданим професійним об’єднанням журналістів (ст. 3У «Про друковані засоби масової інформації в Україні»). [26]

В рекомендації Кабінету Міністрів Ради Європи «Про право журналістів не розкривати свої джерела інформації» міститься наступне визначення: «Журналіст – будь-яка фізична особа, яка регулярно або професійно задіяна в зборі та публічному поширенні інформації через будь-які засоби масової інформації. [32]

Воєнні конфлікти ХХІ століття показали, що сучасна війна ведеться на двох полях: безпосередньо на полі бою та на полі інформаційному. Журналістику вважають однією із найнебезпечніших професій. Бажання бути в курсі усіх справ і схити свій ніс у всі підряд не завжди закінчується добром. Але хамство зірок та погрози представників бізнесу не зрівняти з тими ризиками, які беруть на себе воєнні журналісти.

Воєнна журналістика – це інформування, виховання та пропаганда. В пропаганді, наприклад, здорового способу життя і техніки безпеки, сімейних цінностей і безумовного служіння Батьківщині, знакових для держави культурних подій нічого негативного не спостерігається. Пропаганда була завжди присутньою і в соціокультурному житті, питання стоїть у її оцінюванні. Військова журналістика завжди знаходилася на вістрі державної служби, а вся її історія – приклад служіння своїй країні. Вона інформативна, обережна у виборі слів та тем, вона нестримана до непрофесіоналів і дуже вимоглива до тих, хто присвятив їй життя. А ще вона пов'язана з пропагуванням державних інтересів. [2]

На жаль, й сьогодні можна назвати дієвою аксіому, що мир – це відпочинок між війнами та період, відведений для підготовки до майбутніх збройних конфліктів, про що має хтось інформувати населення. Військова журналістика – це вид тематичної спеціалізації загальної журналістики і є її складовою частиною.

Дати однозначне визначення поняттю «воєнний журналіст» надзвичайно важко. Як відомо, армія і флот, інші силові структури України мають свої видання. Працюють в них кореспонденти з погонами. Репортажі з гарячих точок, інформування стосовно воєнних реформ, висвітлення воєнної сфери у цілому – це також завдання військової журналістики.

Міжнародне право щодо працівників медіа під час збройних конфліктів оперує поняттями: журналіст, військовий журналіст, військовий кореспондент, військовий репортер.

Військова (воєнна) журналістика – це жанр журналістики, який спрямований на пряме висвітлення бойових і конфліктних дій: війн, релігійних та етнічних зіткнень, контртерористичних операцій. Крім того, цей жанр дозволяє висвітлити політику держав щодо засобів масової інформації в період бойових дій.

Військовий журналіст, військовий кореспондент, військовий репортер – це військовослужбовець кадрового складу ЗС України, який має освіту за відповідним фахом, військове звання і виконує завдання редакції засобу масової інформації відповідної силової структури. [8]

Воєнний журналіст – це цивільний або військовий журналіст, який висвітлює хід бойових дій.

Військовий журналіст – це не журналіст для армії, це передусім той, хто може розповісти суспільству про армію, тобто про ту сферу, яка в будь-якій країні намагається залишитися більш закритою структурою, аби не зашкодити інтересам та безпеці держави. Військовим журналістом може стати будь-який журналіст, якщо він досконало вивчить свою робочу специфіку. Закінчувати військовий виш для цього зовсім необов'язково. Необхідно підвищувати рівень професійних навичок, адже вміти красиво писати недостатньо.

Під терміном «воєнний (військовий) журналіст» у західному медіа-просторі узагальнюється три окремих напрямки професійної діяльності працівників ЗМІ:

- «defense journalist» - журналіст з оборонної тематики, аналітик, який пише на воєнну проблематику великих видань;
- «war correspondent» - військовий чи воєнний кореспондент, людина, яка знаходиться «в кадрі» та веде теле- і радіопередачі про поточні події в екстремальних зонах;
- «hot spot reporter» - репортер у гарячій точці, кореспондент, який інформує суспільство безпосередньо з гарячої точки. [2]

Відповідно до наказу Міністра оборони України, який було підписано у 2018 році, бійців інформаційного фронту, які служать в українській армії, щороку 16 лютого вітають з нагоди Дня вшанування військового журналіста України. [24]

Незважаючи на те, що журналісти знаходяться в зоні збройного конфлікту під протекцією міжнародного і національного права, не варто розраховувати виключно на такий захист та переоцінювати його. Він гарантований лише в разі дотримання сторонами конфлікту визнаних народами світу правил ведення війни, що буває не завжди.

Права і обов'язки журналістів в зоні збройного конфлікту визначає міжнародне гуманітарне право, більшість норм якого визнані всіма державами світу. Ключовими документами є:

- Гаазькі конвенції і декларації 1899 і 1907 років (так зване Гаазьке право);
- Женевські конвенції про захист жертв війни 1949 року і додаткові протоколи до них 1977 року (Женевське право);
- Резолюції генеральної асамблеї ООН.

У широкому розумінні Гаазьке право застосовується до правил і звичаїв введення війни і встановлює обмеження на застосування зброї.

Право Женеві містить норми про захист тих, хто знаходиться в зоні конфлікту, але не бере в ньому участі – цивільне населення, поранені, військовополонені тощо.

Особливу роль відіграє міжнародне гуманітарне право, основні норми якого були зібрані в одному дослідженні Міжнародним комітетом Червоного Хреста у 2005 році. [17, 27, 12]

Права журналістів у зоні збройного конфлікту безпосередньо закріплені у Конвенції про закони і звичаї сухопутної війни (1907 р.), Конвенції про поводження з військовополоненими (1949 р.), I Додатковому протоколі до

Женевських конвенцій щодо захисту жертв міжнародних збройних конфліктів.
[23, 10]

Документом, що посвідчує особу журналіста є, згідно з I Додатковим протоколом Женевських конвенцій від 12 серпня 1949 року, посвідчення журналіста, видане владою держави, громадянином якої є журналіст, або держави, на території якої він постійно проживає або де знаходиться засіб масової інформації, до якого відноситься журналіст.

Відповідно до ст. 4 А (4) Конвенції про поводження з військовополоненими 1949 р., військовими кореспондентами є представники засобів масової інформації, які:

- мають акредитацію в збройних силах;
- супроводжують військові формування, але не є їхніми членами.

Особливість правового статусу військових кореспондентів полягає саме у супроводженні ними військових формувань в офіційному статусі, про що свідчить акредитаційний документ, який видає уряд держави і тим самим бере на себе обов'язок забезпечувати безпеку журналіста, поки той дотримується правил акредитації. Наявність документу про акредитацію передбачає обов'язок військового командування співпрацювати з журналістом в межах його професії.

Відповідно до I Додаткового протоколу Женевських конвенцій, у разі потрапляння в полон, військові кореспонденти користуються всіма правами військовополонених, що пов'язано з наявністю у військового кореспондента формального права супроводжувати військові формування.

У разі виявлення сумнівів щодо статусу особи, яка претендує на статус військовополоненого, ця особа залишається під захистом міжнародного гуманітарного права до вирішення питання компетентним судом (Конвенція «Про поводження з військовополоненими» 1949 р., ст. 5). [10]

Близьким є поняття журналіст, відряджений до військової частини (embedded journalism). Появу цього поняття пов'язують з війною в Іраку 2003

року, хоча воно поки не має чіткого правового закріплення. Власне, це є одним із способів отримання статусу військового кореспондента, оскільки пов'язане з отриманням акредитації. Наслідком цього є користування журналістом правами, передбаченими ст. 4 А (4) Конвенції про поводження з військовополоненими 1949 р. [31]

Журналісти, що перебувають у небезпечних професійних відрядженнях у районах збройного конфлікту, визначаються I Додатковим протоколом до Женевських конвенцій від 12 серпня 1949 року, що стосується Протоколу із захисту жертв міжнародних збройних конфліктів від 8 червня 1977 року, як цивільні особи у значенні пункту 1 статті 50 згаданого документу. Як такі, вони користуються захистом згідно з Конвенцією про захист цивільного населення під час війни за умови, що вони не чинять дій, несумісних зі статусом цивільних осіб, а саме:

- не беруть участь у бойових діях;
- не застосовують зброю;
- не займаються розвідувальною діяльністю.

Водночас, навіть якщо журналіст вдався до зазначеної діяльності, це не означає, що він набуває статусу комбатанта («Combatant» - «той, що воює»).

Жорсткі вимоги до комбатантів чітко виписані у Женевських конвенціях 1949 року і Додаткових протоколах 1977 року. Найімовірніше такі діяння матимуть результатом втрату журналістом захисту за міжнародним гуманітарним правом на період вчинення таких дій та його звинувачення у скоєнні злочину, оскільки відповідно до норм міжнародного гуманітарного права лише комбатанти можуть брати участь у бойових діях. [9]

Що стосується осіб, які не пов'язані трудовими чи контрактними відносинами з редакціями ЗМІ і працюють як приватні особи, фрілансери, то, хоча і не існує міжнародно-правової заборони таким журналістам займатися своєю професійною діяльністю і зоні конфлікту, міжнародне гуманітарне право такий вид журналістики не згадує. Очевидно, за родом своєї діяльності, вони також підпадають під загальний захист цивільного населення. [27]

Наука про журналістику називається «журналістикознавство» і досліджує вона проблеми журналістської діяльності, творчості, ЗМІ і багато іншого. Безліч вищих навчальних закладів різних країн готують журналістів і вивчають журналістику як соціальне явище. Разом з тим, значна кількість професійних журналістів ніколи не навчалися профільній спеціальності у ВНЗ.

У вишах навчальний процес журналістів багато в чому схожий з підготовкою філологів, але викладаються і специфічні дисципліни. В Україні широко відомий Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Факультети журналістики є у Київському національному університеті культури і мистецтв, Львівському, Харківському, Запорізькому університетах. І це лише загальний список, адже в багатьох інших вищих навчальних закладах журналістів готують, не маючи факультету журналістики.

Культура журналістики вивчалася відомими дослідниками. Йдеться про багато рівнів аналізу, куди можна віднести організаційні, суспільні, індивідуальні і культурні аспекти. Серед авторів подібних наукових робіт Роберт Е. Парк, Ніклас Луманн, Еміль Дюркгейм, Георг Сіммель та інші. [24]

1.2. Історія воєнної журналістики.

Воєнна журналістика з'явилася разом з виникненням комунікативних технологій. Одним із найвідоміших воєнних кореспондентів у світі вважають американського журналіста та письменника Ернеста Хемінгуей. Також до цього списку відомих майстрів пера, що працювали на фронті, можна додати: Джорджа Оруела, Всеволода Кристовського, Кіма Філбі, Вільяма Говарда Рассела, Тарас Процюк. [2]

Перші відомі кореспонденти відомі нам ще з античних часів. Річ у тому, що за часів Римської республіки (508-27 рр. до нашої ери) консули були зобов'язані якнайшвидше повідомляти сенат про результати битв. Першим найвідомішим таким повідомленням в історії журналістики вважається

доповідь Юлія Цезаря про результат битви з Боспорським царем. Цезар в лаконічній формі доповів сенату: “Veni, Vidi, Vici”, що означає “Прийшов, побачив, переміг”. Також Юлію Цезарю належать записи про “Гальську війну”, що вважаються визначною пам’яткою римської літератури.

Досить рано значення військових заслуг усвідомив Олександр Македонський. У походах його супроводжували спеціально навчені люди, які фіксували військові успіхи й увінчували їх в історії. [21]

Ситуація змінилася з винаходом Йоганном Гутенбергом у 1450 році друкарського верстата, що дозволило сповіщати широку публіку про події війни. Однією з перших таких згадок було взяття острова Лесбос французькими і венеціанськими військами. З того часу війни стали основним сюжетом для газет. А перша британська газета Weekly news зобов’язана своєю проявою Тридцятилітній війні. [15]

Чи не найвідомішим військовим кореспондентом Нового часу вважається живописець Віллем ван де Вальде, який у 1653 році здійснив експедицію в море, аби спостерігати за битвою між голландцями та англійцями. Він зробив безліч ескізів з місця події, а пізніше перетворив їх в один суцільний малюнок. У такий спосіб Ван де Вельде дав можливість численній аудиторії ознайомитись з ходом битви. Найзнаменитіші його картини “Чотириденна битва”, “Битва біля Даунса”, “Битва біля Схевенгеніна”.

У часи Наполеонівських воєн, англієць Генрі Крабб Робінсон надсилав до “Таймс” численні матеріали про битви у Німеччині та Іспанії.

Із 100 років XIX століття Російська імперія 70 років безперервно воювала. Під час 47-літньої Кавказької війни 1817-1864 рр. Відбулося становлення російської військової журналістики. У той час склалася парадоксальна ситуація: через цензуру більшість населення не мало можливості отримувати достовірну інформацію про бойові дії. Військові зведення публікувалися лише у газеті “Кавказ”, що видавалася у м. Тифліс (нині Тбілісі). Авторами деяких матеріалів, присвячених воєнному конфлікту, були офіцери чинних військових частин. [2]

Але перші у світі професійні військові кореспонденти з'явилися лише під час Кримської (Східної) війни 1853-1856 рр. Східна війна між Російською імперією і союзницькими військами Османської імперії, Великої Британії, Французької імперії та Сардинського Королівства за панування на Близькому Сході і Балканах. Військові дії Східної війни відбувалися, головним чином, у Криму - з метою відвоювати його у Росії - але охопили також райони Подунав'я, Одесу, Балтійське та Біле моря, російсько-османський кордон на Кавказі. З російського боку конфлікт описував Н. Берг - писав із Севастополя для журналу "Москвитянин". З англійського боку блокаду Севастополя висвітлював кореспондент ірландського походження, один із перших військових кореспондентів Вільям Говард Рассел, який у 1850 році описав війну між Данією та Прусією. Це й принесло чоловіку велику популярність. У 1854 році він прибув до Севастополя як кореспондент "Таймс". На фронті він пробув 22 місяця. Він дуже детально описував події свого часу та місцезнаходження. Зберігав свою незаангажованість і багато критикував британську владу. Журналіст повідомляв про втрати та поразки союзних військ, розповідав про жахливе медичне обслуговування. За свою кар'єру кореспондент висвітлював десятки війн та військових конфліктів. У 2013 році газета "The New York Times" назвала його найвеличнішим кореспондентом в історії. [43, 13, 3, 11]

Після того, як репортер описав інфраструктурні проблеми британської армії під час блокади Севастополя, британський залізничний підприємець Семюел Мортон Пето запропонував своїм партнерам спільно побудувати у Криму залізницю. Так народилася на світ Балаклавська залізниця, яка відіграла важливу роль в успіху англійської облоги.

Згодом Рассел як співробітник газети побував також на полях битв Громадянської війни у США. [42]

Повідомлення для газет продавалися поштою. Вже тоді можливим було застосування телеграфу, але журналісти від його використання часто відмовлялися через погано розвинену інфраструктуру.

Англієць Філіп Найтлі назвав період між Кримською та Першою світовою війнами «золотим часом» військової журналістики.

Під час російсько-японської війни 1904-1905 рр. цензори припускали багато огріхів. Нерідко в газетних публікаціях вказувалися конкретні дані про офіцерів, бойові частини і місця їхньої дислокації. А це відіграло на руку супротивника. У період конфлікту 102 російських та 38 іноземних кореспондентів побували у чинних арміях у Маньчжурії. Усі зазначені журналістські відрядження відбувалися без акредитації та редакційних завдань.

У цей час зійшла зірка слави відомого публіциста та письменника українського походження Василя Немировича-Данченка. Він збирав необхідну інформацію знаходячись під вогнем японської піхоти, і писав матеріали, в яких повідомляв суспільство про неготовність російської армії до війни. [20]

Однак на початку Першої світової війни уряди воюючих держав забороняли діяльність журналістів. Причиною цього стало наступне. По-перше, багато військових керівників не довіряли кореспондентам, зокрема британський лорд Кітчнер. По-друге, боячись діяльності ворожої розвідки «під прикриттям журналістів», репортерів не допускали близько до фронту, аби важлива інформація не з'явилася у ворога. Наприкінці 1915 року заборону на діяльність військових журналістів британці послабили.

20 січня 1914 року в Росії оприлюднили перелік відомостей, які заборонялося друкувати в газетах та журналах із міркувань військових. Згодом опублікували низку додаткових заборон. Напередодні Першої світової війни в країні ввели в дію завчасно підготовлене «Временное положение о военной цензуре», яке враховувало у собі досвід «надзвичайної сторони». Відповідно до документу військова цензура вводилася у повному об'ємі в місцях військових дій і частково – поза їхніми межами. [2]

Армія Сполучених Штатів Америки брала найактивнішу участь у бойових діях на Західному фронті з жовтня 1917 року і до закінчення війни у листопаді 2018 року. Від травня 1917 офіційні новини для населення про хід бойових дій тлумачив Комітет громадської інформації шляхом видання

урядового бюлетеня, наклад якого на кінець війни становив 118 тисяч примірників.

Хоча тодішнім американським законодавством цензура не передбачалася, вона все ж таки діяла на території країни. При цьому, зазначають дослідники, здійснювався прямий тиск на американську журналістику з метою примусити її діяти в інтересах, першочергово, безпеки Штатів. Під особливо жорстким контролем перебувала творчість воєнної преси, а також усі її першоджерела, серед яких навіть солдатське листування.

15 червня 1917 року в США приймається «Закон про шпигунство». Він передбачав притягнення до кримінальної відповідальності за «підлив урядових компаній». У травні 1918 року в державі набув чинності «Закон до підбурювання до заколоту». У цьому ж місяці ввели цензуру для закордонних поштових відправлень. [2, 41]

Важливим моментом діяльності воєнних кореспондентів є наявність акредитації. У ході Першої світової війни близько 4000 працівників засобів масової інформації звернулися з офіційними заявами про акредитацію в зонах бойових дій. Але змогли її отримати лише 1060 кореспондентів.

Варто зауважити, що на цій війні журналістика набула досвіду у висвітленні військової проблематики шляхом публікації відомостей, які для противника не представляли цінності. [2]

Посилати своїх кореспондентів на фронт в СРСР мали право лише певні видання. Їхні фахівці повинні були мати воєнний досвід журналістської діяльності та необхідний для перебування на фронті мінімум військових знань. У ті часи журналістам було досить нелегко отримати необхідну інформацію. Річ у тім, що в Червоній Армії, на відміну від американської, не існувало прес-служби для роботи з працівниками ЗМІ. Ніхто з командувачів чи їхніх представників не давав розгорнутих інтерв'ю чи прес-конференцій для газет. Тим часом редакції вимагали від своїх працівників свіжих та цікавих матеріалів. Наприклад, щоб взяти інтерв'ю у Конєва, кореспонденту Борису Полевому необхідно було зарекомендувати себе не лише майстром пера, але й

засвітитися на передовій під час отримання ним інформації для своїх публікацій у газеті.

При такому ставленні до себе, більшість воєнкорів були вимушені або вигадувати героїчні факти, або йти у бій разом зі своїми військовими підрозділами [41].

Фронтovu журналістику можна назвати справою відповідальною і дуже небезпечною. Наприклад, з міркувань секретності, не всі матеріали, добуті «в полі» підлягають публікуванню. Бували непоодинокі випадки публікації чи спроб публікації матеріалів, що зашкоджувало армії, яку представляє той чи інший співробітник ЗМІ.

Наприклад, в ході розмови зі співробітниками «Правди» генерал Микола Ватутін згадав такий випадок. Одна з фронтowych газет цілу смугу присвятила діяльності інженерних військ. Вона хотіла проінформувати своїх читачів про те як військові інженери навчилися майстерно облаштовувати хибні аеродроми. У тому ж підготовленому до друку матеріалі з радістю повідомлялося, що із 25 німецьких нальотів 23 припали саме на такі інженерні конструкції – хибні аеродроми.

Публікацію цієї смуги при попередньо огляді матеріалу генерал скасував публікацію особисто. Якби зазначеного не сталося, то по-перше, німці дізналися б, що вони 23 рази помилилися і були б обачнішими. А по-друге, газета б розкрила прийом радянських солдатів і способи маскування.

Але траплялися неприємні ситуації, пов'язані з фантазіями працівників ЗМІ. У 2011 році стало відомо що подвиг 28 панфіловців – це не більше, ніж фейк, фантазії радянського журналіста Коротеева. Прокуратурою СРСР ще у 1948 році встановлено, що бій у районі Дубосеково дійсно був, але там ворогові протистояла 4 рота (понад 100 бійців). І аж ніяк не 28 осіб. Як з'ясувалося, до фальсифікації подій був причетний не тільки кореспондент, але й секретар газети Кривицький, який без перевірки підтримав брехню свого колеги. Тоді неіснуючим героям ставили пам'ятники, їхніми іменами називали вулиці.

Під час війни у В'єтнамі (1955-1965) було акредитовано 460 журналістів, а Фолклендську війну (1982) з акредитацій ними картами висвітлили всього 30 представників ЗМІ.

Війна у В'єтнамі отримала статус «війни перед телевізором», що свідчить про значну роль медіа у висвітленні бойових дій. [2]

Під час десятилітньої війни в Афганістані (1979-1989) тривалий час діяла заборона на будь-яку згадку у радянській пресі про бойові дії. Матеріали, присвячені афганським подіям, писалися лише журналістами-військовослужбовцями. Їхні матеріали мали гриф обмеження «Із військової частини не виносити». Вони були частково оприлюднені з початком «перебудови» у державі у 1986 році. [1]

На хвилі демократичних перетворень у 1986-1989 рр. великі радянські видання отримали можливість відряджати своїх кореспондентів безпосередньо до районів бойових дій та інших гарячих точок. Внаслідок цього тодішні події в Іраку, Афганістані, Чечні не залишились без належної уваги ЗМІ. [1, 2]

В 1990-1991 роках, під час війни у Перській затоці, армія США вперше у світовій практиці застосувала акредитацію журналістів не в районах бойових дій, а безпосередньо в бойових частинах. В період операції «Буря в пустелі» (17 січня – 28 лютого 1991р.) журналісти провідних медіа були присутні на передовій безпосередньо в бойових частинах. Це певною мірою обмежувало

їхню роботу, але жоден із медівників тоді, на відміну від В'єтнамської війни, не загинув.

Починаючи з 1992 року військові конфлікти на пострадянському просторі масово висвітлюють військові журналісти. До цього про них інформували переважно люди в погонах.

Російсько-грузинський конфлікт 2008 року називають «війною блогерів». З початком, Російсько-Грузинського конфлікту 2008 року, Арабської весни 2011 року, війни на Донбасі – від 2014 року, військова журналістика мігрувала

в інтернет – нові медіа стали платформою для повідомлень про екстремальні події. [2]

Події в Україні на Майдані Незалежності (2013-2014), коли правоохоронці відкривали вогонь по представниках преси, і в Криму під час вторгнення російських військ (2014), де неодноразово здійснювалися атаки на журналістів та відбувалося блокування редакцій, продемонстрували необхідність використання мобільних, малогабаритних пристроїв під час зйомки. В подібних екстремальних умовах питання якості картинки поступається місцем оперативності, реальної фіксації події і максимальній безпеці оператора й кореспондента. Саме тому основним інструментом сучасних журналістів стали мобільні телефони, побутові фотоапарати, відеокамери й екшн-камери. Усе це дало підстави для розвитку нового напрямку журналістських репортажів. [16]

Незважаючи на те, що українська воєнна журналістика фігурує у загальноприйнятих історичних аспектах становлення всесвітньої воєнної преси, можна виокремити й описати основні критерії зародження та розвитку саме української воєнної журналістики. На відміну від 5 складових частин української загальної журналістики, українська воєнна журналістика має лише 4 основні періоди історії її становлення та розвитку, і вона на 114 років молодша за свою «матір» - загальну журналістику:

- 170-літня спільна російсько-радянська історія воєнної журналістики України в роки перебування українських державних утворень у складі Російської імперії та Союзу Радянських Соціалістичних Республік (1817-1917 рр., 1921-1991 рр.);

- 4-літня історія воєнної журналістики періоду українських визвольних змагань (1917-1921рр.);

- 25-літня історія воєнної журналістики ОУН-УПА (1929-1954 рр.);

- понад 30-літня історія воєнної журналістики пострадянської незалежності України – з 1991 року і до сьогодні. [2]

1.3. Методи та методологія досліджень.

Воєнна журналістика – царина, яка потребує всебічного вивчення з точки зору науковців. Оскільки цей жанр з'явився значно пізніше від зародження самого поняття журналістики, утворився так званий науковий «пробіл». Хоча варто зазначити, що воєнна тематика з самих витоків цієї галузі стоїть пліч-опліч, якщо додавати до цієї розмови часи глиняних дощечок та дерев'яних пластин, де серед іншого оповіщалися головні новини військових конфліктів. Та як би там не було, у вивченні специфіки цього жанру людям сучасності допомагають тривожні події, які вирують у XXI столітті.

Сучасна військова журналістика в умовах бурхливого розвитку мультимедіа – тяжка та рутинна робота, де немає місця романтиці. Кожен місяць на війні є дуже напруженим, навіть коли лінія фронту віддаляється від місця проживання багатьох людей. Аби дослідити суспільство під час війни серед призму журналістики, у кваліфікаційній роботі використовується соціокомунікативний підхід – це підхід, що передбачає аналіз явищ в контексті суспільної взаємодії соціальних інститутів, засобів, соціальних ролей. Такий вид вивчення досить актуальний у зазначеній тематиці, адже бере на себе дослідження суспільної думки, засобів масової інформації, а також їхній вплив на суспільство. Увага акцентується безпосередньо на харківський медіа-простір. Задля всебічного дослідження виокремлено перелік місцевих засобів масової інформації, привладних ЗМІ та журналістів, котрі працюють над висвітленням періодики бойових дій у Харківському регіоні. Задля того, щоб охарактеризувати медіа-простір сучасності та вплив засобів масової інформації і журналістів в цілому на суспільство й будуть задіяні інтелектуальні ресурси, у тому числі й практичні спроби проаналізувати суб'єкт дослідження на власному досвіді.

Варто зазначити, що основні принципи роботи журналістів видозмінюються у зв'язку з низкою факторів, серед яких розвиток сучасних технологій та значущість подій, які в майбутньому будуть детально описані у

книжках з історії. У минулому століття функції журналістики нерідко описувалися в залежності від економічних факторів держави, сьогодні ж ця тенденція звужилася до економічних факторів самих же ЗМІ. До прикладу, відомий дослідник преси, професор Вальтер Гагеманн у своїй праці «Газета як організм» описав п'ять функцій журналістики. Згідно з дослідженням, журналістика має інформувати, впливати на публіку, рекламувати товари, розважати читача і повчати його. А ось у не менш відомому дослідженні американців Фреда Сібберта, Теодора Пейерсона та Уїлбура Шрамма «Чотири теорії преси» йдеться вже про сім функцій журналістики. За їхніми висновками, ця наука зобов'язана служити політичній системі, забезпечуючи її інформацією, обговорювати громадські справи, захищати права особи перед урядом, просвіщати публіку, аби зробити її здатною до самоуправління, забезпечувати розваги читачів, служити економічній системі, з'єднуючи покупця й продавця товарів за допомогою реклами, підтримувати власну фінансову незалежність, аби уникнути тиску на інформаційну діяльність приватних інтересів. Тоді як радянська журналістика передусім бавила читача трьома функціями: пропагандистка, агітаційна та організаторська. [22]

Варто пам'ятати, що на розробку функцій преси, тобто головних напрямків роботи майстрів пера, впливало чимало чинників, починаючи від загального фінансового становища держави й рівня проживання пересічних мешканців, читачів, закінчуючи політичним становищем всередині держави та загалом на планеті. Оскільки життєві процеси мають властивість змінюватися, а суспільство будь-якої держави коригує свої інтереси та звички, можна зробити припущення, що хоч загальні принципи журналістики не змінилися – як то цінність правди, а не брехні та відокремлення коментаря від факту наприклад, то їхня направленість все ж таки змінила ракурс руху. Йдеться про функції преси, у дослідженнях яких окрім вище згаданого соціокомунікативного підходу, використовується ще й історичний підхід дослідження, аби порівняти особливості напрямків роботи працівників ЗМІ минулого століття та сучасності.

Нині у світі існують загальноприйняті функції журналістики. Дослідник медіа Володимир Безсмертний у своїй праці «Українська журналістика та її воєнний сегмент учора, сьогодні, завтра» виокремлює їх наступним чином. Організаційна функція журналістики допомагає суспільству само організовуватися й структуруватися. Через журналістику громадське суспільство здійснює вплив на державні, господарські, громадські установи й організації, домагається розробки й прийняття рішень, здійснює роз'яснення прийнятих державних ухвал і установ. Журналістика згруповує людей за інтересами: політичними, економічними, фаховими, художніми. Структура ЗМІ відображає політичну, фахову, економічну, вікову тощо структуру суспільства.

Функція «сторожового собаки» (соціальної критики) – боротьба журналістики з суспільними вадами чи хворобами, захист законності й правопорядку від тих, хто намагається їх порушувати. з суспільними вадами чи хворобами, захист законності й правопорядку від тих, хто намагається їх порушувати. Наприклад, від корупційного чиновництва. Цей термін виник в американській історії журналістики як образ сторожового пса, що охороняє дім і голосно гавкає при наближенні небезпеки.

Ідеологічна функція журналістики – пропаганда певних життєвих цінностей та агітація на їхню підтримку. Ці поняття близькі, але мають істотні відмінності. Якщо пропаганда – це діяльність журналістики в справі поширення ідей, утвердження певної ідеології, формування історичної свідомості та художньої картини світу, то агітація – це діяльність журналістики в справі поширення оперативної інформації, що активно формує позицію читача, подаючи йому, як правило, приклади для наслідування. Пропаганда та агітація це супутники партійної та релігійної журналістики. Але й загальні ЗМІ також орієнтовані на агітацію та пропаганду здорового способу життя, моральних, національних та загальнолюдських цінностей.

Культурна (культуро творча) функція журналістики проявляється у трьох аспектах. Перший – носій культури – через систему літературно-художньої

журналістики здійснюється поширення художніх творів, репродукцій малярства й фотомистецтва. Другий – журналістика подає широку хронічку мистецького життя, інформує про події у світовій культурі. Третій – мистецька критика, яка зародилася виключно як явище журналістики, і сьогодні допомагає зорієнтуватися в потоці сучасної літератури, формує критичні оцінки, інтерпретації творів та мистецького процесу в цілому, створює попит на явища культури та мистецтва.

Розважальна функція журналістики допомагає людині у розслабленні й відпочинку. Вона проявляється через публікацію у пресі кросвордів, анекдотів, сторінок гумору, у створенні на радіо й телебаченні розважальних програм.

Рекламна функція журналістики. Реклама – важливе джерело фінансування журналістики. Вона істотно відмінна від журналістської інформації. Завдання журналістики – служити суспільству правдою, адекватно відображати соціальну дійсність. Завдання реклами – обслуговувати, забезпечувати просування товарів, послуг, комерційних фірм, публічних діячів.
[2]

РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ ЗМІ ПІД ЧАС ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ РОСІЇ НА ТЕРИТОРІЮ УКРАЇНИ

2.1. Аналіз організаційної роботи ЗМІ: безпекові заходи та конституційні обов'язки.

Діяльність преси в умовах війни має певні обмеження у порівнянні з довоєнним станом. Зокрема, першочергово, для організації роботи, журналісту необхідно отримати акредитацію від Міністерства оборони України. Така процедура вже була прописана законодавчо, вона працювала з 2014 року. Для оформлення поїздок на Донбас, на прифронтові території чи фронт,

представнику ЗМІ необхідно було її оформити. В умовах повномасштабної війни акредитацію повинні отримати всі медівники, які працюють «в полі» в районах, де проводяться бойові дії. Відповідний наказ «Про організацію взаємодії між Збройними силами України, іншими складовими сил оборони та представниками засобів масової інформації на час дії правового режиму воєнного стану» головнокомандувач Збройних сил України Валерій Залужний підписів 3 березня 2022 року. Цим рішенням було затверджено алгоритм роботи військових структур зі ЗМІ.

Для проходження акредитації медійники заповнюють анкету, де вказують особисті дані та місце роботи, й додають фотографію. Для підтвердження цих дій журналісту необхідно отримати лист від свого керівника задля підтвердження його відношення до визначеного засобу масової інформації.

Натомість Управління зв'язків з громадськістю здійснює перевірку наявності державної реєстрації визначеного ЗМІ – згідно з Єдиним державним реєстром друкованих засобів масової інформації та інформаційних агентств, з переліком телерадіоорганізацій Державного комітету з питань телебачення і радіомовлення України. Крім того, Управління проводить аналіз матеріалів, які публікувалися конкретним виданням, як на папері, так і в онлайн-форматі. Після цього органи передають матеріали до військової контррозвідки Служби безпеки України задля отримання необхідного висновку. Як результат, представнику медіа або надають акредитацію, або ні. [30]

Прес-карта, яку журналісту видають в Міноборони, це персональний документ, де вказані ПІБ журналіста, видання, яке він представляє, та його фотографія. Кожна акредитація має унікальний номер. Для того, щоб перевірити її, представники Збройних сил України та інших силових структур мають право зателефонувати за номером телефону, вказаним на прес-карті, та вказати зазначений індивідуальний номер цього посвідчення. [30] (Додаток А)
Тоді працівники кол-центру Міноборони зобов'язані перевірити цю

інформацію та повідомити результати. Аналізуючи специфіку роботи харківських медіа, з'явилися відомості стосовно обізнаності військовослужбовців, що працюють на блок-постань, питань пересування акредитованих журналістів. Зазначена акредитація є ідентичною у всіх медівників, узгоджений документ не має мокрої печатки. Саме через це дуже часто військові сумнівалися у достовірності таких документів, а представникам ЗМІ доводилося годинами чекати на блок-постах вирішення цих проблем.

Згідно з роз'ясненнями на прес-карті, акредитація дозволяє виконувати редакційні завдання у зоні проведення бойових дій та у комендантський час. Але у разі порушення умов журналістської діяльності, розголошення конфіденційної інформації чи передачі карти іншим особам, журналіста можуть позбавити акредитації без права на відновлення.

Широкий перелік зобов'язань та правил прописаний у наказі Валерія Залужного. Передусім, це стосується алгоритму комунікацій між представниками преси та військовими, а також визначення основних принципів роботи. Діяльність у зоні бойових дій, про що йдеться у тексті прес-карти, передбачає працю за попередньо визначеним маршрутом, вона має бути погоджена з відповідальними особами, зазвичай ними являються прес-офіцери окремих збройних формувань, із якими журналіст має справу у конкретний момент. Для того, щоб акредитація вважалася чинною, представники преси мають мати при собі засоби індивідуального захисту. Йдеться не про респіратори чи медичні маски, як це було попередніми роками у хвилі поширення корона вірусної хвороби в Україні, а, як зазначено у наказі, «як мінімум, захисний шолом і бронежилет з відповідним маркуванням «ПРЕСА» або «PRESS». А також мати при собі медичну аптечку та вміти нею користуватися.

В описаному вище наказі визначений перелік інформації, яка не піддається розголошенню. Журналістам не дозволено вказувати найменування

військових частин (підрозділів) та інших військових об'єктів в районах виконання бойових (спеціальних) завдань, географічні координати місць їхнього розташування. Також заборони стосуються висвітлення інформації щодо кількості військ, техніки. Не можна висвітлювати тактичні пересування та стратегії, особливості конкретних бойових дій чи спеціальних операцій, кількість озброєння та специфіку здобуття даних розвідкою. Дуже серйозна заборона стосується публікацій матеріалів з геолокаціями військових баз, техніки чи скупчень живої сили, позицій. Не можна розголошувати дані психологічних операцій чи обманних маневрів, а також виправдовувати військову агресію Російської Федерації проти України.

У наказі зазначається, що подібні обмеження необхідні для того, щоб українські та іноземні журналісти своїми публікаціями не допомагали ворогу дізнаватися стратегічно важливі відомості, що в подальшому може призвести до шкоди Збройним силам України. Тим не менш, журналісти мають право на зберігання та публікацію загальних відомостей про діяльність силових структур, про завершення операцій. Про ключові дії, пов'язані зі збиранням даних про ЗСУ журналісти зобов'язані повідомляти прес-офіцерів, а ті, відповідно, контролювати законність діяльності представників ЗМІ. Контроль полягає як у супроводі та вказівкам на місцях зйомок, так і фільтрацією набутих аудіо-, відео-, фото- та текстових матеріалів.

Збройні сили України, відповідно з текстом наказу, не несуть відповідальності за життя і здоров'я медівників. Проте у разі небезпеки зобов'язані організувати журналістам захист та прилисток, а також надати першу медичну допомогу у випадку необхідності. Військові, за можливості, можуть евакуювати пресу з районів бойових дій, проте відповідальність за це покладається на редакцію. Те ж саме стосується й страхування життя, здоров'я та майна робітника медіа. [30]

Ст. 15 Закону України «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів» і ст. 25 Закону України «Про інформацію» містять однакову норму, що надає право засобу масової інформації відряджати журналістів у місця збройних конфліктів, вчинення терористичних актів, ліквідації небезпечних злочинних груп» та визначають обов'язки журналістів щодо користування отриманою там інформацією, а саме:

- дотримуватися вимог щодо нерозголошення планів спеціальних підрозділів, відомостей, що є таємницею досудового розслідування;
- не допускати фактичної пропаганди дій терористів та інших злочинних груп, їхніх вчинків і заяв, спеціально інспірованих для засобів масової інформації;
- не виступати в ролі арбітра;
- не втручатися в інцидент;
- не створювати штучної психологічної напруги в суспільстві.

При цьому відповідальність за відряджених журналістів покладається на засоби масової інформації, що їх відряджають. В той же час, це не виключає права журналістів діяти за власною ініціативою.

Посягання на життя та здоров'я, свободу, майно цивільного населення (а отже й журналістів) в умовах міжнародного чи не міжнародного збройного конфлікту є серйозним порушенням міжнародного гуманітарного права. Якщо такі дії є навмисними, то вони можуть бути визнані воєнним злочином. [25, 29]

На підставі ст. 3 ЗУ «Про професійних творчих працівників та творчі спілки», у відповідності до п.п. 2.2, 2.3 Статуту національної спілки журналістів України (НСЖУ) передбачено, що НСЖУ має право представляти та захищати права і законні інтереси своїх членів.

В першу чергу це стосується журналістів які вийшли на пенсію, інших пенсіонерів – членів Національної спілки журналістів, які здійснюють свою творчу журналістську діяльність як люди вільної професії: відповідно до ст. 6 ЗУ «Про професійних творчих працівників та творчі спілки професійний творчий працівник може мати статус як найманого працівника, як і особи, яка не працює за наймом, залишаючись при цьому професійним творчим працівником, тобто журналістом. При цьому творчому працівникові не обов'язково являтися членом НСЖУ за умови, якщо він провадить творчу діяльність на професійній основі, публічно представляє такі твори шляхом публікації, сценічного виконання, кіно-, теле-, відеопоказу тощо. [33, 35]

Журналістика – надзвичайно важливий елемент демократичного ладу, адже вона допомагає людині вірно розуміти й вирішувати важливі життєві справи, діяти ефективно й послідовно. А прояви морально-психологічного тиску, погрози та безпосередньо загрозливі дії криміналітету проти журналіста у зв'язку з виконанням ним своїх обов'язків, на превеликий жаль, притаманній нашій повсякденності.

Відповідальність за скоєння злочину проти журналіста у зв'язку з виконанням ним професійних обов'язків або перешкоджання його службовій діяльності прирівнюється до відповідальності за скоєння таких же дій проти правоохоронного органу (ст. 17 ЗУ «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів»). А у випадках загибелі (смерті) журналістів під час виконання ними професійних обов'язків державою передбачена суттєва матеріальна допомога сім'ям.

У разі поранення (контузії, травми або каліцтва), заподіяного журналісту під час виконання ним професійних обов'язків, йому зобов'язані виплатити з державного бюджету одноразову фінансову допомогу в розмірі до 50 прожиткових мінімумів, встановлених законом для працездатності осіб на час виплати цієї суми. [25]

В Україні, відповідно до Наказу МВС України №379 ДСК від 13.06.200 певним категоріям громадян, у тому числі й журналістам, дозволяється володіти травматичною зброєю.

Наявність у журналістів пристроїв для відстрілу патронів з гумовими кулями травматичної дії надають їм додаткові гарантії їхньої безпеки, можливість захистити себе і своїх близьких від помсти або спроб фізичного впливу на професійну діяльність з боку злочинців. [28]

Зазвичай погрози адресуються працівникам ЗМІ, які стали на шлях безкомпромісної боротьби з корупцією. Вони найбільше зазнають утисків, їхт залякують, на них спрямоване вістря фізичного насильства з боку криміналітету. Мета – позбутися активних учасників та підтримувачів антикорупційних реформ в Україні. Інколи злочинцям вдається досягти бажаних для них результатів. Першочергово це стосується Київської, Одеської, Харківської, Дніпропетровської, Запорізької областей.

За роки української незалежності, до повномасштабної війни, Україна втратила до 100 журналістів, значна кількість злочинів проти представників медіа не розкрита. Більшість із них можна було б уникнути, якби журналісти мали при собі засоби захисту.

В демократичному суспільстві дозволено все, що не заборонено законодавством. А в тоталітарному – заборонено все, що ним не передбачено.

Хоча законослухняні журналісти зі зброєю травматичної дії для самозахисту не є значною перешкодою для злочинців з нарізними смертельними вогнепальними засобами нападу, які ті з великою вірогідністю можуть застосувати проти своїх викривачів, але для працівників ЗМІ це все ж таки хоч якась можливість вижити у протистоянні з криміналітетом. [2]

Щорічно 16 вересня в Україні вшановують пам'ять загиблих журналістів. [37] Хочеться сподіватися, що перелік загиблих та скалічених працівників українських засобів масової інформації дописуватися більше не буде.

Нині в українському медіа-просторі фігурує велика кількість імен, які так чи інакше пов'язані із журналістською діяльністю та висвітлюють події війни. Проте варто виокремити декілька осіб, які внесли вагомий вклад у розвиток воєнної журналістики, а деякі із них продовжують це робити й сьогодні.

Серед відомих журналістів сучасності, котрі регулярно перебувають у гарячих точках та супроводжують українських військових, є Юрій Євгенович Бутусов – український журналіст, головний редактор інтернет-видання Цензор.нет.

Юрій Бутусов - 46-річний український журналіст, що пише переважно про внутрішньополітичну обстановку в Україні. Серед відомих праць чоловіка - корупційні оборутки в держконцерні “Укроборонпром”, а також велика кількість робіт щодо війни на Донбасі. Також він являється автором серії нарисів про Революцію гідності.

З початку повномасштабної війни Юрій Бутусов поринув у світ воєнного часу та бойових дій. Нині він являється одним із найвідоміших воєнних кореспондентів, що працюють сьогодні. Його роботи можна легко відслідковувати в мережі завдяки їхній популярності. Нині Бутусов спеціалізується на бойових діях, висвітлює хід російсько-української війни. Свої відеоматеріали журналіст публікує на YouTube-каналі “Бутусов-плюс”. Там можна знайти відео боїв, інтерв'ю з українськими військовослужбовцями, висвітлення їхнього життя і головних перемог на фронті. Крім того, окремі відео присвячені допитам колаборантів та російських військовополонених. Варто зазначити, що Юрій Бутусов власник нагороди «Загальнонаціональна премія «Людина року-2014» у номінації «Інтернет-медіа року». [6]

У списку провідних українських воєнних кореспондентів варто відзначити Андрія Цаплієнко - це 53-річний український журналіст. Набув

популярності у 2000-х роках завдяки активній роботі у висвітленні бойових дій на територіях іноземних держав. З 2001 року був військовим кореспондентом «Інтера», робив репортажі під час конфліктів у Афганістані, Македонії, Іраку, Непалі, Кот-д'Івуарі, Непалі, Шрі Ланці, Південній Осетії, Ліберії, Бурунді, Колумбії та Кашмірі.

Цаплієнко активно висвітлював події Революції гідності та бойові дії на Донбасі. Журналіст працює й під час повномасштабної війни з Росією. У березні 2022 року під час виконання службових обов'язків був поранений у Чернігівській області.

Цаплієнко володіє великою кількістю державних та іноземних нагород. Серед них - Ордени за мужність III та II ступенів за серію репортажів з Афганістану у 2001 році та значні заслуги у зміцненні української державності у 2022 році відповідно. [39;40]

Роман Бочкала - 38-річний український журналіст. Відзначився серією матеріалів стосовно корупції в українських структурах влади. Також працював кореспондентом у висвітленні військових та громадських конфліктів в Афганістані, Ірані, Сирії, Косово, Ліберії, Єгипті, Південній Осетії, Абхазії, Сомалі, Д. Р. Конго, Лівані, Йорданії, Туреччині та Руанді.

З 2014 року висвітлював події на Сході України. Нині також періодично працює над репортажами про повномасштабне вторгнення Росії на територію України. Крім того, у якості військового оглядача Роман Бочкала не відмовляє у коментарях своїм колегам.

Чоловік має низку нагород та відзнак, серед яких "Заслужений журналіст України" від 2013 року. [4]

Олександр Махов - український журналіст, що народився у місті Луганськ. Спочатку працював на регіональному телебаченні, але після вторгнення Росії на Донбас переїхав на підконтрольну Україні територію. Автор низки репортажів про війну на Донбасі, неодноразово працював на передовій. У 2022 році пішов захищати Україну у складі 95-ї окремої десантно-

штурмової бригади. Загинув 4 лютого неподалік міста Ізюм у віці 36 років. Посмертно нагороджений Орденом за мужність III ступеня. [19, 36]

На момент написання роботи, за даними Інституту масової інформації, починаючи з 24 лютого 2022 року в Україні загинули 40 журналістів, 8 з яких під час виконання професійних обов'язків. [7]

2.2. Проблематика роботи ЗМІ у Харкові: аналіз функціонування медіа.

Задля проведення всебічного дослідження практичної діяльності журналістів Харківщини була проаналізована специфіка їхньої роботи на прикладі власної діяльності. Результати кількомісячного спостереження, а також законодавчі норми стосовно роботи ЗМІ у воєнний час стали

фундаментом аналізу функціонування медіа регіону у період повномасштабної війни.

Питання дотримання стандартів преси, журналістської етики гостро стоїть перед спільнотою під час будь-якого збройного конфлікту, а тим паче війни, якщо йдеться, відповідно, про офіційні засоби масової інформації. Проте сучасні тенденції диктують дещо інші правила. Останніми роками в лідери серед споживання інформації суспільством вибилися так звані телеграм-канали – майданчики для розміщення інформації в одній із соціальних мереж. Законодавством не прописані чіткі формулювання та норми телеграм-каналів та їхнє відношення до ЗМІ. Минулими роками українські політики та чиновники тільки висували власні пропозиції щодо узаконення подібної діяльності. Тоді йшлося про боротьбу з анонімними каналами, проблематика яких сьогодні абсолютно не втратила своєї вагомості. У 2020 році нардеп України Олександр Ткаченко заявив, що готує Закон «Про медіа», який регулюватиме діяльність онлайн-ЗМІ та інтернет-видань. Йшлося про те, щоб визнавати окремі

телеграм-канали засобами масової інформації при конкретному числу його підписників. Тоді вони контролювалися б законом, а кінцевий власник каналу зобов'язаний був би оприлюднитися. [5]

Тим не менш, сьогодні подібні норми не ухвалені і, відповідно, не працюють. Таким чином українські, зокрема й харківські телеграм-канали працюють за власним статутом і питання щодо відповідності законам журналістики, її принципам та етиці, у суспільстві стоїть досить гостро.

У Харкові працюють безліч телеграм каналів, серед найпопулярніших можна виокремити: «Труха», «Харьков 1654», «ХС Харьков», «Харьков LIVE», «Харьков LIFE», «Типичный Харьков» і тому подібні. Серед їхніх переваг можна підкреслити оперативність інформації. Навіть в перший день повномасштабної війни велика частина містян та жителів області черпала інформацію з цих пабліків. І на це було кілька підстав. По-перше, інформація публікувалася там з перших секунд, користувачам мережі пропонували для перегляду безліч фотографій та відео, окремі канали дозволяли обговорювати події, що також цікавило суспільство. Офіційним ЗМІ було важко конкурувати з цим, адже такі медіа зобов'язані коригуватися офіційними джерелами та фактами. І якщо повідомити про факт вибуху вони мали всі підстави, то для оприлюднення роз'яснювальної інформації потрібен був певний час. З іншого боку, ексклюзивну інформацію, наприклад окремий коментар-пояснення від місцевих органів влади чи силових структур, офіційним медіа здобути значно простіше завдяки їхньому статусу. Проте, повертаючись до діяльності пабліків, варто зазначити, що журналістські стандарти в соцмережах дуже часто порушуються і якщо згадана вище інформація була оприлюднена, немає жодних підстав вважати, що телеграм канали, підхопивши її, обов'язково вкажуть джерело цієї інформації.

Частина офіційних харківських медіа також має свої пабліки у соцмережах: «Об'єктив-новини», «Суспільне Харків», «Харьковские известия» тощо. І хоч юридично такі канали не мають жодних зобов'язань перед іншими виданнями та державою, приналежність такого публіка конкретному ЗМІ бере на

нього окремі зобов'язання. Якщо у загальноприйнятих засобів масової інформації є відповідальність перед суспільством та законом, то їхній публік – це відображення їхньої репутації, яка в даному випадку і слугує валютою. Тому саме в публіках можна побачити порушення окремих журналістських стандартів, як то дотримання балансу думок та об'єктивної оцінки ситуації. Проте порушення етичних норм або «викрадення» матеріалів в інших ЗМІ без позначення джерела зустрічаються не часто. І на це є свої підстави: у першому зазначеному випадку, при порушенні згаданих норм (баланс думок і об'єктивне висвітлення події) журналісти мають менше шансів почути обурення від суспільства та колег, адже тут простежується схожа до інших діяльність телеграм-каналу, яка цілком влаштовує велику частину читачів, хоч і суперечить стандартам журналістики. В іншому випадку, порушення етичних норм та «викрадення матеріалів» можна назвати приводом для обурення як суспільства, так і журналістської спільноти. Для прикладу можна навести публікацію телеграм-каналу «Об'єktiv Новини Харків» від 13 жовтня, де в заголовку та тексті новини зустрічаються слова нецензурної лексики, зачерпнуті завдяки спеціальному шрифту: «Тупий бурят спиздив поцупив в Лимані камеру вуличного спостереження. Привіз у свої ебеня свою Бурятію, встановив вдома. Нафіга?». Подібних публікацій-обурення в мережі стає все більше і спонукала поширенню цієї тенденції, звісно, війна. Варто зазначити, що у минулі часи до подібних образ зазвичай вдавалися лише неофіційні публіки. Найчастіше в подібному контексті висвітлювалася діяльність корумпованих депутатів, чиновників, вбивць та гвалтівників, призвідників ДТП зі смертельними наслідками тощо. Але телеграм-канали офіційних ЗМІ не могли собі цього дозволити. Принаймні, у харківському медіа-просторі такого не зустрічалося. Зараз же у такому стилі переважно пишуть про представників окупаційних військ. І навіть офіційні медіа, як то МГ «Об'єktiv» підхоплюють цю тенденцію. Таким чином інтернет-платформа офіційного видавництва намагається конкурувати з телеграм-каналами, використовуючи їхні засоби залучення та втримання аудиторії.

На прикладі аналізу діяльності кількох телеграм-каналів провідних місцевих медіа можна зробити висновок, що деякі журналісти-адміністратори пабліків користуються правилом «золотої середини», коливаючись від пріоритетів та дотриманням журналістських стандартів.

Варто додати, що до аналізу не були залучені телеграм-канали інших місцевих ЗМІ, як от «Телеканал Р1». Ця платформа перестала функціонувати в червні 2022 року. На YouTube-каналі цього медіа останні публікації даються лютому цього ж року, тоді як їхнього сайту на просторах інтернету не існує. Те ж саме можна сказати і про новинну службу «Вечірні новини», яка виходила в ефір на телеканалі «Р1». Офіційних заяв редакції щодо припинення роботи не було.

Частина регіональних ЗМІ покинула медіа-простір Харківського регіону. Очевидно, це пов'язано з повномасштабної війною. Варто зазначити, що у більшості випадків, принаймні якщо говорити про наш регіон, медіа – це неприбутковий бізнес, який впродовж своєї діяльності намагається частково себе забезпечити фінансово. На початку лютого бойові дії призвели до великого відтоку кадрів, закриття бізнесу та інших великих економічних проблем. «Вижити» у таких умовах, не маючи підтримки рекламодавців та органів влади, засобам масової інформації не просто. З перших днів війни повноцінно функціонували лише одне регіональне ЗМІ, але завдяки фінансуванню з боку держави. Йдеться про «Суспільне Харків». Потім деякі, у тому числі вище зазначені, медіа потроху почали відновлюватися. Безліч ресурсів працюють «не на повну потужність», у порівнянні з минулими роками. На це вплинуло кілька ключових факторів, серед яких проблема з фінансуванням великого обсягу роботи та відтік кадрів. Крім того, регіональні телеканали, не враховуючи «Суспільне Харків», не мають власної ефірної сітки через трансляцію марафону «Єдині новини» та, знову ж таки, недостатній для повноцінної роботи замалий обсяг медіа-продукту.

У зв'язку з бойовими діями, зміною загальної суспільно-політичної обстановки та підвищення рівня небезпеки загалом змінилася ситуація на рівні

професійних кадрів та роботодавців у сфері ЗМІ. Значна частина журналістів та інших медіа-працівників була вимушена звільнитися чи відправитися у примушену відпустку. Оскільки Харківщина з перших днів масово потерпала від обстрілів, а безліч населених пунктів було тимчасово окуповано, низка працівників ЗМІ покинула регіон. Дехто залишився працювати в інших місцях, дехто повернувся назад на своє робоче місце чи без цього. Сьогодні, під час прес-турів, можна зустріти багатьох місцевих журналістів, що змінили місце своєї роботи. Крім того, Харків наповнений представниками іноземної преси, серед яких можна зустріти майстрів пера провідних телеканалів, газет та інформаційних агентств. Це говорить про інформаційну насиченість Харківського регіону. В перші місяці війни така тенденція спостерігалась у Києві, коли росіян вдалося відтіснити до державних кордонів. Після цього фронт змістився на схід та південь України і одним із кількох міст, яким було можна надати статус «прифронтове» був Харків. По значущості та величині його називали ключовим. У перші місяці війни, навесні та влітку для того, щоб дістатися фронту, варто було б подолати максимум півгодини на автівці. Близькість до лінії зіткнення породжувала все більше приводів для написання статей, зйомок репортажів та взагалі здобуття інформації, цікавої для українського та закордонного читача і глядача. У ці місяці на дорогах міста здебільшого спостерігалися три типи автомобілів: військові, волонтери та преса.

Нова інформаційна хвиля, яку можна було б без перебільшення назвати цунамі, прокотилася Харківщиною у вересні. Після відносного інформаційного затишся в регіоні, почалася буря. Збройні сили України стали активно звільняти населені пункти області. Відразу після цього до сіл та міст заходили правоохоронні органи та сапери, а після них – журналісти у супроводженні. Деокуповані населені пункти несли за собою велику інформаційну інтригу та важливість, тому у перші тижні після звільнення до Ізюму та Балаклії, а також інших міст і сіл, було скеровано автобуси із сотнями представників засобів масової інформації. Подібна тенденція вже спостерігалася у часи де окупації

Київської області України. Тоді відповідна інформація дуже швидко розповсюджувалась українськими та іноземними засобами масової інформації. На Харківщині спрацював таких же механізм. По-перше, на це була направлена державна політика. Президент України Володимир Зеленський у своїх зверненнях неодноразово підкреслював важливість журналістів та те, що завдяки ним весь світ дізнається про жахи, які після себе залишили російські військові. А напередодні великого прес-туру до звільненого Ізюму глава держави анонсував знайдене місце масових захоронень та візит туди великої кількості журналістів. По-друге, важливим фактором у цікавості такої великої кількості медіа подіями Харківського регіону стало інформаційне затишся напередодні. Якщо аналізувати ситуацію середини літа, можна зробити висновок, що мапа бойових дій у цей період зазнавала мінімальних змін і більшість новин стосувалася комунікації глав та представників держав. Звісно, після такого періоду підготовки, коли як у цільовій аудиторії, так і глядачів, дещо затупилась цікавість загальною ситуацією, коли ЗМІ були переповнені фотографіями руїн після щоденних обстрілів, викриття жакхливих воєнних злочинів російських окупантів призвело до шаленої цікавості подій в Україні загалом.

Аналізуючи умови роботи харківських кореспондентів, можна дійти висновку, що більшість вказаних вище вимог представники преси виконують. Серед порушень можна зазначити наступне: на виїздах більшість медівників не мають при собі аптечки, як того потребує наказ. Також на роботі не всі представники ЗМІ користуються бронежилетом і шоломом. Зазвичай, необхідність використання засобів індивідуального захисту журналісти вбачають на де окупованих територіях, районах з великою інтенсивністю або вірогідністю обстрілів, а також під час збирання матеріалу після обстрілів у Харкові. Якщо говорити про сюжети, не пов'язані з вище згаданими аспектами, то більшість кореспондентів не притримується цих правил. Наприклад, зйомки у центрі Харкова вдень на будь-яку соціальну чи патріотичну тему.

Варто зауважити, що відповідальність за дотримання правил журналістами покладається на прес-офіцерів, що відповідають за своє військове формування (якщо йдеться про супровід ЗМІ чи організовані виїзди та будь-яка інша співпраця) або прес-офіцерів, що працюють у Харкові та комунікують з медійниками на загально-актуальні теми. З боку працівників медіа надходили усні скарги стосовно перешкоджанню їхньої діяльності з боку військовослужбовців. До прикладу, часті питання виникали під час зйомок у комендантську годину. Найчастіше ця робота пов'язана із нічними обстрілами Харкова російськими військовими. І хоч акредитація дозволяє роботу ЗМІ у цей час, деякі групи журналістів були вимушені ночувати на блок-пості, доки не закінчиться комендантська година. Зокрема, про такі випадки повідомляли кореспонденти «Суспільне Харків» та «Харків Times».

Не рідко обурення журналістів виникають під час поїздок до прифронтових, деокупованих районів, або місць з високою вірогідністю обстрілів. Акредитація передбачає слідування такими маршрутами у супроводі прес-офіцерів. Проте варто звернути увагу на те, що теорія від практики завжди відрізняється. Забезпечити пересування кожної групи ЗМІ військові та правоохоронці не мають фізичної можливості. Тому ними було прийнято рішення дозволити переміщуватися представникам преси Харковом та частиною Харківської області. Питання в'їзду до одного із міст регіону – Чугуїв, часто стояло дуже гостро, адже саме туди багатьох медіаників не пропускали військові через відсутність попереднього узгодження не з прес-офіцерами області, а прес-офіцеркою 92-ї окремої механізованої бригади. Такі випадки рахуються в десятках.

Що стосується роботи медіа на територіях, звільнених у вересні і пізніше, то у цій ситуації керівниками регіону було напрацьовано чіткий алгоритм дій. По-перше, як вже було зазначено, у перші тижні активного контрнаступу на Харківщині для журналістів організовували великі прес-тури. Згодом ця

тенденція пішла, але пресі дозволили відвідувати деякі міста. Керівними прес-офіцерами області та поліцією було визначено перелік міст, куди преса може проїхати самостійно, а куди не може. Проте ситуація у прифронтовому регіоні змінювалася досить швидко. Не рідко виникали випадки, коли медівників, які подолали великий шлях побитими дорогами, об'їжджаючи підірвані мости, не пропускали на блок-постах до міст. При чому, журналісти заздалегідь запитували дозволу на відвідування вказаних територій. Зокрема, така проблема виникла у групи кореспондентів провідних українських телеканалів в Ізюмі. Варто зазначити, що йшлося про вересень, коли на вказаних територіях не працював мобільний інтернет та телефонний зв'язок. У таких ситуаціях представники ЗМІ залишаються відрізаними від будь-яких комунікацій із відповідальними за їхню діяльність особами. Згодом про подібні ситуації повідомляли кореспонденти, які вирішили відвідати Куп'янськ та Вовчанськ. Схожі проблеми виникають, зазвичай, через неякісну та неоперативну комунікацією між відповідними органами та медійниками. Але, враховуючи особливості роботи у воєнній частині, питання щодо відповідальності за такі дії, ні перед ким не стояло.

Відомості про відвертий тиск з боку військових прес-офіцерів у ході дослідження виявити не вдалося, проте медійники говорять про подібні ситуації. Наприклад, незважаючи на права журналістів до доступу до інформації, під час контрнаступу Збройних сил України на Харківщині у вересні представникам ЗМІ заборонили спілкуватися з військовослужбовцями. Йшлося про те, що будь-які комунікації між журналістами та людьми, які мають хоч якесь відношення до ЗСУ, будуть присікатися. Те ж саме обіцяли й за роботу з прес-офіцерами військових формувань. Офіційного розпорядження чи наказу стосовно цього медійникам не було надано, але у словесній формі прес-офіцер регіону повідомив про нові реалії діяльності. У разі порушення вище згаданих норм кореспондентів могли лишити акредитації. Через кілька тижнів, коли ЗСУ домоглися великого успіху і майже вся Харківська область

була звільнена від окупантів, цю заборону зняли, але, як це було при нововведенні, без жодних офіційних листів. Проаналізувавши описану ситуацію можна зробити висновок: державна політика стосовно діяльності мас-медіа коригується як на законодавчому, офіційному рівні, так і не офіційному. Важливо пам'ятати про те, що коли такі неофіційні норми були введені, перші обличчя країни просили журналістів та інших громадян держави не створювати інформаційну хвилю, аби не зашкодити Збройним силам України. Відповідно,

офіційна версія причин цих заборон напряду була пов'язана з подібними зверненнями.

Задля поліпшення комунікації преси з військовими формуваннями у Харкові було створено «Харків медіа хаб». У приміщенні Харківського національного університету імені Каразіна В. Н. Каразіна, де останні роки розміщувалась галерея «Єрмілов-центр», було облаштовано майданчик для комунікацій та прес-конференцій. Ідея полягала у створенні окремої структури, яка б допомагала представникам військових формувань та ЗМІ співпрацювати між собою. Таким чином «Харків медіа хаб» організував регулярні брифінги та обговорення нагальних питань. Щодо останнього, то такі зустрічі відбувалися в першу чергу при зміні прес-офіцера області, що за пів року повномасштабної війни відбувалося декілька разів. Основна функція медіацентру – допомагати журналістам – частково була досягнута. Крім цього, платформа намагалася допомогти у вирішенні конфліктів. Також медіа хаб інформує журналістів про відомі їм прес-тури до де окупованих територій. Ще було налагоджено механізм інформування преси стосовно координаті обстрілів та безпекової ситуації в місті.

Однак, описаний вище процес з самого початку не був злагодженим. Представники нової структури вимагали від журналістів оперативного інформування стосовно їхньої діяльності, представники преси були зобов'язані

повідомляти своє місцезнаходження. Також були ситуації, коли медівників не пропускали на блок-постах через відсутність реєстрації в медіа хабі, тоді як норми закону таких зобов'язань не передбачають. Згодом низка проблем була вирішена, а інші питання, які виникали у журналістів стосовно їхньої діяльності, були направлені в першу чергу прес-офіцерам, а не медіа хабу. Проте й сьогодні частина медівників регіону негативно оцінює роботу центру, спираючись на загальні складнощі в умовах роботи місцевих ЗМІ.

Аналізуючи контент харківських ЗМІ, можна зауважити, що вимальовуються загальні тенденції виробництва медіа-продукту в регіоні. Очевидно, що більшість матеріалів так чи інакше пов'язані з війною та бойовими діями зокрема. В перші місяці вторгнення найбільше публікували інформацію стосовно переміщення російської техніки та живої сили, а також обстрілів міст і сіл, передусім Харкова. Багато уваги приділяли внутрішнім процесам Харкова, читачам та глядачам пропонували інформацію стосовно морального духу харків'ян, які великими групами йшли воювати чи волонтерити. Трішки згодом, починаючи з березня, все більше уваги приділяли саме жорстоким обстрілам Харкова. Переміщення військової техніки окупантів мало дещо менший вплив на містян, оскільки кожного дня по мільйоннику били з різного виду озброєння. Саме кінець лютого, березень та квітень можна вважати найзапеклішими місяцями, принаймні, посилаючись на висновки ЗМІ. Після того, як медіа пережили цей період, контент їхніх матеріалів знов зазнав модифікацій. Зокрема, журналісти отримали більше доступу до інструментів збору інформації, більше можливостей для прямого спілкування з людьми, оскільки інтенсивність обстрілів Харкова дещо впала, але це не означало, що містом стало пересуватися безпечно. Аналізуючи ситуацію в ЗМІ того періоду, можна дійти висновку, що саме тоді журналісти навчилися висвітлювати жахи сучасної війни через історії простих людей. А факти, що на це вплинули, були озвучені вище. Медіа-простір був переповнений інтерв'ю з очевидцями обстрілів, тими, хто зміг пережити жахіття. А також фото та відео наслідків

обстрілів. Інформація про розвалини та моменти вибухів розповсюджувалась мережею миттєво. Звісно, не можна зауважити, що всі матеріали були присвячені саме цій темі. Для висвітлення результатів аналізу описується ключова частина діяльності медіа за вказаний період.

Після цього перелік основних тем розширився. Волонтери, фінансові компенсації, соціальні теми, переселенці й так далі. А ще ЗМІ почали частіше розповідати про українських військових, оскільки стали отримувати доступ до збору матеріалів саме такої тематики. Крім того, органи влади почали створювати більше інформаційних приводів. Це пов'язано з відносною стабілізацією ситуації в регіоні, що й призвело до поступового повернення суспільства до попередніх умов існування. Цей період не можна назвати інформаційним затишшям, адже кореспонденти висвітлювали дуже багато тем. Проте відносне «затишшя» було на мапі бойових дій – великих перемог з боку обох армій не спостерігалось. Тому варто акцентувати уваги на те, як медіа активно розповсюджували інформацію стосовно будь-якого просування української армії. Варто зазначити, що увага приділялась кожному звільненому населеному пункту, тоді як про успіхи російських військових на мапі бойових дій стільки уваги, по очевидним причинам, не приділялося. Перевага у висвітленні такого характеру матеріалів була за телеграм-каналами. Саме вони публікували короткі відео та фото, яких не було у розпорядженні офіційних ЗМІ. Тому журналісти не рідко вимушені були вказувати за джерело публік при публікації свого матеріалу. Причини досить прості: телеграм-канали користуються шаленим попитом у суспільстві, також ж ними легше комунікувати через відсутність великої кількості структур та працівників, як це буває у редакціях. Тому мало хто дивувався, коли, приміром, ексклюзивне відео від українського військового опинилося на каналі «Всевидящее око», а не в етері «Єдиного марафону» чи на сайті «МГ «Об'єктив». Іншими словами, публіки публікували те, що їм прислали в повідомлення. До слова, цією ж перевагою вони користувалися під час обстрілів Харкова. Було немало ситуацій, коли

телеграм-канал знав та розповсюджував набагато більше інформації, ніж інші офіційні ЗМІ.

На початку вересня, коли українські бійці пішли у великий контрнаступ на Харківщині, інформаційний простір Харківщини «злетів до небес». Кількість публікацій місцевих та загальноукраїнських видань зросла у кілька разів, а мапа бойових дій перевищила за значимістю навіть обстріли українських міст. Окрему увагу слід приділити публікації українських медіа саме російських новин. Так можна було відстежувати настрої росіян, які особливо в цей період все більше набували ознак паніки та розчарування. Українські ЗМІ цим вправно користувалися, аби підбадьорити співвітчизників та навіювати позитивні, патріотичні настрої всередині держави та за її межами.

В ході деокупації Харківської області, та після цього, увага засобів масової інформації була прикута до ситуації на територіях, звідки було вибито окупантів. Тут варто відзначити сплеск діяльності не тільки українських, але й закордонних журналістів. Державна політика була направлена на висвітлення воєнних злочинів окупантів. Медійникам допомагали діставатися на місця зйомки військові та поліцейські.

Враховуючи вище згадане, можна дійти висновку, що загальна картина роботи ЗМІ у прифронтовому Харкові чітко відстежується. Журналісти зіткнулися з низкою проблем, оскільки, незважаючи на досвід держави роботи з пресою в зоні АТО/ООС, налагодженого механізму на початку вторгнення не було. Шляхом проб та помилок були вибудовані комунікації між медійниками та представниками силових структур. Також варто враховувати те, що більшість журналістів, які залишилися працювати у фронтовому регіоні, не мали досвіду роботи в зонах бойових дій. Війна змусила кожного кореспондента, який займається збором матеріалів, стати воєнним. Адже навіть соціальні, культурні чи політичні події, які описували медіа, мали відбиток реальної війни, не кажучи вже про інші теми у Харкові та області, якими

займалися журналісти. У порівнянні з минулими роками, коли світові ЗМІ, у тому числі українські, набиралися воєнного досвіду, ця війна має низку своїх особливостей, які впливають на процес висвітлення актуальної інформації. Повномасштабна війна привчає медівників нашої держави до нових реалій, де конкурентами у своїй справі стають не провідні газети, сайти чи телеканали, а телеграм-канали, які не несуть жодної відповідальності за наслідки своєї діяльності. Тоді як преса зобов'язана пройти не одне відомство, аби отримати дозвіл на діяльність, яка ще вчора вважалася абсолютно законною. В теорії існує багато прикладів того, якими можуть бути наслідки для журналістів, котрі дозволили собі відверто порушити журналістські стандарти. У воєнний час медівники на практиці дізналися, за яких обставин кожен із них може потрапити до «чорного списку» і закінчити свою кар'єру як мінімум до закінчення бойових дій та зняття акредитаційних обов'язків зі ЗМІ державою.

Розділ 3. ПРОЄКТ «ТРИ СЛОНИ ВОЄННОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ СУЧАСНОСТІ». ПРОФЕСІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ У ПРИФРОНТОВОМУ ХАРКОВІ

3.2. Опис та структура авторського проєкту.

Світова політика циклічна, як і людське життя. У нас немає нічого застиглого та постійного. Будь-яка система світового порядку народжується, зростає, хворіє, старіє, помирає, а їй на зміну приходить нова система. Смерть світових політичних систем дуже часто супроводжується смертями людей. У глобальному світі глобальними стають і конфлікти. Власне, саме так і виникають світові війни.

Наше прагнення до миру має бути прагматичним. Ніщо та ніхто у світі не є вічним: друзі, вороги, союзники, клімат. Якщо наша держава не збирається на когось нападати, то це не означає, що на неї не зазіхає хтось інший. Тому потреба в об'єктивній інформації завжди існує та існуватиме.

Створення єдиного інформаційного потоку під час війни – стратегічно важливе рішення. Вірне воно чи ні, але однозначно варте уваги для дослідження. Найважливіше у цій системі – уникати будь-яких відсилок до тоталітарного режиму, тиску на свободу слова як преси, так й інших громадян, які є важливими суб'єктами для суспільства – лідерами думок.

Проєкт «Три слони воєнного телебачення сучасності» - це робота з аналізу функціонування медіа, що поділені на окремі три категорії:

- 1) Регіональні ЗМІ. Надважлива структура журналістики, яка висвітлює найрізноманітніші питання зони власного впливу. Регіональні телеканали, газети, сайти не варто недооцінювати. Попри те, що найчастіше такі компанії мають менший фінансовий капітал, робота на місцях має свої переваги, у порівнянні із загальнонаціональними медіа. Регіональна журналістика висвітлює великий перелік питань, на які їхні більше «браття» медіа переважно «не розпиляються». Якщо говорити саме про цю особливість функціонування медіа, то варто зазначити: менша аудиторія не є значним недоліком таких ЗМІ, адже інформація, яка ним подається, цікава для меншої кількості людей, що пов'язані між собою передусім лише географічними факторами. Та від того вона не стає менш важливою для цієї категорії громадян. Тому така тенденція більше передбачувана, ніж стратегічно негативна. І в умовах війни регіональна преса не втрачає своєї ідентичності і важливості.
- 2) Загальнонаціональні ЗМІ. Звісно, щодо провідних телеканалів, які працюють у різних регіонах та висвітлюють події на всю Україну, інформації достатньо як в аналітиків, так і дослідників та навіть пересічних громадян. Проте сучасна війна змінила принцип роботи цих ЗМІ, утворивши «Єдиний марафон». Оскільки в умовах вторгнення держави-агресора на території суверенної країни інформаційна політика повинна працювати краще, ніж за будь-яких інших обставин, бо кожне повідомлення, яке споживає велика аудиторія, може зашкодити суспільству як у, так би мовити, духовному сенсі, так і фізичному. Тому з початком повномасштабної війни загальноукраїнська журналістика України досить сильно модифікувалась.
- 3) Закордонні ЗМІ. Якщо підіймати тему єдиної державної політики під час війни, варто пам'ятати, що внутрішніми процесами вона не

закінчується. Задля досягнення великої кількості цілей, про які йтиме мова пізніше, риторика головних осіб держави повинна розповсюджуватися далеко за кордоном. Відповідно, все інше, пов'язане із внутрішніми процесами в державі, піддається аналізу іноземної аудиторії і є надважливим саме для країни, що знаходиться в стані війни.

На мій погляд, описані вище напрямки воєнної журналістики сьогодення можна розцінювати як основні категорії функціонування телебачення в Україні, враховуючи іноземні телеканали (оскільки їхні працівники активно висвітлюють події війни). Незважаючи на те, що повномасштабна війна триває не перший місяць і воєнна тележурналістика працює на повну потужність як мінімум стільки ж часу, цей напрямок продовжує розвиватися та модифікуватися, а значить проведення дослідження на обрану тематику є актуальним.

Для того, щоб досягти максимальної результативності аналізу описаного вище процесу, було використано соціокомунікативний підхід – це підхід, що передбачає аналіз явищ в контексті суспільної взаємодії соціальних інститутів, засобів, соціальних ролей. На практиці, завдяки досвіду роботи у всіх зазначених напрямках телевізійної воєнної журналістики, було зроблено аналіз діяльності журналіста, різносторонності праці та специфіки висвітлення ситуації в тих чи інших структурах. На цьому прикладі вдалося дослідити модифікації функцій журналістики, враховуючи сучасні виклики, що і було зазначено метою реалізації вказаного проєкту. Всі матеріали були реалізовані шляхом публікацій на трьох платформах, що відповідають трьом напрямкам роботи воєнного телебачення, а саме: телеканалі «1+1», що є складовою «Єдиних новин», телеканалі «Сімон» на потужностях новинної служби МГ «Об'єктив», а також литовському телеканалі «TV3 Zinios», який займається висвітленням подій в Україні для країн Балтії. Загалом було розроблено понад

200 відеоматеріалів, з яких понад 150 було опубліковано на потужностях регіонального телеканалу, понад 50 – литовського та кілька матеріалів

розроблено, випущено в ефір та опубліковано на сайті загальноукраїнського ЗМІ.

3.2. Розробка журналістських матеріалів в умовах війни: реалізація медіа-продукту.

Робота над будь-яким журналістським матеріалом починається з пошуку теми. Очевидно, що в період війни більшість репортажів присвячується саме їй, або хоч якось пов'язана з воєнною тематикою. Звісно, це не означає, що безпосередньо все відзняте та змонтоване – про війну. Однак, оскільки дана робота присвячена аналізу саме воєнної журналістики, акценти розставлені саме на цьому.

Найбільша кількість не воєнної тематики або репортажів, що менше за інші пов'язані з бойовими діями, традиційно можна побачити в регіональній пресі. Це не пов'язано з внутрішньої політикою каналу. Як зазначалося вище, регіональні ЗМІ публікують матеріали на велику кількість тем, висвітлюють більшу кількість проблем, ніж загальнонаціональні, подекуди розпилюючись на ті питання, про які великі медіа можливо б і не згадали. Тому у вирі репортажів та інтерв'ю, відсоток зазначених матеріалів дещо більший. Під час роботи у медіа-групі «Об'єктив» було знято частину матеріалів, які не надто пов'язані з війною. Звісно, наскільки це можливо, адже війна вплинула на всі сфери людського життя в Харківському регіоні, без виключення. До прикладу можна навести інформаційні повідомлення стосовно епідситуації в області, виплатам соціальним групам населення, кількості зібраного врожаю, запуску пасажирського потягу тощо. Загалом, короткі інформаційні відео-повідомлення

є досить цікавим жанром, який нині спостерігається лише на двох регіональних телеканал Харківщини – «Суспільне Харків» та «Об’єктив-Новини». Їхня специфіка полягає у публікації важливої для суспільства інформації, яку глядачам повідомив спікер. Для того, щоб споживачу повідомлення не було нудно, людину, що розповідає в кадрі, перебивають тематичною чи актуально «картинкою». Звісно, будь-які ЗМІ можуть коригувати цей жанр по-різному, але в нинішніх реаліях, у Харківському регіоні, працює саме такий варіант. Не варто це плутати з інформповідомленням, яке глядачу пропонує диктор в студії новин, адже йдеться про окремий, змонтований відеоматеріал. На «Об’єктиві» цей жанр виник у зв’язку із зовнішніми факторами, що спричинила війна. Наприклад, якщо раніше будь-яку тему можна було доопрацювати до повноцінного сюжету, то сьогодні із такою тактикою роботи на телеканалі виникли проблеми. Оскільки процес виробництва сюжетів ліг на плечі тільки однієї знімальної групи, а фінансовий ресурс, як то забезпечення журналістів достатньої кількості пального, досить обмежений – доопрацьовувати подібні матеріали немає можливості – через брак робочих рук, часу та коштів. Проте, якщо вказана спікером інформація дійсно актуально та важлива для суспільства, і, що найголовніше, вона здобута журналістами, ЗМІ не має права її ігнорувати. Тому була введена окрема концепція, що допомагає зацікавити глядача у новому форматі. Для прикладу, можна навести кілька окремих тем, які зазнали таких подифікацій. Деякі із них вже були описані вище, як то епідситуація в регіоні, соціальні виплати, збір врожаю. До цього переліку можна додати інтерв’ю з керівником харківської «екстренки» стосовно роботи бригад «швидкої» на тимчасово окупованих територіях, інформація начальника військового угруповання стосовно ситуації на фронті тощо.

Аналіз роботи МГ «Об’єктив» проводив «Детектор-медіа» - ЗМІ, що займається аналітикою діяльності колег. Журналісти-дослідники виявили особливість діяльності телеканалу. Зазначається, що «розповідати про війну через історію людей – цей простий і водночас ефективний метод подачі

матеріалу використовують у програмі «Об'єктив». Тут немає «паркетних» новин». Дійсно, одна із поставлених задач під час моєї практичної діяльності на вказаному медіа-ресурсі – розповідати історії людей. Звісно, пов'язані із жахами війни, аби висвітлювати жахи сьогодення саме таким чином. За період роботи було розроблено велику кількість матеріалів про історії жителів Харківщини. Їх можна поділити на дві категорії. Перша – це розповідь про подію чи ситуацію, будь-яку тему, де акцент уваги поставлено на історію людини. Наприклад, це може бути репортаж з місця обстрілу, поданий через призму сприйняття постраждалого. Друга категорія – це цілісна історія людини або кількох людей, так би мовити сольний матеріал. До прикладу можна навести сюжет про жителя Північної Салтівки Льва Геннадійовича, який залишився один у напівзруйнованій багатоповерхівці. Або харків'янина, що з початку війни роз'їжджає містом на інвалідному візку з українським прапором великого розміру, аби навіювати патріотичні настрої.

Для того, щоб такі матеріали не набридали глядачам, необхідно приділити велику увагу підбору героїв сюжету, враховуючи велику конкуренцію на медіа-ринку. На жаль, не всі жахливі історії можуть зацікавити глядача. Наприклад, черговий сюжет про тітку із Салтівки, що сидить на лавці й скаржиться на постійні обстріли – через 5 місяців після початку вторгнення – скоріш за все не матиме успіху на медіа-ринку. В першу чергу через те, що за цей період подібних історій було безліч і фокус уваги тут не присутній. При підготовці матеріалу треба вишукувати особливості як у характерах персонажів, так і їхніх життєвих ситуаціях. До прикладу, про те, як готують їжу на підвір'ях багатоповерхівок Салтівки на вказаному телеканалі виходило кілька репортажів. Однак восени вийшло ще декілька матеріалів з Північної Салтівки. Цього разу увага була прикута опалювальному сезону та виселенню людей з аварійних будинків. Звісно, актуальність – це один із стандартів журналістики. Він може страждати, але зникати повністю не повинен у жодному випадку.

Показувати війну через історії постраждалих – принцип, яким керуються багато медіа. Якщо долучити до аналізу способів подачі інформації іноземний телеканал «TV3 Zinios», можна дійти висновку, що він таких використовує описану тактику. 100% підготовлених мною матеріалів пов'язані з висвітленням війни в Україні, 60% - це жахи бойових дій через призму історій постраждалих людей. Всі інші – актуальні та надважливі теми, історії людей, де не показані жахіття війни та інші репортажі, що не підпадають під вказаний стиль подачі інформації.

Для прикладу можна описати кілька матеріалів. Репортаж про життя після деокупації в селі Гусарівка, що під Балаклією. Жахи війни у цьому матеріалі висвітлені через поєднання в ньому одразу кількох історій. Перше – батьки, які шукають викраденого окупантами сина. Друге – селян, що залишилися без засобів існування, до того ж, вимушені готуватися до холодів без наявності будь-яких можливостей це зробити. А для того, щоб не змушувати глядача вірити журналісту на слово, в матеріалі залишені звуки вибухів, що чуються в селі, та фрагмент, коли через потрапляння на територію населеного пункту ворожого снаряду, знімальній групі разом із героями сюжету довелося ховатися в укритті. Завдяки перерахованим чинникам глядач має більше проникнути історіями людей, йому не треба вірити чи не вірити кореспонденту, а кореспонденту не потрібно детально описувати життя в прифронтовому селі словами, адже все це значно краще продемонстрували люди. Першочергово, саме такий матеріал потрібен закордонному глядачу. Адже там, де війни не має, проникнути ситуацією значно важче. Тому редакція телеканалу акцентує увагу не на твердженнях журналіста, а на реаліях, про які розповідають та які показують постраждалі. Власне, подібна тенденція спостерігається на телеканалі «Сімон». Редакція також мотивує подібні вказівки описаними вище аргументами. Якщо до цієї аналітики додати невеликий досвід роботи на телеканалі «1+1», то можна дійти висновків, що у

вказаній структурі правила подачі матеріалу дещо інші. В першу чергу це стосується вже досліджених норм перегляду глядачами відеоматеріалів. Як це було до повномасштабної війни, так і зараз, розлогі сюжети менше цікаві більшості населення, ніж коротші або хоча б вибудовані за принципом скорочення, коли і закадровий текст, і синхрони не перевищують вказаний редактором незначний хронометраж. Тому детального опису історій людей, що потребувало б більше часу в ефірі, на моїй практиці роботи у цьому ЗМІ не було. Якщо і зустрічався подібний матеріал, наприклад весілля на руїнах двох волонтерів, то увага була акцентована лише ключовим моментам їхнього життя. Також більше уваги приділялося подіям, висвітленим через історію кількох людей чи хронологію подій. Один із таких матеріалів стосувався пригону автомобілів для ЗСУ по нульовому розмитненні. Тоді в матеріалі відігравали роль кілька ключових персонажів – перекуп, людина з народу, що почала допомагати армії та переганяти машини. Це ключова фігура, на якій побудовано сюжет. Ще одна людина – українець в Литві, який немов консультує глядача що для цього необхідно. Та відомий волонтер Сергій Притула, який завдяки великому досвіду та великим об'ємам роботи розповідає про загальноукраїнську специфіку пригону авто для військових, про яку не можуть розказати перший та другий спікери.

Повертаючись до роботи на литовському телеканалі, наведу ще один приклад сюжетів висвітлення подій війни через історії людей – це історія працівниці дитячого садка Тамари, що залишилася переживати найстрашніші місяці війни на робочому місці. Власне, у цьому матеріалі висвітлюються умови існування пенсіонерки, героїня сюжету – дуже чуттєва жінка, що спонукає глядача до переживання. Таким чином вимальовується сюжет, де немає кадрів обстрілів, яскравої картини руйнувань, загиблих або чогось подібного. Його можна порівняти з історією виживання у голлівудському фільмі, на відміну від інших конкурентних кінострічок з великою порцією

екшену. Але саме такий стиль подачі інформації дозволяє показати глядачу жахіття війни під іншим ракурсом, більш тонко та зворушливо.

Друга категорія сюжетів, що була описана вище – це історії, де, хоч і згадується війна, але вона не відіграє ключової функції. Наприклад, історія харків'янина на інвалідній колясці, який розсікає містом з великим українським прапором задля того, щоб навіювати патріотичні настрої. Війна у цьому матеріалі відіграє роль «фону», адже відбувається дія у цей період життя суспільства. Проте ключову увагу приділено розкриттю особистості героя сюжету.

Третя категорія – це матеріали, які не підпадають під наведені вище способи подачі інформації. Наприклад, сюжет про виробництво окопних свічок для фронту та цивільного населення, де першочергово показана технологія виготовлення та хронологія російських ударів по інфраструктурі України. Чи матеріал про те, як військові разом із волонтерами переоснащують цивільні пікапи під так звані «бандеромобілі». Або ж матеріал про жителів Балаклії, які, перебуваючи під окупацією, добровільно передали своїх дітей російським солдатам, аби ті відвезли їх до табору відпочинку в країну-агресор. Тематика дітей – це досить витончена тема в плані написання матеріалу, адже існують певні правила такої роботи. У зазначеному матеріалі йшлося переважно про батьків, також був наведений коментар від правоохоронних органів на тему, чи підпадають вони під підозру у співпраці з окупантами. Саме цей матеріал іноземна редакція розцінювала як один із найцікавіших та таких, що отримав великий відгук від їхньої аудиторії. Знов таки, без екшену та крові. Це може свідчити про гуманне сприйняття війни жителями країн Балтики. Звісно, подібна тенденція таки прослідковується і в українських засобах масової інформації. Але у відчизняних медіа спроби показати більше «трешу» все ж таки залишаються актуальними як з боку журналістів, так і керівництва редакції. І важливу роль у цьому відіграє аудиторія, яка підтримує подібні

матеріали своєю реакцією на них. Проте, варто підкреслити, такі випадки розглядаються індивідуально і досить часто вони можуть бути повністю виправданими.

На запит до редакторів соцмереж та сайту телеканалу «Сімон» було здобуто інформацію стосовно аналізу цільової аудиторії. Зазначається, що станом на вересень список найпопулярніших матеріалів очолювали сюжети, безпосередньо пов'язані з війною. Наприклад, затримання російського військовослужбовця після контрнаступу Збройних сил України в Харківській області. Або історія аграрія, який знайшов на полі російський покинутий МТ-ЛБ та разом із колегою притягнув його трактором для української армії. Також людей цікавили й соціальні теми. Наприклад, один із найпопулярніших матеріалів – це історія виселення жителів Північної Салтівки із напівзруйнованих будинків. Загальна тривалість перегляду матеріалів складає 30%-50% від репортажу. (Додаток Б) Тобто найчастіше люди переглядають матеріал приблизно до середини. Фахівці телеканалу це пов'язують із популяризацією короткого жанру журналістики, а також соцмереж. Враховуючи статистику, влучним буде матеріал, загальним хронометражем 1 хв. – 1,5 хв., оскільки це середня тривалість перегляду в часі. Проте в такому випадку втрачається якість багатьох сюжетів і чи будуть матеріали настільки ж популярними, коли вони будуть короткими, але втратять частину якості? Питання відкрите.

Продовжуючи тему контенту, слід акцентувати увагу на військову тематику. Під час воєнного стану матеріали стосовно українських військовослужбовців були і є актуальними зі зрозумілих причин. Як вже було описано в теоретичній та аналітичній частинах моєї роботи, існують певні правила комунікацій із представниками військових формувань.

Все ж таки, порівнюючи контент трьох видів телевізійної журналістики, можна дійти висновку, що матеріали про українських захисників в пріоритеті для згаданих телеканалів. Для публікації репортажів для телеканалу «Сімон» та «TV3 Zinios» було організовано виїзд на позиції Збройних сил України в Ізюмському напрямку. Як і передбачає теорія, для зйомок на фронті першочергово необхідно налагодити комунікацію з відповідальним прес-офіцером. Цей зв'язок було устатковано з представником 93-ї Окремої механізованої бригади, яка виконувала бойові завдання у тому числі в Харківській області. Перед виїздом було обговорено план проведення зйомок, маршрут та обов'язки кореспондентів. Щодо обов'язків, то першочергово правила стосувалися дотримання норм безпеки та нерозголошення інформації, опис якої було здійснено в попередніх частинах магістерської роботи. Звісно, найголовнішим фактором організації такої роботи була наявність акредитації від Міністерства оборони України. Таким чином в липні 2022 року знімальній групі МГ «Об'єктив» вдалося побувати на позиціях українських військ за 800 метрів від ворога. Незважаючи на складні погодні умови, журналістів було доставлено на місця зйомок та вивезено звідти в узгоджені терміни, ресурсами Збройних сил України.

Специфіка роботи ЗМІ на фронті полягає у дотриманні абсолютно всіх вимог прес-офіцера та командира обраної частини, навіть якщо ці вимоги на перший погляд можуть здатися дивними чи маніпуляційними. Перебуваючи там медівники повинні не зашкодити не тільки собі, але й військовим. Тож різноманітні вказівки командирів виходять із міркувань безпеки, як фізичної, так і інформаційної. Крім того, кореспондент не має права брати в руки зброю задля бойового використання. А комунікацію з військовослужбовцями налагодити таким чином, що отримати максимально щирі та повноцінні відповіді на свої запитання. Звісно, перебуваючи на фронті кореспонденти бачать значно більше, ніж мають право висвітлювати у своїх матеріалах. І не

завжди все побачене чітко прописані правилами перебування на позиціях. Тому досвідчені кореспонденти радять порадитися з прес-офіцером перед публікацією матеріалів з таких місць. По-перше, аби не зашкодити українській армії. А по-друге, перестрахуватися на випадок допущення помилок. Звісно, після зйомок на передовій та написання матеріалів МГ «Об'єктив» комунікувала з відповідальною особою, було усунуто кілька кадрів. Наприклад, ракурс з крайнього окопу, де видніється горизонт і можливі позиції ворога довелося видалити. Також обрізати попросили кадр з підбитим російським танком на лінії зіткнення, аби його місце перебування неможливо було вирахувати.

Матеріали з передової були опубліковані на ресурсах МГ «Об'єктив» та «TV3 Zinios». Слід зазначити, що обидва медіа дотримувалися схожої манери висвітлення матеріалів – два репортажі приблизно по 5 хвилин, де йшлося як про долю українських бійців, так і про зброю, яку використовують у ході боїв. Саме на цьому була зорієнтована ключова увага під час написання сюжетів.

Варто зазначити, що журналісти не рідко користуються власними знайомствами, аби організувати зйомку. Іноді йдуть на компроміс, аби задовольнити як свої професійні потреби, так й іншої сторони. Наприклад, перебуваючи у складі знімальної групи «Об'єктива» нам вдалося вибудувати справедливі стосунки з представниками Нацполіції Харківської області. Завдяки пропозиції розробити великий матеріал, інтерв'ю з начальником на тему роботи поліції за весь період війни, вдалося домогтися організації знімального процесу зі спецпризначенцями силової структури. Варто пам'ятати, що журналіст працює на суспільство і будь-які надто теплі стосунки з органами влади чи іншими структурами недопустимі. У цьому є випадку вдалося «вбити обох зайців», адже інтерв'ю про роботу поліції було ексклюзивним. Начальник ГУНП Володимир Тимошко розкрив детальні подробиці перших тижнів війни, деякі з яких до цього моменту ніхто не

розголошував. А такий матеріал не просто цікавий суспільству, він важливий для жителів Харківської області та українців загалом. Йшлося про вуличні бої, обстріли силових структур та деякі особливості проведення спецоперацій поліцейськими спецпризначенцями. Для поліції ж таке інтерв'ю відчить про зацікавленість ЗМІ їхньою діяльністю, тому всі домовленості щодо його проведення були дотримані. У відповідь на це, начальник правоохоронної системи регіону по проханню кореспондентів доручив підлеглих організувати знімальний процес у небезпечних на той момент районах – звільненому від окупантів селі Вільхівка та Північній Салтівці.

Описані вище комунікації – це приклад збалансованої роботи преси з силовими структурами, оскільки при розумно розробленій домовленості та зацікавленості обох сторін можна задовольнити професійні потреби, не маючи при цьому жодних зобов'язань.

Дотримання журналістських стандартів – це золоте правило функціонування медіа. Але практика показує, що теоритичні аспекти іноді відчутно відрізняються від реалій сьогодення. Стосовно журналістики війни можна зазначити, що найпоширенішим порушенням загальноприйнятих стандартів є недотримання авторами правила балансу думок. Очевидно, що перебуваючи в зоні бойових дій кореспондент не повинен вдаватися в пропаганду, а публікувати тільки перевірені факти. А у будь-якому конфліктному матеріалі, для підтвердження об'єктивності автора зокрема, мають бути наведені як мінімум дві точки зору – обох сторін, які конфліктують між собою. Проте воєнні дії впливають на всі сфери діяльності людини й журналістика не є винятком. Брати коментар в українського військового, а потім у російського у нинішніх реаліях можна назвати безглуздим рішенням. А також таким, що не має можливості в реалізації. І якщо в будь-якій іншій ситуації автор матеріалу міг би «отримати на горіхи» від редактора за однобоке висвітлення події, то у воєнний час такий варіант подання матеріалу вважається

стандартним. До того ж, іноді у своїх матеріалах кореспонденти використовують публічні заяви держави-агресора і це можна вважати дотриманням балансу думок. Хоча у таких матеріалах спостерігається відверта недовіра такому джерелу інформації, як органи Російської Федерації.

Ще один стандарт, який систематично порушується пресою, це оперативність. Однак у цій царині спостерігається зовсім інше підґрунття. Якщо кореспондент збирає матеріали, пов'язані з діяльністю військових структур ЗСУ, він повинен усвідомлювати, що найперше завдання воєнного журналіста у подібних ситуаціях – не нашкодити власній армії. Оскільки публікація описаних вище матеріалів потребує хоча б мінімального узгодження з військовими прес-офіцерами, журналіст має коригуватися їхніми інструкціями стосовно його змісту та термінів публікації інформації. Передусім, такі дії можна назвати «страховкою». Мовляв, на випадок того, що ворог вирішить завдати удару по місцям скупчення людей, де працював кореспондент тощо. Крім того, у період воєнного стану в Україні діє заборона на прямі включення з місць обстрілів, зони бойових дій та інших місць, що вважаються стратегічно важливими об'єктами. За період повномасштабної війни бували випадки, коли українські або російські журналісти викривали стратегічно важливі позиції у своїх репортажах, після чого в це місце наносилися удари. Найвідоміший випадок стався в Україні, коли після репортажу телеканалу «1+1» з заводу по ремонту військової техніки російські окупанти обстріляли вказану локацію.

Задля проведення детального аналізу медіа-ринку досліджувалось журналістське ремесло Харківського регіону у період повномасштабної війни, починаючи з березня і закінчуючи жовтнем 2022 року. За цей період було розроблено більше 250 відеоматеріалів, які були опубліковані на телебаченні регіонального, загальноукраїнського та іноземного рівнів. Завдяки великому обсягу роботи, було описано та проаналізовано велику кількість ситуацій,

пов'язаних з діяльністю журналіста у прифронтовому Харкові. Це дало змогу виокремити специфіку роботи медійника для різних рівнів тележурналістики, з'ясувати, що першочергово відмінності діяльності журналістів на різних телеканалах полягають у методах подачі інформації. Те, яким чином розповідати про війну, редакції визначають, враховуючи потребу аудиторії. Українська ж аудиторія, враховуючи дослідження двох вітчизняних медіа, потребує короткого жанру, що аж ніяк не простежується на іноземному рівні, де кожен із матеріалів повинен бути продемонстрованим у якості міні-фільму. Ще один фактор, за яким працюють ЗМІ – контент, потребує окремої уваги. Адже контент – це специфіка будь-якого телеканалу України чи закордону, тому він відрізняється навіть в ідентичних між собою медіа. Якщо ж говорити про рівні телеканалів, що були проаналізовані, то слід зазначити: регіональна преса висвітлює значно більший за кількість перелік питань, ніж загальноукраїнська чи іноземна. Це пов'язано з її статусом в очах цільової аудиторії та правилам діяльності, які в деяких моментах диктуються саме споживачами інформації. Інші ж ЗМІ, що піддавалися аналізу, виокремлюють для себе найголовніше або найцікавіше для глядача, тим самим будуючи власний контент на основі вагомих за значимістю та цікавих за переглядами новин. Таким чином й вибудовується схема роботи того чи іншого телеканалу, який акцентує увагу на найголовніших для себе функціях сучасної журналістики.

У минулому столітті іноземні дослідники прописували функції ЗМІ наступним чином: служіння політичній системі, обговорювання громадських справ, захист прав особи перед урядом, просвіщення публіки, аби зробити її здатною до самоуправління, забезпечення розваги читачів, служіння економічній системі та реклама. А радянська преса передбачувала всього три функції: пропагандистка, агітаційна та організаторська. Дослідники сучасності дещо розширили цей спектр і, за загальним аналізом Володимира

Безсмертного, вони виглядають так: функція соціальної критики, ідеологічна, культурна, розважальна та рекламна.

Сьогодні частина цих функцій перестала працювати, проте деякі з них залишилися або навіть поширилися. Отже, згідно з результатами дослідження, модифіковані функції української журналістики сучасності виглядають наступним чином:

- Ідеологічна функція. На відміну від радянського розуміння цього поняття, у реаліях війни ідеологічна функція надає зовсім інші результати. Першочергово це стосується висвітлення діяльності держави, громадянином якої є кореспондент, та ворога. По суті, йдеться про боротьбу з ворожою пропагандою. Інформаційний фронт має працювати на повну потужність і описувати загальну ідеологію, яка не розходиться із загальноприйнятими нормами демократії та реальними подіями війни. Таким чином – боротися з російською пропагандою та підтримувати патріотичні настрої в українському суспільстві.

- Миротворча функція. Журналісти зобов'язані висвітлювати події війни, але не підбурювати суспільство до насильства. Ця функція має забезпечувати роботу ЗМІ на загальному прийнятому гуманному полі бою – висвітлювати жахи, страждання суспільства через будь-які негативні фактори, ключовими з яких є бойові дії.

- Життєзабезпечувальна функція. В умовах війни «вижити» стало складніше, як людям, так і організаціям. Тепер замість рекламної функції існує життєзабезпечувальна функція або функція виживання. Адже редакції необхідно знайти шляхи існування медіа, а також зробити все можливе, аби максимально захистити своїх працівників.

- Фіксаційна. Оскільки нинішнє суспільство існує в переломний період історії, перед кореспондентами постала задача фіксувати історичні події та моменти. Це необхідно для збереження історичної значущості сучасних подій.

Саме тому багато медійників, які втратили свою роботу, не покидали працювати журналістом та фіксувати все, що коїться навколо. Адже все це ще неодноразово знадобиться суспільству. Тому журналістика сучасності повинна фіксувати та зберігати буквально все, що зараз відбувається. Завдяки цьому пишеться історія.

ВИСНОВКИ

Світова воєнна журналістика має велику історію формування та розвитку. Війни загартували суспільство жити за новими реаліями, а журналістів – пізнавати для себе нові напрямки діяльності. Українська воєнна журналістика також має своє коріння, у тому числі в новітній історії, коли на територію держави вторглись ворожі війська у 2014 році. Тим не менш, цей досвід не розширився на загальний спектр журналістів і лише в період повномасштабної війни, шляхом проб та помилок, воєнна журналістика України йде шляхом свого формування.

Харківський регіон став одним із найбільших скупчень представників ЗМІ в період повномасштабної війни через свою значущість. Значна частина українських та іноземних журналістів працювала в обласному центрі попри велику загрозу штурму міста в перші місяці війни. Згодом, коли ситуація дещо стабілізувалась, кількість медійників лише збільшувалась. Це дало змогу сформувати новий, потужний медіа-простір регіону, складовими якого були найрізноманітніші матеріали у всіх напрямках журналістики.

Через відсутність великого досвіду роботи під час війни, велика частина працівників ЗМІ була вимушена навчатися новому ремеслу. Окрім особливостей практичної діяльності, виникала потреба удосконалення своїх теоретичних навичок та комунікаційних здібностей. Перед кореспондентами постали нові задачі, метод подачі інформації модифікувався, принципи роботи ЗМІ змінилися через воєнний стан. Сприяли цьому кілька факторів, зокрема: законодавчі зобов'язання, чинні під час воєнного стану; емоційне напруження суспільства; боротьба з ворожою пропагандою та високий рівень небезпеки. Щоб проаналізувати практичні особливості роботи ЗМІ в описаних вище умовах та визначитися з сучасними викликами перед медіа, а також розробити нові функції журналістики, що являються актуальними в нинішній час, було

розроблено та реалізовано проєкт, який ґрунтується на практичній діяльності в Харківському регіоні під час війни «Три слони воєнного летебачення сучасності». Ключовою дією проєкту, на основі якої було проведено дослідження, є професійна зайнятість – робота на трьох принципово різних за структурою, цільовою аудиторією та внутрішньою політикою телеканалів: «1+1», «Сімон» та «TV3 Zinios» - для того, щоб охопити максимально великий спектр інформації і використати її в процесі аналізу.

Отже, у ході дослідження було виявлено наступне. Сучасна журналістика України перетворилася на воєнну, адже вимушена працювати за канонами воєнного стану юридично. Підрив економіки, що з собою привела війна, змогли пережити не всі ЗМІ Харківського регіону. На перших етапах війни відчувалася істотна перевага популярних телеграм-каналів над професійними ЗМІ. Дещо згодом телеканали та інтернет-видання почали наверстати упущене. Медіа-простір Харкова перетворився на описи хроні війни, а з кожним наступним місяцем лише розширювався. Відбувся сплеск кадрових змін у ЗМІ регіону – міграція населення, у тому числі й журналістів; припинення або замороження діяльності деяких телеканалів, що змусило багатьох медійників шукати нову роботу; збільшення частки іноземних журналістських компаній, що надало змогу вітчизняним кореспондентам спробувати свої сили саме там й забезпечити собі прибуток в умовах війни. Поширилася тенденція заробітку у якості фіксерів.

Журналісти стали скрупульознішими, особливі відносини з органами влади та силовим блоком нерідко використовувались задля здобуття інформації, адже доступ до неї ускладнився – у порівнянні з довоєнним періодом. Перед представниками медіа постали нові задачі: «гарячі» матеріали з місць обстрілів або проведення бойових дій, безпосередньо з фронту чи інших позицій українських військових, унікальні історії виживання. Тоді як керівники

медіа кидали ресурси на збереження своїх ЗМІ, оскільки більшість фінансових потоків зникло.

На фоні війни та згаданих факторів класична українська журналістика почала змінюватись. Деякі її функції перестали працювати, натомість додалися нові. Наприклад, ідеологічна функція – поняття досить розширене і в сучасному українському суспільстві відіграє зовсім іншу роль, ніж в період Радянського союзу. Миротворча функція – це, власне, явище, пов'язане із загальними стандартами журналістики. Підбурення до порушення закону чи створення конфліктів необхідно уникати, проте в умовах війни цей напрям роботи переріс в дещо більше, ніж просте правило. Миротворча функція – це дотримання тонкої межі між висвітленням жахливої реальності та утриманням психоемоційної стабільності в соціумі. В першу чергу, це пов'язано зі зміною життєвого становища в країні загалом. Саме цей чинник і призвів до формування ще однієї функції – життєзаезпечувальної. У сучасному світі вижити стало складніше як фізичним, так і юридичним особам, і ЗМІ – не виключення. Четверта функція – фіксаційна. Важливість сучасних подій важко переоцінити навіть споглядаючи на це через призму всієї історії цивілізованого людства. Саме тому документування сьогодення, що є одним із принципів роботи журналістів, у 21 столітті набуло особливої значущості.

Кваліфікаційна робота є корисною для продовження наукового дослідження сучасної української журналістики. Описані в ній особливості практичної діяльності разом із досвідом, який журналісти набиратимуть впродовж наступних етапів повномасштабної війни, надає підґрунтя для проведення аналізу розвитку української воєнної журналістики як окремого напрямку, а також розробку нових етапів формування класичної української журналістики. Такі матеріали можуть бути використані в процесі написання наукових досліджень, статей, а також праць, що полягають у висвітленні загальних історичних подій в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Афганська неоголошена війна (1979-1989): вінницький вимір : бібліогр. покажч. / Н. Добровольська та ін. ; Вінниць. обл. універс. наук. бібліот. : обл. краєзн. музей, 2004. 124 с.
2. Безсмертний В. М. Українська журналістика та її воєнний сегмент учора, сьогодні, завтра. Київ : Ліра-К, 2019. 200 с. Бібліотечно-інформаційне обслуговування : навч.-метод. матеріали для кафедри Історії. / Чорномор. нац. універ. Ім. П. Могили : Котляр Ю. 2022. 3 с.
3. Бібліотечно-інформаційне обслуговування : навч.-метод. матеріали для кафедри Історії. / Чорномор. нац. універ. Ім. П. Могили : Котляр Ю. 2022. 3 с.
4. Бочкала Р. О. Біографія [Електронний ресурс] // Му.рейтинги. 2020. URL: <https://my.ua/persons/roman-bochkala> (дата звернення 04.09.2022)
5. Бровинська М. Что делать с телеграмм-каналами, плохими СМИ и «пленками Гончарука». Интервью с Ткаченко [Електронний ресурс] // Ліга.Нет. 2020. URL: <https://tech.liga.net/technology/interview/aleksandr-tkachenko-my-libo-demokraticeskaya-strana-libo-my-roskomnadzor?fbclid=IwAR0Ql-Qgdnl3oUZ9DwUb6fzzhW9T8dDRPiWJs17afmWN0iHZ1IKJFWRpVPI> (дата звернення 28.09.2022)
6. Бутусов Ю. Є. Біографія. [Електронний ресурс] // Обозреватель. 2020. URL: <https://web.archive.org/web/20200619013527/https://www.obozrevatel.com/ukr/person/2544.htm#person-biography> (дата звернення 04.09.2022)
7. Голуб М. Медійні злочини Росії у війні проти України [Електронний ресурс] // Інститут масової інформації. 2022. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/medijni-zlochyny-rosiyi-u-vijni-proty-ukrayiny-onovlyuyetsya-i44098> (дата звернення 28.09.2022)

8. Горевалов С. И., Зыкун Н. И. Военные СМИ Украины на рубеже веков: проблемы и задачи (евроинтеграционный процесс) // Киевский национальный университет им. Т. Шевченко. 2014. 15 октяб. 43-49 с.

9. Додатковий протокол до Женевських конвенцій, що стосується захисту жертв міжнародних збройних конфліктів : Женевська конвенція : за станом 8 черв. 1977 р. / Верхов. Рада УРСР. Офіц. Вид. Київ : Парлам. вид-во, 1989. 42 с.

10. Додаткові протоколи до Женевських конвенцій про захист жертв війни [Електронний ресурс] // Cyclop.com.ua. 2015. URL: <https://cyclop.com.ua/content/view/1058/58/1/11/#25172> (дата звернення 01.10.2022)

11. Кайндль Р. Ф. Візит до Чечні імператора Австро-Угорщини Франца-Йосифа [Електронний ресурс] // Муніципальна бібліотека ім. А. Добрянського. 2020. URL: <http://www.dobrabilioteka.cv.ua/ua/news?id=1216725> (дата звернення 26.10. 2022)

12. Конвенція про відкриття воєнних дій [Електронний ресурс] // Lillian Goldman Law Library. 2006. URL: https://avalon.law.yale.edu/20th_century/hague03.asp (дата звернення 20.09.2022)

13. Кримська війна [Електронний ресурс] // Nina.az. 2021. URL:https://www.wiki.uk-ua.nina.az/%D0%9A%D1%80%D0%B8%D0%BC%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D0%B2%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B0.html (дата звернення 03.09.2022)

14. Куляс І. О. Макаренко. Ефективне виробництво теленовін: стандарти інформаційного мовлення; професійна етика журналіста-інформаційника : практ. посіб. Київ : ХББ, 2006. 120 с.

15. Лонглі Р. Біографія Йоганна Гутенберга, німецького винахідника друкарського верстата [Електронний ресурс] // Greelane. 2020. URL: <https://www.greelane.com/uk/%D0%B3%D1%83%D0%BC%D0%B0%D0%BD>

%D1%96%D1%82%D0%B0%D1%80%D0%BD%D1%96-%D0%BD
%D0%B0%D1%83%D0%BA%D0%B8/%D1%96%D1%81%D1%82%D0%BE
%D1%80%D1%96%D1%8F-%D1%96-%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8C
%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0/johannes-gutenberg-and-the-prin (дата
звернення 03.09.2022)

16. Маруховський О. О. Сучасна українська журналістика про новий глобальний виклик України щодо європейської інтеграції в умовах російської агресії 2022. Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2022. 857 с.

17. Мельцер Н. Міжнародне гуманітарне право. Київ : Міжнародний Комітет Червоного Хреста, 2020. 396 с.

18. Михайлін І. Л. Основи журналістики. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 496 с.

19. Мосьондз О. Моє рідне місто в окупації. Я був солдатом і нині їжджу на фронт [Електронний ресурс] // Армія.Інформ. 2021. URL: <https://armyinform.com.ua/2021/07/31/moye-ridne-misto-v-okupacziyi-ya-buv-soldatom-i-nyni-yizhdzhu-na-front/> (дата звернення 04.09.2022)

20. Немирович-Данченко В. И. Год войны. Дневники русского корреспондента: главы из книги // Московский журнал. 2002. №8. С. 18-27.

21. Ніч К. В. Історія Римської республіки. Київ, Goodbook, 2010. 400 с.

22. Петрович А. Осмислення проблем журналістики в новітній філософії «Чотири твори преси» Ф. Сібєрта, Т. Петерсона і У. Шрамма. Телебачення як повернення людства до епохи усної комунікації. [Електронний ресурс] // Українська бібліотека знань. 2020. URL: <https://ukrlib.in.ua/osmyslennya-problem-zhurnalistyky-v-novitnij-filosofiyi-chotyry-tvory-presy-f-siberta-t-petersona-i-u-shramma-telebachennya-yak-povernennya-lyudstva-do-epohy-usnoyi-komunikatsiyi.html> (дата звернення 07.09.2022)

23. Положення про закони і звичаї війни на суходолі : IV Конвенція : за станом 18 жовт. 1907 р. / Верхов. Рада України. Офіц. Вид. Київ : Парлам. вид-во, 1991. 5 с.

24. Про відзначення військових журналістів : Наказ : за станом 14 лют. 2018 р. / Мін. Оборони України. Офіц. Вид. Київ : Парлам. вид-во, 2018. 1 с.

25. Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів : Закон України : за станом 23 верес. 1997 р. / Верхов. Рада України. Офіц. Вид. Київ : Парлам. вид-во, 1997. 302 с.

26. Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні : Закон України : за станом 16 листоп. 1992 р. / Верхов. Рада України. Офіц. Вид. Київ : Парлам. вид-во, 1993. 402 с.

27. Про затвердження Інструкції про порядок виконання норм міжнародного гуманітарного права у Збройних Силах України : Наказ : за станом 23 бер. 2017 р. / Мін. Оборони України. Офіц. Вид. Київ : Парлам. вид-во, 2017. 171 с.

28. Про затвердження тимчасової інструкції : Наказ Міністерства внутрішніх справ України станом 13 черв. 2000 р. / Верхов. Рада України. Офіц. вид. Київ : Парлам. вид-во, 2000. 6 с.

29. Про інформацію: Закон України за станом 02. жовт. 1992 р. / Верхов. Рада України. Офіц. вид. Київ : Парлам. вид-во, 1992. 650 с.

30. Про організацію взаємодії : Наказ головнокомандувача ЗСУ за станом 3 бер. 2022 / Мін. Оборони України. Офіц. вид. Київ : Парлам. вид-во, 2022. 11 с.

31. Про поводження з військовополоненими : Женевська конвенція : за станом 12 серп. 1949 р. / Верхов. Рада УРСР. Офіц. Вид. Київ : Парлам. вид-во, 1955. 57 с.

32. Про право журналістів не розкривати свої джерела інформації. [Електронний ресурс] // Центр демократії та верховенства права. 2005. URL: <https://cedem.org.ua/library/rekomendatsiya-r-2000-7-pro-pravo-zhurnalistiv-ne-rozkryvaty-svoyi-dzherela-informatsiyi/> (дата звернення 28.10.2022)
33. Про професійних творчих працівників та творчі спілки : Закон України за станом 07 жовт. 1997 р. / Верхов. Рада України. Офіц. вид. Київ : Парлам. вид-во, 1997. 312 с.
34. Руденко О. В. Типологія телевізійного інтерв'ю як складової частини масової комунікації // Науковий вісник Південноукраїнського державного педагогічного університету ім. К. Д. Ушинського. Одеса, ПДПУ, 2010. 211 с.
35. Статут Національної спілки журналістів України [Електронний ресурс] // Національна спілка журналістів України. 2022. URL: <https://www.nsju.org.ua/statut> (дата звернення 13.09.2022)
36. Тищенко К. Журналіст Александр Махов погіб от обстрелов. [Електронний ресурс] // Українська правда. 2022. URL: <https://www.pravda.com.ua/rus/news/2022/05/4/7344078/> (дата звернення 04.09.2022)
37. Томіленко С. А. В Україні вшанують пам'ять загиблих українських журналістів [Електронний ресурс] // Альтернатива. 2020. URL: <https://alternatyva.org/2020/09/16/v-ukraini-vshanovuiut-pam-iat-zahyblykh-ukrainskykh-zhurnalistiv/> (дата звернення 04.09.2022)
38. Усманова О. В. Історія української журналістики ХХ-ХХІ ст.: навчально-методичний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра напряму підготовки «Журналістика». Запоріжжя, ЗНУ, 2015. 95 с.
39. Холоденко О. Єфрем Лукацький та Андрій Цаплійко: Коли у країні війна, всі журналісти – воєнні [Електронний ресурс] // Інтерв'ю з України.

2018. URL: <https://rozmova.wordpress.com/2019/01/12/andrij-tsaplienko-2/> (дата звернення 04.09.2022)

40. Цаплієнко А. Ю. Книга змін. Київ : Клуб Сімейного дозвілля, 2015. 256 с.

41. Усманова О. В. Історія української журналістики ХХ-ХХІ ст.: навчально-методичний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра напряму підготовки «Журналістика». Запоріжжя, ЗНУ, 2015. 95 с.

42. General Order after the Fall of Sebastapol: Prince Gortschakoff // New York Times. 1855. №187. С. 2-4.


43. Perry James M. Book review // The World's Greatest War Correspondent. The New York Times. 2000. №112. С. 3.

44. Weaver, D., Löffelholz, M. Global Journalism Research: Theories, Methods, Findings, Future. Wiley, 2008. 304 p.

ДОДАТКИ


Додаток А

Прес-карта ЗМІ від Міністерства оборони України



Збройні Сили України
Armed Forces of Ukraine

ПРЕС-КАРТА/PRESS CARD №10245



Медіагрупа "Об'єктив"

**Листопад
Артем
Анатолійович**









Україна

1. The press card enables to perform editorial tasks in the combat zone and in the curfew under the conditions.
2. In case of violation of the conditions, disclosure of confidential information (operational security violation) or transfer of the card to other persons, you may be deprived of accreditation without the right to renew.
3. The Armed Forces of Ukraine are not responsible for your life and health while in the combat zone.
4. Contact phone number to verify the accreditation:
0 894 201 864.

1. Прес-карта дозволяє виконувати редакційні завдання у зоні проведення бойових дій та у комендантський час.
2. У разі порушення умов журналістської діяльності розголошення конфіденційної інформації чи передачі карти іншим особам, Вас може бути позбавлено акредитації без права відновлення.
3. Збройні Сили України не несуть відповідальності за Ваші життя та здоров'я при перебуванні у зоні проведення бойових дій.
4. Контактний телефон органу, який видав акредитацію:
0 894 201 864.

Додаток Б

Список популярного контенту YouTube-каналу «Сімон» станом на жовтень 2022 р.

| Самый популярный контент за период | | | |
|------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|-----------|
| Контент | | Средняя продолжительность просмотра | Просмотры |
| 1 |  На Харківщині зловили російського вояку-втікача 14 сент. 2022 г. | 1:31 (51,5 %) | 344 174 |
| 2 |  Буду гинуті у своїй квартирі – жителі Північної Салтівки бунтують проти ви... 1 окт. 2022 г. | 1:17 (40,2 %) | 211 185 |
| 3 |  "Мне у вас тут так нравится. Я, наверное, сюда и семью перевезу" 🤔 29 сент. 2022 г. | 0:25 (72,7 %) | 147 781 |
| 4 |  Батьки з Балаклії просять Україну допомогти повернути дитину з РФ 15 сент. 2022 г. | 0:49 (24,0 %) | 26 157 |
| 5 |  Насправди. Игорь Беркут 16 сент. 2011 г. | 6:17 (30,9 %) | 21 454 |
| 6 |  Розсікає по Харкову 50 км/год. на інвалідній колясці із українським прапор... 12 окт. 2022 г. | 0:56 (25,1 %) | 8 048 |
| 7 |  Мешканці напівзруйнованих будинків Північної Салтівки готуються зимува... 8 окт. 2022 г. | 1:47 (39,9 %) | 8 013 |
| 8 |  Із ворожої техніки – в модель для фотосесій: вулицями Харкова місяць їзд... 23 сент. 2022 г. | 1:57 (53,5 %) | 6 116 |