

Держава та регіони

ISSN 2219-8741

Серія: Соціальні комунікації
2024, № 2 (58)



Науково-виробничий рецензований журнал

виходить щоквартально

Головний редактор:

Бессараб А. О., д. н. із соц. ком., професор

Редакційна колегія:

Соціологія

Зоська Я. В., д. соц. н., професор

(заступник головного редактора)

Гордієнко Н. М., д. соц. н., професор

Позднякова-Кирбят'єва Е. Г., д. соц. н., професор

Кодацька Н. О., к. соц. н., доцент

Соціальні комунікації

Пономаренко Л. Г., д. н. із соц. ком., професор (заступник
головного редактора)

Богуславський О. В., д. н. із соц. ком., професор

Гіріна Т. С., д. н. із соц. ком., професор

Дяченко М. Д., к. н. із соц. ком., д. пед. н., професор

Женченко М. І., д. н. із соц. ком., доцент

Зелінська Н. В., д. філол. н., професор

Зикун Н. І., д. н. із соц. ком., професор

Ковпак В. А., д. н. із соц. ком., доцент

Лизанчук В. В., д. філол. н., професор

Пенчук І. Л., д. н. із соц. ком., професор

Поплавська Н. М., д. філол. н., професор

Теремко В. І., д. н. із соц. ком., доцент

Фінклер Ю. Е., д. філол. н., професор

Холод О. М., д. філол. н., професор

Шевченко О. В., д. н. із соц. ком., професор

Хітрова Т. В., к. філол. н., професор

Бондаренко І. С., к. філол. н., доцент

Досенко А. К., к. н. із соц. ком., доцент

Кіца М. О., к. н. із соц. ком., доцент

Козиряцька С. А., к. н. із соц. ком., доцент

Мудра І. М., к. н. із соц. ком., доцент

Полежаєв Ю. Г., к. н. із соц. ком., доцент

Іноземні члени редакційної колегії:

О. Синовець, д. філос. в галузі соціології

(Республіка Польща)

Б. Плішка, д. філос. в галузі політології

(Республіка Польща)

Рагімлі Руслан Гігал огли, к. і. н., доцент

(Азербайджан)

Рецензенти:

Гіріна Т. С., Досенко А. К., Зоська Я. В., Кіца М. О.,

Ковпак В. А., Мудра І. М., Пономаренко Л. Г.,

Трегуб А. М., Хітрова Т. В., Чернявська Л. В.

Журнал включено до переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук із соціальних комунікацій,

спеціальність 061

(Наказ МОН України від 02.07.2020),

доктора і кандидата соціологічних наук,

спеціальність 054

(Наказ МОН України від 24.09.2020)

Категорія Б

Засновник:

Класичний приватний університет

внесено до Реєстру суб'єктів у сфері медіа

Рішенням Національної ради України з питань

телебачення та радіомовлення

№ 1543 від 09.05.2024

Ідентифікатор медіа R30-05047

Видавець:

Класичний приватний університет

Свідоцтво Державного комітету телебачення

та радіомовлення України

про внесення суб'єкта видавничої справи до

Державного реєстру видавців, виготівників

і розповсюджувачів видавничої продукції

Серія ДК № 3321 від 25.11.2008

Журнал ухвалено до друку вченою радою

Класичного приватного університету

29 травня 2024 р., протокол № 9

Усі права захищені. Повний або частковий передрук

і переклади дозволено лише за згодою автора

і редакції. При передрукуванні посилання на журнал

«ДЕРЖАВА та РЕГІОНИ.

СЕРІЯ: СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ»

обов'язкове.

За повноту та достовірність

викладених фактів і положень

відповідальність несуть автори публікацій.

Редактори: А. Бессараб (укр.),

О. Івченко (англ.)

Технічний редактор: Ю. Бабиш

Дизайнер обкладинки: Я. Зоська

Адреса редакції:

Класичний приватний університет

69002, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 70Б

Телефони/факс: (0612) 220-58-42, 63-99-73

Здано до набору 22.05.2024

Підписано до друку 04.06.2024

Формат 60×84/8. Друк цифровий. Тираж 300 пр.

Замовлення № 3-23/24Ж.

Виготовлено на поліграфічній базі

Класичного приватного університету

ЗМІСТ

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

- | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Х. Р. Білограць
ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНІ
СПЕЦОПЕРАЦІЇ В УКРАЇНІ:
СПЕЦИФІКА ТА КЛАСИФІКАЦІЇ | 3 | Kh. Bilohrats
INFORMATION-PSYCHOLOGICAL
SPECIAL OPERATIONS IN UKRAINE:
FEATURES AND CLASSIFICATIONS |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

ТЕОРІЯ, ІСТОРІЯ ТА ПРАКТИКА ЖУРНАЛІСТИКИ

- | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Т. Г. Бондаренко, С. В. Коваль
ЦИФРОВІ РЕСУРСИ ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ
ЖУРНАЛІСТСЬКИХ РОЗСЛІДУВАНЬ:
РЕГІОНАЛЬНИЙ ДОСВІД | 9 | T. Bondarenko, S. Koval
DIGITAL RESOURCES FOR
INVESTIGATIVE JOURNALISM:
REGIONAL EXPERIENCE |
| Т. С. Гуріна
СПРИЙНЯТТЯ УКРАЇНЦЯМИ
ЖУРНАЛІСТСЬКИХ РОЗСЛІДУВАНЬ: ОС-
МИСЛЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ
ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ | 17 | T. Hyrina
UKRAINIANS' PERCEPTION
OF JOURNALISTIC INVESTIGATIONS:
UNDERSTANDING THE RESULTS
OF AN EMPIRICAL STUDY |
| В. М. Швець
ДЕКОЛОНІЗАЦІЯ СУЧАСНОГО
УКРАЇНСЬКОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО
ПРОСТОРУ: ТРАНСФОРМАЦІЯ
ТЕЛЕВІЗІЙНОГО КОНТЕНТУ | 25 | V. Shvets
DECOLONIZATION OF THE MODERN
UKRAINIAN INFORMATION SPACE:
TRANSFORMATION OF TELEVISION
CONTENT |

ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

- | | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| В. В. Андрушків
ІНСТРУМЕНТИ ДИДЖИТАЛІЗАЦІЇ
УКРАЇНСЬКИХ ЛОКАЛЬНИХ МЕДІА | 34 | V. Andrushkiv
DIGITALIZATION TOOLS
OF UKRAINIAN LOCAL MEDIA |
| Д. В. Гавловський
УКРАЇНСЬКЕ ВІЙСЬКО
ТА ПРОПАГАНДА КРЕМЛЯ:
ТИПОЛОГІЯ ФЕЙКОВИХ НАРАТИВІВ | 41 | D. Gavlovskiy
UKRAINIAN MILITARY AND KREMLIN
PROPAGANDA: TYPOLOGY OF FAKE
NARRATIVES |
| А. К. Досенко
СМАРТФОННА ЖУРНАЛІСТИКА:
СУЧАСНІ НАУКОВО-ПРАКТИЧНІ
ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ | 47 | A. Dosenko
SMARTPHONE JOURNALISM: MODERN
ACADEMIC AND PRACTICAL
APPROACHES TO THE STUDY |
| Н. Ф. Семен
МАНІПУЛЯТИВНІ ПРИЙОМИ
В ПУБЛІКАЦІЯХ УКРАЇНСЬКИХ
ТГ-КАНАЛІВ | 53 | N. Semen
MANIPULATIVE TECHNIQUES
IN THE PUBLICATIONS
OF UKRAINIAN TELEGRAM-CHANNEL |
| Д. С. Файвішенко, О. В. Брюхно
МЕДІАМАНІПУЛЯЦІЇ
ПІД ЧАС ВІЙНИ | 58 | D. Fayvishenko, O. Briukhno
MEDIA MANIPULATIONS
IN TIMES OF WAR |

ЗМК У ФОКУСІ СОЦІОЛОГІЇ

- | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| В. І. Алещенко, М. В. Туленков
СТРАТЕГІЧНА ПОЗИЦІЯ
РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ
СОЦІАЛЬНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ
В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ | 64 | V. Aleshchenko, M. Tulenkov
STRATEGIC POSITION
OF RISK MANAGEMENT
OF SOCIAL ORGANIZATIONS
IN CONDITIONS OF MARTIAL LAW |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

УДК 355.40 : 316.77(477)

DOI 10.32840/cru2219-8741/2024.2(58).1

Х. Р. Білограць

кандидат наук із соціальних комунікацій
доцент кафедри журналістики та засобів масової комунікації
e-mail: khrystyna.r.bilohrats@lpnu.ua; ORCID: 0000-0001-7120-4930
Національний університет «Львівська політехніка»
вул. Князя Романа, 3, 20-й н. к., м. Львів, Україна, 79000

ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНІ СПЕЦОПЕРАЦІЇ В УКРАЇНІ: СПЕЦИФІКА ТА КЛАСИФІКАЦІЇ

Мета дослідження – розкрити особливості інформаційно-психологічних операцій в Україні; запропонувати нові класифікації.

Методологія дослідження. Дослідження базується на використанні теоретичних та емпіричних методів. За допомогою спостереження та синтезу осмислено повідомлення, які стосуються інформаційно-психологічних спецоперацій в Україні. Порівняння інформації про опитування, яку оприлюднено в медіа, надало змогу описати ІПСО про мовне питання. Історичний метод використано під час аналізу певних ІПСО.

Результати. У наукових працях описано специфіку підготовки ІПСО до впровадження; умови, які сприятимуть максимальному впливу на свідомість певної цільової аудиторії, класифікації, які стосуються таких спецоперацій.

Серед довгострокових ІПСО є й такі, що спрямовані на культуру. На перший погляд, інформація не містить негативу, проте селекційне подання фактів суттєво спотворює правду про відомих діячів чи певні події та явища, що може спричинити культивування недовіри, агресію чи меншовартість. Одна з найпотужніших ІПСО, що активно поширювали в Україні, стосувалася мовного питання, проте опитування 2014, 2015 та 2024 рр., похибка яких становить не більше ніж 3,5%, вказує на вибірковість поширення інформації про мовне питання.

Новизна. Окрім уже наявних описаних науковцями класифікацій, запропоновано за часовими межами, плануванням, територією впливу та способом поширення. За часовими межами: короткострокові; довгострокові. За плануванням: сплановані; ситуативні. За територією впливу: місцеві; загальнонаціональні; міжнародні. За способом поширення: новини в медіа; публікації в соцмережах; усні чутки/плітки. У деяких випадках і самі люди сприяють створенню повідомлень, які можуть бути використані для ІПСО. Якщо це урядовці, то такі події можуть негативно впливати на міжнародний імідж країни.

Практичне значення. Цільова аудиторія завжди буде вразливою до маніпулятивних впливів, якщо не почне дотримуватися найпростіших правил медіаграмотності. Серед них – перевірка сумнівних повідомлень, детальний аналіз повідомлень з емоційно забарвленою лексикою, перевірка деталей повідомлення. Звичайно, найбезпечніше отримувати інформацію з перевірених ЗМІ й розвивати критичне мислення.

Ключові слова: інформаційні війни, маніпуляції, інформаційно-психологічна спецоперація, ІПСО, комунікація, медіа.

I. Вступ

Війни між країнами тепер відбуваються й в інформаційній та економічній сферах. Інформаційно-психологічні спеціальні операції (ІПСО) уже давно використовують для цілеспрямованого впливу на конкретні цільові аудиторії з певною метою. ІПСО завжди провокують у більшості людей дуже сильні емоції, текст настільки насичений забарвленою лексикою, що реципієнти не помічають, що в ньому відсутня важлива інформація, яка повинна пояснити суть обговорюваного пи-

тання, немає деталей події, тільки оціночні судження та цілеспрямований вплив на настрій. У деяких випадках люди своїми діями можуть створювати причини для створення нових ІПСО противником.

Особливості ІПСО описано в працях А. Клименка [3], В. Наместнік [6] та І. Шерешкової [9]. Водночас С. Залкін, Г. Певцов, С. Сідченко, К. Хударковський запропонували вдосконалення процесу управління інформаційно-психологічними впливами [7], І. Юзова, П. Пацек описали вплив та протидію йому в умовах ведення гібридної війни [11; 12], також ІПСО в умовах війни розглядали Ю. Мороз, Ю. Твердохліб [5]. Теоретичні підходи розкрито в праці Ю. Твердохліб [8]. Типологічні маркери в умовах війни проаналізували Н. Шульська, Н. Букіна, Н. Адамчук [10]. Ґрунтовне дослідження російських ІПСО в Україні викладено в праці «Russian Information-psychological Special Operations in Ukraine and Peculiarities of System Design for Their Countermeasure» [13].

Становлять інтерес у контексті нашого наукового пошуку результати опитування, опублікованого в «MediaSapiens» [1], публікації О. Крамара [4] та П. Горлича [2] щодо мовного питання.

Проаналізовані праці дослідників про ІПСО можна доповнити новими класифікаціями.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета статті – розкрити особливості інформаційно-психологічних операцій в Україні; запропонувати нові класифікації. Завдання: проаналізувати праці дослідників, які стосуються поняття ІПСО; на основні проаналізованих матеріалів запропонувати нові класифікації; описати приклади ІПСО. Об'єктом дослідження є інформаційно-психологічні спецоперації; предметом – специфіка й класифікації інформаційно-психологічних спецоперацій в Україні.

Дослідження базується на використанні теоретичних та емпіричних методів. За допомогою спостереження та синтезу осмислено повідомлення, які стосуються інформаційно-психологічних спецоперацій в Україні. Порівняння інформації про опитування, яку оприлюднено в медіа, надало змогу описати ІПСО про мовне питання. Історичний метод використано під час аналізу певних ІПСО.

III. Результати

Дослідниця І. Юзова описала різноманітні засоби поширення інформаційно-психологічних спецоперацій: друковані матеріали, інтернет-джерела, засоби масової інформації, аудіо та відео-продукція, особисте спілкування. На її думку, до особливостей ІПСО належать: латентність, раптовість, відсутність ознак агресії, неможливість притягнення агресора до відповідальності, нанесення серйозної шкоди об'єкту впливу, складність у виявленні джерел агресії масштабів і цілей, методів та форм, сил та засобів проведення [11].

Корегуючи й вибираючи конкретні способи впливу, зважають на основні властивості людської свідомості: людина не хоче виділятися з натовпу; швидко донести ідею можна тим, хто вже цю ідею знає; важливіше емоційне забарвлення, аніж логіка; пам'ять зберігає ту інформацію, яку часто повторюють; увагу привертають сенсації [7].

Американська школа ІПСО описує теорію передбачення реакції, відповідно до якої: люди відкритіші для впливу того, хто на них схожий; більше спілкуються з тими, хто ближчий фізично; менш упевнені або радикальні в своїх поглядах часто більше відкриті для впливу, соціальні ідентичності є важливими причинами для породження смислів, що надають змогу прогнозувати зміни у відносинах. Проти України РФ використовувала мовні, історичні, культурні та релігійні протиріччя, тому цілком логічним виглядає зв'язок теорії інформаційно-психологічних операцій з теорією «зіткнення цивілізацій» С. Хантінгтона [8].

Ефективне вирішення питань протидії ІПСО противника – складний, багаторівневий процес, який вимагає проведення активних організаційних заходів, концентрації запобіжних контрпропагандистських зусиль, силових методів [12].

Інформаційно-психологічні спецоперації в Україні є яскравим прикладом російських інформаційних технологій на пострадянському просторі, які, за заявами російської влади, повинні залишатися московською сферою впливу. До активізації співпраці держави з ЄС та НАТО російська влада переважно використовувала м'яку силу, наголошуючи на єдності історичної та культурної спадщини [13]. У 2008 р., після вторгнення до Грузії, російський уряд інтенсивно працював над збільшенням впливу на українців та перешкоджанню євроінтеграції, здебільшого була негативна пропаганда про «економічні наслідки вступу до Союзу». Революція Гідності та дестабілізація політичної ситуації в країні були використані росією для проведення низки операцій під іноземним прапором, анексії Криму та проголошення Л/ДНР. Початок охарактеризовано проведенням анти-терористичної операції та продовженням курсу України на вступ до ЄС, застосуванням нових методів тиску на країну, зокрема кібератак, психологічного тиску на військових і цивільне населення, дезінформації через ЗМІ та дипломатію. Після початку повномасштабного вторгнення ІПСО зосередилися на дезінформації та деморалізації українського суспільства, підштовхуванні його до припинення війни на ворожих умовах [13].

Дослідники Н. Шульська, Н. Букіна, Н. Адамчук розглянули частину тих ІПСО, які створювала росія в соціальних мережах, транслюючи їх на вітчизняну медіасферу після початку повномас-

табної війни. Їхня активізація після вторгнення у 2022 р. відбулася миттєво, адже противник скористався тим, що українці потрапили в інформаційний вакуум із перших днів війни. У цих умовах вони поширювали велику кількість ІПСО, а через них і фальшивих нарративів, які повинні були увести Україну в стан паніки й зневіри, дискредитувати в очах суспільства та міжнародної спільноти [10].

Окрім уже наявних описаних науковцями класифікацій, можна запропонувати також за часовими межами, плануванням, територією впливу та способом поширення.

За часовими межами:

– короткострокові (інформація про позначки на деревах, будинках у перші дні повномасштабного вторгнення; інформація, яку поширювали в месенджерах у період блекауту користувачі одне одному);

– довгострокові («Україна – молодший братній народ»).

За плануванням:

– сплановані;

– ситуативні.

Сплановані ІПСО стосуються дестабілізації ситуації – у лютому 2024 р. в Польщі розсипали зерно з України, польські урядовці обіцяли покарати винних, проте такі дії спровокували обурення громадськості, а сама акція була створена для того, щоб посварити громадян двох країн.

Щодо ситуативних – то вони спонтанні і з'являються, коли стаються неоднозначні події, які можна використати на користь негативної пропаганди щодо певних питань чи подій. Наприклад, реєстрування петиції про обмеження роботи онлайн казино військовим П. Петриченком використали для поширення інформації, що практично всі військові залежні, а це сприяло виникненню недовіри цивільного населення до військових. Реакцію користувачів соцмереж можна побачити в коментарях, звичайно, серед них могли бути й боти, які спеціально займалися підбурюванням. Під час поширення цієї інформації точної статистики залежних військових ніхто так і не надав, проте надавали інформацію без посилання на першоджерела про конкретні суми, які ніби-то програвали військові за одну добу. Практично всі повідомлення були написані з вживанням емоційно забарвленої лексики.

За територією впливу:

– місцеві;

– загальнонаціональні;

– міжнародні.

Яскравим прикладом місцевого (регіонального) ІПСО можна назвати ту інформацію про «безпощадних бандерівців», яку методично поширювали в окремих областях країни. Загальнонаціональна інформація може сприяти нівелюванню важливого, що було зроблено, недовіри народу до представників різноманітних офіційних структур.

Нерідко й самі урядовці сприяють створенню інформації, яка може бути використана як ІПСО. До прикладу, у 2023 р. «таролога і мага» нагородили відзнакою «Гордість і слава України», на якій був підпис спікера парламенту. Також 23 листопада 2023 р. народний депутат зареєстрував законопроект № 10283, у якому пропонував врегулювати езотеричну освіту. Звичайно, це може бути просто відволікання від важливіших проблем, проте таку інформацію можуть активно використовувати проти України. Події на зразок описаних будуть негативно впливати на міжнародний імідж країни.

За способами поширення:

– новини в медіа;

– публікації в соцмережах;

– усні чутки/плітки.

ІПСО можуть бути спрямовані й на культуру. Десятками років поширювали надмірно спрощену інформацію про українських діячів та письменників (Тарас Шевченко – кріпак, дідусь у шапці та кожусі, Леся Українка – нещасна хвора жінка тощо). Висміювання села і його жителів сприяло культивуванню меншовартісності, адже саме там і жили основні носії українськості.

Одне з найпотужніших ІПСО стосувалося мовного питання, унаслідок цього утворювався штучний поділ України. Проте результати опитування українців, у яких можлива похибка до 3,5%, після початку війни у 2014 р. [4] та 2015 р. [1] свідчать про перебільшені дані й селективне подання інформації щодо цього питання. У 2024 р. в опитуваннях людей з різних областей [2] можна побачити зміни, які відбулися.

Для протидії інформаційно-психологічним спеціальним операціям необхідно:

– розвивати критичне мислення;

– перевіряти сумнівні повідомлення;

– уважно перечитувати інформацію з емоційно забарвленою лексикою;

– зважати на деталі опублікованого тексту;

– читати/дивитися інформацію з перевірених медіа.

IV. Висновки

У проаналізованих працях описано теоретичні особливості ІПСО, які використовують для де-стабілізації ситуації серед населення щодо певних питань. Класифікації, які існують, можна доповнити поділом спецоперацій за часовими межами, плануванням, територією впливу та способом поширення.

Серед довгострокових ІПСО можуть бути спрямовані й на культуру. На перший погляд, інформація може не містити негативу, проте селекційне подання фактів суттєво спотворює правду про відомих діячів чи певні події та явища і призводить до неправильного розуміння, недовіри чи агресії. Реципієнти інформації завжди будуть вразливими до маніпулятивних впливів, якщо не почнуть дотримуватися найпростіших правил медіаграмотності. Перспективи подальших досліджень ІПСО полягають у детальнішому вивченні класифікацій спецоперацій, впливу інформаційних спецоперацій на цільову аудиторію.

Список використаної літератури

1. Аналітичний огляд «Становище української мови в 2014–2015 роках». *MediaSapiens*. URL: <https://ms.detector.media/mediadoslidzhennya/post/13691/2015-07-10-analitychnyy-oglyad-standovyshche-ukrainskoi-movy-v-2014-2015-rokakh/> (дата звернення: 12.03.2024).
2. Горлич П. Серед опитаних українців 66 % виступає за усунення російської мови зі сфери офіційного спілкування: КМІС. *Суспільне культура*. URL: <https://suspilne.media/culture/704064-sered-opitanih-ukrainciv-66-vistupae-za-usunenna-rosijskoi-movi-zi-sferi-oficijnogo-spilkuvanna-kmis/> (дата звернення: 12.03.2024).
3. Клименко А. С. Інформаційно-психологічна операція як інструмент впливу на суспільство в умовах війни. *Публічне управління та адміністрування в умовах війни і в поствоєнний період в Україні* : матер. Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Київ, 15–28 квітня 2022 р.) : у 3 т. Київ, 2022. Т. 1. С. 31–32.
4. Крамар О. Міф про російськомовні регіони. *Український тиждень*. 2014. URL: <https://tyzhden.ua/mif-pro-rosijskomovni-rehiony/> (дата звернення: 12.03.2024).
5. Мороз Ю., Твердохліб Ю. Інформаційно-психологічні операції в умовах ведення гібридної війни. *Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини»*. 2023. Вип. 38. С. 97–105.
6. Наместнік В. Соціальні мережі як середовище проведення інформаційно-психологічних операцій противника. *Стратегічні комунікації у сфері забезпечення національної безпеки та оборони: проблеми, досвід, перспективи* : матер. IV міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 27 вересня 2023). Київ, 2023. С. 105–107.
7. Певцов Г. В., Залкін С. В., Сідченко С. О., Хударковський К. І. Пропозиції щодо удосконалення процесу управління інформаційно-психологічними впливами в ході проведення інформаційно-психологічних операцій. *Наука і техніка Повітряних Сил Збройних Сил України*. 2020. № 3 (40). С. 43–49.
8. Твердохліб Ю. М. Теоретичні підходи до дослідження інформаційно-психологічних операцій. *Epistemological studies in Philosophy, Social and Political Sciences*. 2019. Вип. 2 (2). С. 122–131.
9. Шерешкова І. І. Потенціал соціальних комунікацій для здійснення інформаційно-психологічних операцій. *Інформаційне суспільство: технологічні, економічні та технічні аспекти становлення* : матер. Міжнар. наук. ін-т-конф. Вип. 74. С. 79–84. URL: <http://www.konferenciaonline.org.ua/ua/article/id-969/> (дата звернення: 12.03.2024).
10. Шульська Н. М., Букіна Н. В., Адамчук Н. В. Типологічні маркери інформаційно-психологічних операцій (ІПСО) в умовах війни в медіа. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2023. Т. 34 (73). № 1. Ч. 2. С. 268–272.
11. Юзова І. Ю. Аналіз організації та ведення інформаційно-психологічних операцій при веденні гібридної війни. *Збірник наукових праць Харківського національного університету Повітряних Сил*. 2020. № 2 (64). С. 40–44.
12. Юзова І. Ю., Пацек П. Інформаційно-психологічний вплив противника та протидія йому в умовах ведення гібридних війн. *Наука і техніка Повітряних Сил Збройних Сил України*. 2020. № 3 (40). С. 61–68.
13. Markovets O., Buchyn M., Kovalchuk A., Basyuk T. Russian Information-psychological Special Operations in Ukraine and Peculiarities of System Design for Their Countermeasure. *CEUR Workshop Proceedings*. 2023. Vol. 3608. P. 108–128.

References

1. Analitychnyy ohlyad «Stanovyshche ukrayinskoyi movy v 2014–2015 rokakh» [Analytical review «The position of the Ukrainian language in 2014–2015»]. (2015). *MediaSapiens*. Retrieved from <https://ms.detector.media/mediadoslidzhennya/post/13691/2015-07-10-analitychnyy-oglyad-standovyshche-ukrainskoi-movy-v-2014-2015-rokakh/> [in Ukrainian].
2. Horlych, P. (2024). Sered opytanykh ukrayintsiv 66% vystupaye za usunennya rosiyskoyi movy zi sfery ofitsiynoho spilkuvannya: KMIS [Among the surveyed Ukrainians, 66% are in favor of eliminating the Russian language from the sphere of official communication: KMIS]. *Suspilne kultura*.

- Retrieved from <https://suspilne.media/culture/704064-sered-opitanih-ukrainciv-66-vistupae-za-usunenna-rosijskoi-movi-zi-sferi-oficijnogo-spilkuvanna-kmis/> [in Ukrainian].
3. Klymenko, A. S. (2022). Informatsiyno-psykholohichna operatsiya yak instrument vplyvu na suspilstvo v umovakh viyny [Informational and psychological operation as a tool of influence on society in the conditions of war], *Publichne upravlinnya ta administruvannya v umovakh viyny i v postvoyennyi period v Ukrayini*, materialy Vseukrainskoi naukovopraktychnoi konferentsii [Public management and administration in the conditions of war and in the post-war period in Ukraine, Proceedings of the All-Ukrainian Scientific and Practical Conference]. Kyiv [in Ukrainian].
 4. Kramar, O. (2014). Mif pro rosiyskomovni rehiony [The myth of Russian-speaking regions]. *Ukrayinskyi tyzhden*. Retrieved from <https://tyzhden.ua/mif-pro-rosiyskomovni-rehiony/> [in Ukrainian].
 5. Moroz, Yu., & Tverdokhlib, Yu. (2023). Informatsiyno-psykholohichni operatsiyi v umovakh vedennya hibrydnoyi viyny [Information and psychological operations in the conditions of hybrid warfare]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya mizhnarodni vidnosyny*, 38, 97–105 [in Ukrainian].
 6. Namestnik, V. (2023). Sotsialni merezhi yak seredovyshe provedennya informatsiyno-psykholohichnykh operatsiy protyvnyka [Social networks as a medium for informational and psychological operations of the enemy], *Stratehichni komunikatsiyi u sferi zabezpechennya natsionalnoi bezpeky ta oborony: problemy, dosvid, perspektyvy*, materialy IV mizhnarodnoii naukovopraktychnoi konferentsii [Strategic communications in the field of ensuring national security and defense: problems, experience, prospects, Proceedings of the 4th International Scientific and Practical Conference]. Kyiv [in Ukrainian].
 7. Pyevtsov, H. V., Zalkin, S. V., Sidchenko, S. O., & Khudarkovskyy, K. I. (2020). Propozytsiyi shchodo udoskonalennya protsesu upravlinnya informatsiyno-psykholohichnymy vplyvamy v khodi provedennya informatsiyno-psykholohichnykh operatsiy [Proposals for improving the process of managing informational and psychological influences during informational and psychological operations]. *Nauka i tekhnika Povitryanykh Syl Zbroynykh Syl Ukrayiny*, 3 (40), 43–49 [in Ukrainian].
 8. Tverdokhlib, Yu. M. (2019). Teoretychni pidkhody do doslidzhennya informatsiyno-psykholohichnykh operatsiy [Theoretical approaches to the study of informational and psychological operations]. *Epistemological studies in Philosophy, Social and Political Sciences*, 2 (2), 122–131 [in Ukrainian].
 9. Shereshkova, I. I. (2023). Potentsial sotsialnykh komunikatsiy dlya zdiysnennya informatsiyno-psykholohichnykh operatsiy [The potential of social communications for the implementation of informational and psychological operations]. *Informatsiynе suspilstvo: tekhnolohichni, ekonomichni ta tekhnichni aspekty stanovlennya*, materialy Mizhnarodnoyi naukovoyi internet-konferentsiyi [Information society: technological, economic and technical aspects of development, Proceedings of the International Scientific and Internet Conference]. (Vol. 74). Retrieved from <http://www.konferenciaonline.org.ua/ua/article/id-969/> [in Ukrainian].
 10. Shulska, N. M., Bukina, N. V., & Adamchuk, N. V. (2023). Typolohichni markery informatsiyno-psykholohichnykh operatsiy (IPSO) v umovakh viyny v media [Typological markers of informational and psychological operations (IPSO) in conditions of war in the media]. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Seriya: Filolohiya. Zhurnalistyka*, 34 (73), 1, 268–272 [in Ukrainian].
 11. Yuzova, I. Yu. (2020). Analiz orhanizatsiyi ta vedennya informatsiyno-psykholohichnykh operatsiy pry vedenni hibrydnoyi viyny [Analysis of the organization and conduct of information and psychological operations in the conduct of hybrid warfare]. *Zbirnyk naukovykh prats Kharkivskoho natsionalnoho universytetu Povitryanykh Syl*, 2 (64), 40–44 [in Ukrainian].
 12. Yuzova, I. Yu., & Patek, P. (2020). Informatsiyno-psykholohichnyy vplyv protyvnyka ta protydiya yomu v umovakh vedennya hibrydnykh viyn [Informational and psychological influence of the enemy and counteraction to it in the conditions of conducting hybrid wars]. *Nauka i tekhnika Povitryanykh Syl Zbroynykh Syl Ukrayiny*, 3 (40), 61–68 [in Ukrainian].
 13. Markovets, O., Buchyn, M., Kovalchuk, A., & Basyuk, T. (2023). Russian Information-psychological Special Operations in Ukraine and Peculiarities of System Design for Their Countermeasure. *CEUR Workshop Proceedings*, 3608, 108–128 [in English].

Стаття надійшла до редакції 01.05.2024.

Received 01.05.2024.

Bilohrats Kh. Information-Psychological Special Operations in Ukraine: Features and Classifications

The purpose of the research is to reveal the peculiarities of information-psychological special operations in Ukraine and to offer new classifications.

Research methodology. The research is based on the use of theoretical and empirical methods. Observations and synthesis were used to develop messages related to information-psychological special operations (IPSO) in Ukraine. The comparison of information about polls, which was published in

the media, allowed the author to describe an IPSO concerning the language question. The historical method was used during the analysis of certain IPSO.

Results. The academic papers describe the specifics of preparing IPSO for implementation, as well as conditions that will contribute to the maximum impact on the consciousness of the specified target audience and the classifications that apply to such special operations.

Among the long-term IPSOs there are also those aimed at culture. At first glance, the information does not contain negativity, but the selective presentation of facts significantly distorts the truth about famous figures or certain events and phenomena, which can contribute to the cultivation of mistrust, aggression, or inferiority. One of the most powerful IPSOs, which was very actively disseminated in Ukraine, was related to the language question, but the polls of 2014, 2015, and 2024, the error of which is no more than 3.5%, indicate the selectiveness of the dissemination of information about the language question.

Novelty. In addition to the already existing classifications described by scholars, we can offer the ones described below in terms of time frame, planning, area of influence, and method of dissemination. Information-psychological special operations by time frame: short-term; long-term. By planning: planned; situational. By area of influence: local; national; international. By methods of dissemination: news in the media; publications in social networks; unwritten rumors / gossip. In some cases, people themselves contribute to the creation of messages that can be used for IPSO. If these are government officials, then such events can negatively affect the country's international image.

Practical significance. The target audience will always be vulnerable to manipulative influences if they do not start to follow the simplest rules of media literacy. Among them are the verification of questionable messages, detailed analysis of messages with emotionally colored vocabulary, and verification of message details. Of course, it is safest to get information from verified media and develop critical thinking.

Key words: information wars, manipulation, information-psychological special operation, IPSO, communication, media.

ТЕОРІЯ, ІСТОРІЯ ТА ПРАКТИКА ЖУРНАЛІСТИКИ

УДК 007: 304 [659.3+004.738+004.75]

DOI 10.32840/cru2219-8741/2024.2(58).2

Т. Г. Бондаренко

кандидат філологічних наук, доцент
завідувач кафедри журналістики, реклами та PR-технологій
e-mail: tet_bondarenko@ukr.net; ORCID: 0000-0002-3261-2883
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького
бульв. Шевченка, 81, каб. 304, 18031, м. Черкаси, Україна

С. В. Коваль

старший викладач кафедри журналістики, реклами та PR-технологій
e-mail: svitlana_koval@ukr.net; ORCID: 0000-0001-8969-6793
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького
бульв. Шевченка, 81, каб. 304, 18031, м. Черкаси, Україна

ЦИФРОВІ РЕСУРСИ ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ РОЗСЛІДУВАНЬ: РЕГІОНАЛЬНИЙ ДОСВІД

Мета дослідження – науково коректне обґрунтування цифрових ресурсів (сервісів, реєстрів, національних і міжнародних баз даних тощо) та особливостей їх використання під час проведення журналістських розслідувань на регіональному рівні.

Методологія дослідження підпорядкована послідовним і логічно вибудованим етапам студіювання. Початковий етап передбачав проведення вебінарів та офлайн-тренінгу за участю експертів-інвестигейторів. Метод експертного опитування дав змогу окреслити реальний стан проблеми, отримати фахові кейси, зробити теоретичні висновки. На другому етапі проаналізовано регіональний фактаж із застосуванням методу моніторингу, порівняльного методу. Для систематизації й узагальнення відомостей використано системно-аналітичний метод. Метод статистичного опрацювання відомостей уможливив створення діаграм.

Результати. Подано цілісне розуміння журналістського розслідування як методу збирання інформації, журналістського жанру та самостійного медіанапрямку. Витлумачено сутність таких понять, як журналістське розслідування, цифрові ресурси. Вивчено регіональний досвід використання цифрових ресурсів для проведення журналістського розслідування. Зроблено висновок про частотність звернення до диджиталізованих ресурсів.

Новизна полягає в синергійному підході до обґрунтування задекларованої проблеми: вивчення експертного досвіду, моніторинг регіонального інвестиційного фактажу, опрацювання наукової бази. Укладено перелік популярних цифрових ресурсів, використовуваних із професійною метою.

Практичне значення. Матеріал сприяє проведенню якісних журналістських розслідувань, формує професійний інструментарій інвестиційника. Перспективи студії пов'язані з аналізом досвіду інших медіа, укладанням більш повного переліку баз даних, реєстрів тощо, розробленням навчального посібника для студентів.

Ключові слова: журналістське розслідування, інвестиційна журналістика, журналіст-розслідувач, цифрові інструменти, бази даних, реєстри даних.

I. Вступ

Гострий соціальний запит на прозорість влади, контроль за ефективністю та законністю її дій, на застосування антикорупційних механізмів у суспільстві посилює роль медіа, які володіють потужним інструментом – умінням професійно та якісно проводити журналістські розслідування, викривати злодіяння, акцентувати суспільно значущі проблеми й робити видимими явища, приховувані від громадян. Дієва, ефективна та постійна робота журналістів-розслідувачів, які критикують владу, розповідають про корупцію, є маркером здорового суспільства. У період повномасштабного вторгнення постали

дискусійні моменти щодо вчасності й доцільності проведення журналістських розслідувань в умовах війни. На думку частини суспільства, викриття антизаконних дій влади негативно впливає на загальний імідж держави у світовому просторі, на готовність міжнародних партнерів допомагати Україні в боротьбі з російським агресором. Такі матеріали можуть стати сировиною для пропагандистів, оскільки росіяни активують різні наративи щодо високого рівня корумпованості України, влада якої не використовує кошти за призначенням, продовжує розбудовувати власний бізнес тощо. Натомість панує й думка про те, що показ негативних явищ, внутрішньоукраїнських процесів під час війни особливо важливий, зокрема розслідування закупівель, антизаконних дій в оборонній сфері, нерационального використання міжнародної донорської допомоги, розподілу бюджетних коштів на рівні держави й міст тощо. У такий спосіб журналісти інвестигейтори посилюють увагу суспільства до корупції, підсвічуючи той факт, що в ході війни це не лише юридичний злочин, а й моральний у глобальному вимірі. Попит на медійний контент розслідувального характеру в суспільстві зростає, це засвідчують високі показники переглядів таких відео в ютубі, коментування в соціальних мережах, кількість поширень користувачами. У період повномасштабного вторгнення важливо розслідувати воєнні злочини росіян, факти незаконного вивезення дітей, геноцид у цілому, що чинить російська федерація стосовно українців тощо.

Технологічний прогрес, розвиток штучного інтелекту, розроблення й функціонування цифрових баз даних кардинально видозмінюють фактуру професійного процесу проведення журналістського розслідування, озброюючи журналістів новими інформаційними можливостями, доступом до унікальних відомостей, аналітичними інструментами, візуальним та аудіопотенціалом. Високий відсоток цифровізації та відкритості даних – чинники, що допомагають журналістам-інвестигейторам проводити якісні розслідування, задовольняти запит українського суспільства на прозорість влади, легітимну реакцію правоохоронців, визнання власних помилок та готовність змінювати країни через відкриту комунікацію, базовану на демократичних принципах.

У науковому дискурсі журналістське розслідування інтерпретоване в трьох проєкціях: як метод збирання інформації, як аналітичний жанр, як самостійний і суспільно запитаний цілісний медіа-напрямок. Роль журналістського розслідування в сучасному медійному дискурсі схарактеризували Х. Васкул [7], І. Печеранський [7]. З огляду на дидактичні потреби вищої освіти, із проблематики журналістських розслідувань підготовлено низку навчальних посібників, автори яких Б. Бель [2], О. Бурмагін [2; 12], К. Іванова [12], Т. Патора [2], Є. Рибка [12], С. Томіленко [12], О. Хоменок [2; 12] обґрунтували теоретико-практичні засади, необхідні для опанування цього інвестиційного жанру. На суспільній важливості телевізійних розслідувань зосереджено увагу в публікаціях О. Гарматій [4]. Зупиняючись на власному практичному досвіді, І. Хоменко описує проблему комунікаційної дисфункції розслідування на тлі суспільства, у якому наявні нереалізовані механізми соціального зворотного зв'язку [11]. Наукове зацікавлення становить практичний досвід проведення журналістських розслідувань в Україні такими медіа, як «Bihus.info», «Слідство.Інфо», «Схеми», «Наші гроші», що спеціалізуються на антикорупційних журналістських розслідуваннях. Дослідницьку увагу привертають і регіональні інвестиційні проєкти, що реалізує, зокрема, черкаське інтернет-видання «18000». У вересні 2023 р., за результатами незалежного експертного оцінювання якості опублікованої інформації, це видання зафіксовано на інтерактивній Mapі рекомендованих медіа від «Детектора медіа» та «Інституту масової інформації» [1].

II. Постановка завдання та методи дослідження

На тлі глобальної цифровізації вкрай актуальним стає питання про використання диджиталізованих ресурсів (сервісів, реєстрів, національних і міжнародних баз даних, систем електронних закупівель, чат-ботів тощо) під час проведення журналістського розслідування, що забезпечують його фактологічний фундамент, верифікованість та правдивість. Розвідка має на меті представити науково коректне обґрунтування цифрових ресурсів та особливостей їх використання під час проведення журналістських розслідувань. Досягнення мети можливе в разі забезпечення трьох фундаментальних основ: вивчення експертної думки практиків, моніторингу фактажу, опрацювання наукових джерел із порушеної теми. Пропоноване дослідження передбачало кілька етапів, у ході реалізації яких застосовано комплексний підхід до вибору методів дослідження. На початку наукової роботи організовано чотири освітні івенти для студентів-журналістів за участю фахівців-експертів – Анни Бабінець, керівниці незалежної розслідувальної агенції «Слідство.Інфо» [3]; Яніни Корнієнко, журналістки «Слідство.Інфо» [10]; Олександра Волошина, операційного менеджера та експерта-розслідувача «Слідство.Інфо» (допис на фейсбук-сторінці авторів); Артура Чемириса, журналіста-розслідувача інтернет-видання «18000» [9]. Метод експертного інтерв'ю дав змогу з'ясувати практичні аспекти журналістського розслідування, вивчити сучасний досвід використання цифрових інструментів, сприяв формулюванню верифікованих теоретичних висновків. Крім того, застосовано системно-аналітичний підхід для цілісного обґрунтування порушеної проблеми. Для аналізу регіонального інвестиційного фактажу використано метод моніторингу, порівняльний метод, а також метод статичного опрацювання відомостей.

III. Результати

У науковому дискурсі немає усталеної універсальної дефініції поняття «журналістське розслідування», що зумовлене, зокрема, його трактуванням як методу, жанру та напрямку. Б. Бель, О. Бурмагін, Т. Патора, О. Хоменок [2] окреслюють ознаки, за якими журналістське розслідування відрізняється від інших медійних жанрів: ресурс- та трудомісткість (фінанси, люди, час, джерела), потреба у високому фаховому самоменеджменті журналіста (планування, логістика, тайм-контроль), підвищений ступінь ризику (фізична небезпека, переслідування, моральний тиск, загроза втрати зібраних джерел) тощо [2]. Опрацювання численних розвідок дає підстави стверджувати, що журналістське розслідування – це систематичний, поглиблений, оригінальний процес збирання, аналізу й інтерпретації відомостей для викриття складних, суспільно значущих, нерідко приховуваних фактів, подій або явищ. Мета журналістського розслідування – розкриття правди, розслідування корупційних схем, порушень закону, недоліків у роботі державних і недержавних установ та організацій. На сучасному етапі розвитку інформаційно-комунікаційних технологій результатом такого процесу стає повноцінний мультимедійний матеріал, що містить текстову, аудіо й відеочастини, різноманітні зображальні елементи. Запорукою якісного розслідування є збирання та опрацювання інформації з різних джерел, що дають змогу виявити й підтвердити факти, з'ясувати їхню достовірність.

Огляд наукових джерел засвідчує, що в медійній галузі не витлумачено поняття «цифровий ресурс», цим терміном зазвичай послуговуються в широкому розумінні, не вдаючись до дефінітивних формулювань. Водночас Міністерство цифрової трансформації України, представляючи «Опис рамки цифрової компетентності для громадян України», оперує терміном «цифрові ресурси», наголошуючи: «Цифрові ресурси – це сукупність цифрового контенту, упорядкованого / поданого в зручній формі для виконання завдань та досягнення цілей в усіх сферах життєдіяльності. До цифрових ресурсів, зокрема, належать: електронні бази даних, архіви, урядові документи, економічні дані, енциклопедії, бібліографічні покажчики, електронні книги, цифрові колекції тез, доповідей, монографій, зображень, наукових досліджень, цифрові довідники, словники та путівники, цифрові освітні ресурси, а також мультимедійні та інтерактивні ресурси (цифрові симулятори, моделі, анімація, ігри, відеоресурси тощо) [6].

У педагогічній галузі удокладнено сутність поняття «цифрові освітні ресурси». У праці А. Дробіна запропоновано класифікацію цифрових освітніх ресурсів та виокремлено: платформи (контентні проекти, тренажери, дистанційні курси); інформаційні джерела (відеоконтент, новини, графічний контент, презентації, анімації, бази даних, енциклопедії, е-книжки, онлайн-бібліотеки, інфографіка); цифрові середовища (віртуальна, доповнена, змішана, ігрова реальність, комп'ютерні моделі, симуляції, предметні освітні середовища); інструменти та сервіси (месенджери, віртуальні лабораторії, мобільні застосунки, прикладні програми, відеомесенджери, хмари, блокчейн); цифрові інтерактивні засоби (цифрові мультиміріювальні комплекси, інтерактивна дошка, мобільні гаджети, програмовані пристрої, інтерактивні столи тощо); системи автоматичного управління (електронний документообіг, системи адміністрування тощо) [5]. Екстраполяція теоретичних знань з інших галузей та загалом міждисциплінарний підхід можуть спонукати до контекстної медійної інтерпретації названого терміна. У руслі журналістського розслідування термін «цифрові ресурси» стосується різноманітних джерел інформації, баз даних, серверів, реєстрів, інструментів та допоміжних засобів, які використовують для отримання відомостей.

На думку експертів, долучених до освітніх івентів, серед топових реєстрів та централізованих аналітичних систем, які можуть бути корисними для журналістських розслідувань і мають практичне застосування, варто виокремити такі: Єдиний державний реєстр судових рішень, Державний реєстр речових прав на нерухоме майно (ДРРП), Єдиний державний реєстр декларацій, «YouControl», «OpenDataBot», «Clarity Project», «Clarity App», «ProZorro». Особливості роботи з названими цифровими ресурсами описано нижче, із залученням до аналізу 18 журналістських розслідувань, що проведені інтернет-виданням «18000» протягом 2023–2024 рр.

У таблиці 1 систематизовано відомості про фактичний інвестиційний матеріал, укладено перелік опублікованих журналістських розслідувань, схарактеризовано використані цифрові ресурси. Зафіксовано матеріали, де цифрові ресурси або не використано, або не озвучено.

Таблиця 1

Характеристика цифрових ресурсів, використаних у журналістських розслідуваннях видання «18000»

№	Назва журналістського розслідування	Дата виходу	Цифрові ресурси
1	2	3	4
1.	Куди поділась черкаська опзж? Історія про минуле...	10.04.2023	Не використано або не озвучено.
2.	Щонайменше 4,5 млн можливої переплати: як у Черкасах утеплять одну з найбільших лікарень.	02.05.2023	«Prozorro» (дані про тендер на капремонт), «Clarity Project» (дані про бенефіціарів, закупівлі), «OpenDataBot» (дані про бенефіціарів).
3.	Дорога до Бога через москву: хто керує черкаською єпархією УПЦ нібито не МП.	05.05.2023	Не використано або не озвучено.

1	2	3	4
4.	Неперебірливі ворожки: як у Черкасах роблять бізнес на рідних безвісти зниклих захисників.	30.05.2024	Не використано або не озвучено.
5.	Не «Гарантований» дохід. Історія великого шахрайства у Шполі.	31.05.2023	«OpenDataBot» (дані про прибуток спілки, дані про бенефіціарів компанії), Державний реєстр речових прав на нерухоме майно.
6.	У Черкасах руйнують історичну пам'ятку. Хто за цим стоїть?	14.07.2023	Державний реєстр речових прав на нерухоме майно.
7.	За що родина міського голови Черкас буде новий маєток на березі Дніпра?	18.07.2023	Реєстр декларацій НАЗК.
8.	Мільйони у диму. Як у Черкасах не помічають нелегальну торгівлю цигарками.	22.08.2023	Не використано або не озвучено.
9.	Що і за скільки будує брат міського голови Черкас на безоплатній землі?	29.08.2023	«Clarity Project» (дані про реєстрацію підприємств, дані учасників тендеру із закупівель на ремонт), «OpenDataBot» (дані про дохід підприємства)
10.	Як смілянський заклад освоїв 30 мільйонів гривень на «своїх» підприємців?	26.10.2023	«OpenDataBot» (дані про бенефіціарів, адреси підприємств).
11.	На чий авто їздить секретар Черкаської міської ради?	30.10.2024	«OpenDataBot» (реєстр ФОП, штрафи за порушення ПДР), Державний реєстр речових прав на нерухоме майно, Єдиний державний реєстр декларацій, «YouControl» (дані про бенефіціарів компанії).
12.	Як оточення черкаської чиновниці збудувало успішний бюджетний бізнес.	20.11.2024	Не використано або не озвучено.
13.	Найдорожчі і непересічні купівлі черкаських депутатів і посадовців під час повномасштабної.	22.01.2024	Єдиний державний реєстр декларацій.
14.	Мільйони у борг. Як у Черкасах освоюватимуть 80 млн європейського кредиту.	05.02.2024	«Clarity Project» (дані про тендер на реконструкцію), «OpenDataBot» (дані про реєстрацію підприємства).
15.	Привет із пітера. Як і хто заплатив десятки мільйонів за масажери від росіян у Черкасах.	28.02.2024	Не використано або не озвучено.
16.	Придбати за будь-яку ціну: хто заробляє мільйони на закупівлі медобладнання в Черкасах.	21.03.2024	«Prozogo» (дані закупівель медобладнання), Єдиний державний реєстр судових рішень. Митна декларація.
17.	Квартира за 18 млн у спадщину і власний причал: найбільші витрати черкаських можновладців.	15.04.2024	Єдиний державний реєстр декларацій.
18.	Як заробляють на кальянному ринку в Україні?	29.04.2024	Єдиний державний реєстр судових рішень.

Єдиний державний реєстр судових рішень (ЄДРСР) – централізована державна інформаційна система, що забезпечує збирання, облік, накопичення, зберігання, захист, пошук та перегляд електронних копій судових рішень усіх інстанцій, за всіма підсудностями. Реєстр створений для прозорості судової системи та доступності судових рішень для громадськості. Користувачі можуть фільтрувати результати пошуку за видом судочинства (цивільне, кримінальне, господарське, адміністративне), інстанцією (перша інстанція, апеляція, касація) та періодом ухвалення рішень. Функціонал реєстру дає змогу реалізувати контекстний пошук за ключовими словами або за фразами. Журналісти використовують ЄДРСР для аналізу судової практики та виявлення можливих корупційних дій у судовій системі, а також для досліджень судових рішень щодо фігурантів розслідувань. Наприклад, у розслідуванні «Як заробляють на кальянному ринку в Україні?» журналісти «18000» наводять витяг із судового реєстру щодо штрафування нелегального продавця тютюнових виробів.

Державний реєстр речових прав на нерухоме майно (ДРРП) – єдина державна інформаційна система в Україні, що містить відомості про права власності й інші речові права на нерухоме майно, а також про обтяження таких прав. Довідка з ДРРП містить інформацію із чотирьох основних реєстрів: Державний реєстр речових прав на нерухоме майно, Реєстр прав власності на нерухоме майно, Державний реєстр іпотек, Єдиний реєстр заборон відчуження об'єктів нерухомого майна. Для отримання інформації в електронній формі необхідно авторизуватися на порталі Міністерства юстиції України або на порталі Дія за допомогою електронного цифрового підпису (ЕЦП), іншого засобу ідентифікації особи (Дія – Державні послуги онлайн). Необхідно зазначити параметри пошуку: адреса об'єкта нерухомого майна, реєстраційний номер об'єкта або кадастровий номер земельної ділянки, а також сплатити адміністративний збір. Наприклад, у розслідуванні «У Черкасах руйнують історичну пам'ятку. Хто за цим стоїть?» журналісти залучили актуальну інформацію про речове майно приватного підприємства «Надія», яке на місці пам'ятки архітектури планує зводити багатопверхівку.

Єдиний державний реєстр декларацій – це онлайн-реєстр, створений для забезпечення прозорості й підзвітності державних службовців України через обов'язкове декларування їхніх майнових і фінансових статків. Реєстр керований Національним агентством з питань запобігання корупції (НАЗК) (<https://public.nazk.gov.ua/>). Журналісти та громадські активісти активно використовують дані з реєстру для виявлення випадків корупції, незаконного збагачення та конфліктів інтересів серед посадовців. Цей інструмент став важливим для підвищення підзвітності й доброчесності в державному управлінні. Після повномасштабного вторгнення росії з міркувань безпеки реєстр був закритим, однак у грудні 2023 р. НАЗК відкрило реєстр декларацій (<https://nazk.gov.ua/>). Розслідування «Найдорожчі і непересічні купівлі черкаських депутатів і посадовців під час повномасштабної» повністю присвячене аналізу понад 500 декларацій місцевих депутатів, нардепів від Черкащини, прокурорів, суддів, керівництва поліції.

Отже, описані реєстри надають змогу отримати різноманітну інформацію, яка може бути корисною для проведення глибоких та обґрунтованих журналістських розслідувань.

«YouControl» – це комплексна аналітична система, призначена для надання детальної інформації про компанії та фізичних осіб, фінансовий стан через агрегацію й аналіз даних із різних публічних джерел. Система особливо корисна для журналістів, юристів, спеціалістів із комплаєнсу та бізнес-аналітиків, які потребують надійних даних для перевірки контрагентів, проведення розслідувань й оцінювання ризиків (<https://youcontrol.com.ua/>).

Сервіс агрегує актуальні дані з понад 180 відкритих джерел, зокрема з державних реєстрів, фінансові звіти, судові записи, списки санкцій та медіаархіви. Дані оновлювані в режимі реального часу. Зокрема, користувачі можуть отримати повні профілі компаній, що вміщують реєстраційні дані, фінансові показники (баланси, звіти про прибутки й збитки тощо), структуру власності та контакти керівників. Для журналістів-розслідувачів корисною є функція відстеження власності та афіліацій, оскільки система може фіксувати кінцевих бенефіціарних власників (КБВ) компанії, розкриваючи складні структури власності й потенційні конфлікти інтересів, відображає зв'язки між компаніями та фізичними особами. На порталі можна перевірити компанії та фізичних осіб за різними міжнародними санкційними списками й судовими рішеннями.

Для користувачів запропоновано зручний інтерфейс, що дає змогу легко навігувати складними наборами даних. Також можна створювати детальні звіти, які компілюють усі релевантні дані й аналіз у зручному форматі, що корисно для презентацій та ухвалення рішень. Варто наголосити, що сервіс платний, проте для журналістів надають безоплатний доступ.

Як зауважила Яніна Корнієнко під час тренінгу для студентів, «YouControl» не є першоджерелом, насамперед варто шукати інформацію в реєстрах. Натомість «YouControl» робить зручною перевірку знайденої інформації. Наприклад, коди ЄДРПОУ – унікальні «паспортні» дані компанії, за якими її можна ідентифікувати. Назви компаній можуть бути дуже схожими, код допомагає розрізнити відомості [10]. У розслідуванні «На чиїх авто їздить секретар Черкаської міської ради?» журналісти видання «18000» за допомогою аналітичної системи «YouControl» підтверджували належність компаній «АвтомастерОК», «Мега Лайт», «Хлібний Дім» родичам секретаря Черкаської міської ради Юрія Тренкіна.

«OpenDataBot» – це український онлайн-сервіс, призначений для моніторингу реєстраційних даних українських компаній і судових рішень із метою захисту від рейдерства та контролю за контрагентами. «OpenDataBot» засновано у квітні 2016 р. Олексієм Іванкіним та Андрієм Хорсевим після того, як вони самі стали жертвами рейдерських атак. Основна мета платформи – підвищення прозорості управління та захист бізнесу в Україні. У вересні 2018 р. у співпраці з Міністерством юстиції України команда «OpenDataBot» запустила Єдиний портал відкритих даних data.gov.ua [13].

«OpenDataBot» надає доступ до понад 40 державних реєстрів у режимі реального часу, серед яких – Єдиний державний реєстр юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань (ЄДР); Єдиний державний реєстр судових рішень (ЄДРСР); Реєстр боржників (ЕРБ); Єдиний реєстр довіреностей; Реєстр земельного кадастру; Реєстр фізичних осіб підприємців та інші. Користувачі можуть отримувати інформацію про компанії, зокрема дані про засновників, директорів, судові справи, податковий статус та інші важливі деталі. Це допомагає компаніям автоматизувати процеси перевірки контрагентів, відстежувати зміни в реєстрах, ухвалювати обґрунтовані бізнес-рішення (Опендатабот). Для отримання інформації користувачі можуть використовувати зручні месенджери (Telegram, Facebook Messenger, Skype, Viber) або мобільні застосунки для iOS чи Android. Сервіс надає дані у форматі JSON, що спрощує інтеграцію із сучасними CRM / ERP системами. Крім того, «OpenDataBot API» дає змогу отримувати дані з різних реєстрів одним запитом, що забезпечує швидкий доступ до необхідної інформації для бізнесу.

«OpenDataBot» використано для залучення даних про реєстрацію підприємства в розслідуваннях «Мільйони у борг. Як у Черкасах освоюватимуть 80 млн європейського кредиту» та «Як смілянський заклад освоїв 30 мільйонів гривень на «своїх» підприємців»); про дохід компаній чи спілок («Що і за скільки будує брат міського голови Черкас на безоплатній землі?», «Не «Гарантований» дохід. Історія великого шахрайства у Шполі»).

«Clarity Project» – це українська платформа, що надає доступ до відкритих даних та аналітики у сфері публічних закупівель і корпоративних даних. Заснована у 2017 р., спрямована на підвищення прозорості та підзвітності в державних і приватних секторах. Для моніторингу публічних закупівель журналісти можуть аналізувати дані про тендери, зокрема скарги, подані до Антимонопольного комітету України (АМКУ) та результати їх розгляду.

Окремо функціонує «Clarity App», що допомагає постачальникам оскаржувати несправедливі умови та дискваліфікації в тендерах. Запропоновано повнотекстовий пошук за базою даних рішень АМКУ для підготовки більш обґрунтованих скарг [14]. Інша частина проєкту «Clarity Hromada» – це інструмент для аналізу даних територіальних громад, створений за підтримки проєкту «USAID/UK aid TAPAS» і Міністерства цифрової трансформації України. За допомогою сервісу «Clarity Project» журналісти видання «18000» досліджували дані про тендер для реконструкції приміщень дитячих садочків («Мільйони у борг. Як у Черкасах освоюватимуть 80 млн європейського кредиту»), а також відомості про реєстрацію підприємств, дані учасників тендеру із закупівель на ремонт («Що і за скільки будує брат міського голови Черкас на безоплатній землі?»).

«ProZorro» – це українська система електронних публічних закупівель, яка була створена для забезпечення прозорості та відкритості процесу державних закупівель, допомагає простежувати угоди, укладені державними установами. Вона стала обов'язковою з 1 серпня 2016 р. для всіх державних установ, які проводять закупівлі. «ProZorro» забезпечує доступність даних про закупівлі для громадськості, що сприяє боротьбі з корупцією та підвищенню ефективності використання бюджетних коштів. Система допомагає потенційним постачальникам подавати свої пропозиції електронно, а громадськості та журналістам – стежити за процесом закупівель у режимі реального часу. Для інвестигейторів корисний модуль публікації даних, що забезпечує доступ до всієї інформації про закупівлі, а також модуль аналітики, який уможливорює аналіз даних про закупівлі, виявлення порушень та оптимізацію процесів. У розслідуванні «Щонайменше 4,5 млн можливої переоплати: як у Черкасах утеплять одну з найбільших лікарень» журналісти використали дані з «ProZorro» про тендер на капремонт міської лікарні Черкас.

За результатами статистичного опрацювання фактичного матеріалу, підготовлено статистику щодо частотності використання цифрових ресурсів у журналістських розслідуваннях, підготовлених медійниками черкаського інтернет-видання «18000». Зафіксовано такі показники: «OpenDataBot» – 22,2%, не використано або не озвучено – 22,2%, Реєстр декларацій НАЗК – 14,8%, Державний реєстр речових прав на нерухоме майно – 11,1%, «Clarity Project» – 11,1%, Єдиний державний реєстр судових рішень – 7,4%, «ProZorro» – 7,4%, «YouControl» – 3,7%. Статистику візуалізовано на рис. 1.

Частотність застосування цифрових ресурсів у журналістських розслідуваннях «18000»



Рис. 1. Частотність застосування цифрових ресурсів у журналістських розслідуваннях «18000»

IV. Висновки

Повномасштабне вторгнення росії в Україну змістило інформаційні акценти в медійному середовищі, актуалізувавши потребу у виготовленні контенту на розслідувальну проблематику за різними тематичними векторами: корупція у владі, розкрадання коштів в оборонній галузі, воєнні злочини тощо. Попри уявні іміджеві загрози для країни, у суспільстві упрозорений запит на контроль за владою, викриття злочинів, антизаконних дій. Проведення якісних журналістських розслідувань, наповнених

вивіренним фактажем, стало можливим завдяки розвитку цифрових технологій, формуванню відкритих реєстрів даних, централізованих аналітичних систем тощо. Цифрові ресурси численно представлені в мережі, робота з ними трудомістка, вимагає багато часу й ретельної уваги журналіста до деталей, уміння опрацьовувати масивні обсяги відомостей. На підставі експертного опитування, моніторингу регіонального інвестиційного фактажу, опрацювання наукових праць виокремлено найбільш популярні цифрові ресурси, що оптимізують проведення журналістських розслідувань: Єдиний державний реєстр судових рішень (доступ до рішень та ухвал судів різних інстанцій); Державний реєстр речових прав на нерухоме майно (інформація про власників нерухомості); Єдиний державний реєстр декларацій (доходи та майновий стан державних службовців і посадовців); «YouControl» (аналітична система для перевірки контрагентів та бізнес-розвідки); «OpenDataBot» (платформа, що агрегує дані з різних державних реєстрів); «Clarity Project» (доступ до відомостей про державні закупівлі); «ProZoggo» (електронні публічні закупівлі). Проаналізовано регіональний інвестиційний досвід інтернет-видання «18000», подано опрацьовані статистичні відомості про частотність звернення до цифрових ресурсів під час розслідування. Перспективи студії пов'язані з аналізом досвіду інших медіа, укладанням більш повного переліку баз даних, реєстрів тощо, розробленням навчального посібника для студентів.

Список використаної літератури

- 142 українських ресурси потрапили на мапу рекомендованих медіа від ДМ та ІМІ. URL: <https://imi.org.ua/news/142-ukrayinskykh-resursy-potrapyly-na-mapu-rekomendovanykh-media-vid-dm-ta-imi-i55441> (дата звернення: 01.04.2024).
- Бель Б., Бурмагін О., Патора Т., Хоменок О. *Посібник з журналістських розслідувань. Теорія та практика*. Київ, 2013. 190 с.
- Вебінар про журналістські розслідування від Слідство.інфо провели для студентів-медійників. URL: <https://cdu.edu.ua/news/vebinar-pro-zhurnalistski-rozsliduvannia-vid-slidstvoinfo-provely-dlia-studentiv-mediinykiv.html> (дата звернення: 01.04.2024).
- Гарматій О. Суспільна значущість журналістських телевізійних розслідувань. *Теле- та радіо-журналістика*. 2020. Вип. 19. С. 149–157.
- Дробін А. А. Класифікація цифрових освітніх ресурсів як засіб уточнення практичного цільового призначення. *Наукові записки. Серія: Педагогічні науки*. 2021. Вип. 201. С. 77–81.
- Опис рамки цифрової компетентності для громадян України. URL: https://thedigital.gov.ua/storage/uploads/files/news_post/2021/3/mintsifra-oprilyudnyue-ramku-tsifrovoi-kompetentnosti-dlya-gromadyan/OP%20ЦК.pdf (дата звернення: 05.04.2024).
- Печеранський І., Васкул Х. Сучасний медійний дискурс та роль у ньому журналістського розслідування. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво*. 2018. Вип. 2. С. 22–29.
- Розслідувальна журналістика: визначення поняття. URL: <https://gijn.org.ua/pro-nas-rozsliduvalna-zhurnalistika-viznacenna-ponatta/> (дата звернення: 02.04.2024).
- Студентам-медійникам розповіли, як працювати з базами даних під час журналістського розслідування. URL: <https://journalist.ck.ua/11565-studentam-mediinykam-rozpovily-iak-pratsiuvaty-z-bazamy-danykh-pid-chas-zhurnalistskoho-rozsliduvannia.devh> (дата звернення: 01.04.2024).
- Студенти-медійники переймали досвід роботи з базами даних від «Слідство.Інфо». URL: <https://journalist.ck.ua/11711-studenty-mediinyky-pereimaly-dosvid-roboty-z-bazamy-danykh-vid-slidstvo-info.devh> (дата звернення: 03.04.2024).
- Хоменко І. А. Функціональність журналістського розслідування в українському медійному просторі: погляд практика. *Актуальні питання масової комунікації*. 2013. Вип. 14. С. 106–113.
- Хоменок О. С., Бурмагін О. О., Іванова К. Б., Рибка Є. М., Томіленко С. А. *Журналістське розслідування / за заг. ред. О. Хоменка*. Мелітополь, 2008. 182 с.
- How to Check a Company in Ukraine: Using Open Registries. URL: <https://blog.smithysoft.com/how-to-check-a-company-in-ukraine-using-open-registries/> (date of request: 12.04.2024).
- Tarnay V., Dmytryshyn Y. How Ukraine's procurement appeals tool Clarity App promotes fair competition. URL: <https://www.open-contracting.org/2024/05/23/how-ukraines-procurement-appeals-tool-clarity-app-promotes-fair-competition/> (date of request: 20.04.2024).

References

- 142 ukrainian resources were included in the map of recommended media by DM and IMI [142 Ukrainian resources were included in the map of recommended media by DM and IMI]. Retrieved from <https://imi.org.ua/news/142-ukrayinskykh-resursy-potrapyly-na-mapu-rekomendovanykh-media-vid-dm-ta-imi-i55441> [in Ukrainian].
- Biel, B., Burmahin, O., Patora, T., & Khomenok, O. (2013). *Posibnyk z zhurnalistskykh rozsliduvan. Teoriia ta praktyka* [Guide to journalistic investigations. Theory and practice]. Kyiv [in Ukrainian].
- Webinar pro zhurnalistski rozsliduvannia vid Slidstvo.info provely dlia studentiv-mediinykiv [Slidstvo.info held a webinar on journalistic investigations for media students]. Retrieved from <https://cdu.edu.ua/news/vebinar-pro-zhurnalistski-rozsliduvannia-vid-slidstvoinfo-provely-dlia-studentiv-mediinykiv.html> [in Ukrainian].

4. Harmatiy, O. (2020). Suspilna znachushchist zhurnalistskykh televiziynykh rozsliduvan [Social significance of journalistic television investigations]. *Tele- ta radiozhurnalistyka*, 19, 149–157 [in Ukrainian].
5. Drobin, A. A. (2021). Klasyfikatsiia tsyfrovyykh osvitynykh resursiv yak zasib utochnennia praktychnoho tsilovoho pryznachennia [Classification of digital educational resources as a means of clarifying practical purpose]. *Naukovi zapysky. Seria: Pedagogichni nauky*, 201, 77–81 [in Ukrainian].
6. Opys ramky tsyfrovoy kompetentnosti dlia hromadian Ukrainy [Description of the framework of digital competence for citizens of Ukraine]. Retrieved from https://thedigital.gov.ua/storage/uploads/files/news_post/2021/3/mintsifra-oprilyudnyue-ramku-tsifrovoy-kompetentnosti-dlya-gromadyan/OP%20LJK.pdf [in Ukrainian].
7. Pecheranskyi, I., & Vaskul, Kh. (2018). Suchasnyi mediinyi dyskurs ta rol u nomu zhurnalistskoho rozsliduvannia [Modern media discourse and the role of journalistic investigation in it]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnogo universytetu kultury i mystetstv. Seria: Audiovizualne mystetstvo i vyrobnytstvo*, 2, 22–29 [in Ukrainian].
8. Rozsliduvalna zhurnalistyka: vyznachennia poniattia [Investigative journalism: definition of the concept]. Retrieved from <https://gijn.org/ua/pro-nas/rozsliduvalna-zurnalistyka-viznacenna-ponatta/> [in Ukrainian].
9. Studentam-mediinykam rozpovily, yak pratsiuvaty z bazamy danykh pid chas zhurnalistskoho rozsliduvannia [Media students were told how to work with databases during investigative journalism]. Retrieved from <https://journalist.ck.ua/11565-studentam-mediinykam-rozpovily-iak-pratsiuvaty-z-bazamy-danykh-pid-chas-zhurnalistskoho-rozsliduvannia.devh> [in Ukrainian].
10. Studenty-mediinyky pereimaly dosvid roboty z bazamy danykh vid «Slidstvo.Info» [Media students learned the experience of working with databases from Slidstvo.Info]. Retrieved from <https://journalist.ck.ua/11711-studenty-mediinyky-pereimaly-dosvid-roboty-z-bazamy-danykh-vid-slidstvo-info.devh> [in Ukrainian].
11. Khomenko, I. A. (2013). Funktsionalnist zhurnalistskoho rozsliduvannia v ukrainskomu mediinomu prostori: pohliad praktyka [The functionality of investigative journalism in the Ukrainian media space: a practical perspective]. *Aktualni pytannia masovoi komunikatsii*, 14, 106–113 [in Ukrainian].
12. Khomenok, O. S., Burmahin, O. O., Ivanova, K. B., Rybka, Y. M., & Tomilenko, S. A. (2008). *Zhurnalistske rozsliduvannia* [Investigative Journalism]. Melitopol [in Ukrainian].
13. How to Check a Company in Ukraine: Using Open Registries. Retrieved from <https://blog.smithy-soft.com/how-to-check-a-company-in-ukraine-using-open-registries/> [in English].
14. Tarnay, V., & Dmytryshyn, Y. (2024). How Ukraine's procurement appeals tool Clarity App promotes fair competition. Retrieved from <https://www.open-contracting.org/2024/05/23/how-ukraines-procurement-appeals-tool-clarity-app-promotes-fair-competition/> [in English].

Стаття надійшла до редакції 06.05.2024.

Received 06.05.2024.

Bondarenko T., Koval S. Digital Resources for Investigative Journalism: Regional Experience

The purpose of the research is the scientifically correct substantiation of digital resources (services, registers, national and international databases, etc.) and the peculiarities of their use during journalistic investigations at the regional level.

Research methodology is subject to sequential and logical stages of study. The initial stage involved holding webinars and offline training with the participation of investigative experts. The expert survey method made it possible to outline the real state of the issue, to obtain professional cases, and to draw theoretical conclusions. At the second stage, the regional facts were analyzed using the monitoring method and the comparative method. A system-analytical method was used to systematize and generalize information. The method of static information processing made it possible to create diagrams.

Results. A holistic understanding of journalistic investigation as a method of information gathering, a journalistic genre, and an independent media direction is presented. The essence of such concepts as journalistic investigation and digital resources is explained. The regional experience of using digital resources for journalistic investigation was studied. The conclusion determined the frequency of access to digitized resources.

The novelty consists in a synergistic approach to the substantiation of the declared problem: study of expert experience, monitoring of regional investigation facts, development of the academic base. The list of popular digital resources used for professional purposes is composed.

Practical significance. The material contributes to the conduct of quality journalistic investigations, and forms the professional toolkit of an investigator. The prospects of the study are related to the analysis of the experience of other media, the compilation of a more complete list of databases, registers, etc., and the development of a study guide for students.

Key words: journalistic investigation, investigative journalism, investigative journalist, digital tools, digital resources, databases, data registers.

Т. С. Гиріна

доктор наук із соціальних комунікацій, професор
завідувач кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури
e-mail: hirinatetyana@gmail.com; ORCID: 0000-0003-1587-8767
Державний податковий університет
вул. Університетська, 31, м. Ірпінь, Київська обл., Україна, 08200

СПРИЙНЯТТЯ УКРАЇНЦЯМИ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ РОЗСЛІДУВАНЬ: ОСМИСЛЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Мета дослідження – внесення до наукового дискурсу емпіричних знань про сприйняття журналістських розслідувань українською аудиторією, очікувань та довіри до контенту, продюкованого розслідувачами на регіональному, національному та міжнародному рівнях.

Методологія дослідження. Методологічний апарат дослідження забезпечено використанням методів аналізу, синтезу, узагальнення, описово-аналітичного методу з елементами функційного аналізу. З метою визначення ставлення та орієнтації українських користувачів цифрових медіа до журналістських розслідувань у період 04–10 грудня 2023 р. проведено електронне опитування методом анкетування українців за допомогою використання сервісу Google Forms, n=65 респондентів, які відповіли на запитання, переважно закритого типу.

Результати дослідження. З'ясовано, що 72,3% українців з різною періодичністю слідують та звертають увагу на розслідувальні матеріали в медіа. Більшість учасників опитування довіряють повністю чи довіряють залежно від аргументації, наведеної в розслідуваннях (разом 62,5%), скоріше не довіряють чи повністю скептично ставляться до них 37,5%. Тематична орієнтація до журналістських розслідувань корелює з пропонованими на інформаційному ринку проектами. Таким чином, найбільшим рівнем інтересу користуються розслідування, присвячені політичній корупції (73,8%) та корупції у сфері економіки (72,3%). На вимогу часу є запит серед українців на справедливість у сфері боротьби з корупцією під час війни в Україні (27,7%), відбудови України (12,3) та суспільній сфері (10,8%).

Новизна статті полягає в доповненні наукової дискусії емпіричним розумінням того, як українська аудиторія сприймає журналістські розслідування, у чому полягають їхні очікування та рівень довіри до інвестигативного контенту, створеного на регіональному, національному й міжнародному рівнях.

Практичне значення. Матеріали та результати дослідження мають потенціал до використання теоретиками журналістики в межах подальших досліджень з галузі та практиками журналістами-розслідувачами для розгляду очікувань, рівнів зацікавленості й включеності українців в антикорупційний дискурс засобами медіа.

Ключові слова: антикорупційна журналістика, боротьба з корупцією, економічна журналістика, журналістське розслідування, інформаційний простір, медіасупровід відбудови України.

I. Вступ

Осмислення антикорупційного ефекту успішних журналістських розслідувань у галузі економіки зумовлена безпрецедентною загрозою, яку становить для економічному розвитку України корупція на всіх щаблях владної й економічної вертикалі, сприяючи нерівності, підриваючи суспільну довіру та перешкоджаючи сталому прогресу. У складному ландшафті економічної діяльності журналістське розслідування стає потужним інструментом для розкриття корупційних дій, викриття правопорушень і притягнення до відповідальності причетних. Розслідувальний медіаринок в Україні представлений десятками галузевих проектів, значна частина редакцій мають у своїй структурі розслідувальні підрозділи чи окремі журналісти періодично досліджують конкретні теми. Не вичерпний перелік, проте широке підґрунтя пропонованого дослідження становить контент телевізійної програми «Слідство.інфо», «Hromadske.ua»; Рівненського агентства журналістських розслідувань; Кримського центру журналістських розслідувань; Миколаївського центру журналістських розслідувань та Центру журналістських розслідувань «Сила правди», агенції журналістських розслідувань «Свідомо», агентства журналістів-розслідувачів «Четверта Влада», Запорізького центру розслідувань, «Наші гроші», сайту Українських Новин «Центру журналістських роз-

слідувань», «Лівий берег», «LIGA.net», «Українська правда» тощо. Мейнстрімною в інвестигативній журналістиці України є діяльність незалежної команди журналістів і юристів-антикорупційників, що завдають змін «Bihus.Info», та проєкт журналістських розслідувань Радіо Свобода «Схеми».

Із цієї причини міжнародні агенції підтримки ЗМК та групи розвитку журналістики мають на меті забезпечити підтримку журналістських розслідувань, надавши для неї частину відновлювального фонду для України в повоєнний період. Частина цих ресурсів має бути спрямована на підтримку медіаосвіти, навчання журналістів у сфері судово-бухгалтерської експертизи, державних закупівель, а також оволодіння навичками, необхідними для використання найсучасніших технологій для аналізу фінансових даних. Крім того, засоби масової інформації варто заохочувати до співпраці з громадянським суспільством і місцевими громадами для моніторингу відбудови, особливо в районах, які зазнали найбільших руйнувань. Будь-яка життєздатна антикорупційна стратегія також має забезпечувати транскордонне співробітництво та спільні розслідування за підтримки регіональних і міжнародних медіа [1].

«Найкраща форма патріотизму в журналістиці – це викривати те, що погано, а не хвалити те, що працює» – слушно зауважила на заході для медіапрофесіоналів «RE:COVER» (у межах програми «Голоси України», що фінансується МЗС Німеччини і яку організовує Європейський центр свободи преси та ЗМК) журналістка-розслідувачка англomовного українського ЗМК «The Kyiv Independent» А. Миронюк [13].

Розслідувальну журналістику та її роль для посилення демократії в країні осмислив О. Ярошук [4]. Аналітики Альянсу за забезпечення демократії Д. Рудольф, Н. Айзен та К. Бертрон і Кермерон в аналітичній статті «Український антикорупційний фронт. Як допомогти українцям виграти війну та мир, стоячи спиною проти олігархії» констатують, що нині наша держава «бореться за життя проти російського вторгнення, а українці разом з тим продовжують вести свою тривалу внутрішню боротьбу з олігархією та корупцією» [12]. Етику професійної комунікації під час проведення розслідування публічної інформації виклав М. Йосерізал Сарагіх [14]. Наукове підґрунтя осмислення потенціалу розслідувальної журналістики становлять праці О. Бондаренко, С. Уткіної, М. Колеснікової із Сумського державного університету щодо ролі ЗМК у запобіганні корупції. У дослідженні наголошено, що «наявність ефективної медіасистеми є основою реалізації принципу публічності в діяльності державного управління та забезпечення ефективного прозорого нагляду за його діяльністю» [5, с. 70–93]. Медіа як складову боротьби з корупційними злочинами під час війни в Україні розкрили Ю. Головін, С. Семенишин, О. Таволжанський [6], а дослідники ефективності національної антикорупційної політики України О. Котуков, Т. Котукова, К. Козлов моніторинг і контроль громадянського суспільства та журналістського середовища на ряду з узгодженою державною антикорупційною стратегією, новоствореною структурою антикорупційних органів; доброчесною державною службою, упроваджуваною електронною системою публічних закупівель та управління майном, регулярно публічною звітністю визначають найефективнішими антикорупційними заходами для нашої держави [10, с. 304–313]. У межах дослідження проаналізовано доробок зарубіжних науковців, професійний інтерес яких лежить у площині розслідувальної журналістики, зокрема Дж. Джалаладін, Г. Расул Мурада, Х. Мудхафар Алі (Курдистані) [8, с. 1–26], А. Ісмаїл, М. Хайрі Ахмад та Ч. Су Мустаффа (Малайзія) [7, с. 50–79], Д. Попелець (Вишеградський регіон) [11], Н. Сесус Сільва, М. Хосе Пальса Мампрея Дос-Сантос, Н. Батіста та Ф. Мата (Португалія) [9, с. 171–179].

Київський міжнародний інститут соціології (КМІС) 29 листопада – 9 грудня 2023 р. провів всеукраїнське опитування громадської думки «Омнібус». Методом телефонних інтерв'ю з використанням комп'ютера на основі випадкової вибірки мобільних телефонних номерів (з випадковою генерацією телефонних номерів та подальшим статистичним зважуванням) опитано 1031 респондента з усіх регіонів України (крім АР Крим). Опитування проводили з дорослими (у віці 18 років і старше) громадянами України, які на той момент проживали на території України (у межах, які контролювалися владою України до 24 лютого 2022 р.) [2]. Встановлено, що «значно втратили довіру українські ЗМІ, чії показники довіри повернулися до рівня грудня 2021 р. Так, за останній рік з 57% до 29% стало менше тих, хто довіряє українським ЗМІ (натомість з 14% до 40% стало більше тих, хто не довіряє їм)» [2]. Однак навіть ці цифри порівняно з рівнем довіри до правоохоронних органів вражають, адже «критично низькою із значним погіршенням порівняно з минулим роком є довіра до судів і прокурорів. Лише 12% українців довіряють судам, і лише 9% довіряють прокурорам. Не довіряють – відповідно, 61% і 64%. У грудні 2022 р. судам довіряли 25%, прокурорам – 21%, але більш важливо, що було значно менше (удвічі) тих, хто не довіряв їм» [2].

За таких умов у суспільства є запит на захист їхніх прав та нульовий рівень толерування корупції та правопорушень, які при цьому можуть мати місце і в органах внутрішніх справ та правопорядку. Одним із можливих векторів забезпечення громадянам права на соціальну справедливість є журналістські розслідування, що їх реалізують професійні колективи, і які не обмежені у виборі тем для вивчення та корупційних схем для викривання.

Пропонована розвідка є складовою емпіричного осмислення потенціалу журналістських розслідувань в аспекті забезпечення сталого розвитку та довіри до національної економіки України в інвесторів та зарубіжних партнерів як в умовах війни, так і на етапі повоєнної відбудови.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета статті полягає у внесенні до наукового дискурсу емпіричних знань про сприйняття журналістського розслідування українською аудиторією, очікувань і довіри до контенту, продуктового розслідувачами на регіональному, національному та міжнародному рівнях.

З метою визначення ставлення та орієнтації українських користувачів цифрових медіа в період 04–10 грудня 2023 р. було проведено електронне опитування методом анкетування українців за допомогою використання сервісу Google Forms, $n=65$ респондентів, які добровільно зголосилися відповісти на запитання, переважно закритого типу. Опитані українці дорослого віку, з вищою освітою, які на момент заповнення анкети постійно проживали в Україні, тож висловлювали власні судження, перебуваючи всередині суспільного процесу. Проаналізована вибірка не є репрезентативною з огляду на кількість опитаних респондентів, а висловлені результати, скоріше є тенденційними та потребують подальшого дослідження. За допомогою методу аналізу зібраних даних проведено вторинне осмислення підсумків анкетування.

Методологічний апарат дослідження посилено використанням методів аналізу, синтезу, узагальнення – для опрацювання теоретичної й емпіричної основи дослідження; контент-аналізу з елементами статистичного методу – для осмислення змісту, форми та структури журналістських розслідувань в українськомовному медіапросторі, описово-аналітичного методу з елементами функційного аналізу для розгляду потенційних характеристик впливу й значення для поступу демократичних ініціатив у суспільстві.

III. Результати

Встановлено, що розслідувальні проекти викликають інтерес більшої половини користувачів цифрових медіа (72,3%), не цікавляться подібною тематикою лише 27,7% респондентів (рис. 1).

Ви дивитесь проекти у галузі журналістських розслідувань?

65 ответов

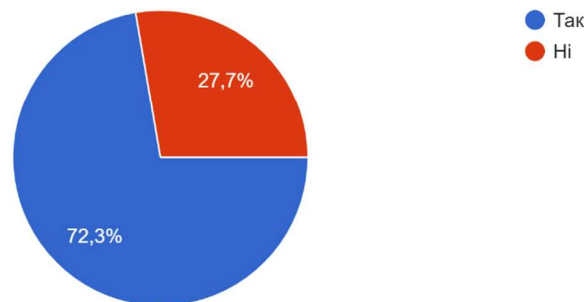


Рис. 1. Зацікавленість опитаних респондентів тематикою журналістських розслідувань у медіа [3]

Високий рівень інтересу до подібних журналістських проектів викликає довіру у 34,4% опитаних, ще 35,9% українців схильні вирити сказаному, якщо аргументи, викладені в матеріалі, видадуться доведеними та безальтернативними. Скептично ставляться до самого формату 26,6% опитаних, і лише 3,1% повністю не довіряють (рис. 2).

Ви довіряєте побаченому у журналістських розслідуваннях

64 ответа

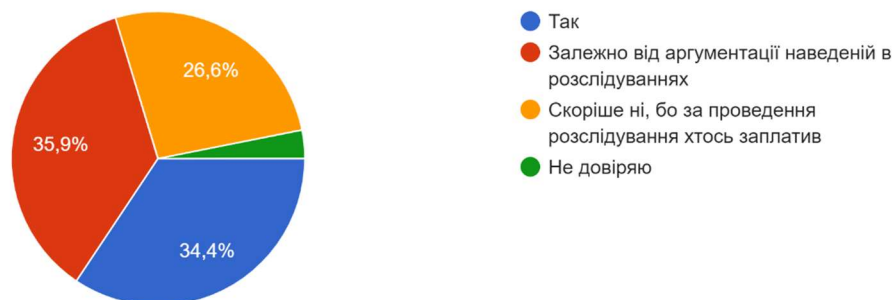


Рис. 2. Рівень довіри респондентів до журналістських розслідувань [3]

Тематична орієнтація журналістських розслідувань корелює з пропонованими на інформаційному ринку проєктами. Таким чином, найбільшим рівнем інтересу користуються розслідування, присвячені політичній корупції (73,8%) та корупції у сфері економіки (72,3%). На вимогу часу є запит серед українців на справедливість і недопустимість корупції на війні в Україні (27,7%), зацікавленість у тематиці відбудови України (12,3%), російсько-українських зв'язків, у контексті бізнесінтересів, досі наявних попри відкриту агресію з боку росії (10,8%), та суспільної сфери (10,8%) (рис. 3).

Якій тематиці журналістських розслідувань віддаєте перевагу

65 ответов

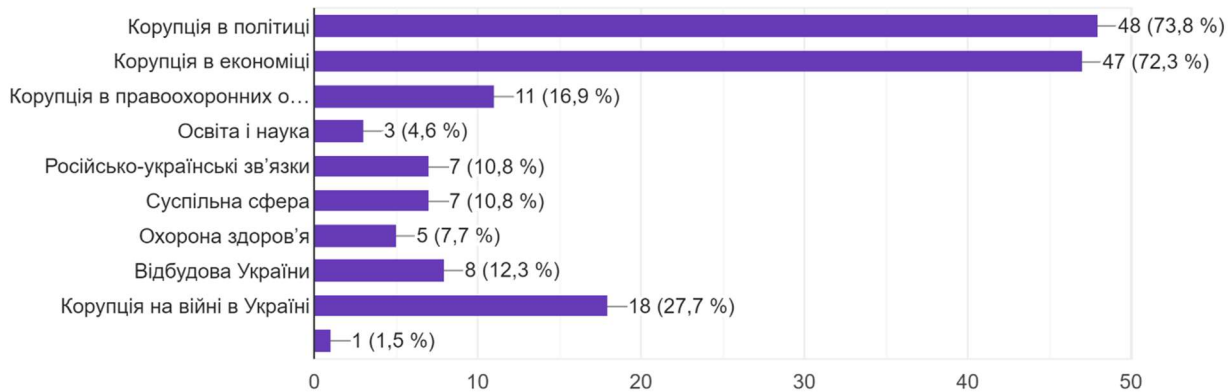


Рис. 3. Зацікавленість респондентів у різній тематичі журналістських розслідувань [3]

Часто розслідування мають комплексний характер і можуть охоплювати зв'язки кількох компаній, організацій, у тому числі родинних зв'язків. Респонденти вважають допустимим робити об'єктами досліджень родичів високопосадовців, навіть якщо вони не є державними службовцями чи публічними людьми (38,5%). Подібний рівень інтересу зумовлений високим рівнем запиту на соціальну справедливість та нульове толерування корупції в українському суспільстві, втім наштотвхуються на протидію, на спротив з боку об'єктів дослідження, адже в окремих випадках на журналістів може чинитися тиск, у тому числі із залученням адміністративних важелів.

Чи етично журналістам розслідувати корупцію членів родини високопосадовців?

65 ответов

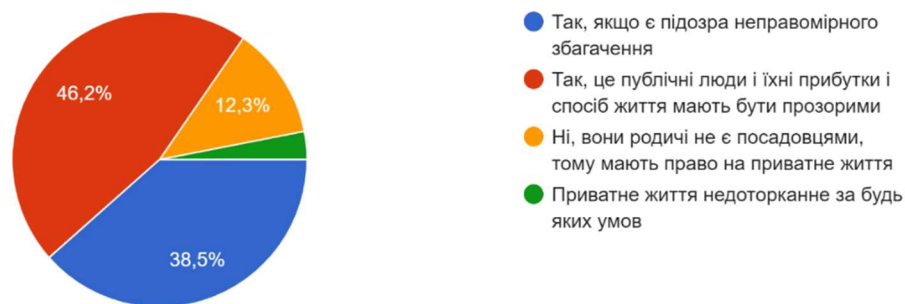


Рис. 4. Ставлення респондентів до допустимості розслідувань стосовно членів родин високопосадовців, щодо яких є підозра в протиправному збагаченні [3]

Нульове толерування корупції серед українців підтверджують результати проведеного опитування, де 49,2% респондентів ставляться негативно до будь-яких проявів корупції, проте ще 35,4% констатують, що інколи корупційні діяння допомагають досягти бажаного результату та вирішити потрібні громадянам питання. Попри те, що нейтрально до корупції ставляться 15,4% респондентів, жоден з опитуваних українців не висловив позитивного ставлення (рис. 5).

Як Ви ставитеся до корупції в різних сферах суспільного життя (політика, економіка, охорона здоров'я та ін)?

65 ответов

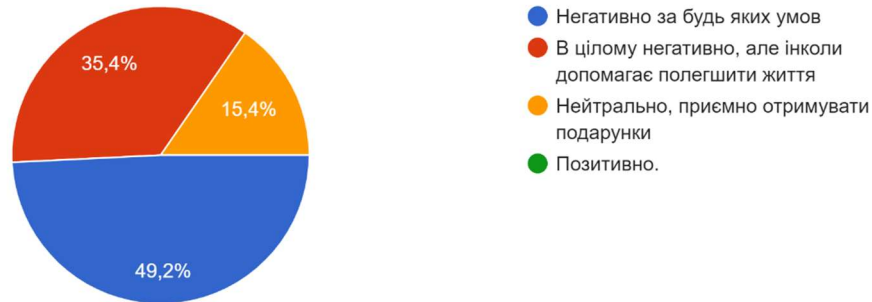


Рис. 5. Ставлення респондентів до проявів корупції в різних сферах суспільного життя [3]

Попри те, що в більшості своїй українці негативно ставляться до корупції, значна частина має досвід вчинення неправомірних корупційних дій, хоч у побуті вони сприймаються як частина життя, що полегшує вирішення окремих питань та не корелює із загальним негативним ставленням до корупції у владних колах. Так, 30,8% респондентів протягом 2023 р. самі давали хабарі з власної ініціативи, ще 35,4% ставали об'єктами вимагання «подяки». Таким чином, більша частина респондентів лише протягом року була дотична до корупційних дій, на противагу лише 7,7%, які не давали, бо не було потреби, та 26,8%, які свідомо не дають хабарів навіть за умови, що це полегшило б їм життя (рис. 6).

Чи давали Ви хабар (подарунок до свята, подяку за послугу та ін.) протягом останнього року?

65 ответов

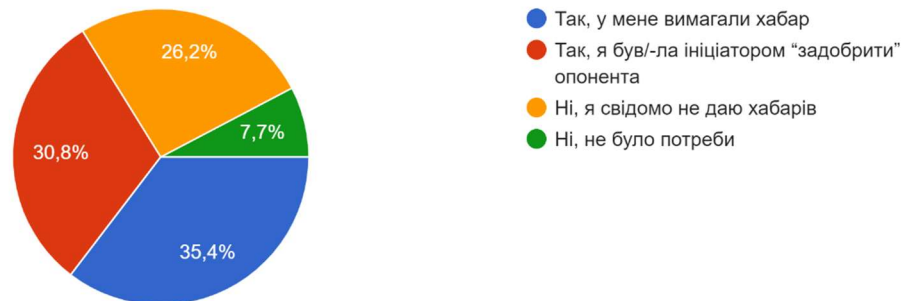


Рис. 6. Дотичність респондентів до корупційних діянь за останній рік [3]

Найскладнішим із запропонованої анкети для дослідника було запитання щодо корупційності нашої держави в цілому. На пряме запитання схвально відповіла понад половина респондентів (61,5%), висловили сумнів 29,2%, і лише 9,2% вірять, що окремі випадки корупції не визначають у цілому країну, соціальні, політичні та економічні інститути якої позбавлені панівного впливу протиправної складової на всі рівнях (рис. 7).

Таким чином, реалізоване дослідження дає всебічне розуміння складної багатовимірної взаємодії між журналістськими розслідуваннями, ставленням суспільства до корупції та життєвим досвідом українців. Отримані дані підкреслюють ключову роль журналістських розслідувань як вагомий опори в боротьбі з корупцією в країні та її викритті. Переважний інтерес до розслідувальних проєктів, який демонструють 72,3% респондентів, є свідченням зростання попиту на прозорість, підзвітність та справедливність в українському суспільстві. Результати опитування формують різнобічну картину довіри аудиторії до журналістських розслідувань: 34,4% респондентів висловлюють високий рівень довіри, ще 35,9% готові переконувати за допомогою добре обґрунтованих аргументів. Це свідчить про вимогливу аудиторію, яка цінує журналістську точність і ретельність у дослідженні. При цьому 26,6% респондентів ставляться до журналістських розслідувань скептично, і лише 3,1% висловлюють повну недовіру. Ці цифри підкреслюють важливість збереження журналістської доброчесності для підвищення рівня довіри та залучення громадськості.

Україна корумпована держава?

65 ответов

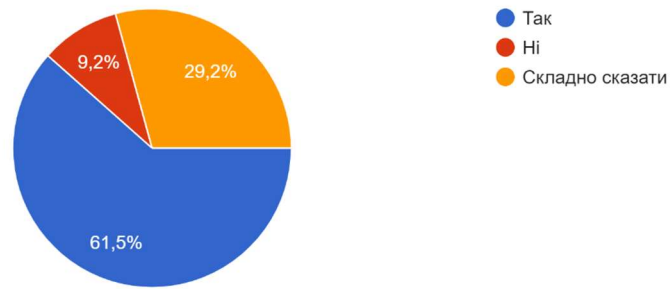


Рис. 7. Оцінка респондентами корумпованості України як держави [3]

Виявлені в опитуванні тематичні переваги співзвучні актуальним проблемам українського суспільства. Зацікавленість у тематиці політичної корупції (73,8%) та економічної корупції (72,3%) в інтересах респондентів підкреслює колективне занепокоєння основними проблемами, що стосуються нації. Більше того, попит на справедливість виходить за межі цих сфер: значний відсоток висловлює інтерес до корупції, пов'язаної з війною в Україні (27,7%), національною відбудовою (12,3%), російсько-українськими відносинами (10,8%) та публічною сферою (10,8%). Ці переваги свідчать про те, що журналістське розслідування є життєво важливим інструментом для вирішення широкого спектра суспільних проблем.

IV. Висновки

У дослідженні акцентовано на проблемах, з якими стикаються журналісти-розслідувачі. До прикладу той факт, що 38,5% респондентів вважають прийнятним розслідування таких зв'язків, підкреслює суспільний запит на справедливість. Водночас визнає потенційні перешкоди та ризики, з якими можуть зіткнутися журналісти, включаючи опір і тиск з боку суб'єктів розслідування. Ця подвійна перспектива відображає тонкий баланс, якого журналісти-розслідувачі повинні дотримуватися, щоб виконувати свою вагомую роль у суспільстві. Опитування ще раз підтверджує переважальну позицію абсолютної нетерпимості до корупції серед українців. Майже половина респондентів (49,2%) висловлюють різко негативне ставлення, що свідчить про широкий суспільний консенсус проти корупції. Дослідження також містить нюанси: 35,4% вважають, що інколи корупційні дії можуть призвести до бажаних результатів. Ця складність свідчить про те, що хоча більшість прямо засуджує корупцію, значна частина вважає її прагматичним засобом вирішення певних проблем, вказуючи на глибший суспільний виклик.

Важливим аспектом дослідження є осмислення дисонансу між ставленням суспільства та індивідуальною поведінкою щодо корупції. Незважаючи на негативне ставлення до корупції, значна частина респондентів визнає свою участь у корупційних діях. Коли респонденти дають хабарі (про такий досвід заявили 30,8% опитаних) чи очікують на «подяку» (не проти її отримати 35,4% опитаних), вони стають частиною корупційного механізму, який стосовно себе протиправним не вважають. Натомість державу корумпованою назвали 61,5% респондентів. Проведене дослідження підкреслює складний і багатогранний характер взаємозв'язку між журналістськими розслідуваннями, ставленням суспільства до корупції та індивідуальним досвідом участі в корупційних діях, які пересічний громадянин може кваліфікувати не так однозначно. Хоча журналістські розслідування є потужним інструментом боротьби з корупцією, суспільні складності, суперечності та виклики вимагають цілісного підходу. Зусилля щодо боротьби з корупцією мають виходити за межі журналістських розслідувань та охоплювати ширші системні реформи, освіту й культурні зміни. Лише завдяки комплексній стратегії Україна може сподіватися побудувати прозоріше, підзвітне та справедливе суспільство.

Викриття корупції за результатами журналістських розслідувань є важливим механізмом на шляху забезпечення прозорості національної економіки, втім не менш важливим, з погляду подальших досліджень є вектор на підвищення обізнаності громадськості. Майбутні розслідування мають містити осмислення перспектив проведення інформаційних просвітницьких кампаній, спрямованих на ознайомлення українців з наслідками корупції, ролі кожного в утвердженні побутової корупції, стимулювання громадян до нульового толерування корупції на всіх рівнях та участі у боротьбі з нею.

Список використаної літератури

1. Вайт Е. Журналістика є ключем до перемоги України у війні з корупцією. *Проект EJN за підтримки фонду Евенса*. URL: <https://ethicaljournalismnetwork.org/journalism-is-the-key-to-winning-ukraines-war-on-corruption-ukrainian> (дата звернення: 19.01.2024).

2. Динаміка довіри соціальним інституціям у 2021–2023 РОКАХ. *КМІС*. URL: <https://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1335&page=1#:~:text=Трохи%20знизи-лася%20довіра%20до%20СБУ,Графік%201> (дата звернення: 19.01.2024).
3. Опитування «Реалізація антикорупційної функції журналістських розслідувань в галузі економіки». *GooleForms*. URL: https://docs.google.com/forms/d/1ssltGIXliV1JOBdK_SK2grq1cthScwuXsTRZA3wIxzQ/edit#responses (дата звернення: 19.01.2024).
4. Ярошук О. Розслідувальна журналістика та її роль для демократії. *ІМІ*. URL: https://freedomhouse-files.s3.amazonaws.com/Investigative%20journalism_UKR_FINAL.pdf (дата звернення: 19.01.2024).
5. Bondarenko O., Utkina S., Kolesnikova M. The role of mass media in preventing corruption. *The Law, State and Telecommunications Review*. 2021. Vol. 13. № 1. P. 70–93.
6. Holovkin B., Semenyshyn M., Tavolzhanskyi O., Lysodyed O., Smetanina N. Fight against corruption-related crimes in wartime in Ukraine. *International Annals of Criminology*. URL: <https://www.cambridge.org/core/journals/international-annals-of-criminology/article/abs/fight-against-corruptionrelated-crimes-in-wartime-in-ukraine/D1F07130CB2594E302A1FD78E137D6A1> (date of request: 19.01.2024).
7. Ismail A., Khairie Ahmad M., Su Mustaffa C. Investigative journalism in Malaysia: the battle between outside and inside newsroom challenges. *SHS Web of Conferences*. 2017. № 33 (1). P. 50–79.
8. Jalaladeen J., Rasool Murad J., Mudhafar Ali H. The role of investigative journalism in combating corruption in Kurdistan region: (an analytical study). *Journal of Raparin University*. 2023. № 10 (2). P. 1–26.
9. Jesus Silva N., José Palma Lampreia Dos-Santos M., Batista N., Mata F. Crowdfunding as entrepreneurial funding for investigative journalism in Portugal. *European Conference on Management Leadership and Governance*. 2023. № 19 (1). P. 171–179.
10. Kotukov O., Kotukova T., Kozlov K., Odyntsova O. The effectiveness of the national anti-corruption policy of Ukraine. *Revista Amazonia Investiga*. 2023. № 12 (66). P. 304–313.
11. Popielec D. A concept of investigative cross-border journalism. *The essence and functioning of VSquare project in the Visegrad region*. URL: https://www.researchgate.net/publication/351357391_A_concept_of_investigative_cross-border_journalism_The_essence_and_functioning_of_VSquare_project_in_the_Visegrad_region (date of request: 19.01.2024).
12. Rudolph J., Eisen N., Bertron C. Ukraine's anti-corruption front. Helping Ukrainians win the war and the peace by having their backs against oligarchy. *Alliance for Securing Democracy*. URL: https://www.gmfus.org/sites/default/files/2023-06/Ukraine%20Anticorruption%20Front_digital.pdf (date of request: 19.01.2024).
13. The Kyiv Independent: «The function of journalism is not to sugarcoat Ukrainian realities». *NUJU*. URL: <https://nuju.org.ua/the-kyiv-independent-the-function-of-journalism-is-not-to-sugarcoat-ukrainian-realities/> (date of request: 19.01.2024).
14. Yoserizal Saragih M. Ethics of journalistic communication in conducting investigations for public information. URL: https://www.researchgate.net/publication/371962898_ETHICS_OF_JOURNALISTIC_COMMUNICATION_IN_CONDUCTING_INVESTIGATIONS_FOR_PUBLIC_INFORMATION (date of request: 19.01.2024).

References

1. Vite, E. (2024). Zhurnalistyka ye kliuchem do peremohy Ukrainy u viini z koruptsiieiu. Proekt EJNI za pidtrymky fondu Evensa [Journalism is the key to Ukraine's victory in the war against corruption. The EJNI project is supported by the Evens Foundation]. Retrieved from <https://ethicaljournalismnetwork.org/journalism-is-the-key-to-winning-ukraines-war-on-corruption-ukrainian> [in Ukrainian].
2. Dynamika doviry sotsialnym instytuttsiiam u 2021–2023 rokakh [Dynamics of trust in social institutions in 2021–2023]. (2023). *КМІС*. Retrieved from <https://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1335&page=1#:~:text=Трохи%20знизи-лася%20довіра%20до%20СБУ,Графік%201> [in Ukrainian].
3. Опытування «Realizatsiia antykoruptsiinoi funktsii zhurnalistskykh rozsliduvan v haluzi ekonomiky [Survey «Implementation of the anti-corruption function of journalistic investigations in the field of economics»]. (2023). *GooleForms*. Retrieved from https://docs.google.com/forms/d/1ssltGIXliV1JOBdK_SK2grq1cthScwuXsTRZA3wIxzQ/edit#responses [in Ukrainian].
4. Yaroshchuk, O. (2020). Rozsliduvalna zhurnalistyka ta yii rol dlia demokratii [Investigative journalism and its role for democracy]. *ІМІ*. Retrieved from https://freedomhouse-files.s3.amazonaws.com/Investigative%20journalism_UKR_FINAL.pdf [in Ukrainian].
5. Bondarenko, O., Utkina, S., & Kolesnikova, M. (2021). The role of mass media in preventing corruption. *The Law, State and Telecommunications Review*, 13, 1, 70–93 [in English].
6. Holovkin, B., Semenyshyn, M., Tavolzhanskyi, O., Lysodyed, O., & Smetanina, N. (2023). Fight against corruption-related crimes in wartime in Ukraine. *International Annals of Criminology*.

- Retrieved from <https://www.cambridge.org/core/journals/international-annals-of-criminology/article/abs/fight-against-corruption-related-crimes-in-wartime-in-ukraine/D1F07130CB2594E302A1FD78E137D6A1> [in English].
7. Ismail, A., Khairie Ahmad, M., & Su Mustafa, C. (2017). Investigative journalism in Malaysia: the battle between outside and inside newsroom challenges. *SHS Web of Conferences*, 33 (1), 50–79 [in English].
 8. Jalaladeen, J., Rasool Murad, J., & Mudhafar Ali, H. (2023). The role of investigative journalism in combating corruption in Kurdistan region: (an analytical study). *Journal of Raparin University*, 10 (2), P. 1–26 [in English].
 9. Jesus Silva, N., José Palma Lampreia Dos-Santos, M., Batista, N., & Mata, F. (2023). Crowdfunding as entrepreneurial funding for investigative Journalism in Portugal. *European Conference on Management Leadership and Governance*, 19 (1), 171–179 [in English].
 10. Kotukov, O., Kotukova, T., Kozlov, K., & Odyntsova, O. (2023). The effectiveness of the national anti-corruption policy of Ukraine. *Revista Amazonia Investiga*, 12 (66), 304–313 [in English].
 11. Popielec, D. (2021). A concept of investigative cross-border journalism. *The essence and functioning of VSquare project in the Visegrad region*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/351357391_A_concept_of_investigative_cross-border_journalism_The_essence_and_functioning_of_VSquare_project_in_the_Visegrad_region [in English].
 12. Rudolph, J., Eisen, N., & Bertron, C. (2023). Ukraine's anti-corruption front. Helping Ukrainians win the war and the peace by having their backs against oligarchy. *Alliance for Securing Democracy*. Retrieved from https://www.gmfus.org/sites/default/files/2023-06/Ukraine%20Anticorruption%20Front_digital.pdf [in English].
 13. The Kyiv Independent: «The function of journalism is not to sugarcoat Ukrainian realities». (2023). *NUJU*. Retrieved from <https://nuju.org.ua/the-kyiv-independent-the-function-of-journalism-is-not-to-sugarcoat-ukrainian-realities/> [in English].
 14. Yoserizal Saragih, M. (2023). Ethics of journalistic communication in conducting investigations for public information. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/371962898_ETHICS_OF_JOURNALISTIC_COMMUNICATION_IN_CONDUCTING_INVESTIGATIONS_FOR_PUBLIC_INFORMATION [in English].

Стаття надійшла до редакції 19.01.2024.

Received 19.01.2024.

Hyrina T. Ukrainians' Perception of Journalistic Investigations: Understanding the Results of an Empirical Study

The purpose of the study is to introduce into the academic discourse empirical knowledge about the perception of journalistic investigations by the Ukrainian audience, expectations and trust in the content produced by investigators at the regional, national and international levels.

Research methodology. The methodological apparatus of the study is provided by the use of methods of analysis, synthesis, generalization, and descriptive-analytical method with elements of functional analysis. In order to determine the attitude and orientation of Ukrainian users of digital media towards journalistic investigations in the period 04–10 December 2023, an electronic survey was conducted using the method of surveying Ukrainians using the Google Forms service, $n=65$ respondents who answered questions, mostly of the closed type.

Results. It was found that 72.3% of Ukrainians follow and pay attention to investigative materials in the media with varying frequency. The vast majority of survey participants fully trust or will trust depending on the arguments given in the investigations (62.5% in total), 37.5% rather do not trust or are completely skeptical of them. The thematic orientation of journalistic investigations correlates with the projects offered on the information market. Thus, the highest level of interest is kept by investigations devoted to political corruption (73.8%) and corruption in the economic sphere (72.3%). On demand of time, there is a request among Ukrainians for justice in the field of corruption during the war in Ukraine (27.7%), the recovery of Ukraine (12.3%), and the public sphere (10,8%).

The novelty of the article consists in supplementing the academic discussion with an empirical understanding of how the Ukrainian audience perceives journalistic investigations, what their expectations are, and what the level of trust in investigative content created at the regional, national, and international levels is.

Practical significance. The research materials and results have the potential to be used by journalism theorists as part of further research in the field and investigative journalist practitioners to examine the expectations, levels of interest, and inclusion of Ukrainians in the anti-corruption discourse through the media.

Key words: anti-corruption journalism, fight against corruption, economic journalism, information space, journalistic investigation, media support for the recovery of Ukraine.

В. М. Швець

кандидат наук із соціальних комунікацій
асистент кафедри мови та стилістики
e-mail: v.shvets@knu.ua; ORCID: 0009-0009-8412-3983
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
вул. Володимирська, 64/13, м. Київ, Україна, 01601

ДЕКОЛОНІЗАЦІЯ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ: ТРАНСФОРМАЦІЯ ТЕЛЕВІЗІЙНОГО КОНТЕНТУ

Мета дослідження – виявити трансформацію телевізійного контенту як результат активізації деколонізаційних процесів в Україні, каталізатором чого стала активна фаза російсько-української війни.

Методологія дослідження. Для досягнення поставленої мети використано такі загальнонаукові методи дослідження: опис, аналіз, синтез, порівняння, узагальнення, прогнозування. Метод опису вжито для висвітлення політики українського уряду (дерусифікації, декомунізації та деколонізації), спрямованої на боротьбу з російськими пропагандистськими наративами. Методи аналізу та синтезу використано під час опрацювання змін у шкільних навчальних програмах (зокрема їх мотиваційної частини) і дальшого впливу цих змін на український інформаційний простір. Метод порівняння допоміг проаналізувати характер патріотичного складника в українських серіалах періоду колаборації з російськими продакшн-компаніями (до 2022 р.) та відмови від неї. Метод узагальнення використано для фіксування висновків, а метод прогнозування став у пригоді на етапі оцінювання перспектив вітчизняного телепродукту в ефірі загальнонаціональних телеканалів.

Результати. Визначено особливості політики українського уряду, спрямованої на деколонізацію української культури та освіти, встановлено зв'язок між законодавчими ініціативами та якісними змінами в наповненні вітчизняного телепродукту, очищенням його від російських імперських наративів.

Новизна. У статті зроблено спробу простежити вплив урядових ініціатив з деколонізації інфопростору на діяльність незалежних українських продакшн-компаній, осучаснення ідейно-тематичного наповнення вітчизняних телесеріалів, відмову від ворожих пропагандистських шаблонів.

Практичне значення. Отримані результати можуть бути використані не лише для подальшого дослідження явища «культура скасування» в Україні, а й у професійній діяльності сценаристів, шоуранерів, медіапродюсерів зі створення якісного, позбавленого імперських наративів телевізійного продукту та популяризуванні його на ринку.

Ключові слова. деколонізація, телевізійний контент, мовна свідомість, медіапростір.

I. Вступ

Підхоплена українськими політиками й громадськими діячами маніпулятивна теза російської пропаганди про те, що свободу Україні було даровано, ґрунтується на тому незаперечному факті: політична незалежність нашої країни випередила незалежність культурну. І хоча спроби переоцінити минуле, перетворити успадковану від СРСР ідентичність на ідентичність, здатну притягати, об'єднувати громадян молодшої держави, супроводжували українських інтелектуалів у їхніх дискусіях ще напередодні проголошення незалежності [4, с. 13] і тривали впродовж 1990-х рр., пришвидшення антиколоніальних процесів стало можливим лише з огляду на агресію внутрішню (антидержавна політика президента В. Януковича) та агресію зовнішню (анексія Криму й частини Сходу України).

Присвячений російсько-українським відносинам гострополемічний збірник статей шістдесятника Є. Гуцала «Ментальність орди» (1996) як зразок антиколоніальної творчості значною мірою випередив свій час: посткомуністичне суспільство було не готове до публіцистичного пафосу та деяких узагальнень автора (Росія – інфернальне зло) [6]. Приміром, М. Рябчук, сповідуючи тезу про двомовне та двоетнічне українське суспільство, називав російську загрозу напівміфічною-напівреальною [19, с. 94], проте прагматично визнавав, що Росія ще довго залишатиметься амбітно-агресивною й іманентно-українофобською [19, с. 266].

Тривалий час проблема антиколоніальних теорій була в центрі уваги вчених Українського наукового інституту Гарвардського університету: Р. Шпорлюка [26], С. Плохія [15]. Польська дослідниця О. Гнатюк, монографія якої датована 2003 р. (переклад українською – 2005 р.), серед усього іншого дослідила, які зміни відбулися на зламі XX і XXI ст. у визначенні української культурної та національної ідентичності [4]. Нині розуміємо, що це штучно окреслені межі, адже справжнім зламом століть для нас стало 24.02.2022.

Очевидним, хоч і дещо парадоксальним є факт, що українська культура, потребуючи деколонізації, почала говорити про неї лише з початком повномасштабної війни [5, с. 50]. Саме після повномасштабного вторгнення РФ у нашої країні запрацювали («Про забезпечення функціонування української мови як державної») або з'явилися («Про засудження та заборону пропаганди російської імперської політики в Україні і деколонізацію топонімії») закони, покликані не просто зменшити колоніальну залежність у сфері культури, а звести її нанівець.

Найбільший інтерес для нас становить менш резонансна законодавча ініціатива – наказ № 521 Міністерства освіти і науки України «Про утворення робочих груп з оновлення змісту навчальних програм» від 03.06.2022 [16]. Унаслідок оновлення з навчальної програми із зарубіжної літератури було вилучено та/або замінено твори російських і білоруських авторів на твори зарубіжних письменників. Вилучення російських авторів зі шкільних програм стало першочерговим запитом суспільства. В українському соціумі поширилася думка, що російські культурні діячі несуть персональну відповідальність за агресію Росії проти України, оскільки заклали її ідеологічне підґрунтя [3].

Актуальність дослідження зумовлена тим, що дієвість комплексу заходів української влади, спрямованих на подолання наслідків колоніального минулого України, зокрема у сфері телевізійного мовлення (традиційно орієнтованого на ринок РФ та країн СНД), потребує постійного моніторингу.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета дослідження – виявити трансформацію телевізійного контенту як результат активізації деколонізаційних процесів в Україні, каталізатором чого стала активна фаза російсько-української війни. Відповідно до поставленої мети дослідження визначено такі його завдання: розглянути наказ Міністерства освіти і науки України «Про утворення робочих груп з оновлення змісту навчальних програм»; описати зміни, що відбулися в навчальних програмах після вилучення з них творів російських і білоруських письменників; проаналізувати вплив цієї ініціативи на виробництво серіалів в Україні: зміни в ідейно-тематичному наповненні, характеристиці героїв, побудові діалогів.

Для досягнення поставленої мети використано такі загальнонаукові методи дослідження: опис, аналіз, синтез, порівняння, узагальнення, прогнозування. Метод опису вжито для висвітлення політики українського уряду (дерусифікації, декомунізації та деколонізації), спрямованої на боротьбу з російськими пропагандистськими наративами. Методи аналізу та синтезу використано під час опрацювання змін у навчальних програмах (зокрема їх мотиваційної частини) і подальшого впливу цих змін на український інформаційний простір. Метод порівняння допоміг проаналізувати характер патріотичного складника в українських серіалах періоду колаборації з російськими продакшн-компаніями (до 2022 р.) та відмови від неї. Метод узагальнення використано для фіксування висновків, а метод прогнозування став у пригоді на етапі оцінювання перспектив вітчизняного телепродукту в ефірі загальнонаціональних телеканалів.

До вибірки наукового дослідження здебільшого увійшли серіали, що вийшли в ефір на телеканалах медіахолдингу «1+1 media» впродовж 2022–2024 рр.

III. Результати

У преамбулі до рішення робочої групи зазначено, що підставою для оновлення шкільних програм стало масове вторгнення збройних сил Російської Федерації в Україну, психологічне й фізичне травмування українських дітей унаслідок воєнних дій держави-агресора, важливість розвитку культурних зв'язків України із цивілізованими країнами, відсутність в умовах воєнного стану рецептивного контексту для вивчення творів російських і білоруських письменників [18].

Нашу увагу привернули примітки, які додатково (крім названих у мотиваційній частині) пояснюють причини вилучення авторів. Серед них:

- 1) через воєнну агресію РФ та розвантаження програми;
- 2) через воєнну агресію РФ та потребу в модернізації програми за рахунок класичних і сучасних творів для дітей і підлітків актуальної тематики;
- 3) через потребу в заміні на твори, які краще сприймаються сучасними підлітками.

Просьякнуту антивоєнним пафосом повість білоруського письменника В. Бикова «Альпійська балада» супроводжено м'якшим формулюванням: модернізація програми за рахунок сучасних творів для дітей і підлітків. Відмову від вивчення в українських школах вірша Б. Окуджави «До побачення, хлопчики...» пояснено заміною на більш відомий і значущий твір І. Вайсґласа.

Щодо деяких авторів та їхніх творів автори робочої групи відмовилися від стандартних, узагальнених обґрунтувань і запропонували персоналізовані коментарі. Приміром, вилучення поезії

О. Пушкіна «19 жовтня 1825 року» пояснено труднощами у її сприйнятті, а повісті М. Булгакова «Собаче серце» – важкістю для сприйняття учнями внаслідок складного історичного контексту.

Зараз важко сказати, як вплине відмінність у формулюваннях на першочерговість повернення до навчальних програм тих чи тих російських авторів після завершення російсько-української війни. Хоча б як прикладу «освітування колоніалізму і виправдання завоювань, ґвалтувань та знищення менших народів» [3].

Вважаємо, що насправді відмова від вивчення творчості письменників, що представляють країну-агресору, є однією з наймасштабніших реформ у системі української освіти, з огляду на суспільно-політичні, ідеологічні, культурологічні та інші чинники. З різних причин рішення МОН не стало імперативом для всіх інституцій, що працюють у системі української освіти. Інтернет-портал «Бібліотека української літератури» (ukrlib.com.ua), який називає себе найбільшою в інтернеті електронною бібліотекою української літератури і прагне «популяризувати українську мову і культуру, плекати любов до рідної літератури новим і новим поколінням», станом на березень 2023 р. надавав доступ до 196 творів О. Пушкіна, 87 – М. Лермонтова, 33 – Б. Пастернака, 30 – О. Блока, 30 – Ф. Тютчева, 27 – А. Чехова, 18 – І. Крилова, 7 – А. Фета тощо.

Усупереч очікуванням значної частини суспільства, рішення МОН, хоч і обмежило цитування російських письменників в інфопросторі, не перетворилося на тригер цілковитої відмови від російської культури. На заваді стала інерційність мислення людей, що здобували освіту за тієї політичної системи, яка всіляко підносила цінність російської літератури як об'єднавчого чинника для виховання людини нового типу – Homo sovieticus. Тому ми не можемо говорити про наявність в Україні політики нульової терпимості щодо творчості віднедавна табуованих письменників. Репліку О. Кірша «Нам довелося... відмовитися від одного з наших же українських нарід, оголошеного москвою російською мовою... Бо мордор перетворив усе, чого він так чи так торкнувся, на щось гидке, і нам геть не хочеться, щоб у нас з ним було щось подібне. Ми гидуємо, тому що звідти все дихає смородом» [9] оцінюємо радше як емоційну реакцію, ніж як констатацію дійсності.

Можемо стверджувати, що низка творів російської літератури, потрапивши під заборону, перетворилася на потужний елемент української контрпропаганди. До них найчастіше апелює українська блогосфера, знані публіцисти, лідери думок.

Поезія Б. Окуджави (фронтовика, барда, громадського діяча) завжди високо оцінювалася в середовищі радянської ліберальної інтелігенції, а його вірш «До побачення, хлопчики...» цілком заслужено посів гідне місце серед найбільш відомих антивоєнних творів. Утім, офіційна пропаганда РФ перетворила поезію на один із символів російського мілітаризму. Рядки «наші мальчики голыи подняли» почали асоціюватися з військовослужбовцями армії РФ, тож не дивно, що після початку повномасштабного вторгнення в Україну фрагменти поезії Б. Окуджави слугують для вітчизняних публіцистів засобом іронії, а подекуди – політичної сатири, свідченням чого є допис М. Данилюк-Ярмолаєвої: «І надважливо – суспільству має бути чітко артикульовано, що після перемоги будь-яка проросійська партія має отримати бан. Навіть, якщо там будуть симпатичні хлопчики, які апелюватимуть до туги за шкільною столовою і томиком Чехова. Це надважливо, аби 24 лютого не повторювалось вдруге і втретє» [7].

З позитивною конотацією сполучення «наші хлопчики» в сучасних історичних реаліях можемо спостерегти в мовленні героїв журналістських матеріалів (здебільшого жінок старшого віку): «Команда в нас дуже дружня, ми згуртувалися, як одна сім'я. І, мабуть, немає такої хвилини, щоб ми не переживали за хлопців. Доц пішов – переживаємо, як там наші хлопчики?! А як ще побачимо на трасі проїздом – серце кров'ю обливається дуже гаряче», – додає Світлана [10].

Доволі парадоксальним в умовах культури скасування є підвищення інтересу до творчості російських байкарів, зокрема І. Крилова. Це впливає з особливостей самої байки як жанру літератури. Сповнена алегоричності, моралізаторства, просякнута сатирою на функціонування тодішнього держaparату Російської імперії, байка «Квартет» нині слугує інтересам української громади. Саме в таку мету посилається на цей твір політолог В. Фесенко «Путін знов тасує свою генеральську колоду. Згадується відоме правило: “від зміни доданків сума не змінюється”. Можна ще перефразувати російського баснописця: “А ви, друзья, как ни садитесь, все в победители не годитесь”» [24].

Варто зазначити, що українська версія тексту («Тож, як сідати – сварки марні, Бо з вас музики незугарні», переклад Ф. Скліяра) менш відома широкому загалові, тому майже не використовується в політологічному дискурсі. Тематично та ідейно подібну до твору І. Крилова байку Л. Глібова «Музики», із суголосними рядками «Хоч десять раз пересідайте, Немає хисту – от і все», в Україні цитувати не прийнято.

Одним з найбільш згадуваних творів російської літератури є чотиривірш Ф. Тютчева «Умом Россию не понять...». Перший рядок цієї філософської поезії російська політична еліта вважає пророчим, вираженням національної ідеї й використовує здебільшого для обґрунтування особливого шляху розвитку країни. Натомість в Україні поезія царського дипломата та чиновника перетворилася на мем і сприймається радше як дотеп чи сатира, підтвердженням чого є слова політолога М. Давидюка: «Ми побачили росію зсередини, не міністрів лашчених, не московських

олігархів-бізнесменів. А ми побачили, що ті ось бізнесмени-міністри збудували всередині самої росії, чим вона живе. Пам'ятаєте, коли говорили “умом русскую душу не понять” і “умом россию не понять”, то ми її побачили, цю душу, у вбивствах, мародерствах і зґвалтуваннях» [2].

У контексті відмови від вивчення творчості російських письменників О. Пушкін цікавить нас не так якістю свого доробку (зі шкільних програм завчасу прибрали одіозні поеми «Полтава» та «Мідний вершник»), як неоднозначністю постаті самого автора. Виходячи з розуміння, що всі письменники РФ є елементами російського культурного простору, який, своєю чергою, є складником простору політико-ідеологічного, протистояння двох культур С. Жадан назвав війною Пушкіна проти Шевченка [11]. Прикметно, що за тиждень до опублікування цитованого інтерв'ю вітчизняний читач мав змогу ознайомитися (у скороченому й адаптованому вигляді) з есе представника аналітичного центру Carnegie Europe Томаса де Ваала «Зняти Пушкіна з п'єдесталу» [23].

Неоднозначні, контроверсійні процеси, пов'язані зі ставленням українських інтелектуалів до знятих з постаментів учорашніх кумирів, ми спостерігаємо й у телевізійному ефірі.

Привертає увагу літературний перфоманс українського телеведучого Д. Комарова, який у 14-му (колумбійському) сезоні програми «Світ навиворіт» перефразував вірш К. Чуковського «Телефон»: «У вас задзвонив телефон. – Хто говорить? – Череп» [20]. Під час переозвучування програми українською цей епізод було залишено без змін.

Перебуваючи в Непалі, Д. Комаров пропонував місцевим шерпам хліб «Бородінський», припрошуючи їх словами: «Духмяний. Пахне батьківщиною» (ефір у повторі на телеканалі «1+1», 19.05.2024). З огляду на те, що нині в Україні активно триває кампанія з перейменування цієї продукції, репліка ведучого звучить щонайменше двозначно.

Варто пам'ятати, що на канал Д. Комарова «Світ навиворіт» в ютубі підписалося 627 тисяч користувачів, а на канал «Мир наизнанку» – 4 млн. Тому рішення продублювати новий сезон «Світ Навиворіт. Україна» не стало несподіваним. Автор наголосив, що, крім англійської та іспанської, «дуже важливий дубляж російською мовою, щоб побачити правду про наслідки війни в Україні та реальну ситуацію могли усі мешканці пострадянського простору і російськомовні діаспори у всьому світі». Д. Комаров зауважив, що правду мають побачити й росіяни [14].

З огляду на аудиторію, рефлексії українського ведучого, його звернення до спільної культурної спадщини цілком зрозуміле. Проте показ програми в Україні, а надто якщо розглядаємо далеку перспективу, може супроводжуватися субтитрами з поясненням суперечливих моментів. Вважаємо, що спеціально створена редакторська група (за згодою автора) могла б ініціювати переозвучування окремих пасажів, які в наш час перетворилися на анахронізм або ж ображають почуття значної частини громадян.

Дражливим для багатьох українців залишається питання висвітлення історичних наслідків поразки поблизу Полтави об'єднаного війська шведського короля Карла XII, гетьмана І. Мазепи та запорозьких козаків у червні 1709 р. Рядки поеми О. Пушкіна «Полтава» «Ура! Мы ломим, гнутся шведы...» для підтримання бойового духу однаково успішно використовували різні режими: від царського до сучасного російського. У ХІХ ст. ставлення до Полтавської битви було «визначальним в кодексі імперіалістичних поглядів, критерієм лояльності автора» [25, с. 177].

За часів СРСР вислів «розбити, як шведів під Полтавою» став частиною народної творчості, особливо в середовищі спортивних уболівальників. Після піднесення національної самосвідомості українців відбулося переосмислення подій 1709 р., через що випадків використання цієї конструкції поменшало.

Рішення сценаристів двомовного комедійного серіалу «Село на мільйон» вкласти в уста священника Антонія фразу «В последний раз, наверное, шведы такие злые были ещё под Полтавой» (сезон 2, серія 11) експлуатує доволі популярний серед майстрів розважального жанру творчий прийом і видається нам цілком логічним з огляду на кінематографічний портрет згаданого персонажа. Проте в разі переозвучування всіх російськомовних героїв серіалу «батюшка» втратить певний елемент комічності, а приписувана йому фраза навіть у перекладі українською (і тим паче в перекладі українською) викликатиме певний дисонанс.

Значною (і вже звичною) проблемою для переозвучування української кінопродукції є цитування рядків М. Некрасова «Коня на скаку остановит, В горящую избу войдет!» з поеми «Мороз, Красный нос». Нагадаємо, що цей уривок (під назвою «Есть женщины в **русских** селеньях...») (виділення наше. – В. Ш.) вивчали і як самостійний твір. У системі радянської освіти зв'язок М. Некрасова з Україною простежувався з огляду на місце народження поета (м. Немирів Подільської губернії) та вірш «На смерть Шевченка». Проте в наш час будь-який асоціативний зв'язок українськомовного контенту з творчістю російських авторів є небажаним. У зв'язку із цим характеристика «відомої на всю країну» тренерки з художньої гімнастики Регіни Лаврентьевої з вуст її чоловіка (серіал «Колишня», серія 1), очевидно, потребує не дослівного перекладу (навіть художнього), а адаптованого, локалізованого.

Як чергову спробу створити не найпривабливіший кінематографічний образ України розглядаємо один з епізодів чотирисерійного фільму «Дівчина з персиками» (2017 р.) (назва відсилає нас до однойменної картини російського художника В. Серова), що містить сцену, під час якої

героїні виконують російську народну пісню «Ой, цветёт калина...» [8], яка, своєю чергою, відсилає нас до нашпигованого радянськими пропагандистськими штампами фільму сталінської доби «Кубанські козаки» (реж. І. Пир'єв).

Після повномасштабного вторгнення в українських серіалах запанувала українська народна пісня: у 4-серійній мелодрамі «Невістка» лунають повноформатні версії таких витончених зразків народної творчості, як «Ой під вишнею, під черешнею», «Ти ж мене підманула», «Цвіте терен». У серіалі «Ціна втечі» головна героїня Марта потрапляє до самодіяльного ансамблю «Сердечні пісні», репертуар якого складався з народних пісень. Їх виконання не лише становить музичне тло серіалу, а й допомагає розкрити душевні переживання героїні. З іншого боку, таке повернення до традицій українського поетичного кіно, зловживання ними може створити хибне враження про модерну українську націю як суспільство, що не лише шукає свої корені, а й загрузло в замилюванні архаїкою.

Також на певну увагу заслуговує мелодрама «Все одно ти будеш мій» (2014 р.), головний герой якої декламує поезію одного з представників покоління Срібного віку К. Бальмонта (серія 1). Літературний мінідвобій героїв фільму навколо творчого доробку К. Бальмонта, очевидно, покликаний схарактеризувати їх як інтелектуально розвинених і начитаних особистостей. Водночас краєвиди Києва (приміром, головна героїня у виконанні актриси В. Ходос навчається в приміщенні кібернетичного факультету КНУ імені Тараса Шевченка) та деякі інші обставини пов'язують сюжетну лінію з українськими реаліями і, знов-таки, певною мірою дисонують з творчістю маловідомого для сучасного українського читача письменника.

Хочемо зупинитися на двох телевізійних програмах, окремі епізоди яких, на нашу думку, потребують пильнішої уваги редактора дубляжу. Йдеться про один з випусків програми «Весілля наосліп» (сезон 3, випуск 10). Ведучий, психолог Єгор Тополов, так характеризує героя програми: «Иногда это английский аристократ, который слушает классическую музыку. А иногда это Саша Белый» [1]. Судячи з усього, у цій репліці Саша Бєлий – це персонаж російського кримінального серіалу «Бригада» (2002 р.). З 2015 р. цей кінематографічний продукт заборонено до показу на території України для захисту інформаційного простору від російського пропагандистського та ідеологічного впливу, тобто на момент зйомок програми «Одруження наосліп» уже перетворився на табуований контент. Таким чином, розв'язання потребують кілька проблем:

- 1) сучасний глядач може не зрозуміти відсилання до телесеріалу «Бригада»;
- 2) паралелі між учасником української телепрограми («зовнішня черствість чоловіка приховує чутливу натуру») та героєм російського кримінального серіалу є небажаними.

Образ «українського націоналіста» («українського буржуазного націоналіста») – один з улюблених жупелів радянської тоталітарної системи, широко використовуваних у системі патріотичного виховання. Як слушно зауважив М. Рябчук, слово «націоналізм» через фонетичну подібність і певні історичні алюзії почали пов'язувати зі словом «нацизм», а по тому – безпідставно демонізувати [19, с. 15]. Про успішність роботи пропагандистської машини свідчить той факт, що слово «націоналіст» і досі зберігає негативну конотацію для значного числа українців. Очевидно, цим керувалися сценаристи команди Ліги Сміху «Между делом» під час написання підводки «Обычный будний вечер. Квартирка на Троещине. Националисты решают, к чему бы еще докопаться» (тайм код 51:50) [12]. Незважаючи на те, що гумористична сценка мала на меті викрити критиків чинного президента України, неоднозначне використання стилістично забарвленої лексики навіть на той момент (сезон 8, гра 1, випуск 10.10.2021) нам видається сумнівним.

Після оприлюднення навесні 2023 р. розроблених Центром стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки (разом з Інститутом масової інформації) рекомендацій і застережень щодо вживання термінології стосовно подій та явищ російсько-української війни використання словосполучення «українські націоналісти» визнано неприйнятним на державному рівні (оскільки Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки створено при Міністерстві культури та інформаційної політики України). Рекомендації передусім спрямовані проти маркування українських воїнів за тим чи іншим політичним спектром і покликані не допустити спотворення реальності та приниження честі захисників України [22], проте, безумовно, позначаються й на інших сферах життя.

Така заборона стане на заваді використанню слова «націоналіст» з позитивною конотацією, у традиційному для української громади значенні. Рекомендації Центру стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки є спробою протистояти російській пропаганді й водночас хибною реакцією на дії ворога. У тлумаченні терміна «націоналізм» за останні пів століття відбулися докорінні зміни: якщо в 1970-х рр. «націоналізм» визначали як «реакційну буржуазну ідеологію й політику в галузі національних відносин» (СУМ-11, том 5, с. 232), то в наш час – як «ідеологію та політику в національному питанні, в основі яких лежить трактування нації як найвищої цінності та форми суспільної єдності» (sum20ua.com). Таким чином, питання ідеологічної детермінованості словникарства за часів тоталітаризму та його оновлення в новітній період потребують нашої пильної уваги, оскільки відбулися докорінні зміни у світогляді мовців, а також у суспільно-політичній реальності [17, с. 60].

Повномасштабне вторгнення Російської Федерації в Україну унеможливило існування творчої колаборації представників двох держав у сфері кінематографу. Представники вітчизняного шоу-бізнесу, демонструючи свою патріотичну позицію, максимально дистанціювалися від усього російського. Спостерігається черговий спалах інтересу до української культури в усіх її проявах. Продакшн-студії прийняли нові історичні реалії, окресливши нову громадянську позицію і соціальну роль. На цьому тлі органічним, не вигаданим видається діалог у кареті «швидкої допомоги», у фіналі якого прозвучав вірш В. Стуса «Як добре те, що смерті не боюсь я...»:

– Знаєш, так дивно, от я у школі зовсім не розуміла вірші його. Ну от не подобалися – і все.

– Стуса?

– Так. А оце якось років п'ять тому їхала в метро, до хлопчини в книжку заглядала. Вийшла – пішла до книжкового й купила собі збірку. Зараз... Як же там... (серіал «Я – Надія», серія 2; прем'єра відбулася в лютому 2023 р.).

Схвальні відгуки глядачів на черговий телевізійний продукт («як цілющий бальзам», «чудова гра нашою солов'їною», «нарешті фільми виходять українські, в усіх смислах») не мають відволікати від очевидних проблем: подекуди ми спостерігаємо шаблонність сценарних ходів, трафаретність у побудові діалогів, кричущі анормативи та прихований, завуальований російський культурний код. Розгляньмо фінальний монолог прокурорського сина Артура в серіалі «Невістка», знятого на замовлення ДП «Мультимедійна платформа іномовлення України» (прем'єра відбулася у квітні 2024 р.):

– Усе місто наді мною сміється. Батько мене ледве від тюрми відмазав і тепер не знає, що зі мною робити. Тобто кар'єрні перспективи туманні. Був подаючий надії, а став... Коротше, не злетим, так хоч поплаваєм» [13].

У наведеному уривку спостерігаємо зумовлені згубним впливом російської мови порушення граматичних норм (*сміється наді мною; подаючий надії*). Ці анормативи, з одного боку, можна пояснити бажанням сценаристів надати мовленню головного героя розмовного характеру, а з іншого – недостатнім рівнем розвиненості індивідуальної та суспільної мовної свідомості [21, с. 23–24]. З огляду на проблеми, порушені в цій статті, нашу увагу більшою мірою привертає ремінісценція – відсилання українського глядача до творчості російської співачки Земфіри (*не злетим, так хоч поплаваєм*). Прикметно, що у фільмі переклад рядків пісні «Аривидерчи» максимально наближений до граматики російської мови (замість суто української конструкції «*не злетимо, то хоч поплаваємо*»). Таким чином, усупереч забороні на публічне використання музичного продукту держави-агресора фіксуємо приховані ремінісценції, що свідчить про очевидні прорахунки сценарної групи.

Якщо до початку повномасштабного вторгнення продакшн-підрозділи українських медіахолдингів з огляду на кон'юнктуру ринку зосереджували свої зусилля на жанрах комедії та детективу, орієнтуючись як на внутрішнього замовника, так і на зовнішнього, то в сучасних умовах фокус уваги медіапродюсерів більшою мірою спрямований на внутрішнього споживача. А це означає, що сценарні ходи й шаблони, які впродовж тривалого часу доводили свою ефективність, потребують докорінного перегляду, переосмислення, осучаснення.

IV. Висновки

Проведене наукове дослідження засвідчило трансформацію телевізійного контенту в Україні, зумовлену повномасштабним вторгненням РФ. Ці зміни, що впродовж останнього десятиліття мали несистемний, стихійний характер, після лютого 2024 р. стали частиною деколонізаційних процесів в Україні, які проявилися, зокрема, в ухваленні низки законів, покликаних протидіяти шовіністичній імперській пропаганді в усіх її проявах.

Екзистенційна потреба звільнитися від великодержавного російського впливу зумовила оновлення шкільних програм із зарубіжної літератури шляхом вилучення російських і білоруських письменників, твори яких автоматично набули статусу табуованих, небажаних для всього українського суспільства, оскільки російська література (меншою мірою білоруська) є частиною імперського нарративу.

Реакцією на урядові ініціативи стала трансформація телевізійного контенту українських медіахолдингів, зокрема «1+1 media». При цьому варто наголосити, що твори російської літератури залишаються частиною телевізійного дискурсу у вигляді численних ремінісценцій. Докорінні, глибинні зміни у змісті, внутрішній структурі сценаріїв пов'язуємо зі змінами в мовній свідомості (яка є продуктом культурного розвитку, а не даністю) їхніх авторів.

Список використаної літератури

1. Анастасія і Олександр. Одруження наосліп. 10 випуск, 3 сезон. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=xNFn33rwXJE> (дата звернення: 11.04.2024).
2. Вакарєва К. Рашисти почали красти український чорнозем: як росія століттями грабувала Україну. URL: <https://podrobnosti.ua/2470316-rashisti-pochali-krasti-uzhe-ukranskij-chornozem-jak-rosja-stoltlja-grabovala-ukranu.html> (дата звернення: 03.04.2024).

3. Гарасим А., Кельм Н. Пушкін у головах. Як українська школа навчає учнів культурної компетентності. URL: <https://texty.org.ua/articles/106589/pushkin-u-holovah-yak-ukrayinska-shkola-navchaye-uchniv-kulturnoyi-menshovartosti> (дата звернення: 11.04.2024).
4. Гнатюк О. Прощання з імперією: українські дискусії про ідентичність. Київ : Критика, 2005. 528 с.
5. Гомілко О. Деколонізація української культури: політика воук чи національне пробудження? *Філософська думка*. 2023. № 3. С. 49–58.
6. Гуцало Є. Ментальність орди : статті. Київ : Просвіта, 1996. 176 с.
7. Данилюк-Ярмолаєва М. Чи реально в Україні зробити «корейський сценарій». URL: <https://wz.lviv.ua/blogs/484680-chy-realno-v-ukraini-zrobyty-koreiskyi-stsenarii> (дата звернення: 11.04.2024).
8. Дівчина з персиками. 4 серія. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=9pzMwwqI36g> (дата звернення: 11.04.2024).
9. Кірш О. Головна таємниця мордора, або все дуже просто. URL: <https://news.obozrevatel.com/ukr/society/golovna-taemnitsya-mordora-abo-vse-duzhe-prosto.htm> (дата звернення: 11.04.2024).
10. Кочерга Л. «Джавелінка»: 9 місяців працюють на перемогу жителі села на Кіровоградщині. URL: [https://dostyp.com.ua/novini/dzhavelinka-9-misiatsiv-pratsuiut-na-pieriemoghu-zhители-siela-na-kirovogradshchini-foto-1/](https://dostyp.com.ua/novini/dzhavelinka-9-misiatsiv-pratsuiut-na-peremoghu-zhители-siela-na-kirovogradshchini-foto-1/) (дата звернення: 11.04.2024).
11. Кравець Р. Сергій Жадан: це війна Пушкіна проти Шевченка, хочемо ми цього чи ні. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2023/04/25/7399252/> (дата звернення: 11.04.2024).
12. Ліга Смеха 2021, Первая игра 8-го сезона «ЗНАКИ ЗОДИАКА». Полный выпуск 10.10.2021. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=4b3YuTFDBRU> (дата звернення: 13.04.2024).
13. Невістка. Український серіал про справжнє кохання. Серія 4. 2024. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=mpIFSt-ZkEk> (дата звернення: 11.04.2024).
14. Первая Леди Украины и Дмитрий Комаров без предупреждения приехали в детдом. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=a8nstqtWm9Q> (дата звернення: 02.04.2024).
15. Плохий С. Остання імперія. Занепад і крах Радянського Союзу / пер. з англ. Я. Лебеденка, А. Сагана. Харків : Книжковий клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2019. 512 с.
16. Про утворення робочих груп з оновлення змісту навчальних програм : Наказ МОН № 521 від 03.06.2022 р. URL: https://osvita.ua/legislation/Ser_osv/86581/ (дата звернення: 11.04.2024).
17. Ренча І. Лексикон тоталітаризму. Київ : ТОВ «Видавництво «Кліо»», 2018. 232 с.
18. Рішення робочої групи з оновлення змісту навчальних програм із зарубіжної літератури для 6–9 класів (2017), 10–11 класів (2017, рівень стандарту), 10–11 класів (2017, рівень профільний) закладів загальної середньої освіти від 13 червня 2022 р. (протокол № 2). URL: <https://osvita.ua/doc/files/news/866/86629/Rishennyu.pdf> (дата звернення: 11.04.2024).
19. Рябчук М. Від Малоросії до України: парадокси запізненого націєтворення. Київ : Критика, 2000. 303 с.
20. Світ навиворіт. 8 епізод. Колумбія. URL: <https://1plus1.video/mir-naiznanku/14-sezon/8-vipusk-svit-navivorit-14-sezon-8-vipusk-vidrizav-sobi-vuha-ta-nis-yak-zhive-znamenitij-zhivij-cherep> (дата звернення: 11.04.2024).
21. Селігей П. О. Мовна свідомість: структура, типологія, виховання. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2012. 118 с.
22. Словник термінології щодо подій в Україні. URL: <https://spravdi.gov.ua/slovnik-terminologiyi-shhodo-podij-v-ukrayini/> (дата звернення: 05.04.2024).
23. Треба припинити робити з Пушкіна ідола, а з російської літератури – вінець цивілізації. Погляд з Заходу. URL: <https://texty.org.ua/articles/109442/treba-pryprynty-robity-z-pushkina-idola-z-rosijskoyi-literatury-vines-cyvilizaciyi-pohlyad-z-zahodu/> (дата звернення: 12.04.2024).
24. Фесенко В. Генеральська рокировка. Навіщо Путін призначив Герасимова замість Суровікіна. URL: <https://nv.ua/ukr/opinion/armiya-rosiji-navishcho-putin-priznachiv-gerasimova-zamist-surovikina-ostanni-novini-50296995.html> (дата звернення: 03.04.2024).
25. Шкандрій М. В обіймах імперії: російська і українська літератури новітньої доби / пер. П. Таращук. Київ : Факт, 2004. 496 с.
26. Шпорлюк Р. Формування модерних націй: Україна – Росія – Польща / пер. з англ. Г. Касьянова, М. Климчука, М. Рябчука, Я. Стріхи, Д. Матіяш, Х. Чушаак. 2-ге вид. Київ : ДУХ І ЛІТЕРА, 2016. 552 с.

References

1. Anastasiia i Oleksandr. Odruzhennia naoslip. 10 vypysk, 3 sezon [1. Anastasia and Alexander. Blind marriage. Issue 10, Season 3]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=xNFn33rWxJE> [in Ukrainian].
2. Vakarieva, K. (2023). Rashysty pochaly krasty ukrainskyi chornozem: yak rosii stolittiamy hrabuvava Ukrainu [The Russians began to steal Ukrainian black soil: how Russia robbed Ukraine for centuries].

- Retrieved from <https://podrobnosti.ua/2470316-rashisti-pochali-krasti-uzhe-ukranskij-chornozem-jak-rosja-stolttja-grabuvala-ukranu.html> [in Ukrainian].
3. Harasym, A., & Kelm, N. (2022). Pushkin u holovakh. Yak ukrainska shkola navchaie uchniv kulturnoi kom-petentnosti [Pushkin in the head. How a Ukrainian school teaches students cultural competence]. Retrieved from <https://texty.org.ua/articles/106589/pushkin-u-holovah-yak-ukrayinska-shkola-navchaye-uchniv-kulturnoyi-menshovartosti> [in Ukrainian].
 4. Hnatiuk, O. (2005). *Proshchannia z imperiieiu: Ukrainski dyskusii pro identychnist* [Farewell to Empire: Ukrainian Debates on Identity]. Kyiv: Krytyka [in Ukrainian].
 5. Homilko, O. (2023). Dekolonizatsiia ukrainskoi kultury: polityka vouk chy natsionalne probudzhennia? [Decolonization of Ukrainian culture: policy of wok or national awakening?]. *Filosofska dumka*, 3, 49–58 [in Ukrainian].
 6. Hutsalo, Ye. (1996). *Mentalnist ordy: statti* [Horde mentality: articles]. Kyiv: Prosvita [in Ukrainian].
 7. Danyliuk-Yarmolaieva, M. (2023). Chy realno v Ukraini zrobyty «koreiskyi stsenarii» [Is it realistic to make a "Korean scenario" in Ukraine?]. Retrieved from <https://wz.lviv.ua/blogs/484680-chy-realno-v-ukraini-zrobyty-koreiskyi-stsenarii> [in Ukrainian].
 8. Divchyna z persykamy. 4 seriia [Girl with peaches. 4 series]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=9pzMwwqI36g> [in Ukrainian].
 9. Kirsh, O. (2023). Holovna taiemnytsia mordora, abo vse duzhe prosto [The main secret of Mordor, or everything is very simple]. Retrieved from <https://news.obozrevatel.com/ukr/society/golovna-taemnytsya-mordora-abo-vse-duzhe-prosto.htm> [in Ukrainian].
 10. Kocherha, L. (2022). «Dzhavelinka»: 9 misiatsiv pratsiuiut na peremohu zhyteli sela na Kirovohradshchyni [«Javelinka»: villagers in Kirovohrad region work for victory for 9 months]. Retrieved from <https://dostyp.com.ua/novini/dzhavelinka-9-misiatsiv-pratsiuiut-na-pieriemoghuzhitieli-siela-na-kirovohradshchyni-foto-1/> [in Ukrainian].
 11. Kravets, R. (2023). Serhii Zhadan: tse viina Pushkina proty Shevchenka, khochemo my tsoho chy ni [Serhii Zhadan: this is Pushkin's war against Shevchenko, whether we like it or not]. Retrieved from <https://www.pravda.com.ua/articles/2023/04/25/7399252/> [in Ukrainian].
 12. Liga Smeha 2021, Pervaja igra 8-go sezona «ZNAKI ZODIACA». [League of Laughter 2021, First game of the 8th season «ZODIAC SIGNS»]. 10.10.2021. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=4b3YyTFDBRU> [in Russian].
 13. Nevistka. Ukrainskyi serial pro spravzhnie kokhannia [Daughter-in-law. Ukrainian series about true love]. Serii 4 (2024). Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=mpIFSt-ZkEk> [in Ukrainian].
 14. Pervaja Ledi Ukrainy i Dmitrij Komarov bez preduprezhdenija priehali v detdom [The First Lady of Ukraine and Dmitry Komarov arrived at the orphanage without warning]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=a8nstqtWm9Q> [in Russian].
 15. Plokhii, S. (2019). *Ostannia imperiia. Zanepad i krakh Radianskoho Soiuzu* [The last empire. Decline and collapse of the Soviet Union] (Ya. Lebedenko & A. Sahan, Trans.). Kharkiv: Knyzhkovyi klub «Klub Simeinoho Dozvillia» [in Ukrainian].
 16. On the formation of working groups to update the content of educational programs: Order of the Ministry of Education and Culture from June 3 2022, № 521 [in Ukrainian].
 17. Renchka, I. (2018). *Leksykon totalitaryzmu* [Lexicon of totalitarianism]. Kyiv: TOV «Vydavnytstvo "Klio"» [in Ukrainian].
 18. Rishennia robochoi hrupy z novlennia zmistu navchalnykh prohram iz zarubizhnoi literatury dlia 6–9 klasiv (2017), 10–11 klasiv (2017, riven standartu), 10–11 klasiv (2017, riven profi-lnyi) zakladiv zahalnoi serednoi osvity vid 13 chervnia 2022 r. (protokol № 2) [Decision of the working group on updating the content of foreign literature curricula for grades 6–9 (2017), grades 10–11 (2017, standard level), grades 10–11 (2017, profile level) of general secondary education institutions from June 13, 2022 (protocol № 2)]. Retrieved from <https://osvita.ua/doc/files/news/866/86629/Rishennya.pdf> [in Ukrainian].
 19. Riabchuk, M. (2000). Vid Malorosii do Ukrainy: paradoksy zapizniloho natsiievorennia [From Little Russia to Ukraine: Paradoxes of belated nation-building]. Kyiv: Krytyka [in Ukrainian].
 20. Svit navyvorit. 8 epizod. Kolumbiia [The world inside out. 8 episode. Colombia]. Retrieved from <https://1plus1.video/mir-naiznanku/14-sezon/8-vipusk-svit-navivorit-14-sezon-8-vipusk-vidrizav-sobi-vuha-ta-nis-yak-zhive-znamenitij-zhivij-cherep> [in Ukrainian].
 21. Selihei, P. O. (2012). *Movna svidomist: struktura, typolohiia, vykhovannia* [Language consciousness: structure, typology, education]. Kyiv: Vyd. dim «Kyievo-Mohylianska akademiia» [in Ukrainian].
 22. Slovnyk terminolohii shchodo podii v Ukraini [Dictionary of terminology regarding events in Ukraine]. Retrieved from <https://spravdi.gov.ua/slovyk-terminologiyi-shhodo-podij-v-ukrayini/> [in Ukrainian].
 23. Treba pry-pynyty robyty z Pushkina idola, a z rosiiskoi literatury – vinets tsyvilizatsii. Pohliad z Zakhodu [We must stop making Pushkin an idol, and Russian literature the crown of civilization. View from the West]. Retrieved from <https://texty.org.ua/articles/109442/treba-pry-pynyty-robyty-z-pushkina-idola-z-rosijskoyi-literatury-vinec-cyvilizatsiyi-pohlyad-z-zahodu/> [in Ukrainian].

24. Fesenko, V. (2023). Heneralska rokirovka. Navishcho Putin pryznachyv Herasymova zamist Surovikina [General casting. Why did Putin appoint Gerasimov instead of Surovikin]. Retrieved from <https://nv.ua/ukr/opinion/armiya-rosiji-navishcho-putin-priznachiv-gerasimova-zamist-surovikina-ostanni-novini-50296995.html> [in Ukrainian].
25. Shkandrii, M. (2004). *V obiimakh imperii: rosiiska i ukrainska literaturni novitnoi doby* [In the arms of the empire: modern Russian and Ukrainian literature]. (P. Tarashchuk, Trans.). Kyiv: Fakt [in Ukrainian].
26. Shporliuk, R. (2016). Formuvannia modernykh natsii: Ukraina – Rosiia – Polshcha [Formation of modern nations: Ukraine – Russia – Poland]. (H. Kasianova, M. Klymchuka, M. Riabchuka, Ya. Strikhy, D. Matiiash & Kh. Chushaak. (Vol. 2). Kyiv: DUKh I LITERA [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 20.05.2024.

Received 20.05.2024.

Shvets V. Decolonization of the Modern Ukrainian Information Space: Transformation of Television Content

The aim of the study is to identify the transformation of television content as a result of the intensification of decolonization processes in Ukraine, which was catalyzed by the active phase of the Russian-Ukrainian war.

Research methodology. To achieve this aim, the following general academic research methods were used: description, analysis, synthesis, comparison, generalization, and forecasting. The method of description was used to highlight the Ukrainian government's policy (de-Russification, decommunization, and decolonization) aimed at combating Russian propaganda narratives. The methods of analysis and synthesis were used to examine changes in school curricula (including their motivational part) and the further impact of these changes on the Ukrainian information space. The method of comparison helped to analyze the nature of the patriotic component in Ukrainian TV series during the period of collaboration with Russian production companies (until 2022) and after it was stopped. The method of generalization was used to record the conclusions, and the method of forecasting was useful at the stage of assessing the prospects of a Ukrainian TV product on nationwide TV channels.

Results. The article identifies the peculiarities of the Ukrainian government's policy aimed at decolonizing Ukrainian culture and education, as well as establishes the connection between legislative initiatives and qualitative changes in the content of Ukrainian television products, cleansing them from Russian imperial narratives.

Novelty. The article attempts to trace the impact of government initiatives to decolonize the information space, the activities of independent Ukrainian production companies, the modernization of the ideological and thematic content of Ukrainian television series, and the rejection of hostile propaganda templates.

Practical significance. The obtained findings can be used not only for further research on the «cancel culture» phenomenon in Ukraine, but also in the professional activities of screenwriters, showrunners, and media producers to create a high-quality television product that is free of imperial narratives, and to popularize it on the market.

Key words: decolonization, television content, language awareness, media space.

ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

УДК 007:001:070

DOI 10.32840/cru2219-8741/2024.2(58).5

В. В. Андрушків

аспірантка кафедри журналістики
e-mail: viktorija.andrushkiv@gmail.com; ORCID: 0000-0002-0450-3057
Запорізький національний університет
вул. Жуковського, 66, м. Запоріжжя, Україна, 69002

ІНСТРУМЕНТИ ДИДЖИТАЛІЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ ЛОКАЛЬНИХ МЕДІА

Метою дослідження є визначення ефективності інструментів диджиталізації для створення регіонального контенту в сучасній медіасфері.

Методологія дослідження. Дослідження інструментів диджиталізації, застосованих локальними медіа (регіональні редакції «Суспільного»), ґрунтується на використанні системного підходу й методів спостереження, аналізу, опису. Спостереження надало змогу безпосередньо фіксувати, як локальні медіа впроваджують цифрові інструменти, адаптуються до нових технологій та взаємодіють зі своєю аудиторією в цифровому середовищі. За допомогою аналізу систематично та глибоко розкрито різні аспекти цифрових трансформацій, виявлено закономірності, переваги та проблеми, що виникають у процесі переходу до цифрового середовища. Опис застосовано для детального викладу переходу до цифрових технологій у медіасфері, а також характеристики конкретних інструментів, використовуваних редакціями та журналістами. Системний підхід є підґрунтям розгляду взаємозв'язків локальних медіа і впливів на різні аспекти медіасередовища.

Результати. Українські медіа зараз перебувають у динамічному процесі трансформації. Зростає роль локальних медіа, та активно розвивається «громадянська журналістика» в усіх областях країни. Це пов'язано як із загальнонаціональними трендами, так і зі специфікою воєнного часу, коли доступ до новин усеукраїнських медіа може бути обмежений або сповільнений, а потреба в отриманні актуальної інформації зростає.

У статті проаналізовано сучасні інструменти цифрової трансформації, які допомагають медіа адаптуватися до змін потреб аудиторії та залишатися конкурентоспроможними.

Вищезазначене набуло особливої актуальності з початком війни у 2022 р., коли регіональним медіа та публічним особам довелося шукати нові способи взаємодії з аудиторією. При цьому значно зросла популярність телеграм-каналів як ефективного й оперативного способу інформування українців в умовах постійних викликів та загроз.

Новизна. Проведено глибокий аналіз реальних прикладів впровадження диджиталізації в локальних медіа, що надало змогу ідентифікувати найуспішніші стратегії та підходи. Досліджено, як диджиталізація змінює процес створення контенту й взаємодії з аудиторією, включаючи нові форми медійного продукту та зміну споживчих звичок. Запропоновано системний підхід до інтеграції цифрових технологій у діяльність локальних медіа, що включає стратегічне планування, технічну підготовку й адаптацію контенту під різні платформи. Таким чином, стаття не лише описує поточний стан диджиталізації українських локальних медіа, але й пропонує нові підходи та методи для підвищення їх ефективності в умовах швидкозмінного цифрового середовища.

Практичне значення. Результати дослідження можуть бути корисними для теперішніх та майбутніх журналістів, а саме для вдосконалення їх навичок, підходів до створення контенту; для науковців, які вивчають інструментарій диджиталізації регіональних та українських ЗМІ.

Ключові слова: диджиталізація, контент, новини, журналістика, медіа, локальні редакції медіареальність, інструменти диджиталізації.

I. Вступ

Стрімкий розвиток цифрових технологій та вплив інтернету на спосіб сприйняття інформації аудиторією вимагає трансформації сучасної медіаіндустрії. У зв'язку із цим в українській медіасфері виникають нові інструменти диджиталізації (тренди, підходи, плагіни, застосунки тощо), які допомагають змінити формат діяльності та спосіб взаємодії зі споживачами. Окремі аспекти цього процесу розкрито в працях О. Ятчук «Інтерактивне телебачення: соціально-комунікаційні моделі та технології»; В. Дрешпака, Н. Кодацької, Г. Сенкевича «Соціальні комунікації та медіатехнології у контексті міждисциплінарних досліджень»; М. Чабаненко «Висвітлення подій у Telegram: взаємовплив аматорських і професійних підходів»; Л. Чернявської «Media technology forming social activity in regional media».

Для забезпечення конкурентоспроможності в умовах трансформацій регіонального інформаційного середовища медіа активно використовують новітні підходи для подачі інформації шляхом переходу на нові цифрові платформи, аналізуючи попередні взаємодії з аудиторією, а також адаптації контенту до індивідуальних потреб користувачів та їх настроїв.

Дослідження шляхів розвитку локального телебачення в Україні на прикладі місцевих телеканалів показує, що особливо актуальним наразі є перегляд технологічного, тематичного та жанрового аспектів стратегії телевізійного мовлення. При цьому завершення переходу з аналогового ефірного мовлення на цифрове в умовах диджиталізації поєднується з розвитком взаємодії телеканалів та глядачів в інтернеті, а також із використанням інших перспективних можливостей каналів комунікації [1, с. 110]. Тому персоналізація контенту, використання актуальних застосунків, активна взаємодія редакцій телебачення зі своєю аудиторією стають не просто тенденцією, а необхідністю для забезпечення стабільності медіа, довіри аудиторії до нього й загалом розвитку регіонального телебачення в умовах диджиталізації.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Метою дослідження є визначення ефективності інструментів диджиталізації для створення регіонального контенту в сучасній медіасфері. Завданнями дослідження є:

- огляд соціологічних опитувань щодо довіри до медіа та використання різних медіаформатів під час споживання новинного контенту;
- визначення ролі локальних редакцій у формуванні новинного контенту;
- аналіз роботи телеграм-каналу «Суспільне Миколаїв».

Дослідження інструментів диджиталізації, застосованих локальними медіа (регіональні редакції «Суспільного»), ґрунтується на використанні системного підходу й методів спостереження, аналізу, опису. Спостереження надало змогу безпосередньо фіксувати, як локальні медіа впроваджують цифрові інструменти, адаптуються до нових технологій та взаємодіють зі своєю аудиторією в цифровому середовищі. За допомогою аналізу систематично та глибоко розкрито різні аспекти цифрових трансформацій, виявлено закономірності, переваги та проблеми, що виникають у процесі переходу до цифрового середовища. Опис застосовано для детального викладу переходу до цифрових технологій у медіасфері, а також характеристики конкретних інструментів, використовуваних редакціями та журналістами. Системний підхід є підґрунтям розгляду взаємозв'язків локальних медіа і впливів на різні аспекти медіасередовища.

III. Результати

Диджиталізація медіа зумовлює зближення журналістів з аудиторією, тим самим створюючи більш тісні стосунки та підвищуючи рівень довіри до редакції. Ідеться про створення сталого зв'язку з аудиторією й формування відповідного рівня довіри до джерела інформації. При цьому на передній план виходить актуальність трансформації традиційних медіа (зокрема, друкованих видань, радіо та телебачення), а також їх взаємодія з новими медіа. Натомість подальший розвиток каналів комунікації зумовлений кризою традиційних медіа, які потребують формування нових комунікаційних зв'язків та залучення новітніх моделей функціонування масмедіа [2, с. 15].

Однією з переваг онлайн медіа над традиційними є мультимедійність (об'єднання текстових, відеоаудіовізуальних аспектів), персоналізація (забезпечення аудиторії інформацією на різних рівнях, завдяки створенню персоналізованого контенту, електронних розсилок тощо), інтерактивності (є зворотний зв'язок з користувачами на сайті видання, у коментарях у соцмережах, можливість писати на пошту редакції тощо) і відсутність посередників (вільна аудиторія, яка сама обирає видання) [3, с. 20].

Становлять інтерес результати соціологічного опитування мешканців прифронтових та звільнених регіонів (Дніпропетровської, Донецької, Запорізької, Луганської, Миколаївської, Одеської, Сумської, Харківської, Херсонської та Чернігівської областей) на тему медіаспоживання від КМІС. Останні були оприлюднені в аналітичному звіті в серпні 2023 р. і показали, що 65% опитаних віддають перевагу новинам у відеоформаті (відео тривалістю до 15 хвилин), 53% – обирають короткі інформаційні повідомлення, 25% – споживають інформацію в картинках, 7% – слухають подкасти та радіо, і лише 6% – читають довгі статті в текстовому форматі. Ці відомості також підтверджуються попередніми опитуваннями від КМІС, що може свідчити про трансформацію сприйняття інформації, що зумовлено зміною способу життя аудиторії [4, с. 12].

Українські медіа все активніше намагаються адаптуватись до сучасних вимог медіаринку, використовуючи новаторські технології створення контенту, та змінюють підхід у спілкуванні з аудиторією. Відповідно медіасфера змінюється, підлаштовуючись під поведінку та настрої споживачів інформації. До того ж триває стрімкий розвиток цифрових платформ і стримінгових сервісів, які дають змогу поширювати контент та надавати інформацію користувачам у режимі реального часу. Використовуючи віртуальну й розширену реальність, а також інші інноваційні технології, редакції можуть створювати унікальні імерсивні (технологія повного або часткового занурення у віртуальний світ чи різноманітні способи їх поєднання з реальним) враження для споживачів, що допомагає залучити та утримати більшу кількість читачів. Але важливо, щоб застосування нових інструментів та підходів у взаємодії з аудиторією відбувалися, не шкодячи основним завданням медіа (інформувати, навчати, формувати громадську думку тощо) [5].

Вивчення журналістами алгоритмів соціальних мереж і месенджерів надає їм змогу реалізувати власні задуми, розробляючи різноманітні методи ефективної комунікації (групи, канали, опитування, сториз, наліпки тощо) в умовах стрімкого технологічного прогресу [6, с. 192].

Доступність інструментів для виробництва та урізноманітнення новинного контенту сприяє децентралізації журналістської діяльності. У традиційній журналістиці збором, обробкою та поширенням інформації займаються лише професійні журналісти, але в умовах диджиталізації ці технології є доступними для кожного. Тому виконувати роботу журналіста стає можливо для будь-якої людини з мінімальним рівнем знань та навичок, продукуючи дедалі ширше побутування так званої «громадянської журналістики». Тому кожна людина, яка має смартфон, може публікувати текст, фотовідеоматеріали, інформацію з місця подій, а також користуватися, або змінювати контент, який розміщений у соціальних мережах [3, с. 21–22]. У свою чергу, це впливає на розвиток і поширення неінституціоналізованих медіа та призводить до подальшої децентралізації медіапростору, що спричиняє низку ризиків: подача незбалансованої інформації, недостовірної або викривленої, не підтвердженої, неточної, неповної.

За даними опитування USAID-Internews про споживання аудиторією інформації та контенту українських медіа (листопад 2023 р.), національний показник довіри до новин регіональних каналів у соцмережах становив 58%, регіональних сайтів новин – 53%, регіонального телебачення – 44% [8, с. 92], регіонального радіо – 27%, регіональних друкованих медіа – 23%. При цьому рівень довіри до традиційних медіа впродовж минулих дев'яти років (з 2015 р.) стрімко знижувався: з 51% – для телебачення, з 35% – для радіо та з 36% – для друкованих медіа [8, с. 37].

У розрізі макрорегіонів це виглядає так: регіональним каналам у соцмережах у 2023 р. довіряли 59% мешканців Заходу (Закарпатська, Львівська, Івано-Франківська, Чернівецька, Тернопільська, Хмельницька, Волинська та Рівненська області), 59% жителів Сходу (Дніпропетровська та Харківська області), 57% мешканців Півночі (Житомирська, Київська, Чернігівська та Сумська області), 57% жителів Півдня (Одеська та Миколаївська області) та 56% мешканців Центру (Вінницька, Черкаська, Кіровоградська та Полтавська області).

Рівень довіри до регіональних сайтів новин на Сході становив 57%, на Заході – 55%, на Півночі – 53%, на Півдні – 50%, у Центрі – 45%. Аналогічні показники також простежуються й щодо регіонального телебачення: 50% – на Заході, 45% – на Сході, 43% – на Півдні, 42% – на Півночі, 41% – у Центрі [8, с. 92]. Регіональні телеканали для отримання новин (станом на 2021 р.) найбільше використовували мешканці Львівської області [2, с. 62–63]. Згідно зі статистикою, рівень довіри до місцевих новин коливається залежно від регіону, але різниця несуттєва. Але ми бачимо, що телебаченню аудиторія довіряє менше, ніж соцмережам та вебсайтам, що й вимагає адаптації телеканалів до глядацьких уподобань.

Основні інструменти, які можуть упроваджувати регіональні медіа в умовах диджиталізації, – це розробка та впровадження власних вебсайтів і мобільних застосунків. Це надасть змогу розширити власну аудиторію та створювати або адаптувати доступний для користувачів контент, без прив'язки до місця. Зараз вебсайти є основою цифрової присутності всіх типів медіа, включно з регіональними. Це спрощує доступ користувачів до інформації.

Тому регіональні медіа мають підвищити інформативність та привабливість вебсайтів для відвідувачів, а також покращити інтуїтивність їх інтерфейсу. Наступний важливий етап – це наповнення цих ресурсів якісним та цікавим контентом, а також просування його через інші канали. За умови комплексного підходу регіональних медіа, використовуючи всі можливості диджиталізації, вони зможуть зміцнити свої позиції на медіаринку.

Щодо мобільних застосунків, то вони надають змогу регіональним масмедіа доносити свій контент до користувачів через смартфони, які все частіше використовуються аудиторією для доступу до інформації. В умовах диджиталізації застосунки стають дедалі важливішим інструментом для регіональних медіа. Тому ще одним завданням для локальних масмедіа є розробка зручних у використанні, із зрозумілим інтерфейсом, актуальним наповненням тощо мобільних застосунків.

Крім того, зараз поширеними серед аудиторії є мобільні застосунки соціальних мереж, які спираються на сучасні тренди диджиталізації й дають змогу користувачам оперативно отримувати новини в значних обсягах [12, с. 145]. Застосунки є важливим складником інструментарію для

регіональних медіа, але їм важко конкурувати із соціальними мережами, які мають значно більше можливостей та ширшу аудиторію.

Зараз соцмережі стали одним з найпопулярніших джерел інформації в Україні. Зокрема, використання соцмереж редакціями місцевих медіа надає змогу оперативно інформувати читачів, підтримувати комунікацію з ними та залучати їх до взаємодії. Дієве використання соцмереж стає можливим завдяки створенню актуального й цікавого контенту, залученню глядачів та читачів до обговорень, проведенню регулярних рекламних кампаній для приваблення нової аудиторії та підтримки її інтересу до власних матеріалів тощо. І це допомагає регіональним медіа просуватися в рейтингу зацікавленості та довіри аудиторії в своєму регіоні та в межах країни.

Повномасштабне вторгнення росії в Україну суттєво змінило способи отримання новин українською аудиторією. Показовим є опитування USAID-Internews щодо споживання інформації з українських медіа, ставлення й довіри до них аудиторії (листопад 2022 р.). Згідно з результатами дослідження, українці використовували від трьох до п'яти джерел новин для отримання збалансованої інформації. Одним із цих джерел є регіональні медіа (телеграм-канали), через які люди дізнаються про повітряні тривоги та обстріли в різних регіонах.

На думку опитаних, такі новини можна легко перевірити, оскільки самі вони або їхні родичі живуть у цій місцевості і є безпосередніми свідками подій, про які йдеться в регіональних матеріалах. Особливою довірою користуються телеграм-канали голів регіональних військових адміністрацій, міських голів, а також місцевих підрозділів Державної служби України з надзвичайних ситуацій [13, с. 18].

Результати аналогічного опитування за 2023 р. показали, що регіональні телеграм-канали й інші локальні новини актуальні для внутрішньо переміщених осіб та людей, які мешкають на окупованих територіях і територіях, де ведуться бойові дії [8, с. 19].

Показовими є результати опитування КМІС, проведеного на замовлення Громадянської мережі «ОПОРА». Станом на травень 2022 р. впродовж останніх двох місяців через telegram отримували новини 65,7% респондентів, youtube – 61,2%, facebook – 57,8%, viber – 48%, instagram – 29,1%, tik-Tok – 19,5%, twitter – 8,9%. При цьому telegram є найпопулярнішим у вікових категоріях 18–29 років (86,7%), 30–39 років (72,4%) та 40–49 років (72,3%) зі значним відривом [15]. Це свідчить про те, що зручні меседжери мають значний потенціал для розвитку та є методом отримання швидкої, актуальної інформації для українців, особливо в умовах воєнного часу.

Окрім того, за опитуванням КМІС (серпень 2023 р.), канали в telegram мали найвищі показники довіри аудиторії (51% опитуваних скоріше або повністю їм довіряли, 8% – не довіряли), тоді як українські онлайн медіа мали показники 45% та 11% відповідно, об'єднаний інформаційний марафон – 44% і 18%, радіо – 37% та 9% [4, с. 6–17].

Як бачимо, зараз telegram є одним з головних інструментів подачі та споживання інформації. У цьому контексті важливо сказати, що масове інформування аудиторії має два аспекти: аматорське та професійне. При тому, що професійні журналісти надають читачам і глядачам ґрунтовнішу й унаочнену інформацію, а аматори роблять акцент на кращій комунікації, оперативності, емоційності та суб'єктивності в судженнях.

Для телеграм-каналів, які представляють офіційні медіа й оперують значними обсягами інформаційних матеріалів, важливою є періодична публікація оглядів з тезовими підсумками новин за конкретний проміжок часу, а також аналітичних оглядів журналістів [17, с. 56].

Серед додаткових інструментів підвищення впізнаваності медіа (на прикладі аналізу каналу «Громадське» в telegram) визначають загальні характеристики телеграм-каналів: посилання, назва, логотип, опис тощо. Ще одним важливим аспектом є лаконічність і гіпертекстуальність новин, відсутність заголовків, мультимедійний характер матеріалів (використання значної кількості фото-, відео-, аудіоповідомлень, емоджі тощо). Таким чином, telegram є дієвим інструментом у журналістській творчості, який сприяє поширенню інформаційного продукту та налагодженню комунікації з аудиторією [6, с. 197].

Ситуацію з регіональними медіа в Україні проаналізуємо на прикладі прифронтових областей Півдня. З огляду на тривалі бойові дії на Півдні країни місцеві масмедіа відіграють важливу роль, бо мають забезпечувати цілодобовий моніторинг подій та оперативно інформувати населення. З початком повномасштабного вторгнення росії в Україну майже кожне медіа зазнало трансформації. Ті, хто не розвивав онлайн платформи до 24 лютого 2022 р., почали це робити, хто розвивав, почали вдосконалювати свої навички та підлаштовуватися під запит споживачів, приділяючи увагу онлайн платформам та соціальним мережам. Цей процес вимагає використання не лише сучасних цифрових технологій, а й стратегічного збалансованого підходу шляхом дотримання та поєднання стрижневих характеристик інформації: якості, достовірності й доступності.

Аналізуючи ситуацію з регіональними медіа на Херсонщині в умовах повномасштабного вторгнення, фахівці ІМІ відзначають, що основна конкуренція в регіоні наразі відбувається між офіційними онлайн медіа та анонімними телеграм-каналами.

У перспективі телеканали й газети можуть мати ще менший вплив, ніж зараз, оскільки ринок реклами на Херсонщині фактично перестав існувати. Аудиторія в телеграм-каналах зростала через те, що місцеве населення було змушене адаптуватися до інтернету з низькою швидкістю, і це надало змогу читати повідомлення лише в telegram.

Паралельно зросла популярність і офіційних вебсайтів. Станом на березень 2023 р. найпопулярнішими онлайн медіа регіону були «МОСТ» (363 тис. читачів), «Типовий Херсон» (228,8 тис.), «Вгору» (132,9 тис.), «Kavun.City» (119,3 тис.) та «Херсон онлайн» (58,3 тис.). Показники «Суспільне Херсон» достовірно дослідити не вдалось через особливість доменів регіональних філій мовника, але з огляду на дані, які змогли отримати експерти, імовірно, показники медіа є вищими, ніж у попередніх [19].

За оцінкою фахівців ІМІ, основними офіційними джерелами інформації на Миколаївщині з початку повномасштабного вторгнення стали лідери думок: голова Миколаївської обласної військової адміністрації Віталій Кім та міський голова Миколаєва Олександр Сенкевич. Вони здійснювали комунікацію з громадою через соціальні мережі та телебачення (активне використання телеграм-каналів, прямі ефіри в instagram, поява на об'єднаному інформаційному марафоні «Єдині новини» тощо) [20]. Значної популярності набув телеграм-канал «Николаевский Ванёк», який станом на січень 2024 р. мав понад 1,9 млн підписників і був одним з найвідвідуваніших в Україні. Значною мірою це пов'язано з унікальністю інформації на тему ворожих ракетних загроз, яка публікується оперативно й одразу запозичується іншими телеграм-каналами.

За даними, які надала фахівчиня групи диджитал «Суспільне Миколаїв» Світлана Кльосова, відомо, що до повномасштабного вторгнення телеграм-канал «Суспільне Миколаїв», а саме до лютого 2022 р., мав 900 підписників, а вже в лютому 2024 р. – 33 200. Станом на сьогодні канал має 33 260 підписників (14.04.2024). Після початку великої війни кількість підписників збільшилась на 3588%. Підписники могли додаватися до каналу з декількох причин:

- довіра («Суспільне» на момент вторгнення російських військ мало певний авторитет серед миколаївців);
- достовірність інформації, перевірені факти («Суспільне» зазвичай перевіряє інформацію з декількох джерел і надає на них посилання);
- точність, оперативність, повнота, баланс (у деяких публікаціях «Суспільне» могло знехтувати оперативністю, але надати повну, збалансовану, точну та перевірену інформацію);
- етичність (фото поранень, понівечених тіл завжди блюються, хоча політика телеграм-каналів дозволяє такі публікації).

Таким чином, українські медіа зараз перебувають у динамічному процесі трансформації. Зростає роль локальних медіа, та активно розвивається «громадянська журналістика» в усіх областях країни. Це пов'язано як із загальнонаціональними трендами, так і зі специфікою воєнного часу, коли доступ до новин усеукраїнських медіа може бути обмежений або сповільнений, а потреба в отриманні актуальної інформації зростає.

IV. Висновки

Отже, сучасні інструменти цифрової трансформації, які допомагають медіа адаптуватися до змін потреб аудиторії та залишатися конкурентоспроможними, стають важливими для ефективної взаємодії з глядачами й читачами. До такого інструментарію належить розробка власних вебсайтів і застосунків, створення каналів у месенджерах (telegram, viber), відеохостингах (youtube тощо) та соціальних мережах (facebook, instagram тощо), аналіз аудиторії та впровадження передплатених підписок на цифровий контент. При цьому важливо забезпечити злиття традиційних та онлайн медіа, щоб ефективно спілкуватися з глядачами та читачами. Вищезазначене набуло особливої актуальності з початком війни у 2022 р., коли регіональним медіа та публічним особам довелося шукати нові способи взаємодії з аудиторією. При цьому значно зросла популярність телеграм-каналів як ефективного й оперативного способу інформування українців в умовах постійних викликів та загроз.

Перспективи подальших досліджень полягають у розгляді впливів новітніх технологій, а саме штучного інтелекту та машинного навчання на створення та персоналізацію контенту в локальних медіа; аналізі застосування віртуальної та доповненої реальності (VR/AR) для покращення залучення аудиторії. У соціальних аспектах диджиталізації становлять інтерес її вплив на соціальну згуртованість та інформаційну безпеку громад і роль локальних медіа у формуванні громадської думки та політичної активності в цифрову епоху.

Список використаної літератури

1. Ятчук О. М. Інтерактивне телебачення: соціально-комунікаційні моделі та технології : монографія. Дніпро : УМСФ, 2018. 136 с. URL: <https://goo.su/eB1EK> (дата звернення: 30.11.2023).
2. Дрешпак В. М., Кодацька Н. О., Сенкевич Г. А. Соціальні комунікації та медіа технології у контексті міждисциплінарних досліджень : монографія / за заг. ред. В. М. Дрешпака. Дніпро : УМСФ, 2023. 229 с. URL: <https://goo.su/fYXtP> (дата звернення: 30.11.2023).
3. Андрушків В. В. Телебачення в умовах диджиталізації. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2021. № 4 (48). С. 18–25. DOI: 10.32840/cru2219-8741/2021.4(48).3.

4. Медіа споживання на звільнених і прифронтових територіях: результати соціологічного опитування жителів Дніпропетровської, Донецької, Запорізької, Луганська, Миколаївської, Одеської, Сумської, Харківської, Херсонської, Чернігівської областей : аналітичний звіт. Київський міжнародний інститут соціології. URL: <https://goo.su/xrz8G51> (дата звернення: 30.11.2023).
5. Про медіа : Закон України від 13.12.2022 № 2849-IX. *Верховна Рада України*. URL: <https://goo.su/ISP5y> (дата звернення: 30.11.2023).
6. Чернявська Л., Данилюк Н. Телеграм-канали як інструмент диджиталізації українських масмедіа. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2021. Т. 32 (71). № 6. Ч. 3. С. 193–198. URL: <https://goo.su/Om0KI2> (дата звернення: 30.11.2023).
7. Українські медіа, ставлення та довіра у 2023 р.: Опитування USAID-Internews щодо споживання медіа. *Internews in Ukraine*. URL: <https://goo.su/5f9C2z> (дата звернення: 30.11.2023).
8. Пічкурова З. В. Розвиток медіагалузі України в контексті глобальної цифрової трансформації. *Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право)*. 2018. № 2. С. 140–147. URL: <https://goo.su/Fd0RB> (дата звернення: 30.11.2023).
9. Українські медіа, ставлення та довіра у 2022 р.: Опитування USAID-Internews щодо споживання медіа. *Internews in Ukraine*. URL: <https://goo.su/A7Paju> (дата звернення: 30.11.23).
10. Медіаспоживання українців в умовах повномасштабної війни. Опитування ОПОРИ. *Громадянська мережа ОПОРА*. URL: <https://goo.su/zph7Wa> (дата звернення: 30.11.2023).
11. Чабаненко М. Висвітлення подій у Telegram : взаємовплив аматорських і професійних підходів. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2022. № 3 (51). С. 52–58. DOI: [http://dx.doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2022.3\(51\).7](http://dx.doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2022.3(51).7).
12. Нікітенко С. З чим медіа Херсонщини входять у другий рік великої війни. *Інститут масової інформації*. URL: <https://goo.su/xOfB> (дата звернення: 30.11.2023).
13. Середа К. Проблеми та виклики медіа Миколаєва: трансформація від воєнної до цивільної журналістики. *Інститут масової інформації*. URL: <https://goo.su/NFiN> (дата звернення: 30.11.2023).
14. Vázquez-Herrero J., Silva-Rodríguez A., Negreira-Rey M-C., Toural-Bran C., López-García X. *Total Journalism Models, Techniques and Challenges*. Luxembourg : Springer, 2022. 285 p.
15. Houston B. *Changing Models for Journalism*. New York : Routledge, 2023. 244 p.
16. Cherniavska L. Media technology forming social activity in regional media. *Média a vzdělávání*. 2018. № 35. P. 51–55.
17. 2024 Digital Media Trends. URL: <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/technology/digital-media-trends-consumption-habits-survey.html#introduction> (date of request: 30.03.2024).

References

1. Yatchuk, O. M. (2018). *Interaktyvne telebachennia: sotsialno-komunikatsiini modeli ta tekhnologii* [Interactive television: social and communication models and technologies]. Dnipro: UMSF. Retrieved from <https://goo.su/eB1EK> [in Ukrainian].
2. Dreshpak, V. M., Kodatska, N. O., & Senkevych, H. A. (2023). *Sotsialni komunikatsii ta mediatekhnologii u konteksti mizhdystsyplinarnykh doslidzhen* [Social communications and media technologies in the context of interdisciplinary research]. (V. M. Dreshpak, Ed.). Dnipro: UMSF. Retrieved from <https://goo.su/fYXtP> [in Ukrainian].
3. Andrushkiv, V. V. (2021). *Telebachennia v umovakh didzhytalizatsii* [Television in conditions of digitization]. *Derzhava ta rehiony. Serii: Sotsialni komunikatsii*, 4 (48), 18–25. doi: 10.32840/cpu2219-8741/2021.4(48).3 [in Ukrainian].
4. *Media spozhyvannia na zvilnennykh i pryfrontovykh terytoriiakh: rezultaty sotsiolohichnoho opytuvannia zhyteliv Dnipropetrovskoi, Donetskoï, Zaporizkoi, Luhanska, Mykolaivskoi, Odeskoï, Sumskoï, Kharkivskoi, Khersonskoi, Chernihivskoi oblastei* [Media consumption in liberated and front-line territories: results of a sociological survey of residents of Dnipropetrovsk, Donetsk, Zaporizhzhia, Luhansk, Mykolaiv, Odesa, Sumy, Kharkiv, Kherson, Chernihiv regions]. Kyivskyi mizhnarodnyi instytut sotsiolohii. Retrieved from <https://goo.su/xrz8G51> [in Ukrainian].
5. *Law of Ukraine On Media from December 13 2022, № 2849-IKh*. Verkhovna Rada of Ukraine. Retrieved from <https://goo.su/ISP5y> [in Ukrainian].
6. Cherniavska, L., & Danyliuk, N. (2021). *Telehram-kanaly yak instrument dydzhytalizatsii ukrainskykh masmedia* [Telegram channels as a tool of digitization of Ukrainian mass media]. *Vcheni zapysky Tavriiskoho natsionalnogo universytetu imeni V. I. Vernadskoho. Serii: Filolohiia. Zhurnalistyka*, 32 (71), 6, 193–198. Retrieved from <https://goo.su/Om0KI2> [in Ukrainian].
7. *Ukrainski media, stavlennia ta dovira u 2023 r.: Opytuvannia USAID-Internews shchodo spozhyvannia media* [Ukrainian media, attitudes and trust in 2023: USAID-Internews survey on media consumption]. *Internews in Ukraine*. Retrieved from <https://goo.su/5f9C2z> [in Ukrainian].
8. Pichkurova, Z. V. (2018). *Rozvytok mediahaluzi Ukrainy v konteksti hlobalnoi tsyfrovoy transformatsii* [Development of the media industry of Ukraine in the context of global digital transformation]. *Stratehiia rozvytku Ukrainy (ekonomika, sotsiolohiia, pravo)*, 2, 140–147. Retrieved from <https://goo.su/Fd0RB> [in Ukrainian].

9. Ukrainski media, stavlennia ta dovira u 2022 r.: Opytuvannia USAID-Internews shchodo spozhyvannia media [Ukrainian media, attitudes and trust in 2022: USAID-Internews media consumption survey]. Internews in Ukraine. Retrieved from <https://goo.su/A7Paju> [in Ukrainian].
10. Mediaspozhyvannia ukrainsiv v umovakh povnomasshtabnoi viiny. Opytuvannia OPORY [Media consumption of Ukrainians in conditions of full-scale war. OPORA survey]. Hroma-dianska mrezhha OPORA. Retrieved from <https://goo.su/zph7Wa> [in Ukrainian].
11. Chabanenko, M. (2022). Vysvitlennia podii u Telegram : vzaiemovplyv amatorskykh i profesiinykh pidkhodiv [Event coverage in Telegram : the interaction of amateur and professional approaches]. Derzhava ta rehiony. Seriya: Sotsialni komunikatsii, 3 (51), 52–58 [in Ukrainian].
12. Nikitenko, S. (2023). Z chym media Khersonshchyny vkhodiat u druhyi rik velykoi viiny [With what the media of the Kherson region enter the second year of the great war]. Instytut masovoi informatsii. Retrieved from <https://goo.su/xOfB> [in Ukrainian].
13. Sereda, K. (2023). Problemy ta vyklyky media Mykolaieva: transformatsiia vid voiennoi do tsyvilnoi zhurnalistyky [Problems and challenges of Mykolaiv media: transformation from military to civilian journalism]. Instytut masovoi informatsii. Retrieved from <https://goo.su/NFiN> [in Ukrainian].
14. Vázquez-Herrero J., Silva-Rodríguez A., Negreira-Rey M-C., Toural-Bran C., & López-García X. (2022). Total Journalism Models, Techniques and Challenges. Luxembourg: Springer, 2022. 285 p.
15. Houston B. Changing Models for Journalism. New York: Routledge [in English].
16. Cherniavska, L. (2018). Media technology forming social activity in regional media. Média a vzdělávání, 35, 51–55 [in English].
17. 2024 Digital Media Trends. Retrieved from <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/technology/digital-media-trends-consumption-habits-survey.html#introduction> [in English].

Стаття надійшла до редакції 17.04.2024.

Received 17.04.2024.

Andrushkiv V. Digitalization Tools of Ukrainian Local Media

The purpose of the study is to determine the effectiveness of digitalization tools for creating regional content in the modern media sphere.

Research methodology. *Methods such as observation, analysis, description, and systematic approach were used to study digitalization tools used by local media (regional editorial boards of «Suspilny» media). An analysis of digitalization processes in Ukrainian local media was carried out using the observation method. The observation made it possible to directly record how local media implement digital tools, adapt to new technologies, and interact with their audience in a digital environment. The method of analysis made it possible to systematically and deeply investigate various aspects of digital transformations and identify patterns, advantages, and problems arising in the process of transitioning to a digital environment. The description is used for a detailed presentation of the transition to digital technologies in the media sphere, as well as the characteristics of specific tools used by editorial offices and journalists. The method of the system approach was used to consider the interrelationships of local media and the effects on various aspects of the media environment.*

Results. *The Ukrainian media is now in a dynamic process of transformation. The role of local media is growing, and «citizen journalism» is actively developing in all regions of the country. This is related to both nation-wide trends and the specifics of wartime, when access to news from all-Ukrainian media may be limited or slowed down, and the need to obtain up-to-date information is growing.*

The article analyzes modern digital transformation tools that help the media adapt to changing audience needs and remain competitive.

The abovementioned became especially relevant with the start of the war in 2022, when regional media and public figures had to look for new ways to interact with the audience. At the same time, the popularity of Telegram channels as an effective and efficient way of informing Ukrainians in the conditions of constant challenges and threats has grown significantly.

Novelty. *An in-depth analysis of real examples of the implementation of digitization in local media was carried out, which made it possible to identify the most successful strategies and approaches. It is studied how digitalization changes the process of content creation and interaction with the audience, including new forms of media products and changes in consumer habits. A systematic approach to the integration of digital technologies into the activities of local media is offered, which includes strategic planning, technical preparation, and adaptation of content for different platforms. Thus, the article not only describes the current state of digitization of Ukrainian local media but also offers new approaches and methods to increase their effectiveness in the rapidly changing digital environment.*

Practical significance. *The research results can be useful for current and prospective journalists, namely for improving their skills and approaches to content creation; for scholars who study the tools of digitization of regional and Ukrainian mass media.*

Key words: *digitization, content, news, journalism, media, local newsrooms, media reality, digitalization tools.*

Д. В. Гаєловський

аспірант

e-mail: dmytro272@gmail.com, ORCID: 0009-0006-0368-6011

Запорізький національний університет

вул. Жуковського, 66, м. Запоріжжя, Україна, 69002

УКРАЇНСЬКЕ ВІЙСЬКО ТА ПРОПАГАНДА КРЕМЛЯ: ТИПОЛОГІЯ ФЕЙКОВИХ НАРАТИВІВ

Мета дослідження – розглянути типологію російських фейкових наративів про українське військо, що представлені в інформаційному просторі в період з 1 січня до 30 квітня 2024 р., та виявити типологічні ознаки фейкової інформації країни-агресора, яку вони створюють у межах їх пропагандистської діяльності.

Методологія дослідження. Під час дослідження використані такі методи: аналізу – для виявлення спільних рис фейкових повідомлень зазначеної проблематики, синтезу – під час об'єднання їх спільних фейкових ознак, типологізації – під час об'єднання фейкових наративів про українське військо в тематичні групи. У ході дослідження проаналізовано 874 інформаційних фейкових повідомлень, опублікованих на 28 російських пропагандистських телеграм-каналах та інформаційних порталах у період з 1 січня до 30 квітня 2024 р.

Результати. Аналіз матеріалів надав змогу виявити спільні риси фейкових повідомлень стосовно українського війська та особливості їх інтеграції в інформаційний простір, а також здійснити типологізацію російських пропагандистських наративів за зазначеним тематичним спрямуванням. У межах тематичної групи фейків про українське військо визначено сім основних пропагандистських наративів, які просуваються за допомогою пропагандистських телеграм-каналів та інформаційних порталів. Основною характерною рисою цих фейкових повідомлень є відсутність, недостовірність або неавторитетність джерела його походження, хоча водночас для впливу на свідомість громадськості пропагандисти активно використовують брудні технологічні прийоми, залучаючи до створення фейкових повідомлень цілком реальні факти, події, локації тощо. Просування фейкових наративів стає можливим завдяки великому обсягу доступної для споживача інформації, що ускладнює дотримання правил і принципів інформаційної гігієни, здійснення базового фактчекінгу та аналізу повідомлень.

Наукова новизна дослідження полягає у визначенні типології фейків та наративів про українське військо, які просувалися пропагандою кремля у період з 1 січня до 30 квітня 2024 р. за допомогою пропагандистських телеграм-каналів та інформаційних порталів.

Практичне значення. Результати дослідження можуть бути використані під час проходження курсів з підвищення рівня медіаграмотності серед громадськості, а саме формування поняття інформаційної гігієни, основ фактчекінгу в контексті протидії дезінформаційному впливу в період інтенсифікації пропагандистських технологій під час війни.

Ключові слова: фейк, пропаганда, інформаційно-психологічна операція (ІПСО), маніпуляції, наративи, інформаційна війна, медіаграмотність, фактчекінг.

I. Вступ

З початком російсько-української війни світовий інформаційний простір докорінно змінився. Російські пропагандистські засоби впливу на суспільство стали більш гострими та жорсткими, інформаційний потік фейків настільки інтенсифікувався, що пересічним громадянам іноді важко проводити ідентифікацію інформаційних повідомлень як правдивих чи фейкових. Одним із факторів, що перешкоджають цьому процесу, є поширення фейків так званими «агентами впливу» – блогерами, лідерами думок, інфлюенсерами. Через високий рівень довіри до них більшість аудиторії втрачає інформаційну пильність та прискіпливість і наділяють фейк авторством того чи іншого «агента впливу». Оскільки пропаганда торкається різних аспектів сучасної війни світоглядів, то логічно поставити питання про типологічні характеристики фейкової інформації.

Закон України «Про інформацію» трактує ці явища як такі, що порушують задекларовані та базові принципи достовірності і повноти інформації [4]. Однією з особливостей фейкової інформації є те, що результати їх впливу повинні проявитися через якийсь проміжок часу, і пропагандистська інформація завжди подається крізь призму прізму інтересів певних соціальних груп, тобто крізь ідеологічну призму [2, с. 140]. Зокрема, І. Голуб вважає інформаційні фейки неправдивою, необґрунтованою та невірною інформацією, що поширюється через засоби масової інформації та соціальні мережі з метою викликати певну реакцію у громадськості. Серед способів протидії інформаційним фейкам, дослідник виділяє

використання факт-чекінгу, прозорість походження інформації, етичні стандарти для журналістів та інших медійних працівників, розуміння технологій поширення фейків та сприяння розвитку медійної грамотності серед громадськості [1, с. 26]. Варто навести визначення інформаційного фейку, яке подає Федерація журналістів Америки (The Society of Professional Journalists), а саме як брехливої інформації, що розповсюджується з метою введення в оману громадської думки, порушення довіри до медіа, розпалювання політичних страхів та навмисне створення конфліктів у суспільстві [10].

Загалом феномен пропаганди, її методів та видів досліджували такі науковці, як Е. Аронсон, Ж. Денисюк, Г. Почепцов, В. Сороченко, Ю. Шведа та ін. Технології пропаганди застосовують у всіх країнах, проте в країнах з розвинутою демократією їм на зміну прийшли поняття «політичні комунікації» та «стратегічні комунікації», тобто «координовані дії, меседжі, зображення та інші форми сигналів або участі, що призначені інформувати, впливати чи переконувати цільові аудиторії у підтримці національних цілей» [8, с. 3].

В умовах інтенсивного впливу пропаганди на свідомість людини важливим є дослідження фейків. За своєю точністю ураження інформаційного простору цей інструмент є одним з найефективніших. З одного боку, будь-який фейк не має за собою надійного джерела походження, яке свідомо намагаються знищити або приховати; з іншого боку, фейки настільки органічно паразитують у соціальних медіа, що в гонитві за високими статистичними показниками медійних охоплень, реакцій та переглядів, багато лідерів думок та інфлюенсерів мимоволі стають каналами їх розповсюдження. Ці два значних фактори роблять фейки достатньо потужною зброєю для російських пропагандистів, які ставлять формування певного фейкового дискурсу в інформаційному полі, а тому виявлення фейкових наративів, визначення ознак їх ідентифікації та боротьба з дезінформацією є однією з актуальних проблем сучасної теорії та практики у сфері соціальних комунікацій.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета дослідження – розглянути типологію російських фейкових наративів про українське військо, що представлені в інформаційному просторі в період з 1 січня до 30 квітня 2024 р., та виявити типологічні ознаки фейкової інформації країни-агресора, яку вони створюють у межах їх пропагандистської діяльності.

Під час дослідження використані такі методи: аналізу – для виявлення спільних рис фейкових повідомлень зазначеної проблематики, синтезу – під час об'єднання їх спільних фейкових ознак, типологізації – під час об'єднання фейкових наративів про українське військо в тематичні групи. У ході дослідження проаналізовано 874 інформаційних фейкових повідомлень, опублікованих на 28 російських пропагандистських телеграм-каналах та інформаційних порталах у період з 1 січня до 30 квітня 2024 р.

III. Результати

Сьогоднішній світ дає людству набагато більше інформації, аніж воно має можливість проаналізувати та засвоїти. Це допомагає російським пропагандистам непомітно інтегрувати фейки в інформаційний простір, ретельно диференціюючи та швидко реагуючи на запити суспільства отримувати інформацію щодо війни Росії проти України.

Відомо, що фейк – це вигаданий факт. Фейкові новини (від англ. «fake» – брехня, фальш) – це неправдива інформація, яка цілеспрямовано розповсюджується зацікавленими особами, що переслідують свої (зазвичай політичні) цілі, або бажають заробити на інтернет-трафіку. Поширюють обман, знищують засади цивілізованості та є небезпекою для демократії [7]. Отже, за допомогою фейків ворог здійснює маніпуляції, спекуляції та інші інформаційно-військові дії [6, с. 10].

Під час війни генерацією та інтеграцією фейків в інформаційний простір займаються спеціальні підрозділи ворожих російських спецслужб, які в межах реалізації тих чи інших інформаційно-психологічних операцій (ІПСО) визначають різне тематичне спрямування фейків, за якими згодом формують меседжі, що підкріплюють необхідний психологічний наратив. Характер сучасних війн суттєво змінився, сьогодні світ стикається з інформаційними війнами, і лівова частка їхнього успіху належить вдалому проведенню інформаційно-психологічних кампаній [5, с. 1].

Найбільш прийнятними каналами розповсюдження фейків у сучасному інформаційному просторі є соціальні мережі та блогосфера (традиційні ж ЗМІ з метою пропаганди здебільшого використовують у своєму арсеналі інтерпретації та маніпуляції, посиляючись при цьому на певне джерело).

Інформаційний простір перенасичений повідомленнями різного спрямування. В інтернет-користувачів дуже часто за об'єктивних та суб'єктивних причин не вистачає відповідної медійної грамотності або, можливо, часу на достатній рівень концентрації та уваги, який є необхідним для аналізу великої кількості інформаційних повідомлень. Споживачі інформаційного продукту здебільшого намагаються охопити найбільш рейтингові або ж ранжовані пошуковими системами інформаційні ресурси. Пошукові ж системи та соціальні мережі, у свою чергу, мають свої алгоритми роботи та просування інформації: вони активно ранжують ту інформацію, яка має велику кількість реакцій користувачів, а саме кліків, переходів, лайків, репостів, коментарів. Зрозуміло, що один із сучасних способів розповсюдження пропаганди в інтернет-просторі – це вміння володіти й застосовувати запропоновані пошуковими системами алгоритми з метою стати так званими «топовими інформаторами», що, як правило, викликає необхідний рівень довіри серед споживачів до будь-якого інформаційного продукту, адже психологічно «топове» ранжування часто сприймається як надійне або достовірне. У зв'язку із цим ми цілком поділяємо думку Е. Граан:

«Фейкові новини є іншою формою дискурсивного інжинірингу. Фейкові новини, котрі розглядають як сфабриковані новинні повідомлення, є результатом професійної практики, спрямованої на формування публічної циркуляції дискурсів. Творці фейкових новин – чи то македонські тинейджери, чи американські екстремісти, чи російські ферми тролів – працюють на просування бажаного уявлення про певну проблему. Як відомо, ці бажані уявлення часто є сенсаційними або непристойними, щоб отримати монетизацію в кліках. Вони також можуть працювати з негативною метою для поширення дезінформації та породження недовіри серед аудиторії. Однак хоча такі практики дискурсивного інжинірингу намагаються формувати публічну циркуляцію дискурсів, це не означає, що вони завжди або часто досягають успіху» [9].

Проаналізована нами під час цього дослідження фейкова інформація дає підстави стверджувати, що достовірність того чи іншого джерела може бути не підтвердженою або джерело може бути не авторитетним чи сумнівним. До того ж фейк здебільшого не має певного автора, може бути анонімним, не мати інформаційного підґрунтя. Саме тому його дію необхідно «посилити» авторитетним або таким, який викликає довіру об'єктом трансляції.

Для досягнення цієї мети під час реалізації пропагандистських завдань країни-агресора залучають акторів, блогерів, лідерів думок та коучів. Інфлюенсери мають велику «підігріту» аудиторію, яка є лояльною до них, а отже, є такою, яка з великим ступенем довіри буде сприймати ці фейкові повідомлення й активно розповсюджувати їх у соціальних мережах. Ефект використання таких каналів комунікації з метою впливу на масову свідомість досягається прагненням інфлюенсерів у соціальних мережах отримати якомога більші охоплення аудиторії й велику кількість реакцій. Саме тому після того, як фейкове повідомлення потрапляє в мережу, його починають розповсюджувати та інтерпретувати й інші так звані «лідери думок». Таким чином формується актуальна тема – за законами соціальних мереж формується так званий тренд, який активно розвивається й поширюється в певний проміжок часу. Отже, якомога швидше блогери намагаються підхопити інформаційний тренд і забезпечити розширення своєї аудиторії. Це надає змогу досягати фейковим повідомленням множинного ефекту. Часто через низький рівень медіаграмотності реципієнтів блогери вимушено або невимушено можуть ставати тими, хто розповсюджує інформацію, яка є фейковою, чим і користуються досвідчені пропагандисти.

Для формування певного нарративу методом довготривалого зомбування використовується велика кількість фейків, інтегрованих в інформаційний простір для досягнення основної певної мети пропагандистів. Одна з них – дискредитування образу українського військового.

Оскільки одна з важливих ланок на полі бою – мислення військовослужбовця, то цей факт активно використовують ворожі пропагандисти, які чинять деструктивний вплив на людський розум та свідомість. Саме тому велику кількість пропагандистських нарративів було сформовано з метою дискредитації української армії як серед її складу, так і серед пересічних громадян, з якими у той чи інший спосіб вони контактують (сім'я, друзі, колеги тощо). Їх кількість і зміст дають нам можливість об'єднати їх в окрему актуальну тематичну групу. Відомо, що нарратив визначають як об'єкт та акт повідомлення про справжні чи фіктивні події, здійснюваний одним (кількома) наратором, адресоване одному (кільком) нараторам [3, с. 476]. У цій тематичній групі нами виділено сім типів пропагандистських нарративів, які підтверджені фейковими повідомленнями.

Під час дослідження нами було проаналізовано 874 інформаційних повідомлень 28 пропагандистських телеграм-каналів та інформаційних порталів за період з 1 січня до 30 квітня 2024 р. Результати подано в табл. 1. У межах тематичної групи фейків про українське військо нами було визначено сім основних пропагандистських нарративів, які подано в табл. 2.

Таблиця 1

Аналіз повідомлень на пропагандистських ресурсах, що містять ознаки фейкової інформації

№	Назва каналу	К-сть проаналізов. повідомлень з ознаками фейкової інформації	№	Назва каналу	К-сть проаналізов. повідомлень з ознаками фейкової інформації
1	«mk.ru»	42	15	«vesti.ru»	27
2	«Милитарист»	27	16	«zovХарьков»	41
3	«Укропский фреш»	35	17	«aif.ru»	14
4	«ntvru»	20	18	«daetotakshow»	44
5	«new_militarycolumnist»	29	19	«dev.droz»	30
6	«miesissz»	15	20	«diky.live»	38
7	«sputnikstories»	34	21	«73schaefer»	35
8	«ria_novosti»	47	22	«zhuravlevanina»	41
9	«aleksandrsemchenko»	40	23	«ctrana404»	32
10	«aksimkazarov»	42	24	«lano4ka_94»	29
11	«spas.tv»	25	25	«russian_rt»	40
12	«putnik.by»	17	26	«olegtsarevsv»	11
13	«msk_53»	38	27	«russian_rt»	24
14	«zubenlive»	29	28	«rt.news10»	28

Таблиця 2

Аналіз пропагандистських наративів за спрямуванням

№ зп	Сформований наратив	Фейкове повідомлення	Обґрунтування	Джерело публікації
1	«ЗСУ планують мобілізувати жінок, пенсіонерів та підлітків»	«За зверненням представників СБУ та ТЦК СП Київський університет ім. Т. Шевченка звільняє від навчання 1000 студентів через їх підготовку до військової служби по мобілізації»	Документ є фейковим, оскільки не відповідає чинним вимогам українського законодавства щодо оформлення, має недостовірний номенклатурний номер, що не відповідає опублікованим наказам у відкритому доступі, містить велику кількість помилок	Телеграм-канали « new_militarycolumnist », « AleksandrSemchenko »
2	«Мобілізація в Україні незаконна та відбувається з порушеннями»	«Київ почав готувати юнаків воювати з російськими військами під час їх наступу на Сумському напрямку»	За словами російських пропагандистів, «юнаки повинні будуть сформувати партизанські рухи та почати диверсії». Також у фейковому повідомленні зазначено, що подібні угруповання вже активно діють та під час бойових дій загинула 16-річна українка з позивним «Троя». Насправді ж українська військова з цим позивним Анастасія Мар'ячук загинула від ворожого обстрілу у віці 22 років	Телеграм-канал « sputnikstories »
3	«Українська армія – зграя неконтрольованих злочинців»	«П'яні українські офіцери намагалися живцем спалити мобілізованого харків'янина на честь «масляної»	За офіційними даними, що надійшли від керівництва 14 Окремої механізованої бригади, інформація є такою, що не відповідає дійсності та покликана дискредитувати українських військових	Інформаційний портал « ZOVХарьков »
4	«Українські військові на чолі з військовим керівництвом – наркомани»	«Воїни ЗСУ вживають психостимулятори для придушення страху»	У фейковому повідомленні не зазначено конкретне джерело походження інформації, що є однією з основних ознак дезінформації. Проте для підвищення рівня лояльності аудиторії вказано певні деталі на кшталт назви відомого підприємства-постачальника військового одягу. Таким чином, пропагандисти намагаються підвищити рівень довіри до сфабрикованого повідомлення. Нав'язування українським військовим образу наркозалежних – один з наративів, який характеризується великою кількістю вкидів у медіапростір	Телеграм-канал «Милитарист»
5	«Українська армія займається чорною трансплантологією». «Військове керівництво України наживається на війні».	«На Куп'янському напрямку російські бійці знайшли докази торгівлі органами українських військових»	Фейкове повідомлення традиційно не має перевіреного джерела походження, проте містить у собі певні деталі щодо конкретних цін та розташування «місць забору органів». Окрім дискредитації військового та політичного керівництва подібні фейки формують меседжі та наративи, покликані створити негативний імідж України в очах цивілізованого світу	Електронний ресурс « aif.ru »
6	«Українські каральні батальйони вбивають місцевих жителів»	«Націоналісти з «Кракена» розстріляли мешканців села через відмову дати відповідь на націоналістичне привітання»	Ворожі пропагандисти звинуватили бійців спецпідрозділу «KRAKEN» ГУР МО України у вбивстві мирних мешканців. Без зазначення джерела інформації, для підвищення медіалояльності до цього повідомлення вказано конкретний населений пункт та подано фото, яке насправді транслює факт військового злочину країни-агресора, а саме влучання в автівку дрону-камікадзе. За словами голови Харківської ОВА Олега Синегубова, через цю атаку загинуло двоє українців	Телеграм-канал «Укропский фреш»
7	«Українське військо складається з іноземних найманців»	«ВС РФ знищили базу французьких найманців у Харкові»	У цьому випадку метою вкиду в інформаційний простір цього фейку було виправдовування російським керівництвом своїх злочинних дій, адже повідомлення було опубліковано одразу після масованого ракетного обстрілу житлового району Харкова, внаслідок чого загинуло 17 осіб.	Електронний ресурс « mk.ru »

Аналіз фейкових повідомлень надає змогу виділити спільні риси в структурі побудови ворожих фейкових повідомлень із зазначеної проблематики, що спрощує їх ідентифікацію та допомагає здійснити фактчекінг для нейтралізації їх негативного пропагандистського впливу. Крім того, аналіз цих груп фейкових повідомлень, які формують пропагандистські наративи, що покликані дискредитувати українське військо, надає змогу виділити ті ознаки, які свідчать про фейковість цих повідомлень (табл. 3).

Таблиця 3

Основні ознаки фейкових повідомлень

№	Проаналізовані фейкові повідомлення	Достовірне джерело походження	Подання достовірних фактів	Апелювання до даних з метою маніпулювання	Реальність локації
1	«За зверненням представників СБУ та ТЦК СП Київський університет ім. Т. Шевченка звільняє від навчання 1000 студентів через їх підготовку до військової служби по мобілізації»	Ні	Ні	Так	Так
2	«Київ почав готувати юнаків воювати з російськими військами під час їх наступу на Сумському напрямку»	Ні	Ні	Так	Так
3	«П'яні українські офіцери намагалися живцем спалити мобілізованого харків'янина на честь «масляної»	Ні	Ні	Так	-
4	«Воїни ЗСУ вживають психостимулятори для придушення страху»	Ні	Ні	Так	Так
5	На Куп'янському напрямку російські бійці знайшли докази торгівлі органами українських військових»	Ні	Ні	Так	Так
6	«Українські каральні батальони вбивають місцевих жителів»	Ні	Ні	Так	Так
7	«ВС РФ знищили базу французьких найманців у Харкові»	Ні	Ні	Так	Так

Результати систематизації цих ознак проаналізованих фейкових повідомлень дозволяють відслідкувати їх закономірні особливості й використовувати це структурування як допоміжний інструмент до фактчекінгу.

IV. Висновки

Аналіз російських фейкових нарративів про українське військо, що представлені в інформаційному просторі в період з 1 січня до 30 квітня 2024 р. дає підстави для висновку, що фейкова інформація країни-агресора, яка створюється в межах пропагандистської діяльності Кремля, має певні типологічні ознаки. Усі проаналізовані нами фейкові повідомлення про українське військо розподіляються на сім основних пропагандистських нарративів, які просуваються за допомогою пропагандистських телеграм-каналів та інформаційних порталів. Основною характерною рисою цих фейкових повідомлень є відсутність, недостовірність або неавторитетність джерела його походження, хоча водночас для впливу на свідомість громадськості пропагандисти активно використовують брудні технологічні прийоми, залучаючи до створення фейкових повідомлень цілком реальні факти, події, локації тощо. Просування цих фейкових нарративів стає можливим завдяки тому, що через великий обсяг доступної інформації споживачу складно дотримуватись правил і принципів інформаційної гігієни, проводити базовий фактчекінг та аналіз повідомлень. Результати цього дослідження надають змогу актуалізувати процес ідентифікації та сепарації фейкових повідомлень від достовірної інформації на основі зазначених у статті ознак, що свідчать про фейковість повідомлень кремлівської пропаганди, які створюються в межах тематичної групи нарративів про українське військо. Той факт, що інформаційна війна між Україною та країною-агресором набирає обертів, свідчить, що ця тема є актуальною й потребує подальших наукових розвідок.

Список використаної літератури

1. Голуб І. Інформаційні фейки: визначення, особливості, причини виникнення та способи протидії. *Актуальні проблеми масової інформації та комунікацій*. 2018. № 2. С. 26–33.
2. Горбань Ю. О. Інформаційна війна проти України та засоби її ведення. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України*. 2015. № 1. С. 136–141.
3. Гром'як Р. Т. Літературознавчий словник-довідник. Київ : Академія, 2006. 752 с.
4. Закон України «Про інформацію» від 02.10.1992 р. № 2657-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text> (дата звернення: 24.04.2023).
5. Іжотова І., Лібікі М. Що таке інформаційна війна. *Військо України*. 2014. № 4. С. 26.
6. Мегель А., Яремчук М. Ворожі ІПСО. Як визначити та протистояти. Київ : Скіф, 2023. 96 с.
7. Fake News: Develop Your Fact-Checking Skills: Some News Literacy Vocabulary. URL: <https://researchguides.ben.edu/c.php?g=608230&p=4220191> (дата звернення: 30.03.2024).
8. Paul Christopher. Strategic Communication: origins, concept, and current debates. Westport : Praeger, 2011. 240 p.

9. Political and legal anthropology review. URL: <https://polarjournal.org/2020/02/16/anthropology-and-fake-news-a-conversation-on-technology-trust-and-publics-in-an-age-of-mass-disinformation/> (date of request: 15.03.2024).
10. The Society of Professional Journalists. SPJ Code of Ethics. URL: <https://www.spj.org/ethicscode.asp> (date of request: 30.04.2023).

References

1. Holub, I. (2018). Informatsiini feiky: vyznachennia, osoblyvosti, prychny vynyknennia ta sposoby protydii [Informational fakes: definition, features, causes and countermeasures]. *Aktualni problemy masovoi informatsii ta komunikatsii*, 2, 26–33 [in Ukrainian].
2. Horban, Yu. O. (2015). Informatsiina viina proty Ukrainy ta zasoby yii vedennia [Information war against Ukraine and means of its conduct]. *Visnyk Natsionalnoi akademii derzhavnoho upravlinnia pry Prezydentovi Ukrainy*, 1, 136–141 [in Ukrainian].
3. Hromiak, R. T. (2006). *Literaturoznavchyi slovnyk-dovidnyk* [Literary dictionary-reference]. Kyiv: Akademiia [in Ukrainian].
4. Law of Ukraine On Information from October 2 1992, № 2657-XII. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text> [in Ukrainian].
5. Izhutova, I., & Libiki, M. (2014). Shcho take informatsina viina [What is information warfare]. *Viisko Ukrainy*, 4, 26 [in Ukrainian].
6. Mehel, A., & Yaremchuk, M. (2023). Vorozhi IPSO. Yak vyznachyty ta protystoiaty [Enemy IPSO. How to identify and resist]. Kyiv: Skif [in Ukrainian].
7. Fake News: Develop Your Fact-Checking Skills: Some News Literacy Vocabulary. Retrieved from <https://researchguides.ben.edu/c.php?g=608230&p=4220191> [in English].
8. Paul Christopher. (2011). *Strategic Communication: origins, concept, and current debates*. Westport: Praeger [in English].
9. Political and legal anthropology review. Retrieved from <https://polarjournal.org/2020/02/16/anthropology-and-fake-news-a-conversation-on-technology-trust-and-publics-in-an-age-of-mass-disinformation/> [in English].
10. The society of professional journalists. SPJ code of ethics. Retrieved from <https://www.spj.org/ethicscode.asp> [in English].

Стаття надійшла до редакції 01.05.2024.

Received 01.05.2024.

Gavlovskiy D. Ukrainian Military and Kremlin Propaganda: Typology of Fake Narratives

The purpose of the study is to identify the typology of Russian fake narratives about the Ukrainian military, presented in the information space in the period from January 1 to April 30, 2024, and to identify typological signs of fake information of the aggressor country that they create within the scope of their propaganda activities.

Research methodology. During the research, the following methods were used: analysis – to identify common features of fake messages of the specified problem, synthesis – during the unification of their common fake features, typology – during the unification of fake narratives about the Ukrainian army into one of the thematic groups. In the course of the study, 874 informational fake messages published on 28 Russian propaganda Telegram channels and information portals in the period from January 1 to April 30, 2024 were analyzed.

Results. The analysis of the materials made it possible to identify common features in fake messages about the Ukrainian army and the peculiarities of their integration into the information space, and it also made it possible to typologize Russian propaganda narratives according to the specified thematic direction. Within the thematic group of fakes about the Ukrainian army, seven main propaganda narratives were identified, which are promoted with the help of propaganda Telegram channels and information portals. The main characteristic feature of these fake messages is the absence, unreliability, or low credibility of the source of their origin, although at the same time, in order to influence the public's consciousness, propagandists actively use dirty technological techniques, involving very real facts, events, locations, etc., in the creation of fake messages. The promotion of fake narratives becomes possible due to the large volume of information available to the consumer, which makes it difficult to comply with the rules and principles of information hygiene and to carry out basic fact-checking and analysis of messages.

The scientific novelty of the study consists in determining the typology of fake and narratives about the Ukrainian army, which were promoted by Kremlin propaganda in the period from January 1 to April 30, 2024, and which were promoted with the help of propaganda Telegram channels and information portals.

Practical significance. The results of the research can be used during courses on increasing the level of media literacy among the public, namely, the formation of the information hygiene concept, the basics of fact-checking in the context of countering the influence of disinformation during the period of intensification of propaganda technologies during the war.

Key words: fake, propaganda, information-psychological operation (IPSO), manipulation, narratives, information war, media literacy, fact-checking.

UDC 007(075.8).077

DOI 10.32840/cpu2219-8741/2024.2(58).7

A. Dosenko

*Candidate of Sciences in Social Communications, associate professor
head of journalism department
e-mail: likadosenko@gmail.com; ORCID: 0000-0002-5415-1299
V. I. Vernadskyi Tauria National University
John McCain St., 33, Kyiv, Ukraine, 01042*

SMARTPHONE JOURNALISM: MODERN ACADEMIC AND PRACTICAL APPROACHES TO THE STUDY

The aim of the article is to study modern academic approaches to the «smartphone journalism» concept and outline the main practical vectors of its existence.

The following methods formed the methodological basis of the research: comparative analysis of academic points of view and of the practical component, description of the «mobile» and «smartphone» journalism terms and their identification; offer of the author's own vision of the smartphone journalism term.

Results. In the article, the author's vision of the «mobile journalism» term is offered. The existing ratings of mobile applications, which are useful for the work of a journalist, are analyzed. Ratings for analysis were selected from the competent sources: Detector Media, Institute of the Mass Communication, and European Journalism Observatory. All agencies distribute mobile applications according to their intended purpose, but the range of programs offered is quite different.

The article examines the smartphone journalism concept as a separate field of functioning on the Internet. The main approaches to the study were considered, a number of academic views on the phenomenon were collected, and the synonymy between the «smartphone» and «mobile» journalism terms was demonstrated. The existing approaches to the functioning of mobile journalism are described in view of the development of technological, information and communication components of society. Attention is focused on the formation of the latest skills and knowledge of journalist-practitioners to work with content, coverage of relevant information for the audience, and the practical component of working with content.

Novelty. The scientific novelty of the obtained results lies not only in the comparative analysis of terms in the academic literature and the identification of terms, but also in an attempt to make offers to the terminology in the mobile journalism field.

The practical significance lies in the description of mobile journalism as a concept unique to applied social and communication technologies in view of all spheres of life of society and the country through the process of rapid coverage of all kinds of events.

Key words: mobile journalism, content, mobilography, smartphone journalism, mobile applications.

I. Introduction

The beginning of the XXI century was marked by a powerful surge in the development of communication technologies, the establishment of new standards for informing and cooperating with the audience. The capabilities have become greater, the audience more demanding, the formats more informative but shorter. The telephone has become an important daily tool for collecting, processing and disseminating information. It was in 2013–2014 that mobile journalism began its confident steps in the world. In Ukraine, this type of activity gained a foothold during the Revolution of Dignity on the Maidan, and since February 24, 2022, without mobile journalism, the world would simply not have been able to learn about the atrocities of the Russian army and all the horrors of war that the Russian Federation commits on a daily basis. The Russians would have been able to hide their war crimes again (as they have done before in Chechnya and other countries), but the information and communication technologies of the XXI century stood in the way. Thus, mobile journalism has contributed to the coverage of not only military events, but also evidence of crimes: looting, mass murder, rape, ecocide on the territory of Ukraine, etc.

II. Problem statement and methods

The aim of the article is to study modern academic approaches to the «smartphone journalism» concept and to outline the main practical vectors of its existence.

A number of methods were used to achieve the aim and tasks of the research. These include: a comparative analysis of academic points of view and of the practical component; a description of the

«mobile» and «smartphone» journalism terms and their identification; and the author's own vision of the smartphone journalism term.

III. Results

The issue of mobile journalism development, content convergence, and the latest standards for text formation on the Internet has been raised in recent years in the works of many scholars in the global scientific arena. Among them: S. Azieiev, M. Batt, O. Vasina, B. Stashen, H. Synorub, A. Steblovska, S. Quinn, O. Orlova, R. Paziuk, Ye. Tsymbalenko, and many others.

Scholars interpret the concepts of smartphone and mobile journalism in different ways, and there is no single unified opinion. But, of course, all academic views are worthy of attention and research. According to the author of the article, we should try to bring some clarity to the analysis of these two categories, which are synonymous in journalism studies.

H. Synorub in her article «Mobile Technologies and Modern Media Text» notes: «Journalism is one of the areas that is being transformed by modern technologies' influence. The success of today's media depends not so much on the content itself as on the format in which it will be received by the consumer, on which information platform it will be published, and how relevant and fast the information will be presented. These processes are facilitated by the use of mobile technologies that ensure efficiency and interactivity in the communication process "media – audience"» [4, p. 273].

According to A. Steblovska, mobile journalism «...is a combination of digital storytelling skills and tools to transform raw user content into ready-made stories for the content consumer» [6]. In practice, today there is a separate position of a social media journalist who prepares content for the social media pages of a particular publication, promoting the problem, focusing on the most important issues. Practicing journalists (in particular, Zh. Kuznetsova, a journalist from Deutsche Welle) emphasize that despite the existing concepts of information gathering, approaches in traditional and mobile journalism have a number of common features. Here, in particular, it is worth highlighting:

- efficiency (the sooner the content is ready, the better);
- accuracy and reliability (evidence that the journalist was on the spot and saw everything personally);
- timeliness (relevance and appropriateness) [6].

At the same time, mobile journalism is a completely unique industry, and its inherent characteristics are specific. It is worth noting here the possibility of online streaming as an instant way to transmit information from the scene of an event which creates a powerful effect of presence for the viewer, understanding what is really happening here and now. Also, mobile journalism contributes to greater detail of the event, its unfolding, demonstration of contrasts and drawing parallels in the audience's imagination. While a regular media employee will have to take the camera out of the bag and set it up, a mojo journalist will most likely have already filmed the footage, and possibly edited and posted a full story [6]. Mobile journalism has become an indispensable tool in Ukraine during the full-scale war, when filming by traditional media was unrealistic. In her article, A. Steblovska quotes the opinion of A. Yurychko, which was expressed during the training «Mobile Journalism: Promptly, Creatively, Responsibly». He emphasized that today mobile applications have the full range of necessary functions for a journalist to create a comprehensive media product [6].

The concept of mobile journalism has been analyzed quite well in the global academic and practical fields. However, the concept of smartphone journalism is mentioned less often. According to S. Quinn, «...smartphone journalism is an innovation for the media» [12, p. 34]. It is this type of journalistic activity that can reformat the audience's views on certain issues, and over time, this will lead to a change in the media itself. In fact, given that similar views were expressed in 2009 in the book «Convergent Journalism. Fundamentals of Multimedia Reporting», in the 20s of the XXI century we see a global trend of media transition to multimedia editorial offices and partial withdrawal from classical work formats.

According to M. Butt, the smartphone has become a generator of changes in journalistic concepts in the world of professional activity. He notes: «The reporter has the possibility to take notes quickly and efficiently, click photos, record videos and upload content to various platforms» [11, p. 149].

As a field of activity, smartphone journalism is sometimes identified with mobilography. In her manuscript «Mobilography as a Factor in the Transformation of the System of Language Genres», O. Vasina emphasizes the following definition of mobilography: «a kind of photographic art in which electronic devices with a built-in digital camera, not designed for professional photography, such as mobile phones, pocket personal computers and other devices, are used as a tool. A characteristic feature of the genre is the photographing of difficult-to-reproduce situations and the "digital style" due to the low resolution of the camera» [1, p. 22]. The author further emphasizes that this is a specific type of mass media text that can exist in different areas of information and communication planes, which can cover various topics from social to aesthetic. That is, it follows that mobilography has some similarities with smartphone journalism, but it is not an identical concept. Instead, in the author's opinion, it is worth noting that mobile and smartphone journalism are synonymous concepts, they define fundamentally the same process of content production and distribution.

O. Orlova and S. Azieiev, studying the issue of mobile journalism as a successor to traditional media, examine the works of R. Paziuk and cite his opinion as follows: «...the use of smartphones and tablets in the professional activities of a modern journalist is gradually shifting from the zone of restrictions to the zone of opportunities. Over the past few years, the main disadvantage – low detail and low resolution of the material captured by gadgets – has been leveled» [2, p. 135]. Due to the rapid growth in the number of gadgets, their improvement, technical parameters and modern smartphone software, it is possible to implement mechanisms for producing a high-level audiovisual product with minimal (compared to the last 20 years) spending of time and effort. Among the disadvantages of this kind of content creation, R. Paziuk lists «...the lack or limited optical zoom in mobile gadgets. After all, a journalist should always be at the epicenter of events, but it is not always possible to get close enough, for example, when recording a natural disaster, an air show, a football match» [2, p. 135].

In his work «Mobile Journalism» by B. Stashen, the author emphasizes that «mobile journalism» is primarily «mobile reporting», meaning the entire production process. Until now, journalists usually had to «return to base», to the editorial office or to the mobile TV unit, to produce a story. «Mobile reporting» implies that a journalist takes all the production tools with them and works on the road [5, p. 15]. This became possible due to new processes and new technical capabilities, without which journalism of the XXI century is incomplete. B. Stashen notes that his team has good experience with a number of different multimedia projects using mobile reporting. It is this genre that has adapted to smartphone journalism to the best of its ability, taking a prominent place among journalistic materials. Reporting as a genre has acquired new features and functions online, and over time has been significantly transformed and acquired features that are unique only to new media. Both the first and second versions have their own peculiarities. Multimedia reporting is now used with the use of hyperlinks, multimedia formats, the possibility of reposting and discussion by the audience. According to H. Synorub, online reporting is based on «...an event in motion. The description is done through the prism of the author's personal perception, which creates the effect of presence. Thanks to the possibilities of the Internet, online reporting can be conducted directly from the scene (stream)» [3, p. 29].

Smartphone journalism has changed the media landscape to some extent, contributing to the formation of somewhat new processes of information presentation. Today, there are several points of view on the qualitative changes in the media environment of the XXI century, including those related to communication processes and information technologies. Ye. Tsymbalenko notes that there are a number of aspects that have influenced the formation of the process of information exchange and perception. Among them: «1. Technologization of society as a whole and its individual segments has significantly influenced the landscape of modern media, starting from simplification, improvement of production and ending with the allocation of an alternative type of media – the so-called new or newest media; 2. The global conditions of content distribution have changed the perception of the sources of obtaining and checking information, through its distribution, genre representation and journalistic authorship; 3. The multimedia toolkit of modern media fulfills the function of approximating the previously unique and separate mass media, synthesizing characteristics not inherent to a specific type of media» [7, p. 201].

That is, it follows that mobile technologies have provided the text with such media characteristics that the multimedia text of online journalism did not have before, namely the possibility: for the viewer to be in the epicenter of events; for the journalist to present the content quickly and independently of the technical capabilities of a large production team. Such characteristics became real only thanks to the development of a powerful technical component that radically influenced the process of adapting genre materials on the Internet media platforms and later on social networks. In her research paper «Transformational Processes in the Modern Media Industry as a Way to Quality Journalism», H. Synorub emphasizes that the issue of technologicalization of society has been influenced by the media and changes in social functions. Because of this, the characteristics of the media have been somewhat modified:

- media are the primary sources of knowledge and images of social reality and the expressions of social identity;

- traditional and new media are the most important focus of leisure interests that form the overall cultural environment, resulting in the growth of the economic importance of the mass media associated with the conglomeration and diversification of media structures activities [3, p. 24].

That is, we can state that the presence of mo-blogging has affected the competitiveness of media on the Internet, which has led to a change in their operating strategies. Not only communication and information aspects were taken into account here, but also social, economic, and legal ones. Due to the ever-growing amount of information, approaches to text formation (formats of information presentation) have changed. At the same time, a number of problems have arisen that still exist in Ukraine: salaries, copyright for online content, incognito communication, etc. «Technological access has led to a radical transformation of the ways of delivering and accessing information, blurring the boundaries between traditional media, and the approximation and intersection of different types of media» [3, p. 27].

Smartphone journalism has contributed to the development of high-quality content with the possibility of dialog between the editorial office (journalist) and the audience. The format of materials offered by smartphone journalism can be adapted to almost any platform, while meeting the requirements and wishes of the audience. Smartphone journalism, given the concept of content creation, should be based not only on the latest approaches, but also on traditional standards: composition, editing, sound, etc. According to O. Orlova: «...a successful composition, the rules of thirds and 180 degrees, the order of changing plans of different sizes, different angles and perspectives, the correct placement of a person in the frame when filming synchronized shots, the amount of “air” above the head, filming with the obligatory use of a tripod, the availability of proper lighting, etc.» [2, p. 134]. When filming content, it is worth paying attention to the sound which should be clear and understandable, without unnecessary noise (except for the accurate presentation of real events). If the journalist is close enough to the filmed object, the mobile device will cope with the task and record the sound of the appropriate quality. In other cases, the journalist should have equipment, at least a lavalier or wireless microphone. «It's important to remember about the windscreen and other important rules for working with a microphone. There are also many special applications for processing sound recorded on a smartphone» [2, p. 134].

There is a certain rating among practicing journalists regarding the use of mobile applications in the course of performing journalistic tasks. The Institute of the Mass Communication offers a rating of 21 mobile applications that are useful for work. They are divided into groups: audio; video and photos; texts, documents; others. Each of the offered groups contains a certain list, which is not a panacea in use, but will definitely come in handy. The first group includes: Dragon Dictation (Speechy), Cogi, Tapeacall Pro, Call Recorder, AudioNote, Ferrite. The second group includes: Ustream, Imovie, VivaVideo Pro Video Editor, Open Camera, Cinema 4K, Snapseed, Enlight, Lightroom. The third includes: CamScanner, LetterSpace, Evernote, Dropbox. Fourth: Media, WordPress, Adobe Spark Post [8].

According to Media Sapiens journalists, mobile applications should also be divided into groups according to their purpose, but the list of tools offered for work is somewhat different. Audioboo, Soundcloud, Voice Memos, Voice Record Pro – a list of applications for working with audio files that help to record and process sound, work as voice recorders. PicPlayPost, ThingLink, Vine, Bambuser, Periscope are applications for working with video. As a rule, such videos are short and interactive, which makes them more informative. PicPlayPost application is a great tool for working in social networks, allowing a journalist to create interactive video collages.

Photography is a great tool for visualizing content. To this day, photography is still a prominent mechanism for attracting audience attention. Among the applications, the authors of the Media Sapiens website single out Instagram, Picmonkey, Snapseed, Legend, and TheNounProject. This list allows a journalist to work with photos, illustrations, and collages.

The European Journalism Observatory offers a list of 10 most relevant mobile applications. They include: «Cogi: accumulates audio and supports adding notes; iTranslate: an effective translation tool; Evernote: a “Swiss knife” for organizing; CamScanner: turns your phone into a scanner; Audio Memos: a voice recorder on steroids; Speaking Photo: adds voice to photos; Meerkat: a new standard for streaming; Ban.jo: organizes and analyzes social media by location; Pocket: saves information for later reading; Life 360: a great tool for organizing reporters in the field» [10].

From the above, it follows that the offered range of content creation programs is quite extensive, and given the current trends and software development capabilities, the number of tools for mobile journalists is growing and improving every day. This helps to quickly create and distribute content on various topics, cover important issues, shape the country's image in the world, fight corruption and contribute to the formation of the country in various social, legal, historical and cultural aspects.

IV. Conclusions

Smartphone journalism has brought a number of adjustments to the life of the XXI century society. It is this industry that has a significant impact on the formation of modern journalistic standards, approaches to text creation, the formation of views and attitudes of the audience, regarding a number of events and issues in Ukraine and the world. In the context of the development of modern information and communication technologies, mobile journalism has forced practitioners to master new methods of content creation, filming, sound and photo work.

According to the author of the article, mobile and smartphone journalism are synonymous. They demonstrate a certain phenomenon that is aimed at the formation, implementation and realization of not only the content of cross-platform publications, but also social networks. Mobile journalism is designed to form a new vision of working with information, cooperation with the audience, and to implement the latest concepts of working with content, taking into account technological capabilities.

It is mobile journalism that has provided an alternative to technologies for creating and promoting audiovisual content in the media, contributed to the formation of new standards and views on working with the audience, multimedia editorial, and the development of multimodal text.

Список використаної літератури

1. Васіна О. Мобілографія як фактор трансформації системи мовних жанрів. *Всеукраїнська науково-практична конференція: Журналістика, філологія, медіаосвіта* : зб. наук. пр. Полтава, 2014. С. 22–25.
2. Орлова О., Азеев С. Мобільна журналістика як альтернатива класичним технологіям виробництва аудіовізуального контенту. *Діалог. Медіаіндустрії*. 2020. № 26. С. 129–142.
3. Синоруб Г. Трансформаційні процеси в сучасній медіаіндустрії як шлях до якісної журналістики. *Крос-медійна журналістика: контент, технології, перспективи*. Київ, 2017. С. 23–33.
4. Синоруб Г. Мобільні технології та сучасний медіатекст. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. 2019. Вип. 46. С. 273–280.
5. Сташен Б. Мобільна журналістика : практ. посіб. / пер. з нім. В. Климченка ; за заг. ред. В. Іванова. Київ : Центр вільної преси, 2021. 260 с.
6. Стебловська А. Хто чи що таке MoJo? URL: <http://fj.onu.edu.ua/khto-chy-shcho-take-mojo/> (дата звернення: 11.03.2024).
7. Цимбаленко Є. Проблематика трансформацій у медіакommunікаціях. *Наукові записки інституту журналістики*. 2014. Т. 14. С. 199–202.
8. Халумрадова О. 21 додаток для мобільної журналістики. *Інститут масової комунікації*. URL: <https://imi.org.ua/advices/21-dodatok-dlia-mobil-noi-zhurnalistyky-i2393> (дата звернення: 11.03.2024).
9. Ярошук О. 13 інструментів мобільної журналістики. *Детектор Медіа*. URL: <https://ms.detector.media/how-to/post/14617/2015-10-31-13-instrumentiv-mobilnoi-zhurnalistyky/> (дата звернення: 11.03.2024).
10. 10 мобільних додатків, що відразу покращать мобільну роботу журналіста. *Європейська обсерваторія журналістики*. URL: <https://ua.ejo-online.eu/2418/tsyfrovii-media/10> (дата звернення: 11.03.2024).
11. Butt M. D. Significant aspects of journalism. England : ShieldCrest Publishing, 2017, 169 p. URL: <https://books.google.com.ua/books?id=aZQnDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=uk#v=onepage&q&f=false> (date of request: 10.03.2024).
12. Quinn S. Convergent journalism. The fundamentals of multimedia reporting. New York : Peter Lang, 2009, 256 p.

References

1. Vasina, O. (2014). Mobilohrafiia yak faktor transformatsii systemy movnykh zhanriv [Mobilography as a factor in the transformation of the system of language genres]. *Vseukrainska naukovopraktychna konferentsiia: Zhurnalistyka, filolohiia, mediaosvita*: zb. nauk. pr. Poltava [in Ukrainian].
2. Orlova, O., & Azieiev, S. (2020). Mobilna zhurnalistyka yak alternatyva klasychnym tekhnolohiiam vyrob-nytvstva audiovizualnoho kontentu [Mobile journalism as an alternative to classic audiovisual content production technologies]. *Dialoh. Mediaindustrii*, 26, 129–142 [in Ukrainian].
3. Synorub, H. (2017). Transformatsiini protsesy v suchasni mediiindustrii yak shliakh do yakisnoi zhurnalistyky [Transformational processes in the modern media industry as a way to quality journalism]. *Krosmediina zhurnalistyka: kontent, tekhnolohii, perspektyvy*. Kyiv [in Ukrainian].
4. Synorub, H. (2019). Mobilni tekhnolohii ta suchasnyi mediatekst [Mobile technologies and modern media text]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriia: Zhurnalistyka*, 46, 273–280 [in Ukrainian].
5. Stashen, B. (2021). Mobilna zhurnalistyka [Mobile journalism]. (V. Klymchenko, Trans.). (V. Ivanov, Ed). Kyiv: Tsentri vilnoi presy [in Ukrainian].
6. Steblovska, A. (2014). Khto chy shcho take MoJo? [Who or what is MoJo?]. Retrieved from <http://fj.onu.edu.ua/khto-chy-shcho-take-mojo/> [in Ukrainian].
7. Tsymbalenko, Ye. (2014). Problematyka transformatsii u mediakommunikatsiiah [Problems of transformations in media communications]. *Naukovi zapysky instytutu zhurnalistyky*, 14, 199–202 [in Ukrainian].
8. Khalumradova, O. (2019). 21 dodatok dlia mobilnoi zhurnalistyky [21 applications for mobile journalism]. *Instytut masovoi komunikatsii*. Retrieved from <https://imi.org.ua/advices/21-dodatok-dlia-mobil-noi-zhurnalistyky-i2393> [in Ukrainian].
9. Iaroshchuk, O. (2015). 13 instrumentiv mobilnoi zhurnalistyky [13 tools of mobile journalism]. *Detektor Media*. Retrieved from <https://ms.detector.media/how-to/post/14617/2015-10-31-13-instrumentiv-mobilnoi-zhurnalistyky/> [in Ukrainian].
10. 10 mobilnykh dodaktiv, shcho vidrazu pokrashchat mobilnu robotu zhurnalista [10. 10 mobile applications that will immediately improve the mobile work of a journalist]. *Yevropeiska observatoriia zhurnalistyky*. Retrieved from <https://ua.ejo-online.eu/2418/tsyfrovii-media/10> [in Ukrainian].
11. Butt, M. D. (2017). *Significant aspects of journalism*. England: ShieldCrest Publishing. Retrieved from <https://books.google.com.ua/books?id=aZQnDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=uk#v=onepage&q&f=false> [in English].

12. Quinn, S. (2009). *Convergent journalism. The fundamentals of multimedia reporting*. New York: Peter Lang [in English].

Стаття надійшла до редакції 27.03.2024.

Received 27.03.2024.

Досенко А. К. Смартфонна журналістика: сучасні науково-практичні підходи до вивчення

Метою дослідження є розгляд сучасних наукових підходів до визначення поняття «смартфонна журналістика» та окреслення основних практичних векторів її існування.

Методологія дослідження. Методологічну основу наукової роботи становлять такі методи: порівняльний аналіз наукових поглядів та практичної складової; опис термінів «мобільна» та «смартфонна» журналістика і їх ототожнення; пропозиція власного авторського бачення терміна «смартфонна журналістика».

Результати. У статті запропоновано авторське бачення терміна «мобільна журналістика». Проаналізовано рейтинги мобільних застосунків, що є корисними для роботи журналіста. Рейтинги до аналізу були обрані з авторитетних організацій: «Детектор медіа», Інститут масової комунікації та European Journalism Observatory. Усі інстанції розподіляють мобільні застосунки за цільовим призначенням, але спектр запропонованих програм досить різний. У статті розглянуто поняття смартфонної журналістики як окремої галузі функціонування в інтернеті. Розкрито основні підходи до її вивчення, осмислено низку наукових поглядів на феномен, продемонстровано синонімічність термінів «смартфонна» та «мобільна» журналістика. Описано підходи до функціонування мобільної журналістики з огляду на розвиток технологічного, інформаційного, комунікаційного складників суспільства. Акцентовано увагу на формуванні новітніх умінь і навичок журналістів-практиків для роботи з контентом, висвітленням актуальної інформації для аудиторії, практичного складника щодо роботи з контентом.

Новизна. Наукова новизна отриманих результатів полягає не лише в компаративному аналізі термінів у науковій літературі та ототожненні термінів, а й спробі внести пропозиції до термінологічного ряду в галузі мобільної журналістики.

Практичне значення полягає в описі мобільної журналістики як поняття, унікального для прикладних соціально-комунікаційних технологій, з огляду на всі сфери життя суспільства та країни, завдяки процесу стрімкого висвітлення будь-якого роду подій.

Ключові слова: мобільна журналістика, контент, мобілографія, смартфонна журналістика, мобільні застосунки.

Н. Ф. Семен

кандидат наук із соціальних комунікацій
 доцент кафедри журналістики та засобів масової комунікації
 e-mail: natalia.f.semen@ipnu.ua; ORCID: 0000-0002-4814-0198
 Національний університет «Львівська політехніка»
 вул. Князя Романа, 3, 20-й н. к., м. Львів, Україна, 79000

МАНІПУЛЯТИВНІ ПРИЙОМИ В ПУБЛІКАЦІЯХ УКРАЇНСЬКИХ ТГ-КАНАЛІВ

Мета дослідження – виокремити маніпулятивні прийоми в контенті відомого львівського ТГ-каналу «Труха Львів».

Методологія дослідження. У процесі проведення дослідження було використано такі методи: контент-аналіз – для осмислення контенту відомого львівського ТГ-каналу «Труха Львів»; порівняння – для зіставлення особливостей подачі інформаційних повідомлень у цьому ТГ-каналі протягом різних періодів 2024 р., а також маніпулятивних методів, які використовують автори з метою впливу на свідомість аудиторії; також використаний метод моніторингу праць відомих науковців, які досліджували платформу «Телеграм» у роботі медіа.

Результати. У цьому дослідженні проаналізовані маніпулятивні прийоми в повідомленнях відомого львівського ТГ-каналу «Труха Львів». Цей ресурс є популярним, у цьому можна пере-свідчитись, подивившись на кількість його підписників та на реакції аудиторії під інформаційними повідомленнями. Щодня цей ТГ-канал оперативно подає найрізноманітнішу інформацію, актуальну як у регіональному, так і загальнонаціональному масштабах.

Моніторинг «Труха Львів» демонструє те, що цей ТГ-канал використовує маніпулятивні прийоми впливу на свідомість аудиторії. Аналіз наукових досліджень свідчить про те, що дослідники позитивно відгукуються про цей месенджер і радять засобам масової інформації налагоджувати роботу на платформі «Телеграм». Однак, перед використанням чи публікацією такої інформації треба перевіряти.

Новизна. Після повномасштабної війни Телеграм продовжує бути основним джерелом отримання інформації для більшості українців. У 2023 р. його використовували як медіа 72% наших співгромадян. Не кожен з них має розвинене критичне мислення, відтак на свідомість такої людини дуже легко чинити деструктивний вплив. Саме тому науковцям украї необхідно регулярно ретельно досліджувати специфіку подачі контенту в ТГ-каналах та виокремлювати маніпулятивні методи й шляхи боротьби з ними.

Практичне значення. Дані цього дослідження можуть бути використані в подальших наукових розвідках дослідників, у науково-популярних матеріалах медіа, а також під час читання відповідних наукових дисциплін у навчальних закладах, де є спеціальність «Журналістика».

Ключові слова: медіа, Телеграм, ТГ-канали, маніпуляції, інформація, фейк.

I. Вступ

Сьогодні платформа «Телеграм» в Україні є головним каналом для отримання інформації. Згідно з результатами щорічного дослідження «USAID-Internews», у 2021 р. лише 21% українців користувалися телеграмом для отримання новин. Це число зросло до 60% після повномасштабного російського вторгнення. У 2023 р. телеграм продовжує бути основною мережею для отримання інформації, для цього його використовують 72% українців [7].

У свою чергу, медіа це добре усвідомили й почали розвивати власні ТГ-канали. Однак, крім професіоналів, веденням цих платформ займаються й непрофесіонали, які переслідують корисливу мету, наприклад, залучення аудиторії на сторонні ресурси чи отримання високих прибутків. Це робиться шляхом поширення провокативного та маніпулятивного контенту, який негативно впливає на свідомість аудиторії.

Питання становлення й функціонування телеграму як платформи для реалізації медіа сьогодні набуває значного інтересу серед науковців, як вітчизняних, так і закордонних. Знаковими є дослідження С. Гуржій, Н. Данилюк, А. Досенко, В. Жугая, М. Кіци, Т. Кузнецової, Н. Стеблиної, І. Тонких, Л. Чернявської та ін. Так, М. Кіца окреслює переваги й недоліки ТГ-каналів. Серед позитивних його сторін дослідниця виділяє можливість безкоштовного одночасного миттєвого поширення інформації на різну тематику серед аудиторії, спорідненої за інтересами. Аудиторія має з обережністю ставитись до контенту з ТГ-каналів і добре перевіряти його [5, с. 66–72].

На думку І. Тонкіх, сьогодні ТГ-канали перетворились на медіаплатформи, які за своїми функціями подібні до засобів масової інформації. Однак, науковиця зазначає, що є професійні ТГ-канали, а є такі, які ведуть недобросовісні аматори, і це чинить негативний вплив на свідомість аудиторії [9, с. 89–98]. Водночас С. Гуржій зазначає, що телеграм має й ряд негативних тенденцій. Зокрема, це масове створення та діяльність антиукраїнських спільнот, метою яких є зруйнувати українську державність і ідентичність [1, с. 162–169].

А. Досенко зауважує, що «Телеграм сьогодні є не лише доступним, але й дієвим методом просування ідей, формування світогляду українців, провідною формою спілкування в галузі реалізації прикладних інформаційно-комунікаційних технологій» [2, с. 54–65].

Дослідники Т. Кузнецова і В. Жугай проаналізували специфіку роботи ТГ-каналів медіа і ТГ-каналів політичних сил. Вони зазначають, що для медіа телеграм є паралельною платформою для діяльності та популяризації контенту. Натомість, політики та державні органи застосовують телеграм як допоміжний канал поширення інформації про свою діяльність [3, с. 120–125].

Н. Стеблина зауважує, що в період повномасштабного вторгнення телеграм набув особливого значення для населення. Адже саме він дає можливість миттєвого сповіщення аудиторії про ракетні обстріли, допомогу Україні від закордонних партнерів тощо [8, с. 39–46].

Л. Чернявська і Н. Данилюк вважають, що сьогодні засобам масової інформації необхідно налагоджувати роботу на платформі «Телеграм», оскільки це сприятиме підвищенню впізнаваності цих медіа [10, с. 192–198].

У ході огляду наукових досліджень, що стосуються використання платформи «Телеграм» у роботі масмедіа, можемо підсумувати, що науковці здебільшого позитивно оцінюють тенденцію налагодження роботи ЗМІ в цьому месенджері, однак медіа варто пам'ятати про ретельну перевірку інформації, перш ніж її публікувати. Крім цього, незважаючи на велику кількість досліджень телеграму як медіаплатформи, існує потреба в подальшому поповненні наукового арсеналу такими працями.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета дослідження – виокремити маніпулятивні методи в контенті відомого львівського ТГ-каналу «Труха Львів».

Переважно дослідження сучасних науковців, що стосуються телеграму як платформи для реалізації роботи медіа, фокусуються довкола каналу «Труха Україна» як головного ТГ-каналу мережі. Але такі локальні платформи, як «Труха Львів», теж чинять маніпулятивні атаки на свідомість великої аудиторії, адже кількість підписників цього ресурсу понад 192 тис. Саме тому наше дослідження сфокусоване на ресурсі «Труха Львів», бо він є малодослідженим і є гостра потреба аналізувати такі платформи ретельно та регулярно, адже вони постійно створюють і застосовують різні маніпуляції інформацією.

У процесі проведення дослідження було використано такі методи: контент-аналіз – для осмислення контенту відомого львівського ТГ-каналу «Труха Львів»; порівняння – для зіставлення особливостей подачі інформаційних повідомлень у цьому ТГ-каналі протягом різних періодів 2024 р., а також маніпулятивних методів, які використовують автори з метою впливу на свідомість аудиторії; також використаний метод моніторингу праць відомих науковців, які досліджували платформу «Телеграм» у роботі медіа.

III. Результати

ТГ-канал «Труха Львів» користується популярністю як у регіональному, так і загальнонаціональному масштабах. Про це свідчить кількість його підписників – 192 тис. 320 осіб.

В описі ТГ-каналу «Труха Львів» вказано, що цей ресурс платить гроші за опублікований контент, тобто будь-хто з підписників може спробувати себе в ролі журналіста/кореспондента та ще й отримати за це гонорар. З одного боку, це позитивний момент, з іншого – не кожен користувач є медіаграмотним, і він може поширювати суб'єктивну, неперевірену інформацію, яка чинитиме деструктивний вплив на свідомість аудиторії. Також, промоніторивши контент «Труха Львів», можемо побачити, що це типовий комерційний проект, творці якого на перше місце ставлять фінансову вигоду, а не головну функцію журналістики – інформувати аудиторію та служити на користь її інтересів.

Явище маніпуляції в медіа доволі поширене, особливо в період російсько-української війни. Уже відомим є той факт, що наша країна переживає не лише збройне, а й інформаційне протистояння. Саме тому вкрай необхідним є досліджувати його та розвивати в людей розуміння того, де ними маніпулюють, а де справді інформують.

Слушно зауважує М. Карпенко, що «маніпуляція» в переносному значенні цього слова – це прагнення «прибрати до рук», «приручити» іншого, «заарканити», «піймати на гачок», спроба перетворити людину на слухняне знаряддя, немов на маріонетку» [4, с. 26–34]. Отже, із цього розуміємо, що маніпуляції спрямовані на те, аби підкорити свідомість аудиторії, нав'язати їй чиясь позицію й думку, спотворити розуміння певних явищ, ідей чи проблем.

«Труха Львів» часто подає неперевірену інформацію із суб'єктивною оцінкою певних подій, явищ, осіб. Саме тому цей ресурс називають «інформаційним смітником». При цьому автори можуть використовувати мову ворожнечі, нецензурну або ж емоційно забарвлену лексику. Наприклад, заголовок повідомлення від 21.04.2024: «На дорогах – жесть! Ніби снігопад пройшов» або від 25.04.2024: «ПЗДЦ! ДТП на Литвиненка!», чи від 30.04.2024: «ПЗДЦ! Мужик б'є вікна і викидає скло перехожим на голову». В іншому повідомленні від 21.04.2024 автор подає суб'єктивну оцінку щодо водія авто, який спричинив ДТП, та стосовно дій правоохоронних органів: «Водія "Porsche Тауспа" наздогнала карма. 28-річний керманч зняв і виклав у соцмережі відео, як він порушує правила дорожнього руху. Чоловіка вже розшукали патрульні». Затримання поліцією водія, який скоїв ДТП, автор називає «кармою», а не справедливим покаранням чи правомірною дією.

Крім того, часто цей ТГ-канал створює рекламу з фейками, подаючи посилання на сторонні ресурси, які не відповідають заявленій інформації. Наприклад, повідомлення від 18.04.2024: «Група (7–9 шт.) шахедів прямує західним курсом. У сусідніх областях уже тривога, летять транзитом, ймовірно, до нас. Будьте пильні. UPD 07:10: під прицілом опинився Івано-Франківськ. Новітня технологія сповіщень про небезпеку для мешканців України – МОНІТОР_УКРАЇНА». Однак, якщо перейти за посиланням на цей ТГ-канал, то там немає жодної інформації щодо цієї ракетної загрози.

Подача неправдивої або непідтвердженої інформації й за деякий, переважно досить довгий час, «UPD» (update – оновлення, доповнення інформації) замість вибачень та спростувань фейкової інформації. Наприклад, повідомлення від 25.04.2024, опубліковане о 17:07: «Автобус 51, збив неповнолітню на пішоході». А UPD, тобто уточнення інформації, відбулось аж о 21:10, коли аудиторія вже призабула про цю подію. У ньому йшлося про таке: «Транспорт зачепив 12-річну дівчинку. На щастя, жодних тілесних ушкоджень вона не зазнала. Медики її оглянули і відпустили додому».

Акцент лише на позитивних чи негативних характеристиках певного суб'єкта. Наприклад, інформацію про мовознавицю Ірину Фаріон «Труха Львів» часто подає в негативному світлі. Авторі не використовують щодо професорки емоційно забарвлену лексику, однак у кінці повідомлень вони задають запитання аудиторії, які демонструють насмішку, відверте глузування з додаванням відповідних емодзі. Наприклад, повідомлення від 19.04.2024: «Фаріон відзначили найвищою нагородою Політехніки. За рік до звільнення з посади професора "Львівської політехніки" мовознавицю Ірину Фаріон нагородили найвищою нагородою університету "Почесною грамотою за особливі заслуги". Заслужила?». Або ж інформація від 12.02.2024: «Суд відмовив Фаріон у поновленні на посаді професорки Політехніки. Ірина Фаріон подала до суду, аби скасувати наказ ректора про своє звільнення, проте не так сталося, як гадалося. Ой, як шкода». Глузливі фрази в кінці демонструють те, що автори цього ТГ-каналу негативно ставляться до І. Фаріон, однак у матеріалах вони не мають подавати свої особисті думки, оцінки чи емоції, бо це суперечить стандартам якісної подачі інформації.

IV. Висновки

Авторі телеграм-каналу «Труха Львів» регулярно застосовують маніпулятивні прийоми у своїх матеріалах. Окрім тексту, цей ресурс маніпулює й за допомогою світлин оголених жінок, різноманітних мемів, тварин чи масштабних подій. Також автори матеріалів ресурсу подають сенсаційні заголовки, які не відповідають подальшому тексту матеріалів. Саме завдяки такій недобросовісній праці ТГ-канал «Труха Львів» і здобув репутацію «інформаційного смітника». Однак, попри це він має велику кількість підписників, яка продовжує зростати. Аудиторія читає новини цього ресурсу, це ми можемо побачити як за кількістю підписників цього ТГ-каналу, так і за їх реакціями та коментарями під кожним матеріалом. Це загрозове явище, адже люди довіряють цьому ресурсу, це можна простежити в діалозі аудиторії з ТГ-каналом. Лише втручання компетентних установ та блокування цього ТГ-каналу припинять його деструктивний вплив на свідомість аудиторії.

Список використаної літератури

1. Гуржій С. В. Сучасні загрозові тенденції використання Telegram-каналів на шкоду державним інтересам. *Інформація і право*. 2021. № 4 (39). С. 162–169.
2. Досенко А. К. Telegram-канали як платформи для поширення інформації в Україні за часів війни. *Обрії друкарства*. 2023. № 2 (14). С. 54–65.
3. Жугай В., Кузнецова Т. Особливості Telegram-каналів як новітніх інструментів медіа: український контекст. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2021. Т. 32 (71). № 6. Ч. 3. С. 120–125.
4. Карпенко М. Суть поняття «маніпуляція», її характеристика та методи нейтралізації. *Засоби навчальної та науково-дослідної роботи*. 2015. Вип. 45. С. 26–34.
5. Кіца М. Новинні Telegram-канали: огляд, вподобання аудиторії, специфіка функціонування. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: Журналістика. 2023. № 2 (6). С. 66–72.

6. Плахта Д. Telegram як інструмент політичного впливу та маніпуляцій. *Теле- та радіожурналістика*. 2020. Вип. 19. С. 88–94.
7. Поліковська Ю. За рік кількість українців, які отримують новини з телеграму, зросла ще на 12%, – дослідження. *DM Mediasapiens*. URL: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/33364/2023-11-01-za-rik-kilkist-ukraintsiv-yaki-otrymuyut-novyny-z-telegramu-zrosla-shche-na-12-doslidzhennya> (дата звернення: 28.03.2024).
8. Стеблина Н. Компаративний аналіз виробництва інформаційного контенту професійними ЗМІ та Телеграм-каналами (на прикладі новин «Дзеркала тижня» та «Україна сейчас»). *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: *Журналістика*. 2023. № 2 (6). С. 39–46.
9. Тонкіх І. Трансформація функцій новинних телеграм-каналів під час війни. *Communications and Communicative Technologies*. 2023. Вип. 23. С. 89–98.
10. Чернявська Л., Данилюк Н. Телеграм-канали як інструмент диджиталізації українських масмедіа. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія: *Філологія*. *Журналістика*. 2021. Т. 32 (71). № 6. Ч. 3. С. 192–198.

References

1. Ghurzhiy, S. V. (2021). Suchasni zagrozlyvi tendenciji vykorystannja Telegram-kanaliv na shkodu derzhavnym interesam [Modern threatening trends in the use of Telegram channels to the detriment of state interests]. *Informacija i pravo*, 4 (39), 162–169 [in Ukrainian].
2. Dosenko, A. K. (2023). Telegram-kanaly jak platformy dlja poshyrennja informaciji v Ukrajinі za chasiv vijny [Telegram channels as a platform for spreading information in Ukraine during the war]. *Obriji druzarstva*, 2 (14), 54–65 [in Ukrainian].
3. Zhughaj, V., & Kuznjecova, T. (2021). Osoblyvosti Teleghram-kanaliv jak novitnikh instrumentiv media: ukrajinskyj kontekst [Peculiarities of Telegram channels as the latest media tools: the Ukrainian context]. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadsjkogho*. Serija: *Filologhija*. *Zhurnalistyka*, 32 (71), 6, 120–125 [in Ukrainian].
4. Karpenko, M. (2015). Sutj ponjattja «manipuljacija», jiji kharakterystyka ta metody nejtralizaciji [The essence of the concept of «manipulation», its characteristics and methods of neutralization]. *Zasoby navchalnoji ta naukovo-doslidnoji roboty*, 45, 26–34 [in Ukrainian].
5. Kitsa, M. (2023). Novynni Teleghram-kanaly: oghljad, vpodobannja audytoriji, specyfika funkcionuvannja [News Telegram channels: overview, audience preferences, specifics of functioning]. *Visnyk Nacionaljnogho universytetu «Ljvivsjska politekhnika»*. Serija: *Zhurnalistyka*, 2 (6), 66–72 [in Ukrainian].
6. Plakhta, D. (2020). Telegram jak instrument politychnogho vplyvu ta manipuljacij [Telegram as a tool of political influence and manipulation]. *Tele- ta radiozhurnalistyka*, 19, 88–94 [in Ukrainian].
7. Polikovsjska, Ju. (2023). Za rik kiljkistj ukrajinciv, jaki otrymujutj novyny z teleghramu, zrosla shhe na 12%, – doslidzhennja [During the year, the number of Ukrainians who receive news from Telegram increased by another 12%, according to the study]. *DM Mediasapiens*. Retrieved from <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/33364/2023-11-01-za-rik-kilkist-ukraintsiv-yaki-otrymuyut-novyny-z-telegramu-zrosla-shche-na-12-doslidzhennya> [in Ukrainian].
8. Steblyna, N. (2023). Komparatyvnyj analiz vyrobnyctva informacijnogho kontentu profesijnymy ZMI ta Teleghram-kanalamy (na prykladi novyn «Dzerkala tyzhnja» ta «Ukrayna sejchas») [Comparative analysis of the production of information content by professional mass media and Telegram channels (on the example of the news «Dzerkala Tyzhnia» and «Ukraine Seychsia»)]. *Visnyk Nacionaljnogho universytetu «Ljvivsjska politekhnika»*. Serija: *Zhurnalistyka*, 2 (6), 39–46 [in Ukrainian].
9. Tonkikh, I. (2023). Transformacija funkcij novynnykh teleghram-kanaliv pid chas vijny [Transformation of functions of news telegram channels during the war]. *Communications and Communicative Technologies*, 23, 89–98 [in Ukrainian].
10. Chernjavsjska, L., & Danyljuk, N. (2021). Teleghram-kanaly jak instrument dydzhytalizaciji ukrajinskykh masmedia [Telegram channels as a tool of digitization of Ukrainian mass media]. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadsjkogho*. Serija: *Filologhija*. *Zhurnalistyka*, 32 (71), 6, 192–198 [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 02.05.2024.

Received 02.05.2024.

Semen N. Manipulative Techniques in the Publications of Ukrainian Telegram-Channels

The goal of research is to identify manipulative techniques in the content of the well-known Lviv Telegram-channel «Trukha Lviv».

Research methods. During the research, the following methods were used: content analysis – to interpret the content of the well-known Lviv Telegram-channel «Trukha Lviv»; comparison – to compare the features of the presentation of informational messages in this Telegram-channel during various periods of 2024, as well as the manipulative methods used by the authors to influence the audience's

consciousness, are compared; the method of monitoring the works of well-known scholars who studied the Telegram platform in the work of the media was also used.

Results. In this research, manipulative techniques in the messages of the well-known Lviv Telegram-channel «Trukha Lviv» are analyzed. This resource is popular, which can be confirmed by looking at the number of its subscribers and the reactions of the audience under informational messages. Every day, this Telegram-channel promptly provides a wide variety of information, relevant both on a regional and national scale.

The monitoring of «Trukha Lviv» demonstrates that this Telegram-channel uses manipulative techniques to influence the audience's consciousness. The analysis of academic studies shows that researchers speak positively about this messenger and advise mass media to establish their work on the Telegram platform. However, such information should be verified before use or publication.

Novelty. After the full-scale war, Telegram continues to be the main source of information for most Ukrainians. In 2023, it was used as a media by 72% of Ukraine citizens. Not every one of them has developed critical thinking, so it is very easy to exert a destructive influence on the consciousness of such a person. That is why it is extremely necessary for scholars to regularly and carefully study the specifics of content presentation in Telegram-channels and to single out manipulative methods and ways of combating them.

Practical significance. The data of this study can be used in further academic research by scholars, in popular-science materials of the media, as well as during the teaching of relevant academic disciplines in educational institutions where there is a «Journalism» specialty.

Key words: media, Telegram, Telegram-channels, manipulation, information, fake.

D. Fayvishenko

*Doctor of Science (Economic)
Professor of Department of Journalism and Advertising
e-mail: d.fayvishenko@knu.edu.ua; ORCID: 0000-0001-7880-9801
State University of Trade and Economics
19, Kyoto st., Kyiv, Ukraine, 02156*

O. Briukhno

*Master's Degree Candidate
Department of Journalism and Advertising
e-mail: bvoksana@ukr.net; ORCID: 0009-0008-1192-3683
State Trade and Economic University
19, Kyoto st., Kyiv, Ukraine, 02156*

MEDIA MANIPULATIONS IN TIMES OF WAR

Research objective. *The purpose of the study is to reveal the mechanisms of manipulative influence in the media by journalists and other representatives of the media sphere, their impact on public opinion and consequences for society, particularly in the context of the Russian-Ukrainian war.*

Research methodology. *A combination of methods was used to achieve the objective, including structural-semiotic analysis, monitoring, content analysis, observation, comparison, synthesis and conceptual mapping.*

Results. *The article provides an overview and analysis of different types of media manipulation, from standard methods to the use of modern technologies such as artificial intelligence and social media. The article also grounds the importance of critical thinking and media literacy as a means of resisting media manipulation.*

Novelty. *World events in recent years have led to a rethinking of the importance of controlling information and the media influence on the formation of citizens' worldviews. In this context, the article suggests ways to counter media manipulation.*

Practical significance. *The findings of this study are to determine the importance of understanding and identifying media manipulation in the context of the Russian-Ukrainian war. The study reveals the need for further research and promotion of discussion of the problem at various levels of society.*

Key words: *media, manipulation, media literacy, content, information, fake, disinformation, war.*

I. Introduction

In the modern world, where information has become an integral part of life, the analysis of media manipulation becomes extremely relevant and important. This is because the media act not only as a carrier of information, but also as an instrument of influence and control. In this context, media manipulation is a key issue that requires serious study and understanding.

Media manipulation is the attempt to control or influence the content, presentation or dissemination of information in the media in order to achieve specific goals. It can include distortion of facts, selective presentation of information, use of manipulative headlines, photo manipulation, pseudo-news production and other techniques. Media manipulation can be used as a means of political influence, to shape public opinion, and to achieve commercial or other goals [5].

Electronic media content reaches consumers faster than any other type of media, while the availability of content from websites and mobile applications is spreading at maximum speed [4], journalists respond quickly to events armed only with mobile phones or tablets, can be present at the scene and provide immediate information via social networks or other media. The speed and efficiency of information exchange also have a negative connotation, as it is impossible to verify the truthfulness and reliability, as well as control the information exchange [5].

As an important social institution, the media have a significant influence on political processes in society. The freedom of speech enshrined in the Constitution and the abolition of censorship enable journalists to report in depth on important events and phenomena. However, freedom of expression in the media does not mean permissiveness and irresponsibility. Too much freedom with information can have negative social consequences, deforming the political, legal, social, economic and cultural orientation of both society and individual citizens of the state [5].

During the war in Ukraine, information is not only information about events, but also a weapon, the misuse of which leads to real human casualties.

Information warfare is a new way of fighting without weapons. The media society can use information for negative purposes, i.e. to wage information wars by presenting information to the public in order to further shape the necessary thoughts, ideas, moods and a limited system of views on certain issues, events, people, the state or the world as a whole in favour of the organiser of a certain information or propaganda campaign. The main goal is to manipulate the masses, introduce relevant ideas and views into the minds of the population, disorientate and disinform the population, intimidate the media community with certain images and create fear of the enemy with their power [5].

II. Problem statement and methods

Manipulative techniques in the media, as well as fake news as an important tool of information warfare, have often been analysed primarily by media experts, scholars and practitioners, such as N. Horban, R. Gerasymenko, O. Holub, V. Eismuth, I. Kulyas, I. Putsiata, M. Prokopenko, I. Mudra, O. Saprykin, R. Chernysh and others.

In order to achieve this goal of research media manipulation, the methods of structural and semiotic analysis, monitoring, content analysis, observation, comparison, synthesis and the method of conceptual mapping were used. These methods allowed us to gain a deep understanding of the mechanisms of media manipulation, their detection and impact on society, and contribute to the development of strategies to counteract and protect against the negative effects of manipulation.

After the full-scale invasion of the aggressor country, the Ministry of Digital Transformation, the State Emergency Service, the Centre for Countering Disinformation at the National Security and Defence Council of Ukraine, media sites and anti-fake news projects appeared.

However, there has been insufficient research on manipulative content under martial law. Therefore, the purpose of this article is to study media manipulation in the context of the Russian-Ukrainian war, its impact on society, and to provide recommendations for combating manipulative news in the media space and improving the information literacy of the population during war.

III. Results

The media remain one of the social institutions that create content for the population in order to have a certain influence on it, taking into account age and social categories [3]. The media have a great potential to influence society, to shape public opinion and to determine the way events are perceived. In other words, the media can be seen as non-formal education. In particular, media manipulation in times of war can have a particular impact on the perception of events, the formation of public opinion and international relations. It is important to develop media literacy among citizens so that they can critically evaluate information and distinguish between objectivity and manipulation.

Media manipulation can be defined as the systematic use of the media to shape, change or maintain certain beliefs, perspectives or behaviours in a group or society as a whole. This process is often used to influence public opinion, political processes and socio-cultural stereotypes.

J. Kleper, in turn, provides the following classification of conditions under which people can be influenced by information in this way: it is easier to influence people who have not previously had a definite opinion on the issue; under favourable conditions, mass communication can weaken existing attitudes and perceptions without aiming to change them [6].

The most common methods of media manipulation include the following.

Firstly, the control of information flows or the selective presentation of information. This technique should be understood as covering only the information that is needed. That is, the deliberate silencing of socially important information, ignoring or filtering facts, emphasising or concealing certain facts in order to influence the perception of events or situations [2].

The second technique is the dosage of information. It is intertwined with the first because only part of the information is reported and the rest is hidden. As a result, the whole picture is missing and reality is distorted [2].

The third technique is fake news or disinformation. This is the artificial creation of "facts" that do not reflect the true state of affairs in order to mislead the audience or provoke a certain reaction. This technique was a favourite of J. Goebbels, who was convinced that the more audacious and implausible the lie, the more likely it is to be believed, because the most important thing is to present it seriously [2]. We can also include photomontage and image manipulation, changing photos to give the impression that events happened differently than they actually did.

The fourth, and no less important, especially in wartime, is to change the focus (shift the emphasis) or divert attention from the main to the secondary. For example, presenting important information in between unimportant information. As a result, attention is scattered and the meaning of what was previously perceived is lost. This often happens when news is interrupted by advertising [2].

The fifth technique is used by media specialists through labelling, i.e. accusing someone of something without proper grounds or characterising them negatively in order to discredit such a person or social groups, ideas, etc.

The sixth technique is the use of authorities or pseudo-business to create news. This is the creation of an imitation of a news source or resource that attempts to imitate respectability and authority in order to spread false or manipulative information. Variations of this technique include quoting an anonymous authority, such as a well-known scientist, writer or politician. It is important that the name of such an authority is not revealed. In addition, documents, expert opinions, testimonies and other relevant materials can be cited for greater persuasiveness [2]. This technique is often used by politicians to use the media to support certain political or military goals, to create images of enemies, or to justify military action.

The seventh technique is the contrasting presentation of information. This means that such a media message is based on the principle of «good about yourself, bad about others» [2]. In this way, media professionals or journalists take into account the emotional aspect of society [8], because in a state of war, emotions play an important role in shaping public opinion. War conditions can cause different emotions among citizens.

The eighth and most common technique is manipulative headlines. In this case, provocative or emotionally charged headlines are used to attract attention and influence the acceptance or rejection of information.

The ninth technique is the use of universal, i.e. win-win concepts that elicit a positive reaction from the audience, to cover up phenomena that actually have nothing to do with them: democracy, freedom, legality, patriotism, nation, rights, victory, success, the theme of «betrayal/victory», etc.

The tenth technique is false information. The media use this technique by disseminating completely unverified but highly anticipated information. That is, the more the news or message meets the expectations of the audience, the more effective the result will be. When the lie is exposed, the severity of the situation is alleviated, but this is not always the case [2].

The eleventh technique is the repetition of the same information, which as a result is imprinted not only in the memory but also in the subconscious [2].

The twelfth technique is the presentation of contradictory news, especially if this presentation is rapid, as well as the change of the information itself, which creates a certain chaos and contradictions in the thinking of the population [2]. The media often publish news where the headline does not match the content of the news. This can affect the perception of the situation on the ground and in the world.

The thirteenth principle concerns the use of stereotypes or the creation of images. In this case, the media present information through simplified images, clichés, slogans or, on the contrary, by being too specific and using complex terminology (political, scientific, economic, legal, financial, etc.) in order to evoke certain emotions and reactions.

The fifteenth technique is to delay. Information is only made public when it can no longer be hidden [2].

The sixteenth and currently one of the most effective methods of manipulation is the manipulation of media in social networks. The use of social media to quickly spread manipulative information through bots, fake accounts or platforms with pseudo-interaction.

The seventeenth principle is censorship and restricting access to information. Statesmen or politicians can restrict access to information, control the media and limit the work of journalists in order to manipulate the information space.

The eighteenth technique, or Socratic method, is the two «yeses» technique, which is mainly based on the peculiarities of thinking. The audience is presented with three theses or components of the message that are logically related, and if they agree with two of them, they are likely to agree with the third [3].

The nineteenth and most modern technique is artificial intelligence in the flow of information. This technique refers to the use of algorithms and artificial intelligence for personalised information delivery, the creation of «filter mechanisms» and the amplification of echo chambers. The use of social media algorithms to create echo chambers limits access to diverse points of view and encourages the dissemination of information that supports a particular narrative. The authorities in Russia control key media outlets, which allows them to create and maintain a particular narrative.

The twentieth technique is the use of troll farms or robot accounts, i.e. the creation of troll farms that systematically spread propaganda and destructive comments on the Internet in order to influence public opinion. Automated accounts are used for the mass dissemination of particular ideas and beliefs.

The twenty-first technique of media manipulation is psychological influence, which is created by using psychological methods to create fear and negative perceptions of the other side of the conflict.

The twenty-second technique is the polarisation of society, i.e. the division of society into groups with different views, which pushes them into conflict. In Ukraine, the conflict and political polarisation are promoted through the dissemination of ideologically coloured materials and information.

The twenty-third technique is the «problem-reaction-solution» method, which is based on creating a problem and then offering a solution. That is, the situation causes a certain reaction in the population, and the population itself demands that appropriate measures be taken that were necessary for the person who created the situation or problem [1].

The twenty-fourth technique can be called postponement, which consists in presenting some solution as «painful and necessary» and obtaining the consent of the citizens to its implementation in the future. After all, it is much easier to accept sacrifices in the future than in the present. This in turn gives the population more time to get used to the changes and accept them when the time comes [6].

Thus, manipulation in the media is a certain way of psychological influence through the media, which is primarily aimed at changing the direction of the audience's activity, namely its ideas, thoughts, views, perceptions, which goes unnoticed. In particular, the manipulation of consciousness is the domination of the mental state of the population, the control of their behaviour by imposing stereotypes of behaviour or ideas, institutions, motives that are beneficial to such a subject of influence [3], and it is also a technique of deliberate distortion of information to form a certain view, attitude towards a certain person/phenomenon, event [7].

It should be noted that media manipulation is a complex and multifaceted problem, and there is no exhaustive list of techniques used by the media, and therefore it requires a broad and in-depth consideration from both an academic and practical points of view in order to develop strategies to counteract and protect society from its influence.

Hereinafter, we offer to consider the following ways to counter media manipulation:

- media literacy, which involves engaging citizens in education to understand and critically analyse media messages, as well as implementing media literacy education programmes at different levels of education, including schools, universities and training institutions. This will stimulate critical thinking and analytical skills to effectively distinguish between objective information and manipulation;

- transparency, i.e. demanding greater transparency and ethical responsibility from media organisations and information platforms, first and foremost demanding greater transparency from media organisations in the processes of developing and disseminating information and promoting ethical standards in journalism and publishing, including open disclosure of possible conflicts of interest;

- monitoring and analysis of algorithms, which includes the establishment of independent organisations to monitor and analyse the algorithms of social networks and search engines and to ensure transparency in the functioning of algorithms and their impact on the dissemination of information;

- digital literacy and critical thinking, through the development of digital literacy initiatives for internet users to educate them about digital manipulation techniques;

- international cooperation and standards, as cooperation between countries to develop and apply international standards in the field of media literacy and protection against media manipulation, exchange of experiences and development of common strategies to counter global media manipulation is of great importance in times of war;

- the development of technological tools, in particular the use of artificial intelligence technologies to detect and filter fake news and media manipulation, as well as the development of immunity to digital manipulation and the adaptation of technologies to respond quickly to new methods of influence;

- civic participation and activism, which will support civic engagement and develop platforms to collectively identify and report cases of media manipulation and engage the public in discussing media manipulation issues and developing collective defence strategies.

The implementation of these measures will contribute to building sustainable protection against media manipulation and preserving freedom of information and objectivity in the media space.

Given the unique nature of war, countering media manipulation requires a comprehensive approach and the interaction of various actors, including citizens, media, government agencies and international organisations.

IV. Conclusions

In view of the above, it can be concluded that the article has examined and analysed various types of media manipulation. The role of the media during martial law in Ukraine, which is an integral part of the new reality, is emphasised, and the task of the population on the information front is no less important, since in connection with military events it is necessary to be aware of media manipulation and constantly counteract it. In particular, it is necessary to maintain self-control, to think critically, to remain calm, to resist the spread of false information, to refute any manipulation and to fight it courageously. The article focuses on the role of analysis and the importance of critical thinking and media literacy as a means of resisting media manipulation.

Promising areas for further research include a detailed analysis of manipulative methods in the media, interdisciplinary communication, and the impact of technology and artificial intelligence on countering manipulation.

Список використаної літератури

1. 10 способів маніпулювання масами. *ARTEFACT*. URL: <https://artefact.live/10> (дата звернення: 06.02.2024).
2. Маніпулятивний вплив медіа. *Українська електронна система навчання «МійКлас»*. URL: <https://www.miyklas.com.ua/p/gromadyanska-osvita/10-klas/svit-informatciyi-ta-mas-media->

- 365485/manipulativnii-vpliv-media-365913/re-e1a703d1-f85f-4e21-9204-1d1cf58d8043 (дата звернення: 10.02.2024).
3. Банзерук А. С. Медіа-маніпуляції в засобах масової інформації. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2019. № 17. URL: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/15762360188239.pdf> (дата звернення: 05.02.2024).
 4. Звягінцева О., Басовська А. Поняття контенту та його критерії якості. *Інтернет-журналістика як нова форма універсального мультимедіа* : матер. наук.-практ. конф. (м. Миколаїв, 2019). Миколаїв : Приватний заклад вищої освіти «Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика», 2019. С. 23–27. URL: <https://mku.edu.ua/wp-content/uploads/2021/01/Zbirnyk-tez-2019-2020.-Internet-zhurnalistyka.pdf> (дата звернення: 10.02.2024).
 5. Шулська Н., Зінчук Р. Медіаманіпуляції в умовах російсько-української війни (на прикладі локальних ЗМІ). *Південний архів (філологічні науки)* : зб. наук. пр. 2022. № 90. Р. 68–76. URL: <http://ekhsuir.kspu.edu/bitstream/handle/123456789/17355/9.pdf?sequence=4&isAllowed=y> (дата звернення: 10.02.2024).
 6. Травлос Т. Феномент протесту в політичному процесі сучасної України : дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02. Одеса, 2017. 168 с. URL: <https://www.pdpu.edu.ua/doc/vr/travlos/dis.pdf> (дата звернення: 10.02.2024).
 7. Герасименко Р. Фактчекінг для журналіста: соцмережі та «вкиди» як перевірка на професійність. URL: https://ua.ejo-online.eu/2065/журналістасоцмережі?print=print&fbclid=IwAR2NOchyGbh0z_Ov7dUMaK82QpG6xBRWQIE98tmYKruu14osAV-TzuzqDCs (дата звернення: 15.06.2024).
 8. Голік О., Файвішенко О. В. Особливості стилістики рекламного тексту в новій медіареальності. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2023. № 1 (53). С. 135–140.
 9. Kyianytsia I., Lisnevska I., Holik O., Yatsiuk D., Kurban O., Brovko O. Axiological fundamental pillars of the formation of public opinion in the media. *Economic Affairs*. 2022. Vol. 67(05). P. 869–876.
 10. Sydorenko N., Mitchuk O., Holik O., Diahovchenko L., Havryliuk I., Myronets N. Improving the financial stability of IT companies through social medial / marketing. *Wseas transactions on business and economics*. 2022. Vol. 19. P. 1621–1632.

References

1. 10 sposobiv manipuliuvannia masamy [10 ways to manipulate the masses]. *ARTEFACT*. Retrieved from <https://artefact.live/10> [in Ukrainian].
2. Manipuliatyvnyi vplyv media [The manipulative influence of the media]. *Ukrainska elektronna systema navchannia «MiiKlas»*. Retrieved from <https://www.miyklas.com.ua/p/gromadyanska-osvita/10-klas/svit-informatsiyi-ta-mas-media-365485/manipulativnii-vpliv-media-365913/re-e1a703d1-f85f-4e21-9204-1d1cf58d8043> [in Ukrainian].
3. Banzeruk, A. S. (2019). Media-manipulatsii v zasobakh masovoi informatsii [Media manipulation in mass media]. *Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal «Internauka»*, 17. Retrieved from <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/15762360188239.pdf> [in Ukrainian].
4. Zviahintseva, O., & Basovska, A. (2019). Poniattia kontentu ta yoho kryterii yakosti [Concept of content and its quality criteria], *Internet-zhurnalistyka yak nova forma universalnogo multimedia: materialy naukovo-praktychnoi konferentsii* [Internet journalism as a new form of universal multimedia, Proceedings of the Scientific and Practical Conference]. Mykolaiv Retrieved from <https://mku.edu.ua/wp-content/uploads/2021/01/Zbirnyk-tez-2019-2020.-Internet-zhurnalistyka.pdf> [in Ukrainian].
5. Shulska, N., & Zinchuk, R. (2022). Mediamanipulatsii v umovakh rosiisko-ukrainskoi viiny (na prykladi lokalnykh ZMI) [Media manipulation in the conditions of the Russian-Ukrainian war (on the example of local mass media)]. *Pivdennyi arkhiv (filolohichni nauky)*, 90, 68–76. Retrieved from <http://ekhsuir.kspu.edu/bitstream/handle/123456789/17355/9.pdf?sequence=4&isAllowed=y> [in Ukrainian].
6. Travlos, T. (2017). *Fenoment protestu v politychnomu protsesi suchasnoi Ukrainy* [The phenomenon of protest in the political process of modern Ukraine]. (Candidate's thesis). Odesa. Retrieved from <https://www.pdpu.edu.ua/doc/vr/travlos/dis.pdf> [in Ukrainian].
7. Herasymenko, R. (2016). Faktchekinh dlia zhurnalista: sotsmerezhi ta «vkydy» yak perevirka na profesiynist [Fact-checking for a journalist: social networks and «throwbacks» as a check for professionalism]. Retrieved from https://ua.ejo-online.eu/2065/zhurnalistasotsmerezhi?print=print&fbclid=IwAR2NOchyGbh0z_Ov7dUMaK82QpG6xBRWQIE98tmYKruu14osAV-TzuzqDCs [in Ukrainian].
8. Holik, O., & Faivishenko, D. S. (2023). Osoblyvosti stylistyky reklamnoho tekstu v novii mediarealnosti. *Derzhava ta rehiony. Seriya: Sotsialni komunikatsii*, 1 (53), 135–140 [in Ukrainian].
9. Kyianytsia, I., Lisnevska, I., Holik, O., Yatsiuk, D., Kurban, O., & Brovko, O. (2022). Axiological fundamental pillars of the formation of public opinion in the media. *Economic Affairs*, 67, 05, 869–876 [in English].

10. Sydorenko, N., Mitchuk, O., Holik, O., Diahovchenko, L., Havryliuk, I., & Myronets, N. (2022). Improving the financial stability of IT companies through social medial / marketing. *Wseas transactions on business and economics*, 19, 1621–1632 [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 27.03.2024.

Received 27.03.2024.

Файвішенко Д. С., Брюхно О. В. Медіаманіпуляції під час війни

Мета дослідження – розкрити механізми маніпулятивного впливу в медіа з боку журналістів та інших представників медіасфери, їх впливу на громадську думку й наслідки для суспільства, зокрема в контексті російсько-української війни.

Методологія дослідження. Для реалізації мети використано комплекс методів: структурно-семіотичного аналізу, моніторингу, контент-аналізу, спостереження, порівняння, синтезу та концептуального мапування.

Результати. У статті здійснено огляд та аналіз різних видів медіаманіпуляцій: від стандартних до сучасних технологій, таких як штучний інтелект та соціальні мережі. Обґрунтовано важливість критичного мислення та медіаграмотності як засобів протистояння медіаманіпуляціям.

Новизна. Світові події останніми роками надали підстави для переосмислення значення контролю за інформацією та впливу медіа на формування світоглядів громадян. У зв'язку із цим у статті запропоновані шляхи протидії медіаманіпуляціям.

Практичне значення. Результати цього дослідження полягають у визначенні важливості розуміння та виявлення медіаманіпуляцій в умовах російсько-української війни. Дослідження виявляє потребу в подальших наукових розвідках та сприяє обговоренню проблеми на різних рівнях суспільства.

Ключові слова: медіа, маніпуляції, медіаграмотність, контент, інформація, фейк, дезінформація, війна.

ЗМК У ФОКУСІ СОЦІОЛОГІЇ

УДК 316.422.42

DOI 10.32840/cpu2219-8741/2024.2(58).10

В. І. Алещенко

доктор психологічних наук, професор
професор кафедри суспільних наук
e-mail: AV11953@ukr.net; ORCID: 0000-0003-1560-731
Національний університет оборони України
пр. Повітрофлотський, 28, м. Київ, Україна, 03049

М. В. Туленков

доктор соціологічних наук, професор
професор кафедри галузевої соціології
e-mail: niktul50@i.ua, tnv50@knu.ua; ORCID: 0000-0003-3768-3856
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
б-р Т. Шевченка, 14, м. Київ, Україна, 01601

СТРАТЕГІЧНА ПОЗИЦІЯ РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ СОЦІАЛЬНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Мета дослідження – визначення змісту, основних функцій і стратегічних позицій ризик-менеджменту підприємств і організацій в умовах воєнного стану та обґрунтування концептуальної інформаційно-логічної моделі стратегічного ризик-менеджменту.

Методологія дослідження базується на використанні низки наукових підходів, зокрема: системного, генетичного, критичного, аналітичного, структурно-функціонального, порівняльного й діяльнісного, для виявлення зовнішніх і внутрішніх чинників впливу на формування стратегії ризик-менеджменту в умовах воєнного стану, а також методів аналізу, синтезу та узагальнення – для з'ясування структурних рівнів системи ризик-менеджменту організацій, методів спостереження, опитування, прогнозування та моделювання – для побудови інформаційно-логічної концептуальної моделі стратегічного ризик-менеджменту сучасних організацій в умовах невизначених і ризикових ситуацій.

Результати дослідження полягають у визначенні змістовних параметрів, структури, функцій, стратегічних позицій, типологічних ознак, характеристик і показників оцінювання ефективності ризик-менеджменту організацій у період воєнного стану.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у формуванні інформаційно-логічної концептуальної моделі ризик-менеджменту організаційних формувань і обґрунтуванні системи показників оцінювання ефективності останнього під час воєнного стану.

Практичне значення результатів дослідження полягає в реальній можливості застосування інформаційно-логічної концептуальної моделі стратегічного ризик-менеджменту та системи показників оцінювання ефективності останнього в практичній діяльності підприємств і організацій в умовах воєнного стану.

Ключові слова: сутність і типологія ризику, зміст і характер ризик-менеджменту організацій, стратегічні засади ризик-менеджменту, етапи формування стратегічної позиції ризик-менеджменту, стратегічні моделі ризик-менеджменту в умовах невизначеності, показники ефективності ризик-менеджменту в умовах воєнного стану.

I. Вступ

Побудова ефективної стратегії ризик-менеджменту організацій різних форм власності, сфер і напрямів діяльності вимагає визначення різних груп чинників, які прямо чи опосередковано мо-

жуть впливати на відхилення від установлених стратегічних цілей. Адже стратегія ризик-менеджменту являє собою загальний і довгостроковий курс досягнення організацією намічених цілей, в основу котрих покладено прогнозування ризиків і напрямів їхнього зниження, тоді як тактика пропонує конкретні методи і прийоми для вибору оптимального рішення, спрямованого на досягнення результатів у конкретних умовах. Стратегія ризик-менеджменту будується на основі стратегічних цілей і завдань, які визначаються за результатами аналізу зовнішнього й внутрішнього середовища організаційних формувань у контексті ризиків. У сучасних умовах воєнного стану важливого значення набуває управління ризиками у сфері воєнної безпеки.

Розглядаючи управління ризиками як цілеспрямовану *зміну стану системи*, як процес що веде до досягнення визначеної мети, тобто бажаних характеристик функціонування й розвитку організаційних формувань, зокрема, у системі Збройних Сил України та інших складових сил оборони. Це надає можливість не лише контролювати хід цього процесу, а й ефективніше впливати на нього з метою відповідної корекції, щоб мати найменші відхилення від визначених та розрахованих параметрів і стандартів. Обґрунтовано, що основою запропонованої системи управління ризиками повинен стати процес управління ризиками. Для цього вищим менеджментом організацій визначаються ключові показники досягнення успіху, а також продуктивні інструменти запобігання ризику, що становлять основу стратегії управління ризиками у вигляді конкретних заходів впливу на розв'язання ризикових явищ, подій і ситуацій, які перманентно виникають у перебігу діяльності організаційних формувань в умовах воєнного стану.

У складних умовах широкомасштабної агресії російської федерації проти України кожне управлінське рішення менеджменту організацій, особливо стратегічне, що спрямоване на діяльність і подальший розвиток останніх, пов'язане з певним ступенем невизначеності як зовнішнього, так і внутрішнього середовища. У зв'язку із цим великої актуальності набуває проблема формування єдиної стратегічної позиції ризик-менеджменту вітчизняних організацій, установ й інших організаційних формувань, орієнтованої на передбачення, вироблення та впровадження ефективної системи управління ризиками, спрямованих на стабілізацію їх діяльності в умовах воєнного стану.

Замало розробленими залишаються теоретичні й методичні підходи до класифікації та структури ризиків і управління ними, визначення можливих втрат від впливу ризиків на військову діяльність, відсутня ефективна система оцінювання та управління ризиковими ситуаціями, недостатньо висвітлені практичні аспекти управління ними. Це зумовлює необхідність проведення не лише відповідних досліджень, а й належного фахового технічного забезпечення, залучення відповідних фахівців з питань оборонного огляду чи огляду спроможностей, стратегічного чи оборонного планування, а також проблем ризикології, математичного моделювання ймовірних процесів, оцінювання й управління ризиками, їх документування, бюджетування та збалансування ресурсами, розроблення необхідних методик і процедур, програмування та програмного забезпечення в частині підвищення потужності ризик-менеджменту за допомогою розвитку їх спроможностей щодо виконання намічених спільних завдань, пов'язаних з обороною держави від агресора [3, с. 134–186].

Сучасний стан вирішення зазначених проблем у контексті фахового управління ризиками в перебігу оборонного огляду, а також удосконалення стратегічного й оборонного прогнозування та планування потребують консолідованого узагальнення й систематизації теоретичних і правових засад ризик-менеджменту з урахуванням сучасних реальних потреб, специфіки функціонування й розвитку соціальних організацій у різних сферах суспільного буття, зокрема, у системі оборонного комплексу та інших складових сил оборони, наближення цих процесів до принципів і стандартів провідних держав світу. Важливого значення в цьому контексті набуває проблема розбудови стратегічної позиції ризик-менеджменту соціальної організації, розробка правових основ створення інтегрованих системи й моделей процесу управління ризиками, а також у перебігу стратегічного та оперативного планування розвитку інфраструктури, сил, засобів й інших складових сил оборони, які й дотепер законодавчо не визначені. Отже, стратегія ризик-менеджменту організаційних формувань у різних сферах суспільного життя виступає важливим засобом їхньої здатності протидіяти несприятливому розвитку обставин і ризикових ситуацій в умовах воєнного стану.

Важливість і актуальність проблеми формування стратегічної позиції ризик-менеджменту організацій обґрунтували багато вітчизняних і закордонних науковців. Поняття ризику, складових елементів і різних етапів формування стратегій ризик-менеджменту організацій розкрито в працях зарубіжних авторів: І. Ансоффа, Т. Бартонна, В. Бикова, В. Вяткіна, В. Гамзи, Ф. Маєвського, К. Редхеда, К. Сіо, А. Томсона, П. Уокера, Шенкіра та ін. Ґрунтовно вивчають цю проблематику й вітчизняні науковці, серед яких варто виокремити доробки Т. Андрєєвої, І. Вербіцької, В. Гранатурова, С. Клименко, В. Кравченко, А. Старостіної, І. Федулової та ін. Вивченню методів оцінювання ризиків та управління різними ризиковими ситуаціями присвячені публікації Т. Васильєва, Т. Головач, Я. Кривич, С. Леонова, В. Лук'янова та інших учених. Наукові та прикладні аспекти ризик-менеджменту описано в наукових працях В. Вітлінського, В. Глуценка, С. Ілляшенка,

В. Черкасова, Г. Чернової, О. Ястремського та ін. У їхніх розробках розкрито питання загальної сутності ризику та визначено основні чинники й причини виникнення останнього, охарактеризовано продуктивні методи та методики аналізу й управління окремими видами ризикових ситуацій.

Наукові засади ризикології в контексті вирішення завдань соціально-економічної та підприємницької діяльності промислових організацій представлені в наукових дослідженнях В. Вітлінського та Г. Великоіваненка, а питання управління фінансовими ризиками подані в працях Р. Пікуса, В. Кравченко та інших науковців. Проблема оборонного ризик-менеджменту присвячені концептуальні напрацювання В. Богдановича, О. Бодрука, В. Горбуліна, М. Єжеєва, А. Качинського, І. Руснака, Г. Ситника, А. Семенченка та ін. Але, незважаючи на значну кількість наявних досліджень з питань формування ризик-менеджменту та інтеграції останнього в діяльність установ і промислових підприємств, визначення переліку ризиків і заходів управління ними за результатами огляду складових сил оборони, поза увагою науковців залишаються все ж таки питання стратегічного управління ризиковими ситуаціями, а також формування стратегічних засад ризик-менеджменту соціальних організацій в умовах запровадження воєнного стану. Це істотно актуалізує не лише питання визначення стратегічної позиції суб'єктів управління ризиковими ситуаціями, але й предметного наукового аналізу стратегічних чинників ризик-менеджменту сучасних організаційних формувань незалежно від сфери та масштабів їхньої соціально-перетворювальної діяльності під час воєнного стану.

II. Постановка завдань і методи дослідження

Мета дослідження – визначення змісту, основних функцій і стратегічних позицій ризик-менеджменту підприємств і організацій в умовах воєнного стану та обґрунтування концептуальної інформаційно-логічної моделі стратегічного ризик-менеджменту. Реалізація цієї мети передбачає розв'язання насамперед таких завдань: уточнення змісту, основних етапів і функцій стратегії ризик-менеджменту; визначення ключових моделей і способів формалізації стратегічної поведінки суб'єктів управління ризиком; опрацювання методологічних підходів до формування стратегії ризик-менеджменту; виявлення внутрішніх і зовнішніх чинників, що впливають на процес реалізації стратегічної позиції ризик-менеджменту організацій в умовах воєнного стану; формування інформаційно-логічної моделі стратегічного ризик-менеджменту соціальних організацій у перебігу воєнного стану.

Методологія дослідження базується на використанні низки наукових підходів, зокрема: системного, генетичного, критичного, аналітичного, структурно-функціонального, порівняльного й діяльнісного підходів для виявлення зовнішніх і внутрішніх чинників впливу на формування стратегії ризик-менеджменту в умовах воєнного стану, а також методів аналізу, синтезу та узагальнення – для з'ясування структурних рівнів системи ризик-менеджменту організацій, а методів спостереження, опитування, прогнозування та моделювання – для побудови інформаційно-логічної концептуальної моделі стратегічного ризик-менеджменту сучасних організацій в умовах невизначених і ризикових ситуацій.

III. Результати

Досить складно говорити про отримання певного наукового результату без достеменного врахування можливого відхилення від нього. У цьому контексті *ризик* не лише трактується як стан впливу чинників невизначеності на досягнення певної мети. Це надає змогу розглядати *ризик* крізь призму отримання певних результатів (або цілей), у перебігу досягнення котрих менеджмент організації має визначати можливе відхилення від них. Аналіз водночас показує, що розробленню та впровадженню сучасних моделей, методів і механізмів управління ризиковими ситуаціями приділяють значну увагу як вітчизняні, так і зарубіжні фахівці. Так, наприклад, лише визначень терміна «ризик» у спеціальній літературі запропоновано більше ніж двадцять [2, с. 8–12].

Не менше міститься й описів різних підходів, методик і алгоритмів дослідження цієї проблеми. Причому більшість наукових праць присвячені переважно дослідженню сфер бізнесу і фінансів, економіки, будівничої та страхової справи, банківській діяльності, а також забезпеченню безпеки на транспорті. Наприклад, проблемам управління ризиками та їх оцінювання для забезпечення санітарного й епідемічного благополуччя населення присвячено окремий Закон України від 24.02.1994 № 4004-XII. Наказом Міністерства фінансів від 06.06.2010 № 461 затверджено окреме Положення про управління ризиками, пов'язаними з державним боргом, а також відповідні методичні рекомендації. Незначною мірою ці документи стосуються й оборонного огляду сил оборони та управління ризиками в частині підвищення потужності сил оборони за допомогою розвитку їхніх спроможностей для виконання визначених спільних завдань щодо оборони держави від агресора.

Звідси випливає, що *ризик* є ситуативною характеристикою діяльності соціальних суб'єктів, яка полягає не лише в невизначеності її результату, а й у настанні несприятливих наслідків. Тому *ризик* завжди являє собою вірогідність виникнення певних збитків або зниження доходів будь-якої організації порівняно з прогнозним варіантом. Розгляд суті *ризик*у, як свідчить аналіз, можливий як у статичному, так і в динамічному значенні. У статичному значенні суть *ризик*у полягає в способі його виразу, що диференціюється залежно від сфери його заповнення. Відповідно до цього розуміння *ризик*у підрозділяється на різні види: політичний, економічний, соціальний, екологічний

тощо. У динамічному значенні суть *ризик* полягає передусім у відмінності ступеня його розподілу пропорційно масштабу очікуваних втрат від настання ризикової ситуації. Тому найменший ступінь несприятливих наслідків властивий *допустимому ризику*, середній – *критичному*, а найвищий – *катастрофічному ризику*.

Варто зазначити, що *ризик* завжди існує там і тоді, де й коли певна подія має не лише практичне значення, а й зачіпає інтереси хоча б одного суб'єкта соціальної діяльності. Більше того, *ризик* не існує без власності на засоби виробництва матеріальних і духовних благ, що потребує визначення відповідальних за наслідки ризикових рішень. Посилення *ризик* – зворотня сторона свободи будь-якої підприємницької діяльності, тобто певна плата за неї. Що стосується *ризик* у сфері управління підприємством, то він означає насамперед невизначеність, пов'язану з можливістю виникнення під час реалізації функцій управління несприятливих ситуацій та наслідків, яка виявляється в неповноті або неточності інформації, а також у пов'язаних із цим витратах і результатах.

Виходячи із цього, *стратегічним ризиком*, на наш погляд, виступає неможливість вищого керівництва організації врахувати поведінку конкурентів у виробленні власної стратегії. Адже *стратегія* всякої організації щодо *ризик* продиктована стратегією діяльності останньої. І чим агресивнішою виступає стратегія певного підприємства, тим вищим установлюється цільовий показник і тим вищим буде ризик. За агресивної стратегії організації межею можливих втрат вважають, як правило, капітал підприємства, а за консервативної стратегії – прибуток останнього.

Узагалі *ризик* в управлінні будь-якою організацією розглядається, на наш погляд, принаймні в чотирьох іпостасях: *по-перше*, як ситуативна характеристика управлінської діяльності, що полягає в невизначеності результатів і можливих негативних наслідках у разі невдачі; *по-друге*, як певна подія або низка споріднених випадкових подій, що призводять до збитків і втрат в організації; *по-третє*, як можливість позитивних або негативних відхилень показників діяльності організації від передбачених середніх значень; *по-четверте*, як вірогідність досягнення позитивного чи негативного проєктного результату залежно від характеру впливу зовнішніх і внутрішніх чинників, які зумовлюють ступінь невизначеності управлінської діяльності. *Ризик* у управлінні будь-якою організацією притаманні, на нашу думку, і такі характерні ознаки, як соціально-економічна природа та об'єктивність прояву; вірогідність реалізації й невизначеність наслідків; негативність наслідків і ступіневистимість вимірності; нестабільність і динамізм зміни наслідків; суб'єктивність оцінювання, різний рівень повноти й достовірності інформаційної бази. Більше того, *ризик-менеджменту* організації притаманна також і функціональна природа, що надає змогу більш системно розкривати його суть.

Так, наприклад, *інноваційна функція* ризику стимулює пошук нетрадиційних підходів до розв'язання ризикових ситуацій, які стоять перед менеджментом організації; *аналітична функція* ризику зумовлює необхідність проведення наукових розвідок щодо визначення альтернативних варіантів при прийнятті рішень із зниження ступеня їх впливу на діяльність організації; *регулятивна функція* ризику має суперечливий характер і виступає в *двох формах*: а) конструктивній, що передбачає подолання невизначеності шляхом упровадження нових способів, які ламають загальноприйняті стереотипи; б) деструктивній, що не враховує дію об'єктивних закономірностей і наявну інформацію стосовно динаміки розвитку виробничих процесів і явищ; *захисна функція* ризику виявляється в забезпеченні соціально-економічної стабільності організації, що надає можливість її менеджменту здійснювати виправданий ризик у перебігу реалізації цілей діяльності підприємства.

У теорії сучасного *ризик-менеджменту* відомі й різноманітні види ризику, зокрема, такі як виробничий, комерційний, фінансовий, кредитний, підприємницький, інвестиційний, страховий тощо, що не враховують функціональної діяльності сучасних організацій (підприємств, установ і закладів), що функціонують в умовах ринкової економіки та воєнного стану. Виходячи із цього, пропонується системна *типологічна матриця* наявних ризиків, яка базується головним чином на функціональних сферах соціально-економічної діяльності підприємств і організацій різних видів діяльності та форм власності в умовах ринкової економіки та воєнного стану, що схематично може бути подана на прикладі рис. 1 [5, с. 369–370].

Що ж стосується власне *стратегії управління ризиком*, то вона завжди спрямована на визначення керуючим суб'єктом декількох альтернатив при ухваленні управлінських рішень, вибір котрих здійснюється, як правило, в умовах обмежених ресурсів. Тому *стратегія ризик-менеджменту* організації є не простим переліком управлінських функцій у перебігу досягнення запланованих організаційних цілей. Вона не тільки формується вищим керівництвом і пронизує всю діяльність організації на основі впровадження єдиного скоординованого підходу до управління ризиковими подіями і процесами, а й дозволяє істотно зменшувати їхній рівень.

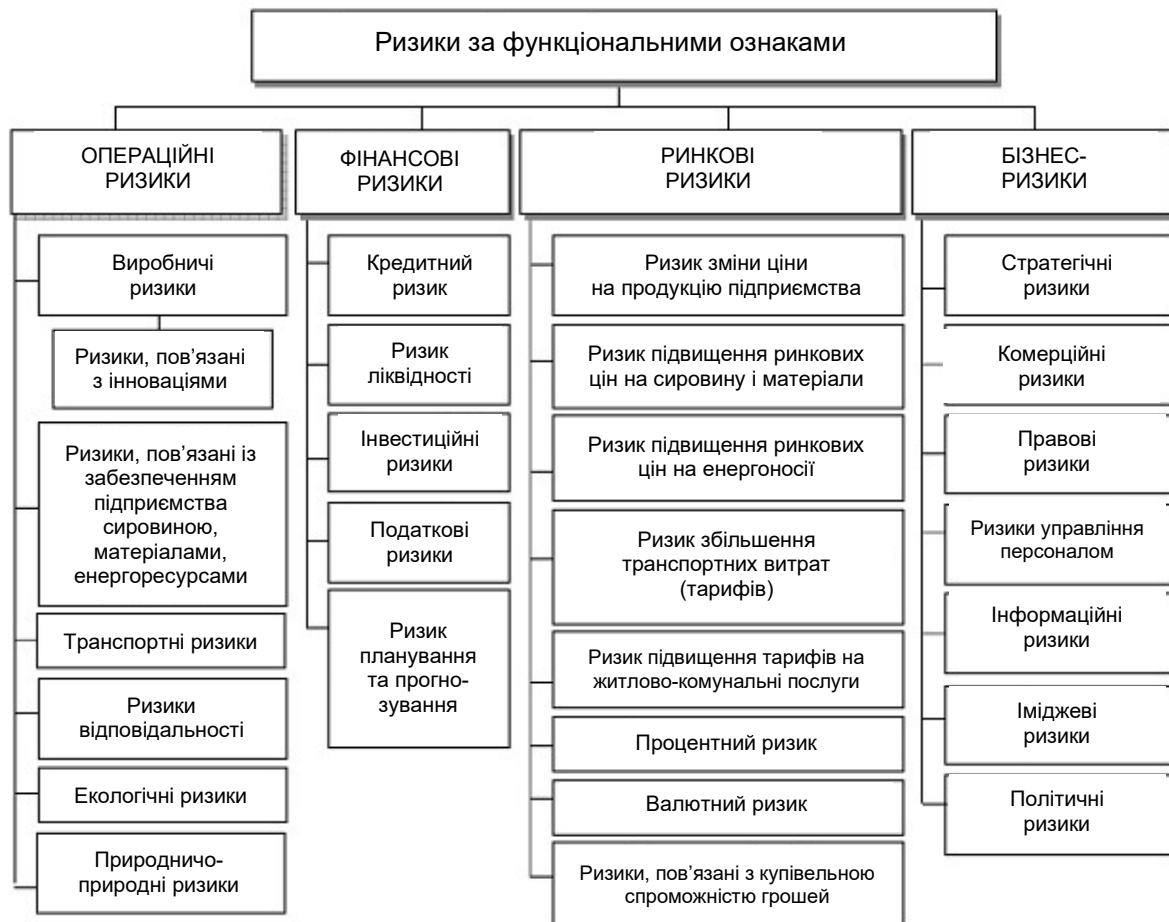


Рис. 1. Типологія ризиків за сферами діяльності

Під *стратегією управління ризиками* розуміється певний напрям і водночас спосіб використання менеджментом організації наявних ресурсів, особливо кадрових, матеріальних і фінансових, заради досягнення стратегічних цілей. Стратегія ризик-менеджменту організації як сукупність антикризових заходів, правил і обмежень нагадує мистецтво її керівництва з управління ризиком у складних умовах невизначених господарчих ситуацій, заснованого не лише на прогнозуванні ризику, а й використанні ефективних методів їх зниження, особливо, в умовах воєнного стану. Для побудови стратегії ризик-менеджменту організаційних формувань важливим є визначення всіх чинників, які можуть вплинути на відхилення від встановлених стратегічних цілей. Стратегія ризик-менеджменту будується на стратегічних цілях і завданнях, які визначають за результатами аналізу зовнішнього й внутрішнього середовищ підприємства та зовнішнього й внутрішнього контексту ризику. Для цього затверджують ключові показники успіху та ключові показники ризику, які є основою планування стратегії ризик-менеджменту у вигляді заходів впливу на ризик.

Причому формування *стратегії ризик-менеджменту* організацій в умовах воєнного стану зумовлена нестабільністю зовнішнього середовища та законодавства; невизначеністю політичної, соціально-економічної, гуманітарної та військової ситуації; суперечливістю й неточністю інформації, що надається; невизначеністю цільових орієнтацій, інтересів і поведінки суб'єктів управлінських відносин, зміною владних структур, істотною руйнацією інфраструктури тощо. Таким чином, процес вироблення стратегії ризик-менеджменту містить певні заходи й правила, на базі котрих приймаються антикризові рішення та визначаються адекватні методи розв'язання ризикових подій і ситуацій (рис. 2).

Натомість ефективна *стратегія ризик-менеджменту* підприємств, які діють в умовах воєнного стану, базується не лише на ключових принципах максимального виграшу, оптимальної волатильності, імовірності результату, раціонального поєднання прогнозованого виграшу та величини ризику, а й включає визначений алгоритм організаційно-управлінських дій у межах таких етапів: *на першому етапі* відбувається виявлення ризику із супутньою оцінкою вірогідності його реалізації та масштабу наслідків; *на другому* – здійснюється розроблення ризик-стратегії з метою зниження ймовірності реалізації ризику та мінімізації можливих негативних наслідків; *на третьому* – обираються відповідні методи, засоби й методичні інструменти управління виявленим ри-

зиком; *на четвертому* – провадиться реалізація ризик-стратегії, тобто здійснюється безпосереднє управління ризиком; *на п'ятому* – оцінювання досягнутих результатів, а за необхідності й коригування сформованої ризик-стратегії. Як вважає більшість дослідників, ключовим етапом ефективного ризик-менеджменту є все ж таки етап вибору адекватних методів, способів і засобів управління ризиком.



Рис. 2. Схема формування стратегії ризик-менеджменту організації

Серед базових *методів ризик-менеджменту* підприємств, що діють в умовах воєнного стану, виділяють, як правило, такі: а) відмова від ризиків, б) зниження ризику, в) передача ризику, г) розподіл ризику, д) ухвалення ризику. При цьому сучасний ризик-інструментарій є значно ширший, який включає політичні, організаційні, правові, економічні, соціальні інструменти, причому ризик-менеджмент як система допускає можливість одночасного застосування кількох методів управління ризиками на промисловому підприємстві. Але найбільш вживаним інструментом ризик-менеджменту організації у період воєнного стану вважають все ж таки *страхування*, яке передбачає, наприклад, передачу відповідальності за відшкодування певного збитку сторонній організації (страховій компанії). Прикладами інших інструментів можуть бути відмова від надмірно ризикової діяльності (метод відмови), профілактика, диверсифікація й хеджування (тобто методи зниження рівня ризику шляхом розподілу та поєднання), аутсорсинг витратних ризикових функцій (метод передачі підприємством частини своїх функцій або процесів стороннім виконавцям на умовах субпідряду), формування резервів або запасів (метод ухвалення).

Водночас *стратегія управління ризиком* організаційних формувань передбачає не лише планування, а й здійснення відповідних заходів, які сприяють, з одного боку, зменшенню рівня ймовірності негативних наслідків, а з іншого – збільшенню вірогідності позитивних результатів діяльності організації у перебігу реалізації визначених цілей. Стратегія ризик-менеджменту будь-якої організації в умовах воєнного стану зумовлює й необхідність удосконалення технологій прийняття управлінських рішень, а також методів їх реалізації відповідно до конкретних обставин ризикової ситуації, що склалася. Типовими заходами стратегії ризик-менеджменту організації щодо запобігання ризиковим ситуаціям є такі: планування дій у позаштатних ситуаціях шляхом використання методів перевірки стійкості системи, коригування параметрів певного проєкту, формалізованого опису невизначеності; наявність у структурі організації координаційного центру на випадок позаштатних ситуацій; утворення соціальних механізмів захисту інтересів учасників виробничої діяльності; запобігання неправомірним або загрозливим діям з боку окремих учасників соціально-виробничих відносин тощо [5, с. 397–399].

Аналіз показує, що ефективний *ризик-менеджмент* організації являє собою науково *обґрунтовану систему управління ризиком*, яка містить стратегію й тактику управління підприємством, спрямовану на досягнення стратегічних, тактичних і поточних оперативних цілей і завдань діяльності останнього. Відповідно *стратегічне управління ризиком* на підприємстві орієнтоване в основному на забезпечення довгострокового сталого існування організації від 5 до 10 і більше років, що передбачає визначення рівнів ємності ризиків і певного «ризик-апетиту». Такі порогові значення фіксуються в організаційних положеннях, які встановлюють стандарти ризик-менеджменту підприємства. При цьому стратегічний ризик-менеджмент реалізується й контролюється вищим менеджментом будь-якої соціальної організації. *Тактичне управління ризиком* на підприємстві спрямоване на реалізацію стратегії управління ризиками за допомогою відповідних методів, спо-

собів і процедур у часових рамках від 1 до 3 або 5 років. Таке управління реалізується менеджментом середньої ланки організації або спеціальним комітетом з ризик-менеджменту, оскільки *тактика* визначає конкретні й адекватні методи і прийоми досягнення поставленої мети в конкретних умовах. Завдання тактики з управління ризиком полягає у виборі оптимального рішення та визначення найбільш прийнятних у конкретній ситуації методів управлінського впливу згідно з визначеним ступенем толерантності щодо ризику. Водночас *оперативне управління ризиком* на підприємстві передбачає виявлення та кількісно-якісне оцінювання ризикових ситуацій, реалізацію впливу управлінських рішень на ризикові процеси, а також контроль і моніторинг ризиків у перебігу діяльності організації в часових межах від 1 місяця до 1 року. Таке управління здійснюється керівництвом низової ланки управління або спеціальним структурним підрозділом з ризик-менеджменту, спираючись на щоденну діяльність інших підрозділів. Ризик і дохід тісно в цьому сенсі пов'язані між собою й зумовлюють одне одного. Причому великі доходи спричиняють і великі ризики й навпаки. Кожний керуючий суб'єкт у межах управлінської ієрархії певної організації визначає свій допустимий рівень ризику та несе за нього персональну відповідальність.

Таким чином, концептуальний підхід до вироблення *стратегічної позиції управління ризиком* в умовах воєнного стану полягає в такому: *по-перше*, у передбаченні та виявленні можливих наслідків виробничо-господарської діяльності в ризиковій ситуації; *по-друге*, у виробленні адекватних і конкретних заходів щодо запобігання або зменшення розмірів збитку від впливу непередбачених ризикових обставин; *по-третє*, у реалізації такої стратегії ризик-менеджменту підприємства, яка не тільки дозволяє найбільш оперативним чином нейтралізувати або компенсувати ймовірні негативні результати, але й максимально використовувати наявні можливості з метою отримання високого підприємницького доходу.

При цьому ефективна стратегія *ризик-менеджменту* базується, на нашу думку, як правило, на трьох основних чинниках: 1) на раціональній системі управління ризиками; 2) на обґрунтованій системі ідентифікації та вимірювання ризиків; 3) на чіткій системі супроводження, моніторингу та контролю за ризиками. Причому *ризик* у межах теорії ризик-менеджменту організацій трактується здебільшого вірогідною подією, у перебігу настання котрої можуть відбуватися позитивні, нейтральні та негативні наслідки. Наприклад, якщо *ризик* припускає наявність як позитивних, так і негативних результатів, то його зараховують до *спекулятивних*. Якщо ж наслідки негативні, або відсутні взагалі, то такий ризик називають *чистим*. Звідси випливає, що головним напрямом стратегічної позиції ризик-менеджменту будь-якої соціальної організації є насамперед підвищення рівня конкурентоспроможності основної виробничої діяльності господарюючих суб'єктів шляхом їх захисту від реалізації чистих ризиків.

Тому *стратегія ризик-менеджменту* організації в умовах воєнного стану має ґрунтуватися головним чином на таких *трьох базових поняттях*, як: корисність, регресія та диверсифікація виробничо-господарської діяльності підприємства. *Ідея корисності* ризик-менеджменту була опрацьована в середині XVIII ст. швейцарським математиком Д. Бернуллі (1700–1782), який доповнив теорію вірогідності методом корисності (привабливості) результату певних подій. Його ідея полягала в тому, що в перебігу ухвалення рішень люди приділяють, як правило, більше уваги наслідкам отриманих результатів, ніж їхній вірогідності.

Аналізуючи поняття *регресії* в кінці XIX ст., англійський психолог Ф. Гальтон (1822–1911) пропонує вважати його універсальною статистичною закономірністю, яка передбачає повернення до середнього значення. Тобто суть регресії вчений трактував як процес повернення певних явищ до своєї норми. Згодом було доведено, що регресія як універсальна закономірність діє в різних ситуаціях: від розрахунку вірогідності нещасних випадків до прогнозу коливань економічних циклів. Щодо поняття *диверсифікації*, то в середині XX ст. американський економіст, лауреат Нобелівської премії Г. Марковіц (1927–2023) математично обґрунтував стратегію диверсифікації інвестиційного портфеля, показавши при цьому, як шляхом продуманого розподілу вкладень мінімізувати відхилення прибутковості від очікуваного показника.

Варто також зауважити, що *стратегія ризик-менеджменту* організації як *система управління* ризиковими процесами та ситуаціями складається з двох взаємопов'язаних між собою *підсистем*: 1) керованої підсистеми (або об'єкта управління); 2) керуючої системи (або суб'єкта управління). Причому суб'єкт і об'єкт ризик-менеджменту організацій взаємно доповнюють одне одного, як, наприклад, суб'єкти розумової та фізичної праці, тобто управлінської й виконавської діяльності членів будь-якої соціальної організації щодо передбачення, а також запобігання та розв'язання різних ризикових ситуацій. При цьому *об'єктом* ризик-менеджменту організації виступають різні елементи й частини організації, що сприймають вплив суб'єкта управління та підпорядковують його вимогам свою поточну виробничу діяльність, спрямовану на розв'язання ймовірних ризиків, ризикових вкладень капіталу чи організації соціально-економічних відносин між учасниками виробничих процесів у перебігу реалізації ризику.

Причому *суб'єктом ризик-менеджменту* або керуючою підсистемою є керівники й менеджери різних рівнів будь-якої організації, наділені правами прийняття рішень щодо розв'язання ризикових ситуацій, які за допомогою певних прийомів і способів управлінського впливу забезпечують

запобігання та розв'язання ризикових процесів, а також цілеспрямоване функціонування об'єкта управління або керованої підсистеми в цілому, що продемонстроване на рис. 3 [5, с. 32–36].

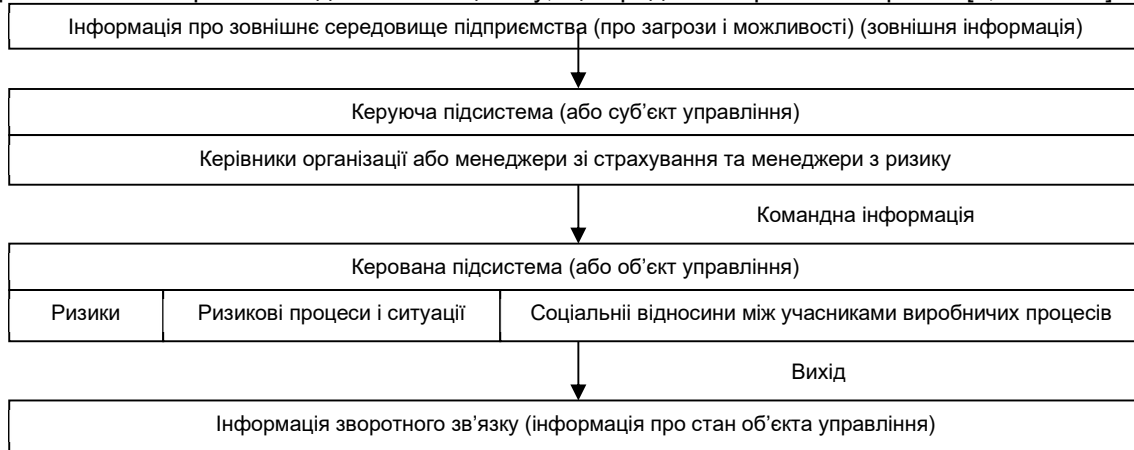


Рис. 3 Структурна схема системи ризик-менеджменту організації

Результати проведеного аналізу також засвідчують той факт, що в перебігу формування *стратегічної позиції* ризик-менеджменту організації, що функціонує в реальних умовах воєнного стану, виникає проблема розв'язання дилеми «ризик – прибуток», котра реалізується в межах двох основних стратегічних *моделей управління ризиками*, які формалізують ту чи іншу поведінкову стратегію керуючих суб'єктів у перебігу підготовки, ухвалення та реалізації ризикових управлінських рішень.

Перша стратегічна модель управління ризиковими процесами в умовах воєнного стану максимізує очікуваний керівництвом організації прибуток (Π) з одночасним обмеженнями рівня ризику (P) на основі встановлення максимально допустимого його значення (P_{\max}) (формули 1 і 2):

$$F(\Pi) \rightarrow \max; \quad (1)$$

$$P(x) \leq P_{\max}. \quad (2)$$

Така поведінкова стратегія учасника ринку означає свідоме взяття керівництвом організації максимально допустимого рівня ризику з метою максимального зростання прибутку завдяки таким чинникам: сприятливій ринковій кон'юктурі, тенденціям стійкого розвитку ринку і можливостям підприємства рухатися в напрямі покращення своїх позицій на ринку. Основним завданням ризик-менеджменту в межах цього підходу є недопущення ситуації переростання допустимого ризику в критичний або катастрофічний, який загрожує існуванню суб'єкта господарювання та призводить до банкрутства. За такого підходу розробляється не лише цільовий показник прибутку, а й відповідні регламентні процедури щодо обмеження певних ризиків у вигляді встановленої толерантності до наявних ризиків, з якими може стикатися менеджмент підприємства в перебігу діяльності останнього.

Друга стратегічна модель управління ризиковими процесами в умовах воєнного стану означає мінімізацію ризику на основі утримання показника прибутковості організації на певному рівні, не нижчому за завданий рівень (Π_{\min}) (формули 3 і 4):

$$F(P) \rightarrow \min; \quad (3)$$

$$\Pi(x) \geq \Pi_{\min}. \quad (4)$$

Таку поведінкову стратегію управління ризиком використовують у тому випадку, якщо розмір чистого прибутку, очікуваного та отриманого підприємством, влаштовує його керівництво, й основною метою котрого є стабілізація результатів діяльності загалом. Такого результату менеджмент організації досягає шляхом застосування адекватних і збалансованих методів і прийомів управління наявними активами й зобов'язаннями. Формалізована або неформалізована стратегії управління надають змогу визначити наявні ризики, що стоять на шляху реалізації тієї чи іншої стратегії. Рівень обмежень на ризики за умов використання цього підходу є набагато вищий, що є свідченням установленого ризик-апетиту. Така стратегія може бути й наслідком у випадку низьких можливостей для розвитку підприємства на існуючому ринку, а також за відсутності можливостей виходу останнього на нові ринки [6, с. 65–66].

Водночас результати проведеного обстеження проблеми формування стратегічної позиції ризик-менеджменту низки вітчизняних підприємств і організацій в умовах воєнного стану дають підстави для виокремлення складових стратегічної позиції ризик-менеджменту організаційних формувань та побудови на цій основі найбільш адекватної *інформаційно-логічної концептуальної моделі* стратегічного ризик-менеджменту. Зазначена модель надає змогу вищому менеджменту, менеджерам різних ієрархічних рівнів управління та менеджерам різних функціональних напрямів діяльності промислових підприємств і різних організацій запроваджувати ефективний механізм виконання організаційно-управлінських цілей, функцій і завдань, спрямованих на вирішення цілої низки проблемних виробничих питань, пов'язаних із передбаченням, запобіганням, а в разі необхідності й розв'язанням складних ризикових явищ, процесів, подій і ситуацій, що виникають на підприємстві в умовах воєнного стану. Ця модель стратегічного ризик-менеджменту містить 26 цілеспрямованих і агрегованих між собою тематичних блоків інформаційного, змістовного, оціночного, нормативного, довідкового, методичного та розрахункового характеру, які схематично подано на рис. 4.

Блок 1 передбачає постановку завдання щодо створення в межах системи управління промислової організації спеціальної підсистеми ризик-менеджменту на чолі з керівником підприємства або його заступником. На цьому етапі проводиться генерування ідей, а також прийняття відповідних рішень щодо привабливості й відбору слухних ідей, на основі котрих формулюються завдання.

Блоки 2–6 презентують систему бізнес-управління підприємством, що безпосередньо взаємодіють із зовнішнім середовищем організації (блок 5) і забезпечують координацію управління ризиками на підприємстві (блок 6).

Блоки 7–9 являють собою комплекс відповідних заходів, у ході реалізації котрих здійснюється моніторинг діяльності підприємства та середовища його оточення, визначення та ідентифікація внутрішніх і зовнішніх чинників ризику, побудова дерева цілей організації, спрямованих на збільшення ймовірності ефективної її діяльності через зниження ступеня впливу чинників ризику до прийняттого для керівництва організації рівня.

Блоки 10–19 містять різноманітні процедури аналізу та оцінювання масштабів, типів і рівня складності ризиків, зокрема, такі як організації експертної групи, квантифікації дерева цілей, ранжування факторів ризику, оцінювання його ймовірності, вставлення рівня тощо.

Блоки 11–18 утворюють своєрідне методичне ядро підсистеми ризик-менеджменту підприємства, яке забезпечує проведення експертизи та оцінювання ризиків, які виникають у перебігу функціонування підприємства.

Блоки 20–24 становлять єдину базу даних змістовної, нормативно-довідкової та методичної інформації щодо ризикових, явищ, процесів і ситуацій, яка в перебігу функціонування підсистеми ризик-менеджменту підприємства формується та накопичується в межах кожного блоку цієї моделі та передається для зберігання й використання в процесі управління ризиками на підприємстві.

Блок 25 забезпечує протокольне обстеження ризиків (які виникають під час діяльності підприємства), їх фіксацію за дев'ятьма основними чинниками, що виявляються в перебігу ранжування (блок 13), а також додаткове обстеження (блоки 14–18). Ці дані становлять так званий рейтинговий лист (блок 9), який містить предметний перелік найбільш критичних параметрів ризикових ситуацій за кожним оцінювальним цільовим орієнтиром (або напрямом), який направляє менеджменту організації для здійснення координації процесів управління ризиком (блок 6).

Блок 26 забезпечує формування керуючих впливів менеджменту організації на ризикові ситуації шляхом вироблення антиризикових заходів, а також підготовки, ухвалення та реалізації адекватних управлінських рішень щодо запобігання небажаному розвитку ризикових подій і зниження їх рівня в організації, а також зменшення величини збитків до попередньо прийнятних значень.

Варто також зауважити, що подібного роду структурні утворення процесуального управління ризиками створені в багатьох провідних країнах світу, зокрема в Канаді (*Canada Risk Management System (C&U) S&L*, 1997 СЛН/С&Л-Р850-97), а також у ряді європейських і азійських країн світу [4, с. 3–11]. Аналогічну структуру процесу управління ризиковими ситуаціями створили й вітчизняні науковці, які на підставі вивчення міжнародних стандартів і врахування багаторівневої процесуальної системи Міноборони України, спрямованої на вивчення середовища безпеки, планування сил, ресурсів і оцінювання ризиків, запропонували інтегрований варіант блок-схеми та алгоритм управління ризиками на основі шести базових процедур, для кожної з котрих розроблені відповідні методики, орієнтовані на досягнення визначених цілей [1, с. 112–156].

Ключовим компонентом інтегрованої моделі управління ризиками є процедури оцінювання ризиків і опрацювання системи показників для оцінювання рівня ризикових ситуацій. *Оцінювання ризиків* – це процедура формування висновків, яка передбачає оцінювання вихідних даних для прийняття рішень: 1) стосовно завдань Збройних Сил України й інших складових сил оборони за умов наявних та можливих викликів і загроз на довгострокову перспективу; 2) необхідних спро-

можностей, яких треба досягти з урахуванням наявного їх стану та можливостей держави задовольнити потреби оборони; 3) перспективного складу військ (або сил) і концептуальних поглядів на стратегію його досягнення шляхом утримання, нарощування, формування нових чи позбавлення від зайвих; 4) вихідних даних для стратегічного планування забезпечення військових формувань (цілей, основних завдань, ресурсів тощо); 5) прийнятних ризиків досягнення необхідних спроможностей сил оборони та заходів з їх мінімізації.

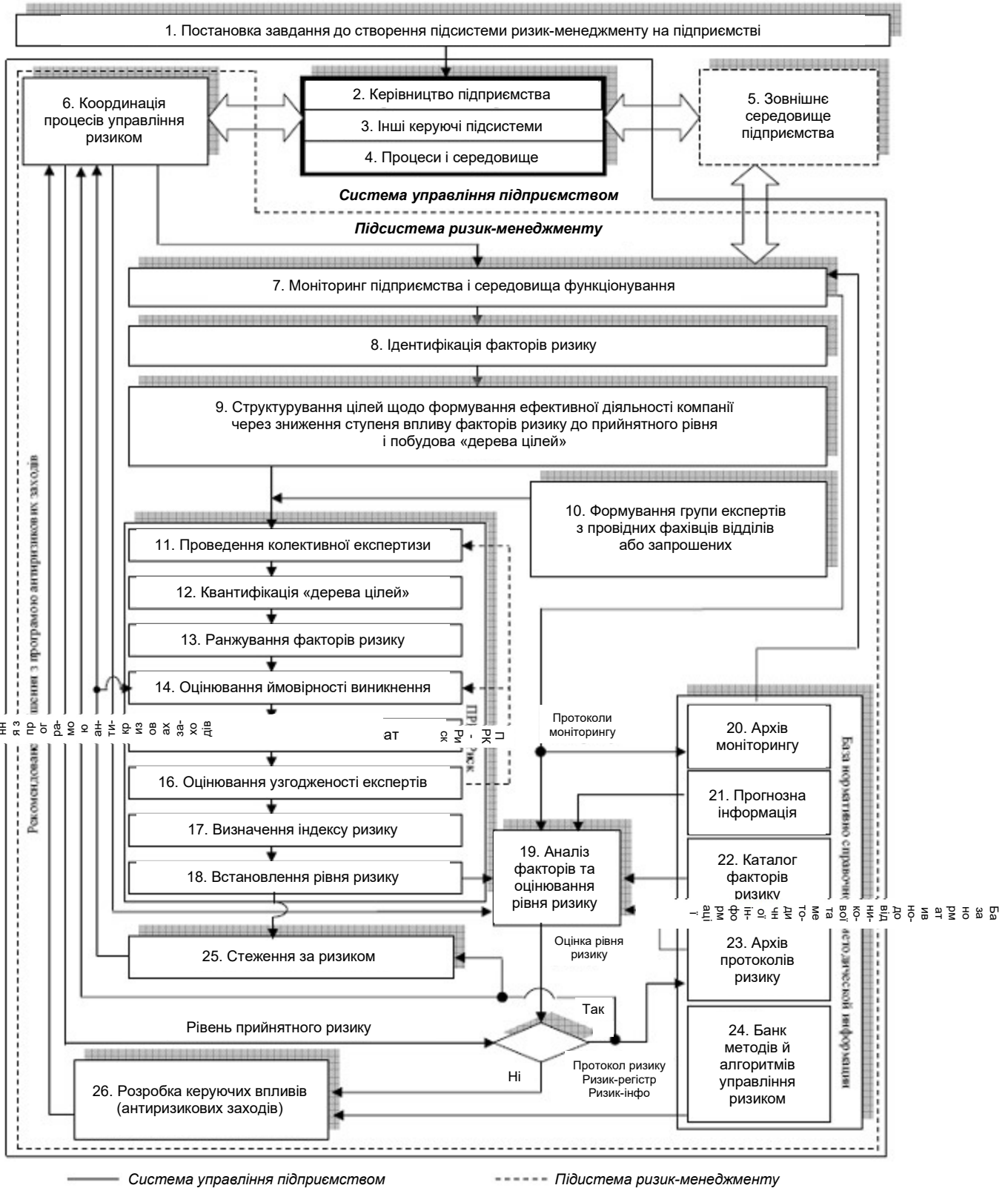


Рис. 4. Інформаційно-логічна модель стратегічного ризик-менеджменту

Розроблення показників оцінювання рівня ризиків ґрунтується на дотриманні таких основних вимог: *по-перше*, побудови цих показників на основі теорії ймовірностей, оскільки ризики є категорією ймовірною, *по-друге*, визначення різних за змістом та формою показників ризику, що дозволяють урахувати всі можливі сценарії розвитку небезпечних подій. До системи показників ризику належать і такі показники, як ймовірності настання втрат; абсолютної величини можливих втрат; інтегральні показники ризику; порівняльні показники різних рівнів ризику. Структура системи показників ризику, як свідчить аналіз, залежить також від обраного методу оцінювання, основними серед них вважаються такі: ймовірнісний, статистичний, ймовірнісно-статистичний, інтегральний, очікуваних збитків, експертний, аналітичний та імітаційного моделювання. Через велику кількість методів аналізу ризику їх потрібно детально аналізувати, щоб обрати найбільш прийнятний залежно від поставленої мети. Завданнями оцінювання ризиків має бути гарантоване забезпечення стійкості держави на рівні величини прийнятного ризику, адже загрози настання ризикових ситуацій завжди реально існують, тоді як ресурси для їх відвернення завжди обмежені.

Необхідно зазначити, що прийнятний рівень соціальної безпеки – це насамперед захист від певних ризиків і загроз, дестабілізуючий (або руйнівний) ефект котрих є найбільш небезпечним для стійкості системних елементів і зв'язків між ними. Для визначення прийнятного рівня безпеки необхідно насамперед оцінити рівні ризиків, тобто виявити ті види діяльності, у яких власне й виникають ці рівні, а також не тільки проаналізувати причини їх появи, оцінити ступінь кожного з них, а й виявити ймовірність настання ризикової події. Після визначення переліку прийнятних ризиків слід оцінити й міру їхньої ймовірності, тобто припустити їх ймовірну реалізацію та масштаби можливих негативних наслідків (або збитків). Усі ризики оцінюються, як правило, одним і тим самим способом.

Після процедур щодо виявлення й оцінювання ризиків рекомендовано здійснити ще два кроки: *перший* – розрахунок показників, які характеризують ризики, визначення фінансових показників і результатів управління ризиками за допомогою показника «економічного ефекту», який показує перевищення результатів управління ризиками над витратами у процесі управління ними; *другий* – контроль і коригування планів для досягнення основних показників певного процесу. За досвідом минулих оборонних оглядів основними показниками для оцінювання військових формувань вважали, зокрема, такі: 1) завдання мирного та воєнного часу на плановий період; 2) пріоритетні цілі розвитку військових формувань; 3) перелік основних оборонних програм; 4) аналіз стану та оцінювання тенденцій розвитку військових структур; 5) основні показники забезпечення потреб оборони матеріальними, фінансовими й людськими ресурсами; 6) мета, завдання, строки та порядок розроблення, узгодження й затвердження планових документів тощо.

Причому співвідношення кількості необхідних спроможностей до їх загальної кількості за всіма сценаріями є *коефіцієнтом достатності*. Чим ближче коефіцієнт достатності до одиниці, тобто чим більшим є дефіцит спроможностей, тим меншою є наявна спроможність виконання завдання за визначеним сценарієм, і навпаки: чим він є ближчим до нуля, тим більшою є наявна спроможність виконання завдання. Іншим важливим показником оцінювання ризиків є *коефіцієнт дефіциту вартості*, що ґрунтується на визначенні вартості досягнення необхідної спроможності. Його розраховують як співвідношення вартості дефіцитних спроможностей до загальної вартості спроможностей, яких не вистачає, або яких потрібно досягти визначеним складом сил безпеки й оборони (табл. 1).

Таблиця 1

Оцінка ризиків за коефіцієнтами

Коефіцієнт достатності	Коефіцієнт дефіцитної вартості				
	0,8–1	0,6–0,8	0,4–0,6	0,2–0,4	0–0,2
0–0,2	Н	Н	Н	Н	Н
0,2–0,4	С	С	С	С	Н
0,4–0,6	З	З	З	С	Н
0,6–0,8	З	З	З	С	Н
0,8–1,0	Е	З	З	С	Н

Отримані за цією таблицею коефіцієнти надають змогу керуючим суб'єктам оцінювати ризики для кожного складу сил оборони. Так, наприклад, за наявності настання значного або екстремального ризику необхідно не тільки переглянути визначені завдання, прогнозовані ситуації застосування певних сил оборони, визначені сценарії їх планування та їх спроможності, але й можливість залучення до виконання оборонних завдань додаткового фінансування з інших джерел на прогнозований період діяльності військових формувань. Натомість властивості *коефіцієнта дефіциту вартості* зворотні до властивостей *коефіцієнта достатності*: чим ближче він до нуля, тим менше коштів необхідно витратити для досягнення необхідних амбіційних спроможностей за сценарієм. Відповідно до методичних рекомендації Міністерства фінансів України (наказ від 14.09.2012 № 995), оцінювання ризиків може здійснюватися за критеріями ймовірності їхнього виникнення та суттєвості впливу на спроможність визначених військ (сил) виконувати покладені

на них завдання й функції для досягнення мети і стратегічних цілей. За цими показниками ризикам надаються відповідні рівні: «високий», «середній» або «низький» – з метою визначення та здійснення необхідних заходів для їх запобігання чи обмеження.

Причому управлінські рішення щодо реагування на небезпечні ризики приймають разом із визначенням допустимого (прийняттого) рівня ризику, що попри їх суб'єктивність залишається важливим заходом у процесі стратегічного планування розвитку спроможностей певних військових формувань. Щоб визначити прийнятний варіант стратегічного рішення, в умовах невизначеності зовнішнього середовища розробляється декілька таких варіантів такого рішення, як правило, не менше трьох. Під час прийняття остаточного рішення щодо способу реагування на небезпечний ризик доцільно враховувати такі чинники: 1) імовірність застосування рішення та його впливу на подальший перебіг подій; 2) витрати, пов'язані з реагуванням на певний ризик, порівняно з отриманою вигодою від зменшення його рівня; 3) можливість появи додаткових ризиків через обрання певного способу реагування.

Таким чином, проведений аналіз надав змогу сформуванню найбільш доцільний алгоритм стратегічної позиції ризик-менеджменту підприємств і організацій в умовах воєнного стану, який у загальному вигляді складається з таких *етапів*: 1) збирання та аналітичний огляд інформації про ризикові ситуації, що перманентно виникають; 2) визначення ймовірних ризиків при вкладанні ресурсів у виробництво; 3) аналіз різних варіантів отримання прибутку й ризиків його неотримання; 4) діагностика можливих стратегій управління ймовірними ризиковими ситуаціями; 5) вибір доцільної моделі стратегічного управління ймовірними ризиками; 6) використання адекватних методів і прийомів зниження ризиків у виробництві; 7) урахування соціально-психологічного сприйняття ризикових наслідків; 8) контроль за реалізацією стратегії управління ризиками на підприємстві; 9) оцінювання та коригування обраної стратегічної позиції управління ризиковими процесами. Саме такий алгоритм стратегії ефективного ризик-менеджменту може бути застосований принаймні в кожній соціальній організації в умовах воєнного стану, коли показник соціально-економічної ентропії (невизначеності) щоразу виказує доволі високий рівень.

IV. Висновки

Результати дослідження стратегічних чинників ризик-менеджменту соціальних організацій в умовах воєнного стану надають змогу сформуванню таких теоретичних та практичних положень:

1. Феномен *ризик* у сфері управління організаціями, як показав аналіз, виступає ситуативною характеристикою діяльності будь-яких соціальних суб'єктів, яка полягає в невизначеності її результату, а також у настанні несприятливих наслідків, що надає змогу трактувати цей феномен як об'єктивно вірогідність виникнення певних збитків або зниження відповідних доходів організації порівняно з прогнозованим варіантом визначення переліку ризиків за результатами проведення оборонного огляду; заходів управління ризиками.

2. Ризик в управлінні сучасними організаціями, які діють нині в умовах воєнного стану, найбільш доцільно розглядати керуючим суб'єктам у чотирьох основних значеннях: *по-перше*, як ситуативну характеристику управлінської діяльності, що полягає в невизначеності результатів і можливих негативних наслідках у разі невдачі; *по-друге*, як певну подію або низку споріднених випадкових подій, що призводять до збитків і певних втрат в організації; *по-третє*, як можливість позитивних або негативних відхилень показників діяльності організації від передбачених середніх значень; *по-четверте*, як вірогідність досягнення позитивного чи негативного проєктного результату залежно від характеру впливу зовнішніх і внутрішніх чинників, які зумовлюють ступінь невизначеності управлінської діяльності.

3. Під *стратегічною позицією управління* ризиками розуміють найбільш раціональний спосіб використання менеджментом організації наявних ресурсів, особливо людських, матеріальних і фінансових, у перебігу досягнення стратегічних цілей. Цьому способу відповідає стратегія ризик-менеджменту організації, тобто певний перелік правил і обмежень як у перебігу підготовки, так і в процесі ухвалення антикризових рішень. Стратегічна позиція ризик-менеджменту нагадує скоріше мистецтво керівництва організації з управління ризиками в умовах невизначених виробничих і господарчих ситуацій, заснованих не тільки на прогнозуванні можливих ризиків, але й на впровадженні ефективних методів їх зниження, особливо в умовах воєнного стану.

4. *Стратегічні ризики* в умовах воєнного стану, як показує аналіз, досить швидко можуть завдавати значної шкоди будь-якій соціальній організації, наприклад, вони здатні істотно вражати напрацьовані ланцюги постачання товарів і сировини, надання послуг, інфраструктуру, технології, персонал, капітал, репутацію, базові корпоративні цінності тощо. Вони й досі перебувають за межами більшості програм управління ризиками підприємств, установ і організацій, оскільки їх важко прогнозувати та вимірювати, а також здійснювати їх моніторинг та управляти ними. Тому з метою ефективного розв'язання різноманітних ризикових ситуацій керівництво організацій має активно впроваджувати систему стратегічного ризик-менеджменту з притаманними їй методичними інструментами системного аналізу стратегічних ризиків, відстеження змін та візуалізації даних про їх розгортання в часі й просторі.

5. Визначення запобіжних заходів з нейтралізації виявлених ризикових ситуацій та управління ними передбачає проведення певних процедур, які дають змогу виявляти, оцінювати, відстежувати, запобігати, уникати чи мінімізувати негативні наслідки ризиків або знижувати (оптимізувати) ступінь їхнього впливу під час реалізації визначених цілей і завдань. Джерелами інформації для виявлення ризиків можуть бути: керівні вказівки, вихідні дані оборонних або контрольних оглядів; інформація, що міститься в бухгалтерських та інших нормативних документах, що виступає невід'ємною складовою стратегічного довгострокового планування та механізмом визначення заходів стосовно розвитку спроможностей організаційних формувань в умовах воєнного стану; прогнозні показники видатків державного бюджету на прогнозований період; перелік визначених за результативності огляду основних заходів тощо.

6. Стратегія ефективного ризик-менеджменту всякої організації, як засвідчив аналіз, базується на трьох основних чинниках: *по-перше*, на раціональній системі управління ризиковими подіями; *по-друге*, на науково обґрунтованій системі ідентифікації та вимірювання ризиків; *по-третє*, на продуктивній системі моніторингу ризикових процесів і ситуацій, а також на використанні таких *операціональних етапів*, як: а) аналітичний огляд наявної інформації про ризикову ситуацію, що склалася; б) визначення ймовірних ризиків при вкладанні ресурсів у виробництво товарів і послуг; в) розгляд різних варіантів отримання прибутку і ризиків щодо його неотримання; г) діагностика сильних і слабких сторін можливих стратегій управління ймовірними ризиковими ситуаціями; д) вибір задовільної моделі стратегічного управління ймовірними ризиками, що базується на адекватних методах зниження ризиків; є) урахування соціально-психологічного сприйняття ризикових наслідків; ж) оперативний контроль за реалізацією стратегії управління ризиковими процесами; з) оцінювання, а в разі необхідності корекція обраної стратегії управління ризиками.

7. Формування стратегічної позиції ризик-менеджменту вітчизняних підприємств і організацій в умовах воєнного стану має базуватися на впровадженні адекватної *інформаційно-логічної моделі* стратегічного ризик-менеджменту, яка надає змогу керівництву організацій запроваджувати ефективний механізм виконання організаційно-управлінських функцій, спрямованих на вирішення довгострокових і поточних проблемних питань, пов'язаних із передбаченням, запобіганням, а в разі необхідності й розв'язанням ризикових процесів, подій і ситуацій на підприємствах, яка містить 26 агрегованих тематичних блоків інформаційного, змістовного, оціночного, нормативного, довідкового, методичного та розрахункового характеру.

8. Основні положення й висновки проведеного дослідження не лише розширюють соціально-управлінські знання про передумови та механізми формування й запровадження адекватних і ефективних стратегій ризик-менеджменту організаційних формувань, що функціонують в умовах воєнного стану, але й виступають своєрідною базою не тільки для подальших наукових розвідок, а й для вироблення відповідних заходів на державному та регіональному рівнях управління з метою модернізації вітчизняних систем управління ризиковими процесами й ситуаціями, що виникають у різних сферах суспільного життя українського соціуму.

Список використаної літератури

1. Інтегрована модель управління ризиками. Київ : НУОУ, 2013. 156 с.
2. Качинський А. Б. Безпека, загрози і ризик: наукові концепції та математичні методи. Київ : 2003. 472 с.
3. Саганюк Ф., Павліковський А., Щипанський П., Павленко В. Оборонний огляд: український вимір 2014–2018 : монографія / за заг. ред. І. Руснака. Київ : НУОУ, 2019. 196 с.
4. Стрельбіцька Н. Становлення та розвиток міжнародних стандартів. *Вісник КНТЕУ*. 2008. № 6. С. 84–93; *Наука і оборона*. 2012. № 4. С. 3–11.
5. Туленков М. В., Чепак В. В., Яремчук С. С. Менеджмент соціальної організації (у питаннях і відповідях) : навч. посіб. Чернівці : ЧНУ імені Ю. Федьковича, 2023. 536 с.
6. Федулова І. В. Стратегія ризик-менеджменту. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*. 2019. Т. 1. С. 64–73.

References

1. *Intehrovana model upravlinnia ryzykamy* [Integrated risk management model]. (2013). Kyiv: NUOU [in Ukrainian].
2. Kachynskiy, A. B. (2003). *Bezpeka, zahrozy i ryzyk: naukovi kontseptsii ta matematychni metody* [Security, Threats and Risk: Scientific Concepts and Mathematical Methods]. Kyiv: KNEU [in Ukrainian].
3. Sahaniuk, F., Pavlikovskyi, A., Shchypanskyi, P., & Pavlenko, V. (2019). *Oboronnyi ohliad: ukrainskyi vymir 2014–2018* [Defense Review: Ukrainian Dimension 2014–2018]. Kyiv: NUOU [in Ukrainian].
4. Strelbitskaya, N. (2008, 2012). *Stanovlennia ta rozvytok mizhnarodnykh standartiv* [Formation and development of international standards]. *Visnyk KNTEU*, 6, 84–93; *Nauka i oborona*, 4, 3–11 [in Ukrainian].

5. Tulenkov, M. V., Chepak, V. V., & Yaremchuk, S. S. (2023). *Menedzhment sotsialnoi orhanizatsii (u pytanniakh i vidpovidiakh)* [Management of a social organization (in questions and answers): Study guide]. Chernivtsi: ChNU imeni Yu. Fedkovycha [in Ukrainian].
6. Fedulova, I. V. (2019). *Stratehiia ryzyk-menedzhmentu* [Risk Management Strategy]. *Menedzhment ta pidpriyemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia ta problemy rozvytku*, 1, 64–73 [in Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 14.01.2024.

Received 14.01.2024.

Aleshchenko V., Tulenkov M. Strategic Position of Risk Management of Social Organizations in Conditions of Martial Law

The aim of the study is to determine the content, main functions and strategic positions of risk management of enterprises and organizations in conditions of martial law and to substantiate the conceptual information-logical model of strategic risk management.

The research methodology is based on the use of a number of scientific approaches, including: systemic, genetic, critical, analytical, structural-functional, comparative and activity-based, to identify external and internal factors influencing the formation of the strategic position of risk management in conditions of martial law, as well as methods of analysis, synthesis, and generalization – to clarify the structural levels of the risk management system of organizations, and forecasting and modeling methods – for constructing an information-logical conceptual model of strategic risk management of modern organizations in conditions of uncertain and risky situations.

The results of the study consist in determining the substantive parameters, structure, functions, strategic positions, typological features, characteristics and indicators for assessing the effectiveness of risk management of organizations during martial law.

The scientific novelty of the obtained results lies in the formation of an information-logical conceptual model of risk management of organizational formations and the justification of a system of indicators for assessing its effectiveness during martial law.

The practical significance of the research results lies in the real possibility of applying the information-logical conceptual model of strategic risk management and the system of indicators for assessing its effectiveness in the practical activities of enterprises and organizations in conditions of martial law.

Key words: essence and typology of risk, content and nature of organizational risk management, strategic principles of risk management, stages of formation of the strategic position of risk management, strategic models of risk management in conditions of uncertainty, indicators of the effectiveness of risk management in the conditions of martial law.