

Міністерство освіти і науки України
Чорноморський національний університет імені Петра Могили
Національна академія наук України
Південний науковий центр НАН і МОН України
Інститут української археографії та джерелознавства
ім. М.С. Грушевського НАН України
Державний архів Миколаївської області
ДУ «Національний науковий центр радіаційної медицини НАМН України»
Донецький національний медичний університет
Technical University of Moldova (Moldova)
Jan Dlugosz University in Czestochowa (Poland)
Adam Mickiewicz University (Poland)
Leipzig University of Applied Sciences (Germany)
Rzeszow University of Technology (Poland)
Ca` Foscari University (Italy)



ОЛЬВІЙСЬКИЙ ФОРУМ – 2024:
стратегії країн Причорноморського регіону
в геополітичному просторі

XXI Міжнародна наукова конференція

ТЕЗИ

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЖУРНАЛІСТИКИ

20–23 червня 2024 р., м. Миколаїв, Україна

Миколаїв – 2024

Ольвійський форум – 2024 : стратегії країн Причорноморського регіону в геополітичному просторі. Актуальні проблеми журналістики : XXI Міжнар. наук. конф. 20–23 черв. 2024 р., м. Миколаїв : тези / М-во освіти і науки України ; ЧНУ ім. Петра Могили ; Нац. акад. наук України ; Півд. наук. центр НАН і МОН України ; Ін-т укр. археографії та джерелознавства ім. М. С. Грушевського НАН України ; Держ. архів Миколаївської обл. ; ДУ «Нац. наук. центр радіаційної медицини НАМН України» ; Донецький нац. медичний ун-т ; Technical University of Moldova (Moldova) ; Jan Dlugosz University in Czestochowa (Poland) ; Adam Mickiewicz University (Poland) ; Leipzig University of Applied Sciences (Germany) ; Rzeszow University of Technology (Poland) ; Ca` Foscari University (Italy). – Миколаїв : Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили, 2024. – 52 с.

Збірник містить тези доповідей учасників XVII Міжнародної науково-практичної конференції «Ольвійського форуму-2024 : стратегії країн Причорноморського регіону в геополітичному просторі. «Актуальні проблеми журналістики».

СЕКЦІЯ

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЖУРНАЛІСТИКИ

УДК 070.42:378.147.091.33.004

Сидоренко Т. В.,

канд. наук з соц. комун., доцент,

доцент кафедри журналістики,

ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

КОМПОНЕНТНА СТРУКТУРА ЦИФРОВОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ЖУРНАЛІСТІВ

Необхідність цілеспрямованого формування й розвитку ключових компетентностей для здобування освіти впродовж життя згідно Рекомендацій Європейського парламенту та Ради ЄС (2018 р.), що розглядається в контексті реформування системи освіти в Україні, стає основною причиною для переосмислення підходів до фахової підготовки здобувачів вищої освіти журналістської галузі. Розвиток інформаційних технологій унеможливорює діяльність сучасного журналіста без належного рівня сформованості цифрової компетентності, що зумовлює необхідність упевненого володіння навичками використання цифрових технологій.

Однією з ключових компетентностей для навчання впродовж життя, яку необхідно сформувати у журналіста нового покоління, є цифрова компетентність, котра ґрунтується на логічному мисленні, здатності управляти інформацією в цифровому просторі та використовувати цифрові інструменти в особистому житті та професійній діяльності.

Потреба подолання наявних проблем, які постають зараз перед системою освіти України, а саме: неналежний рівень сформованості цифрової компетентності всіх учасників освітнього процесу, відсутність якісного освітнього контенту для здобуття освіти в цифровому форматі, застарілий зміст освіти тощо сприяли розробці «Концепції цифрової трансформації освіти і науки на період до 2026 року: проект» підготовленої Міністерством освіти і науки України. У документі наголошується на необхідності здійснити цифрову трансформацію закладів освіти задля забезпечення формування цифрових компетентностей у всіх учасників освітнього процесу, зокрема, здобувачів освіти, педагогічних і науково-педагогічних працівників; забезпечення педагогічних і науково-педагогічних

працівників сучасними робочими місцями з цифровим обладнанням; надання всім учасникам освітнього процесу доступу до цифрового контенту для особистісного і професійного розвитку та навчання протягом життя [3].

Проблему формування цифрових компетентностей здобувачів вищої освіти розглядали С. Алексєєва, Н. Арістова, В. Гриньова, Л. Калініна, О. Малихін, О. Сухомлін та ін. У розрізі цифрових компетенцій журналістів цікавими та важливими є наукові праці Л. Башманівської, В. Башманівського, Л. Шевцової [1]; Л. Давидової, Л. Зайко [2]; О. Наливайко, О. Манченко, О. Рудченко [4]; Я. Фрутової [5]; С. Шевчук [6] та ін.

Так, у публікації Л. Башманівської, В. Башманівського, Л. Шевцової науковцями зроблено спробу дослідити проблему формування інформаційно-комунікаційної компетентності майбутніх журналістів як важливого показника професійної підготовки висококваліфікованих фахівців. Розроблено модель формування інформаційно-комунікаційної компетентності студентів-журналістів [1].

Автори Давидова Л. В. і Зайко Л. Я. слушно зазначають необхідність формування у журналістів навичок цифрової безпеки, ролі журналістів у формуванні нових соціальних сенсів, дотриманні професійних стандартів у висвітленні конфіденційної інформації та ін. [2].

Питання розвитку цифрових компетентностей майбутніх журналістів розглядалися у наукових публікаціях О. Наливайко, О. Манченко, О. Рудченко [4]. Автори вважають її однією з провідних компетенцій. Професійну компетентність фахівців із журналістики та інформації досліджувала Я. Фруктова. Серед ключових компетенцій журналістів вона відзначає соціально-комунікативну компетенцію, що характеризує володіння інформаційними технологіями [5]. На думку С. Шевчук, стрімкий прогрес у сфері засобів комунікації відкриває нові й доступні інформаційні технології, створює можливості для вдосконалення й оновлення засобів поширення інформації. Коли донедавна знання з вебтехнологій долучали до сфери компетенції вузького кола ІТ-спеціалістів, сьогодні це серйозний інструмент у роботі видавця, рекламіста й журналіста [6].

За основу приймаємо визначення поняття «цифрова компетентність», надане в «Європейській рамці для цифрової компетентності освітан: DigCompEdu» (2017 р.): «... упевнене, критичне та творче використання ІКТ для досягнення цілей, пов'язаних з роботою, працевлаштуванням, навчанням, дозвіллям, інклюзією та/або участю в житті суспільства» [7, с. 90]. Для майбутніх журналістів

– це здатність критично і творчо використовувати цифрові технології під час професійної діяльності.

Розглянемо компонентну структуру цифрової компетентності бакалаврів журналістської галузі. В її структурі можна виділити чотири структурні компоненти: мотиваційно-професійний, когнітивно-цифровий, інструментально-цифровий, рефлексійно-цифровий.

Так, *мотиваційно-професійний компонент* цифрової компетентності здобувачів освіти журналістської галузі включає мотивацію досягнення успіху в професійній діяльності й ціннісне ставлення до інновацій в освітній діяльності (у тому числі й інформаційно-комунікаційних технологій). Сучасні випускники журналістської спеціальності повинні володіти готовністю до навчання, формувати віртуальне чуття для роботи з контентом і цільовою аудиторією.

Когнітивно-цифровий компонент структури цифрової компетентності передбачає наявність у здобувачів вищої журналістської освіти глибоких знань у галузі інформаційно-комунікаційних технологій, усвідомлення важливості захисту власної персональної інформації й персональної інформації інших, свідоме ставлення до правових і етичних норм її використання в сучасному інформаційному просторі. Відповідно до специфіки журналістської діяльності, майбутній фахівець має вміти застосовувати різноманітні цифрові пристрої, встановлювати й працювати з різними операційними системами, цифровими сервісами й інструментами, критично оцінювати достовірність і надійність джерел інформації, обробляти і зберігати інформацію та контент у цифрових середовищах, презентувати власні доробки тощо.

Складниками *інструментально-цифрового компонента* цифрової компетентності здобувачів вищої освіти журналістської спеціальності виступають здатність орієнтуватися в інформаційному просторі, здійснювати пошук і критично оцінювати інформацію, оперувати нею в професійній діяльності; ефективно використовувати наявні та створювати нові електронні (цифрові) ресурси; використовувати цифрові інструменти і сервіси для успішного здійснення різних спектрів професійної діяльності. Важливою є здатність до ефективної взаємодії з усіма учасниками в інформаційному просторі.

До складників *рефлексійно-цифрового компонента* цифрової компетентності майбутніх журналістів відносимо стресостійкість, здатність до аналітичного мислення, критичного мислення, здійснення рефлексії професійної діяльності щодо використання константно оновлюваних інформаційно-комунікаційних технологій.

Під впливом процесу інформатизації й цифровізації складається нова ситуація в суспільстві та формуються нові вимоги до системи

освіти та підготовки здобувачів журналістської спеціальності, які після здобуття вищої освіти будуть здатні й готові адаптуватися до швидко змінюваних умов, працювати творчо, мати високий рівень професійної компетентності (у тому числі цифрової), креативно підходити до вирішення різних професійно-орієнтованих ситуацій, а також організовувати свою діяльність на інноваційній основі.

Сучасність вимагає робити ставку на штучний інтелект і сучасні методи представлення контенту. Для швидкої інтеграції зі штучним інтелектом основними компетенціями є інноваційність, здатність до роботи у команді, мультизадачність. Велику увагу слід приділяти soft skills, тому що ці навички допомагають майбутнім журналістам стати більш універсальними та ефективними у командній роботі. А ще штучний інтелект прискорює розвиток таких професій у цифрових медіа як рілзмейкер, інфлюенсер, T-shaped фахівець та ін.

Розвиток цифрових технологій актуалізує знання та навички у питаннях професійної адаптації журналістів до технологічної еволюції цифрових технологій, захисту від створення глибинних підробок, впливу дезінформації на свідомість аудиторії та ін. [2].

Отже, необхідність застосовувати в освітньому процесі інформаційно-комунікаційні та цифрові технології пояснюється тим, що вони надають змогу зробити його не лише мобільним, а й забезпечити його побудову на засадах реалізації принципів індивідуалізації та диференціації навчання. Сформувати готовність адаптуватися та розвиватися відповідно до потреб сучасного ринку цифрових медіа.

Важливість формування у майбутніх журналістів цифрової компетентності як однієї з ключових компетентностей для навчання протягом життя зумовлюється швидкими темпами цифровізації всіх сфер діяльності людства, непередбачуваними глобальними впливами, а також широким використанням цифрових технологій у професійній сфері.

Список використаних джерел

1. Башманівська Л. Я., Башманівський В. І., Шевцова Л. С. Формування інформаційно-комунікаційної компетентності як компонент підготовки майбутніх журналістів. Інформаційні технології і засоби навчання. 2020. Т.76.№2. С.30-42. URL: <https://journal.iitta.gov.ua/index.php/itlt/issue/view/105>
2. Давидова Л.В., Зайко Л. Я. Цифрова безпека як складник професійної діяльності журналістів. URL:

<http://dspace.megu.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/2545/1/%D0%94%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%9B.%20%D0%92..pdf>

3. Концепція цифрової трансформації освіти і науки: МОН запрошує до громадського обговорення. Міністерство освіти і науки України. URL: <https://mon.gov.ua/ua/news/konceptiya-cifrovoyi-transformaciyi-osviti-i-nauki-mon-zaproshuye-do-gromadskogo-obgovorennya>

4. Наливайко О. О., Манченко О. Ю., Рудченко О. Ю. Формування інформаційно-цифрової компетентності майбутніх фахівців журналістики. URL: https://www.researchgate.net/publication/345775116_FORMUVANNA_IN_FORMACIINO-CIFROVOI_KOMPETENTNOSTI_MAJBU

5. Фруктова Я. Професійна компетентність фахівців з журналістики та інформації. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/4921/1/Y_Fruktova_05_14_konf_PL.pdf

6. Шевчук С. Умови формування професійних компетенцій майбутніх журналістів у галузі електронних медіа. URL: <enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/5869/1/Shevchuk%20S.pdf>.

7. Redecker C. European Framework for the Digital Competence of Educators: DigCompEdu. Punie, Y. (ed). Publications Office of the European Union. Luxembourg, 2017. DOI:10.2760/159770, JRC107466

УДК 323,2:070](477.73-21)“2022”(043.2).

Соловійова А. С.,

канд. політ. наук, доцент,

доцент кафедри журналістики,

ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

Аветісян І. Е.,

студентка 4 курсу, спеціальність «Журналістика»,

ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ МІСТА МИКОЛАЇВ ПІСЛЯ ПОЧАТКУ ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ ЯК ТЕМА ДЛЯ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ МАТЕРІАЛІВ

Миколаїв, відомий своїм стратегічним розташуванням та суднобудівними традиціями, став одним з ключових міст у протистоян-

ні російській агресії. Із самого початку повномасштабного вторгнення місто опинилося на передовій, де кожен день ставав випробуванням на міцність та витривалість для його жителів та захисників. Російське вторгнення стало викликом для політичної системи, суспільства та ідентичності миколаївців, які мають складну історичну спадщину та регіональні особливості. Значна кількість журналістських матеріалів була присвячена саме інформуванню про політичне життя міста від початку повномасштабної війни, що, багато в чому, допомогло мешканцям швидко реагувати на критичні ситуації.

Міський голова Олександр Сенкевич та голова МОВА Віталій Кім взяли на себе відповідальність не лише за організацію оборони, а й за підтримку морального духу містян. Вони стали символами непохитної віри в перемогу та прикладом лідерства в умовах кризи.

Попри постійні обстріли та спроби ворога оточити місто, Миколаїв вистояв, демонструючи неймовірну здатність до опору та адаптації. Відновлення водопостачання після влучання в основний водогін стало однією з головних тем регіональних медіа.

Олександр Сенкевич, молодий та енергійний мер Миколаєва, взяв на себе важливу роль лідера в часи війни. Він був обраний мером у 2015 році і знову переобраний у 2020 році, ставши наймолодшим мером обласного центру в Україні. Перед війною він був відомий своїми амбітними планами щодо розвитку міста та боротьбою з корупцією.

Проте з початком повномасштабного вторгнення, його роль кардинально змінилася. Під час війни О. Сенкевич перетворився з міського голови на людину, яка керує не лише міською радою, а й сприяє організації оборони міста. Він особисто координував створення оборонних споруд, розміщення військової техніки та забезпечення військових водою, їжею та гігієнічними засобами. Його зусилля з допомоги місту під час найскладніших обстрілів та спроб ворога оточити Миколаїв, не раз ставали предметом журналістського інтересу.

Інтеграція в європейський простір є однією з головних тем журналістських матеріалів, присвячених політичному життю м. Миколаєва в умовах війни. Миколаїв є важливим транспортним, промисловим та туристичним центром Півдня України, який має значний потенціал для співпраці з європейськими країнами та організаціями. Місто активно реалізує програми та проекти, спрямовані на підвищення якості життя, забезпечення енергоефективності, розвиток інфраструктури, підтримку малого та середнього бізнесу, захист навколишнього середовища, культурну та освітню інтеграцію.

Наприклад, Миколаїв бере участь у програмі «Європейські міста за демократію», яка сприяє розширенню міжмуніципального співро-

бітництва, зміцненню громадянського суспільства, підвищенню рівня демократії та прав людини. Також Миколаїв є членом Асоціації міст України «Євростратегія», яка сприяє реалізації Європейської стратегії сталого розвитку, підвищенню конкурентоспроможності, залученню інвестицій, підтримці інновацій [1].

Миколаїв отримав від партнерів з Данії допомогу на суму 5 млн євро для ліквідації наслідків обстрілів критичної інфраструктури. Ця допомога включає обладнання для відновлення систем водопостачання та опалення, а також мобільні котельні та будівельні матеріали. Все це необхідно, щоб місто вижило в умовах зими [2].

Окрім підготовки до повоєнної відбудови, данські партнери також допомагають розв'язувати нагальні проблеми, зокрема, підтримують стабільну роботу міського господарства в умовах війни. У Миколаєві за час війни з Росією було зруйновано понад 40% критичної інфраструктури та таку ж кількість соціальних об'єктів [2]. Ця допомога від Данії є важливим кроком у відновленні міста та підтримці його жителів.

Відбудова міста після війни має велике значення для громадян. Предметом розгляду журналістських матеріалів частіше за все стають наступні питання:

1. Новий Генплан Миколаєва: Робота над новим генеральним планом Миколаєва розпочалася ще в серпні 2022 року і триває до сих пір. Міський голова Олександр Сенкевич планує створити документ, який відповідає європейським стандартам [3]. Генплан включатиме інвестиційні проекти, напрямки розвитку інфраструктури та думку громадськості.

2. Міжнародний проект з відбудови: Миколаїв став учасником міжнародного проекту з відбудови українських міст після війни. Проект координує Європейська економічна комісія ООН (UNECE) та Мінрегіон. Робота над генеральним планом буде тривати більше року, а документ визначить розвиток міста на десятиліття [3].

3. Програма комплексного відновлення: Паралельно з генеральним планом, триває робота над програмою комплексного відновлення Миколаєва [3]. Громадська думка враховуватиметься при визначенні ключових напрямків розвитку міста.

Ці зміни є важливими для майбутнього економічного та політичного відновлення Миколаєва після війни. Участь громадськості та увага з боку ЗМІ є ключовими факторами у цьому процесі.

У зв'язку з початком повномасштабної війни, політичне життя міста Миколаєва привертає підвищену увагу з боку журналістів. Це пояснюється тим, що місто стало прикладом високої політичної

активності та свідомості його мешканців, які прагнуть не лише зберегти стабільність і безпеку в умовах конфлікту, але й сприяють розвитку та інтеграції Миколаєва в європейський простір. Частий аналіз політичного життя міста в медіа свідчить про його значимість та перспективність у контексті загальнонаціональних процесів.

Список використаних джерел

1. Мер Миколаєва про плани РФ: ми готуємося до повномасштабного вторгнення. Gazeta.ua. URL:

<https://gazeta.ua/articles/regions/mer-mikolayeva-pro-plani-rf-mi-gotuyemosya-do-povnomasshtabnogo-vtorgnennya/1084602>

2. Миколаїв отримав від партнерів з Данії допомогу на суму 5 млн євро для ліквідації наслідків обстрілів критичної інфраструктури. Ukrinform. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-uarazom/3665181-mikolaiiv-otrimav-pat-miljoniv-evro-dopomogi-vid-partneriv-z-danii.html>

3. Новий Генплан Миколаєва: яким бачать жителі післявоєнне місто, - ФОТО. 0512.com.ua. URL:

<https://www.0512.com.ua/news/3585442/novij-genplan-mikolayeva-akim-bacat-ziteli-pislavoenne-misto-foto>

УДК 070:796](477.73-21)(043.2)

Соловійова А. С.,

канд. політ. наук, доцент,

доцент кафедри журналістики,

ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

Василенко Е.,

студент 4 курсу, спеціальність «Журналістика»,

ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СПОРТУ В МИКОЛАЄВІ ПІСЛЯ ЗАКІНЧЕННЯ ВІЙНИ: ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ В ЖУРНАЛІСТСЬКИХ МАТЕРІАЛАХ

Особливості висвітлення спортивної тематики в журналістських матеріалах зазвичай визначаються контекстом, цільовою аудиторією та медіаформатом. По-перше, спортивні матеріали часто створюються з урахуванням емоційного зв'язку аудиторії з подіями та героями. Журналісти використовують різноманітні стилістичні прийоми, щоб

передати динаміку та напругу змагань, а також захоплення глядачів та читачів.

До того ж, висвітлення спортивних тем може варіюватися від повідомлень про останні результати до глибоких аналітичних матеріалів про стратегії команд чи індивідуальних гравців. Однак важливо забезпечити об'єктивність та точність інформації, оскільки спорт часто стає об'єктом уваги громадськості та може впливати на настрої та погляди громадян.

Окремої уваги, безперечно, заслуговує тема реабілітації через спорт. Після закінчення війни спорт може стати складовою процесу відновлення для військовослужбовців, які зазнали поранень або інвалідності у результаті бойових дій. Спорт дозволяє їм повернутися до активного способу життя, покращує фізичне здоров'я та психічний стан.

Фізичні вправи, такі як фізіотерапія, вправи на відновлення рухових функцій та тренування з використанням адаптивних пристосувань, допомагають відновити м'язову силу, гнучкість та координацію. Це особливо важливо для військовослужбовців, які можуть мати обмеження у русі через отримані поранення.

Також, спорт сприяє психологічному відновленню. Участь у спортивних змаганнях або тренуваннях допомагає військовим знайти нові цілі та зацікавлення поза бойовими діями. Це сприяє підвищенню самооцінки та відчуттю самодостатності. Також спорт допомагає знизити рівень стресу та покращити настрій через вироблення ендорфінів – природних антидепресантів.

Крім того, спорт може стати важливим інструментом соціальної інтеграції для військовослужбовців, які повертаються до цивільного життя після війни. Участь у спортивних командах або клубах допомагає їм знаходити нових друзів та партнерів, підтримувати взаємодію та встановлювати нові соціальні зв'язки.

Існують міжнародні програми соціалізації військових через спорт, серед яких найбільш популярними є такі: Марафон Миру (1923 р.); Cateran yomr (1944 р.); Марафон морської піхоти в США (1975 р.); Warrior Games в США (2013 р.); Invictus Games у Великій Британії (з 2014 р.) [1].

Реабілітація через спорт не лише сприяє фізичному відновленню, але і має значний вплив на психологічне та соціальне благополуччя військовослужбовців, які мають травматичний досвід.

Основою ветеранського спортивного руху залишається підготовка до різних змагань, де їх учасники разом зі своїми сім'ями можуть

відновлювати психологічне та фізичне здоров'я. Більшість ветеранів готується до найважчої дистанції – марафонського бігу (42 195 м) [1].

Важливою темою в матеріалах ЗМІ стає розвиток спортивної інфраструктури. Після війни важливо відновити спортивні об'єкти та тренувальні бази в Миколаєві. Це сприятиме залученню місцевого населення до активного спорту та підтримці військових спортсменів.

На кінець серпня 2022 року збитки, які спричинили російські удари у деяких регіонах, а також швидкий знос інфраструктури через її інтенсивне використання, оцінюються в \$113,5 млрд. Це стосується доріг, залізниць, авіасполучень, енергетичних систем, складських споруд, іригаційних мереж тощо. Крім того, кожна п'ята українська компанія повідомляє про пошкодження своїх активів після шести місяців повномасштабної війни. Отже, потрібно розробити та впровадити програми відновлення інфраструктури, а також ефективні правові процедури компенсації збитків і втраченого майна [2].

Відновлення існуючих спортивних об'єктів після війни важливо для забезпечення доступу до спорту місцевому населенню та військовим спортсменам. Крім того, можливо, буде потрібно створити нові спортивні об'єкти або розширювати існуючі, щоб задовольнити зростаючий попит на спортивні заняття.

Для успішного відновлення спортивної інфраструктури може бути необхідно залучати інвестиції з різних джерел, включаючи державний бюджет, місцеві органи влади, приватні компанії та благодійні організації.

Разом з відновленням інфраструктури, важливо розробити та підтримувати різноманітні спортивні програми для місцевого населення. Це можуть бути як загальнодоступні тренування та заняття, так і спеціалізовані програми для військовослужбовців, які займаються спортом.

Важливо створити умови для тренувань та розвитку військових спортсменів, які можуть представляти місто на різних рівнях змагань. Це може включати надання доступу до високоякісних тренувальних умов, психологічну підтримку та фінансову допомогу.

Розвиток спортивної інфраструктури в Миколаєві після війни не лише сприятиме здоров'ю та добробуту місцевого населення, але й буде важливим чинником відновлення після конфлікту та соціальної інтеграції військових ветеранів.

Ще одним з важливих напрямків висвітлення спортивної тематики в журналістських матеріалах є розгляд спорту як засобу соціалізації. Військовослужбовці, які повертаються після війни, можуть знайти в

спорті нові соціальні контакти та заняття. Спортивні команди та заходи сприяють інтеграції та підтримці ветеранів.

У країнах Заходу реабілітація передбачає комплекс дій з відновлення здоров'я хворої людини або «соціального здоров'я» індивіда, із поверненням його до громадського та професійного життя. Дуже важливим є положення про безперервність реабілітації: медична – повинна починатись у процесі лікування, професійна – одразу після закінчення медичної [1].

Спортивні команди створюють спільноту, де військові відчувають підтримку та солідарність. Вони спільно тренуються, змагаються та досягають спортивних успіхів, що сприяє формуванню міцних дружб та взаємопідтримки.

Участь у спортивних заходах допомагає зняти соціальну ізоляцію, яку відчувають багато військовослужбовців після повернення з війни. Вони мають можливість спілкуватися з однодумцями, обмінюватися досвідом та відновлювати свої соціальні навички.

Крім того, у спорті військовослужбовці знаходять не лише фізичну, але й психологічну підтримку. Тренування та змагання допомагають їм відволіктися від стресу та травм, які вони пережили під час війни, і підвищують їхній настрій та самоповагу.

Таким чином, спорт виступає важливим інструментом соціалізації для військовослужбовців після війни, допомагаючи їм знайти підтримку, відновити соціальні зв'язки та відновити психологічне благополуччя.

Розвиток спорту в Миколаєві не лише сприяє здоровому способу життя, але й має значний економічний вплив на місто, що також стає предметом розгляду місцевих медіа. Відбувається це за рахунок створення різноманітних економічних можливостей. Спортивні заходи, такі як змагання і тренування, не лише надають місцевим жителям розваги, а й привертають увагу туристів з різних країн. Це сприяє зростанню популярності міста серед відвідувачів і стимулює розвиток готельного та ресторанного бізнесу.

Зростання інтересу до спорту в Миколаєві може також стати стимулом для розвитку молодіжного підприємництва та інновацій. Молоді люди можуть бачити в спортивній сфері не лише можливість для активного дозвілля, а й як об'єкт для розвитку своїх власних бізнесів. Наприклад, це може бути створення спортивних стартапів, розробка нових технологій для покращення тренувань або навіть організація спеціалізованих подій та фестивалів.

Крім того, спортивні заходи привертають увагу потенційних спонсорів та інвесторів. Місцеві підприємства можуть бачити в

спонсорстві команд або спортивних заходів вигідну можливість для реклами своїх товарів та послуг. Інвестори також розглядають спортивний сектор як перспективний об'єкт для вкладень, що може приносити стабільний дохід у майбутньому.

Подальший розвиток спортивної інфраструктури сприяє створенню нових робочих місць в місті. Вони можуть бути пов'язані з готельним бізнесом, ресторанами, туристичними агентствами, спортивними клубами та іншими галузями. Таким чином, спорт в Миколаєві відіграє важливу роль як у соціальному, так і у економічному розвитку міста.

Отже, з урахуванням розвитку технологій, спортивні матеріали можуть бути висвітлені в різних медіаформатах, таких як телебачення, радіо, інтернет-видання та соціальні мережі. Кожен з цих форматів має свої особливості та можливості для ефективної комунікації з аудиторією.

Узагальнюючи, спортивна тематика в журналістських матеріалах вимагає врахування емоційного зв'язку з аудиторією, об'єктивності та точності у повідомленні, а також вміння пристосовуватися до різних медіаформатів для максимального впливу та досягнення мети комунікації.

Список використаних джерел

1. Матвеев С., Крушинська Н., Краснянский К. Спорт військовослужбовців, які зазнали поранення під час бойових дій: стан, проблеми, перспективи. Теорія і методика фізичного виховання і спорту. 2021; 4: 3–7.

2. Як живе український спорт під час війни – розповідає чемпіонка світу Ольга Саладуха. *ukr.net* : веб-сайт. URL: <https://www.ukr.net/ru/news/details/sport/91583143.html> (Дата звернення - 18.04.2024)

3. Як після війни Україна має відновлювати економіку та бізнес. Велике дослідження. *Forbes* : веб-сайт. URL: <http://surl.li/stnpz> (Дата звернення - 18.04.2024)

Соловійова А. С.,

канд. політ. наук, доцент,

доцент кафедри журналістики,

ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

Савкіна А. О.,

студентка 4 курсу, спеціальність «Журналістика»,

ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

ПОЛІТИЧНА МОВА В КОНТЕКСТІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПОЛІТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ

Політична мова є багатоаспектним та складним феноменом. Її необхідно розуміти як сукупність вербальних структур, що застосовуються в політичній сфері і чинять вплив на політичну свідомість індивідів та їхню участь в перебігу політичних процесів [3, с. 61].

За умови трансформації політичної системи (на національному та світовому рівнях) стає очевидною зміна системи парадигм, імперативних чинників, які вимагають постійної уваги політологів та відповідної зміни форм діяльності у цій сфері.

Для України, що буквально увірвалася у світовий комунікаційний простір і міжнародну політику, це, насамперед, означає якомога швидше пристосування до правил ефективної політичної комунікації та вироблення стратегії протистояння маніпулятивним впливам, формування відповідної громадської думки, здійснення політики перетворення політичних діячів і державних установ на справді професійних, з високою репутацією акторів політичних відносин, які можуть приймати важливі рішення.

Загалом політична мова є відображенням суспільно-політичного життя країни, загальних, національних і культурних цінностей. Враховуючи зміну політичних еліт, яка завжди відбувалась в ході президентських виборів, можна побачити, як саме змінювався український політичний словник, проаналізувавши офіційні промови, виступи, інтерв'ю, заяви політиків і на основі цього побудувати картину їхнього бачення зовнішнього світу.

Політична мова В. Ющенка презентувала офіційну політичну картину України за допомогою таких метафор: «Україна», «Свята Софія», «козацька», «калиновий гай», «наші великі предки», «нація», «українська мова», «народ», «єдність», «батьківщина». [1, с. 54-55].

Політичний словник В. Януковича демонстрував принципово інше наповнення метафори держави – «команда професіоналів», «система влади», «стратегія інноваційного поступу», «економічний прогрес», «потужна держава», «сильна країна», «працьовиті люди». Метафори батьківщини та родини майже відсутні і не мають політичної ваги. [1, с. 54-55].

Соціальні метафори в промовах П. Порошенка передусім вжиті в контексті агресії РФ по відношенню до України та прагнень нашої держави до інтеграції із найбільш цивілізованими та розвиненими країнами світу: «Україна», «Європа», «НАТО», «безпека», «реформи», «мінські домовленості», «перемога», «підтримка» «декомунізація», «безвіз», «вікно можливостей», «армія, мова, віра», «томос» [1, с. 54-55].

У зверненнях же В. Зеленського формується міфологема війни України зі світовим злом – Росією: «державна», «загарбник», «війна», «вживання нації», «захист», «безпека». На адресу західних країн звучать тексти присвячені взаєминам держав, запиту військової допомоги, подяки і т. п.: «партнерство», «допомога», «підтримка», «зброя», «оборона» [1, с. 54-55].

Політична мова залежить від траєкторії і динаміки політичних процесів. Настання економічної кризи, революції, війни можуть не лише збагатити її словник новими термінами, а й практично повністю її змінити.

Взаємопроникнення контексту та мови дозволяє звертатися до політичних текстів – заяв, виступів, програм глав держав – не просто як до фіксаторів стану політичної мови, а і як до об'єктів для дослідження траєкторії розвитку сучасних політичних процесів.

В процесі трансформації політичного і державного устрою України, у політичній мові з'явився новий зміст, політичні тексти набувають нової якості комунікації, яка обумовлюється метою політичної діяльності.

В політичній мові використовується не лише власне політична лексика, до якої відносять терміни, жаргонізми, гасла та політична лексика, що охоплює лексику загального словникового запасу, а й експресивна лексика, яка активно впливає на поведінку і переконання виборців.

Формування негативного ставлення до політичних супротивників і нав'язування своїх цінностей електорату призводить до явища багатозначності основної політичної термінології. У результаті, одні й ті ж терміни прибічники різних політичних течій сприймають по-

різному, а інколи й зовсім протилежно (демократія, фашизм, комунізм і т. п.). [2, с. 203-204].

Мовні одиниці часом одержують незвичну інтерпретацію і включаються в неочікувані смислові контексти з ціллю навіювання певних поглядів, дій, зміни думок [2, с. 203-204].

Політичній мові притаманна невизначеність, інколи нелогічність, перевага надається не конкретним фактам, а загальним формулюванням. Використання мовних стереотипів та шаблонів не несуть інформативного характеру. Аргументи переважно спрямовані не на розум, а на почуття [2, с. 203-204].

Сучасна політична мова належить до особливого типу спілкування, що характеризується високим ступенем маніпулювання і є ефективним засобом поширення потрібних владі політичних цінностей та ідей [2, с. 203-204].

Кардинальні зміни в суспільно-економічному житті знайшли своє реальне відображення в переорієнтації значної частини політичної мови в Україні. Можна також відзначити, що політична ідеологія завжди використовує мову, як засіб впливу на суспільну свідомість.

Не підлягає сумніву необхідність вивчення видів політичного спілкування з метою досягнення вміння прогнозувати мовну поведінку суб'єктів мови як представників певних видів мовного спілкування. А такий феномен, як суспільна свідомість і створення громадської думки останнім часом набуває все більшої значущості.

Роль керівників держави, видних політиків у створенні успішної громадської думки, вирішення актуальних питань за допомогою правильної аргументації та мовної політики є очевидною.

Список використаних джерел

1. Головинський К. Політичні діячі в дзеркалі лінгвістично-психологічного аналізу. Нова політика. 2022. № 1. С. 52-57.
2. Заяць А., Романюк А. Аналіз українського політичного дискурсу. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2012. № 743. С. 200-209.
3. Петренко В. Політична мова як предмет наукового дослідження. Політичний менеджмент. 2017. № 5. С. 60-68.

Тулузакова О. Г.,
канд. філол. наук, доцент,
доцент кафедри журналістики,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна
Верещак А. В.,
студентка 4 курсу, спеціальність «Журналістика»,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

«60 ХВИЛИН»: НАЙЯСКРАВІШИЙ ПРИКЛАД РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ

У сучасному світі медіа мають значний вплив на формування громадської думки та світогляду населення, тому особливою актуальністю набуває проблема пропаганди в журналістиці. Пропаганда – цілеспрямоване поширення ідей та моделей поведінки серед широких мас населення [1]. Пропаганда може бути визначена як систематичне поширення ідеологічної або політичної інформації з метою маніпуляції та впливу на думку аудиторії. Так, використовуючи маніпуляції та контролюючи інформацію, медіа стають загрозою для демократії та свободи слова.

Російське телебачення – це один із найяскравіших прикладів використання медіа як інструменту державної пропаганди, оскільки влада контролює всі федеральні канали. Телепропаганда росії стала об'єктом уваги як науковців, так і експертного середовища через її значний вплив на громадську думку та міжнародні відносини. Громадські організації, такі як ГО «Детектор медіа» та Інститут демократії ім. Пилипа Орлика, зосереджуються на виявленні та документуванні пропагандистських матеріалів, які поширюють російські телеканали. Крім того, фейки російської пропаганди активно розвінчуються експертами з різних країн, зокрема за допомогою спеціалізованих сайтів, таких як «StopFake.org» та «Інформаційні війська України».

Потужною інформаційною зброєю Кремля виступають журналісти, які активно просувають наративи путінського режиму. Головні пропагандисти російського телебачення, такі як Маргарита Симоньян, Володимир Соловйов, Дмитро Кисельов, Ольга Скабаєва та Євгеній Попов, провели колосальну роботу з маніпулювання російським суспільством. Саме на їхньому поданні інформації тримається ідеологічна стійкість нинішньої російської шовіністичної влади.

Одним з яскравих прикладів російської пропаганди є популярне в росії суспільно-політичне ток-шоу «60 хвилин». Програма «60 хвилин» транслюється з 12 вересня 2016 року на телеканалі «Росія-1» у прямому етері. У пропагандистському ток-шоу порушують теми України, країн Європи та США, де ведучі, маніпулюючи фактами та думками експертів, створюють негативний образ цих держав, щоб відвернути увагу росіян від їхніх проблем, та активізувати ненависть до України, Європи та Америки.

Розглянемо висловлювання Ольги Скабеєвої з програми «60 хвилин» стосовно української армії :

«...на Донбасе, подконтрольном Києву, уже нужна квалифицированная психиатрическая помощь, чтобы украинские солдаты в состоянии наркотического опьянения не стреляли себе в голову. Помните примечательный инцидент? И не устраивали по пути на Донбасс пьяные драки и перестрелки в поездах...»¹

Скабеєва розповідала про два випадки, які сталися з українськими солдатами. Перше –самогубство, друге – інцидент, який трапився у квітні 2021 року, коли двоє військових застосували табельну вогнепальну зброю в пасажирському поїзді «Укрзалізниці», в результаті чого ніхто не постраждав. В обох випадках ведуча використала словосполучення «наркотичне сп'яніння», «п'яний дебош» тощо, роблячи висновок про те, що цим людям потрібна психіатрична допомога. Такі твердження мають викликати у глядачів асоціації, що українські військові – це асоціальні елементи суспільства та нездорові люди. Тож, у росіян формується думка про недієздатність Збройних сил України та упереджене ставлення до неї.

«...основная цель поездки (*президента Владимира Зеленского*) – поднять боевой дух военных, чтобы те перестали пьянствовать, перестали употреблять наркотики и перестали убивать себя в окопах...»²

¹ «...на Донбасі, підконтрольному Києву, вже потрібна кваліфікована психіатрична допомога, щоб українські солдати в стані наркотичного сп'яніння не стріляли собі в голову. Пам'ятаєте примітний інцидент? І не влаштували по дорозі на Донбас п'яний дебош та перестрілки у потягах...» (переклад автор.)

² «...основна мета поїздки (пр. президента Володимира Зеленського) — підняти бойовий дух військових, щоб ті перестали пиячити, перестали вживати наркотики і перестали вбивати себе в окопах...» (переклад автор.)

У своїх словах пропагандистка, оперуючи одним фактом самогубства українського військового, створює узагальнювальний образ всієї армії. Також не має підтвердженої інформації, що українські військові перебували у стані наркотичного сп'яніння. Пропагандистка знову штучно створює образ військових, як людей з наркотичною залежністю, маючи на меті закріпити це в свідомості російських глядачів.

У наведених цитатах Скабеєва поєднала декілька методів маніпуляції. Вона використала метод напівправди, брехні, закріплення ярликів і видачі окремих випадків за загальну тенденцію. Така комбінація потрібна пропагандистці для одного – демонізувати ворога.

Усі ці методи маніпуляції та пропаганди, використані у програмі, є характерними рисами пропагандистського підходу, які мають на меті формування певного образу ворога і виклик негативних емоцій та упередженості серед аудиторії.

Також характерним для цього ток-шоу є відкрите розпалювання ворожнечі та ненависті до українців:

«...уничтожить всех (*украинцев*) к чертовой матери! Почему? Потому что они хотят уничтожить нас. Или они, или мы. Ну, третьего не дано...»³

«...от Украины останется только та часть – Львов, которая в итоге присоединится к Польше. Все остальное станет Россией, а Украины не будет...»⁴

Ці шовіністичні висловлювання, які транслюються на всю росію, створюють вдалий фундамент для російської влади у її війні з українцями.

Підтримуючи політичний режим путіна, Скабеєва у своїх висловлюваннях вдається навіть до погроз:

«... армия росси, вы не поверите, вплотную подойдет к Киеву или к Одессе, то есть к исторически русским городам...»⁵

Таким чином вона активізує один з найпоширеніших кремлівських наративів про силу та міць російської армії, яку всі мають боятись та про

³ «...знищити всіх (українців) до чортової матері! Чому? Тому що вони бажають знищити нас. Чи вони, чи ми. Ну третього не дано ... » (переклад автор.)

⁴ «...від України залишиться лише та частина – Львів, яка приєднається до Польщі. Все інше стане росією, а України не буде...» (переклад автор.)

⁵ «... армія росії, ви не повірите, впритул підійде до Києва чи до Одеси, тобто до історично російських міст...» (переклад автор.)

«споконвіку російські землі». Саме на це посилається путін, виправдовуючи своє вторгнення на територію України.

Ольга Скабеєва, пропагуючи ідеологію путінського режиму, усвідомлює, що чинить злочин та які наслідки можуть мати її дії і при цьому все одно продовжує пропагувати ці ідеї на всю росію:

«...чтобы без Гаагских трибуналов, открытый уголовных производств, компенсаций, репараций, чтобы ничего этого не было, нужна такая активизация боевых действий, так надо давить и давить, чтобы они обращались к нам для перемирия или установления мира..»⁶

Висловлювання Ольги Скабеєвої в прямих етерах є абсолютно неприйнятними і неприпустимими у цивілізованому суспільстві. Вони не лише принижують український народ, але й закликають до насильства та знищення, що суперечить основним принципам людської гідності та міжнародним нормам.

Ці шовіністичні та воєнні наміри, які транслюються на всю Росію, мають потенційно небезпечні наслідки і створюють відповідну атмосферу для конфліктів та ескалації насильства. Підтримка політичного режиму Путіна та поширення кремлівських наративів про силу та міць російської армії несе загрозу мирному співіснуванню та безпеці не лише для України, але й для всього цивілізованого світу.

Пропагування ідеології путінського режиму та заклики до насильства свідчать про безвідповідальність та небажання дотримуватися міжнародних стандартів прав людини та міжнародного права. Такі дії можуть мати серйозні наслідки для безпеки та стабільності в регіоні та повинні зазнати відповідного міжнародного осуду.

Список використаних джерел

1. Р. Шутов «Пропаганда та маніпуляції» [Електронний ресурс] / Р. Шутов // Медіадрайвер – Режим доступу до ресурсу: http://mediadriver.online/manipuliatsiyi_ta_propahanda/manipulyatsiyi-ta-propaganda
2. «60 минут» «Эфир от 08.04.2021 (12:40). По горячим следам» [Електронний ресурс] / smotrim.ru // – 08.04.2021 – Режим доступу до ресурсу: <https://smotrim.ru/video/2286086>

⁶ «...щоб без Гаазьких трибуналів, відкриттів кримінальних проваджень, компенсацій, репарацій, щоб нічого цього не було, потрібна така активізація бойових дій, то треба давити і давити, щоб вони зверталися до нас для перемир'я чи встановлення миру.» (переклад автор.)

3. «60 минут» «Бандеровщина как национальная идеология Украины. Эфир от 06.07.2021» [Электронный ресурс] / smotrim.ru // – 06.07.2021 – Режим доступа до ресурсу: <https://smotrim.ru/video/2314815>

4. «60 минут» «Пиар-акция президента Зеленского. Эфир от 23.08.2021» [Электронный ресурс] / smotrim.ru // – 23.08.21 – Режим доступа до ресурсу: <https://smotrim.ru/video/2329646>

УДК: 070+654,19+004,738.5]:355,01](043.2)

Тулузакова О. Г.,

канд. філол. наук, доцент,

доцент кафедри журналістики,

ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

Лазарєва М. А.,

студентка 4 курсу, спеціальність «Журналістика»,

ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ ТЕМИ ВІЙНИ В УКРАЇНІ УКРАЇНСЬКИМИ ТА ЗАРУБІЖНИМИ ЗМІ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АСПЕКТ

Військова агресія росії проти України ще з 2014 року постійно привертала увагу як українських, так і зарубіжних ЗМІ, а з початку повномасштабного вторгнення цій темі почали приділяти ще більше уваги. Моніторинг настроїв світового суспільства щодо подій в Україні є наразі дуже актуальним, адже підходи до висвітлення одних і тих самих подій війни засобами масової інформації різних країн можуть кардинально відрізнятись, а від цього залежить образ України як держави на світовій арені, і, відповідно, надання військової і фінансової допомоги від тих чи інших країн. Аналізуючи наративи, які транслюють місцеві ЗМІ, можемо зробити висновок про думку громадськості окремої країни.

Від 24 лютого 2022 року українські медійники доклали багато зусиль для того, щоб у світовому співтоваристві Україна стала символом міцності, стійкості, а її образ трансформувался від жертвового до переможного. У цей же час вони робили все можливе, щоб почало формуватися і нове обличчя росії – авторитарної держави, жорстокого нападника під керівництвом «кривавого» диктатора, який тероризує світ та вдається до ядерного шантажу.

Порівнюючи особливості подання інформації про війну в Україні українськими та зарубіжними ЗМІ, можна побачити певні відмінності у розставлених підходах та акцентах.

Основна особливість висвітлення теми війни українськими ЗМІ – подання інформації з точки зору національних інтересів України. Враховуючи, що робота вітчизняних мас-медіа відбувається в умовах країни, де триває несправедлива загарбницька війна, крім своїх основних функцій вони змушені виконувати для суспільства і інші, які не були покладені на них в мирний час, зокрема, підкреслення важливості національної єдності, об'єднання українців задля досягнення спільної перемоги, ведення «інформаційної війни» з ворогом, заклик громадян до підтримки військових і постраждалих від війни, привернення уваги світової громадськості до злочинів росії, наголошення на потребі надати озброєння для захисту держави і мирних мешканців та інші.

Слід зауважити, що на початку повномасштабного вторгнення тема війни складала більшу частину українського мас-медійного контенту, проте з часом інтерес до неї, як і у світових ЗМІ, теж став знижуватись і українській аудиторії все більше пропонуються публікації та сюжети «мирної» тематики.

У квітні 2023 року спільнота «Детектор медіа» опублікувала дослідження, проведене Інститутом демократії імені Пилипа Орлика (ІДПО), яке проводилось у восьми регіонах України: Хмельницькій, Полтавській, Сумській, Закарпатській, Одеській, Чернігівській, Донецькій, Дніпропетровській областях щодо тематики регіональних видань України. Дослідники дійшли висновку, що інтерес до теми війни залежить від регіону. Найбільший інтерес до воєнної тематики регіональні ЗМІ проявляли на сході України – Сумщині та Чернігівщині (15-21%), найменший – на заході, на Закарпатті – 6%. Найбільшу частку контенту у західних виданнях становить розважальний контент (на Закарпатті – 43%), а воєнна тематика, в основному, обмежується новинними повідомленнями. Натомість, у прикордонних із росією регіонах, які щодня піддаються обстрілам, увага до теми війни значно більша – 20-30% контенту. Так, на Чернігівщині – це кожна третя публікація [2]. Варто відзначити, що у регіональних онлайн-виданнях новини – це, в основному, передруковані зведення з офіційних джерел, а власний контент майже не продукується.

Повномасштабне вторгнення вплинуло на необхідність створення конкретного погляду на війну не лише в українців, але й в міжнародній спільноті, оскільки саме від неї великою мірою залежить, коли і на чийх

умовах буде підписаний мирний договір. Аналіз іноземних ЗМІ показав, що мас-медіа багатьох країн є менш стійкими до пропагандистських впливів Кремля, ніж національні. Російські меседжі і наративи дуже легко входять у іноземні засоби масової інформації, формуючи негативний образ України у світовому товаристві, справедливості нападу та прагнень ворога, позбавляючи нас їх підтримки і допомоги, без якої перемогу здобути буде важко. Така ситуація спонукає до постійного аналізу зарубіжних мас-медіа на предмет російського впливу та постійної розробки стратегії протидії йому.

Аналіз світових ЗМІ щодо висвітлення війни в Україні довів, що переважна більшість медіа, особливо в Європі, підтримує нашу державу у боротьбі з ворогом та робить усе можливе, щоб протистояти інформаційній війні, конструюючи реальну картину подій, які відбуваються. Найпотужнішу підтримку здійснюють мас-медіа США і Великобританії, країн Балтії та Польща.

Проте, частина західних країн частково подає у своїх ЗМІ наративи, що приписують можливі напрями розвитку військового конфлікту та їх потенційні наслідки, з метою формування переконання про необхідність дипломатичних переговорів та поступок на користь РФ. Найчастіше вони звучать в плані «Україна програє війну» і «вона не хоче миру, який ми пропонуємо». З іншого боку, вони підтримують українців, співчувають жертвам війни та озвучують свою готовність надавати потужну фінансову і військову підтримку (Франція, Італія, Німеччина і інші) [5]. У медійному просторі деяких держав (Китай, Угорщина) відкрито озвучуються проросійські наративи, поширюються фейкові новини, вибілюється образ країни-агресора та виправдовується напад на Україну. Так, китайські ЗМІ роблять спробу продемонструвати нібито нейтральну позицію, показують російську агресію як крок російського диктатора, який вимушений захищати власну державу від західних країн, що її оточують. Війну називають, як в Росії, «спеціальною військовою операцією» [1]. Угорські мас-медіа підтримують фейки про утиски угорської меншини на території Закарпаття та вибіркочну мобілізацію етнічних угорців, звучать меседжі типу «Захід повинен нести відповідальність за війну», «Захід, надаючи зброю Україні провокує економічну кризу», «росіяни захищають традиційні цінності» [3]. У цих країнах більше засуджують гуманітарні проблеми, створені війною.

У територіально віддалених державах, наприклад, країнах Латинської Америки, досить поширена думка про те, що війна Росії проти України насправді є війною Росії і Китаю проти країн Заходу і НАТО. Репортажів з України, які б могли показати, що відбувається, до

прикладу, з цивільними жертвами чи військовополоненими, в силу віддаленості, місцеві журналісти знімають мало. ЗМІ, в основному, тиражує те, що пишуть великі світові видання типу New York Times [4].

Ставлення ЗМІ до війни в Україні в частині країн невідоме через брак інформації, закритість країни або відсутність інтересу до їх медіа українських колег.

Тож пропонуємо ключові відмінності у висвітленні українсько-російської війни вітчизняними і зарубіжними ЗМІ.

Українські ЗМІ	Зарубіжні ЗМІ
Завдяки багаторічному досвіду роботи в атмосфері постійної інформаційної війни російської федерації мають «іммунітет» до пропаганди	За відсутності контенту можуть брати сюжети з російських джерел, насичених пропагандою і ворожими наративами
Враховують тематичні запити, актуальні і цікаві, як для української аудиторії, так і для світу	Акцентуються більше на міжнародних аспектах впливу війни в Україні.
Часом відходять від стандартів журналістики, заради якісного емоційного сюжету	Дотримуються стандартів журналістики
Аудиторія ставиться до будь-якого матеріалу, що знімається та публікуються, більш критично і часто має власну думку, відмінну від представленої медіа.	Вищий ступінь довіри до медіа
Ключовими фігурами героїв війни зробили військового головнокомандувача Валерія Залужного та збірний образ героя Збройних Сил України та українського народу.	Ключовими постатями, через які світом сприймається Україна, зробили Президента України Володимира Зеленського і першу леді Олену Зеленську.
Контент будується на фундаменті історичних і політичних передумов та причинах, що сприяли повномасштабному вторгненню	Ставлять більший акцент на міжнародних аспектах конфлікту, таких як вплив війни на світові цінності, порядок і міжнародну безпеку та геополітичні наслідки.

Українські ЗМІ	Зарубіжні ЗМІ
Інтерв'ю з вищим керівництвом України виходять рідко	Мають кращі ексклюзивні інтерв'ю з нашими політиками і вищим військовим керівництвом
Знімають більш якісні сюжети, де події розповідаються через життя конкретного героя, легше знаходячи спільну мову зі співвітчизниками і проявляючи емпатію	Сюжети з місцевими жителями виходять недостатньо якісні через мовні і соціокультурні бар'єри

Варто підкреслити, що відмінності є не лише у поданні інформації зарубіжними і українськими медіа, але й у сприйманні інформації аудиторією. Українське суспільство, маючи значний досвід проживання в стані інформаційної війни, ставиться до будь-якого матеріалу більш критично, перевіряє інформацію, часто має власну думку, відмінну від представленої медіа. У більшості країн світу ЗМІ мають високу довіру аудиторії, якій не спадає на думку ставитися до отриманої інформації більш критично.

Окремої уваги заслуговує той факт, що зарубіжні журналісти, як і їх цільова аудиторія, не завжди знають і розуміють передісторію і саму суть російсько-української війни. До прикладу, більшості із них неясно, чому наша держава проти будь-яких компромісів із Росією, адже домовленості закінчать війну, страждання населення і принесуть бажаний мир. З іншого боку – українським представникам медіа важко зрозуміти, як уявляють собі українсько-російські відносини іноземці, чим є Україна у їх свідомості та якими словами слід пояснити, що тут відбувається і чому. Тому інформація, яка подається аудиторії вітчизняними ЗМІ є для неї зрозумілішою, прийнятнішою, викликає менше критики та більше довіри.

На сьогодні динаміка уваги світових ЗМІ до війни в Україні має тенденцію до спадання інтересу. Та, незважаючи на це, навряд ця тема до закінчення війни і післявоєнної відбудови зникне з міжнародного інформаційного поля, адже станом на сьогодні українсько-російська війна є наймасштабнішою війною у світі.

Спад інтересу більше пов'язаний не з байдужістю світового суспільства, а з його зосередженістю на інших військових конфліктах. Про це свідчить той факт, що тема війни в Україні періодично повертається у медіапростір в той час, коли ситуація на фронті загострюється. На цьому етапі українсько-російська війна набула

позиційного характеру, тому ЗМІ складніше знайти нові інформаційні теми. І страх українського суспільства, щодо того, що байдужість світових мас-медіа негативно впливає на рівень допомоги, від якої сильно залежить результат війни, не є обґрунтованими. Більшість світових політологів зауважує, що надання західної допомоги немає прямої залежності від висвітлення теми українсько-російської війни у ЗМІ.

Варто наголосити, що українським журналістам слід будувати таку системну інформаційну політику, яка буде все ж таки орієнтована на західне суспільство, зважаючи прагнення України залучитись до Європейського Союзу і блоку НАТО та більше продукувати англومовних статей та медіа або, принаймні, перекладених українцями. Їх дуже бракує в світовому медіапросторі. Адже саме українські журналісти здатні донести світу всю правду про війну, не спотворену пропагандою.

Список використаних джерел

1. Викриття. Як німецькі місцеві політики поширюють проросійські наративи щодо українських біженців. *Детектор медіа*: веб-сайт. URL:<https://disinfo.detector.media/post/yak-nimetski-mistsevi-polityku-poshyriuiut-prorosiiski-naratyvy-shchodo-ukrainskykh-bizhentsiv> (дата звернення 18.04.2024)

2. Журналістка Кампос Мелло – про сприйняття війни в Україні бразильцями, нейтралітет країни та пропаганду РФ/ *Олена Куренкова*. Суспільне Новини. веб-сайт. URL:<https://susplne.media/500437-zurnalistka-kampos-mello-pro-sprijnatta-vijni-v-ukraini-brazilcami-nejtralitet-kraini-ta-propagandu-rf/> (дата звернення 17.04.2024)

3. Тематичні пріоритети українських регіональних видань: офіціоз та оголошення беруть гору. *Детектор медіа*: веб-сайт. URL: <https://detector.media/regionalna-presonlain/article/212684/2023-06-20-tematichni-priorytety-ukrainskykh-regionalnykh-vydan-ofitsioz-ta-ogoloshennya-berut-goru/> (дата звернення 17.04.2024)

4. Що Пекін дозволяє розказувати китайцям про війну Росії проти України. *TCH*: відео URL: <https://www.youtube.com/watch?v=QIVCNrLAWUk> (дата звернення 15.04.2024)

5. Як провладні медіа Угорщини поширюють пропаганду на угорські національні меншини за кордоном – дослідження. *Медіамаркер*. веб-сайт. URL:<https://mediamaker.me/news/yak-provkladni-media-ugorshhyny-poshyryuyut-propagandu-na-ugorski-naczionalni-menshyny-za-kordonom-doslidzhennya/> (дата звернення 18.04.2024.)

ВПЛИВ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА СУЧАСНУ ЖУРНАЛІСТИКУ

Штучний інтелект (ШІ) – це галузь комп'ютерних наук, що займається розробкою систем, які здатні виконувати завдання, що зазвичай потребують інтелектуальних здібностей людини. Основними складовими штучного інтелекту є алгоритми машинного навчання, системи експертних знань, обробка природної мови, комп'ютерне бачення, робототехніка та інші. ШІ демонструє рівень інтелекту, що характерний для людського мислення та розуміння.

Основна мета його роботи полягає у вирішенні та виконанні завдань, які людина мала б робити самотійно, докладаючи до цього свої розумові здібності. Проте ШІ робить все це набагато швидше, що спрощує та полегшує багато сфер життя. Загалом, ШІ автоматизує повсякденні завдання, підвищує рівень продуктивності під час виконання певної роботи, допомагає з розв'язанням складних проблем, покращує якість надання послуг.

Окрім переваг, штучний інтелект має ряд недоліків. Серед них: втрата робочих місць, адже введення штучного інтелекту в процес виконання певних завдань призводить до автоматизації, що зменшує потребу в людській праці, посилення нерівності між людьми, країнами та компаніями, бо не всі можуть мати однаковий доступ до новітніх технологій, зниження рівня безпеки та приватності даних, тому що штучний інтелект може мати доступ до певної конфіденційної та персональної інформації, недоліки в алгоритмах, що можуть призводити до помилок та неправильності виконання певних завдань, етичні проблеми, що пов'язані з правами людини, моральними аспектами та стереотипами.

Письменник Ендрю Берджесс розробив структуру, яка «зводить» всю складність штучного інтелекту до двох наборів. До першого відноситься розпізнавання зображень, розпізнавання мовлення, пошук та кластеризація. Другий набір включає розуміння природної мови (NLU), оптимізація, передбачення та розуміння, що більше стосується використання структурованих даних [8].

Футурологиня Емі Вебб, виступаючи на конференції ONA у Денвері у 2016 році, презентувала технологічні тенденції, що будуть

використовуватись в журналістиці майбутнього, серед яких, зокрема, розпізнавання об'єктів, розмовні обчислення і змішана реальність, наприклад доповнена реальність, віртуальна реальність і 360-градусні відео [10]. Тобто, це може бути передбаченням того, що в майбутньому можуть зникнути деякі журналістські професії, тому що їх може замінити штучний інтелект, який буде виконувати всі ці обов'язки швидше, ефективніше та дешевше.

Сьогодні світовий інформаційний простір наповнений різноманітним контентом, зокрема візуальним, який був згенерованим різноманітними програмами штучного інтелекту. Більшість журналістів використовують ШІ для пошуку та аналізу даних, перевірки інформації, генерування ідей тощо. Це робить журналістику швидкою, чого й вимагає сучасна аудиторія. І, в контексті цього, журналісти повинні пам'ятати про загрози, що може нести штучний інтелект, адже його діяльність може призводити до порушень прав людини, соціальної нерівності та дезінформації.

У зв'язку з цим багато світових медіа, зокрема The Guardian, BBC, Associated Press, Wired, CNET, створюють власні рекомендації щодо роботи зі штучним інтелектом [12]. В них описані ключові принципи взаємодії людини та ШІ, одним з головних є постійний «нагляд» за тим, що робить та генерує програма. Адже відповідальність за опубліковану інформацію несе саме людина, а не програма, яка її створила. Тому журналістам варто пам'ятати, що вони відповідальні за всі опубліковані матеріали, які можуть впливати на аудиторію.

Головною перевагою роботи зі штучним інтелектом є аналіз цільової аудиторії та задоволення її потреб. Смаки та вподобання змінюють стрімко, тому медіа повинні адаптуватись, щоб не втрачати читачів.

У травні 2022 року фінський суспільний мовник «Yle» зіткнувся з проблемою того, що великою частиною його потенційної аудиторії стали українці, які були вимушені переїхати зі своєї країни через повномасштабне вторгнення. Щоб задовільнити її потреби, команда створила інструмент, який пропускав статті через чотири різні типи перекладацьких програм, що дало змогу публікувати переклад новин українською мовою набагато швидше, ніж ті статті, що відразу пишуться англійською або російською мовою [3].

Американська щоденна газета «The Atlanta Journal-Constitution» використовує штучний інтелект бельгійської фірми «Twipe». Це програмне забезпечення, за допомогою аналізу тегів та історії вподобань користувача, створює персональну підбірку новин та рекомендацій, який повністю складає та надсилає ШІ на електронну

пошту, з матеріалами, що базуються на історії читання окремого користувача [3].

Українські медіа поки не дуже активно використовують ШІ в своїй роботі. Одним з тих видань, хто почали з ним працювати, є «Тексти» [4]. Це онлайн-видання застосовувало нейронні мережі, щоб визначити кількість людей на акції, використовувало машинне моделювання для прогнозування результатів виборів [1], аналізувало роботу фракцій, створювало мапи видобутку бурштину, вивчало пропаганду в російських медіа [2] та багато іншого. Анатолій Бондаренко, керівник напрямку «журналістика даних», припускає, «що така технологія зможе допомогти створювати відео, які в журналістиці можна буде використовувати під час репортажів – це допомогло би глядачеві в деталях роздивитися ключові моменти» [7].

У 2019 році Лондонська школа економіки провела дослідження, під час якого опитала близько 70 різноманітних організацій, які мають відношення до роботи з медіа та інформацією, запитавши, як саме вони використовують ШІ у своїй роботі. Результати показали, що 68% опитаних використовують різноманітні програми з метою зробити журналістську роботу більш ефективною, 45% – щоб підлаштувати контент під запити цільової аудиторії, 20% – для загального покращення роботи та отримання позитивного результату [11].

Загалом, головна мета використання ШІ журналістами – це задовільнити потреби читачів, слухачів, глядачів. Журналісти звертаються до штучного інтелекту з питаннями корекції тексту, автоматичної генерації контенту, створення штучної музики для відео та подкастів, щоб унеможливити варіант піратства, пошуку відео та фото для матеріалів, перевіркою інформації на фактажність, зокрема візуального контенту, аналізу аудиторію для виявлення її потреб та вподобань [7].

Все це робить штучний інтелект важливою складовою розвитку сучасної світової журналістики. Він пришвидшує роботу журналістів у різноманітних питаннях та допомагає оперативніше доставляти інформацію до користувача. Варто пам'ятати про загрози, які несе в собі використання ШІ, регулювати його роботу, контролювати, перевіряти та відповідально ставитись до своїх професійних обов'язків, від чого часто залежить зрілість та усвідомленість суспільства [5].

У контексті цього варто розуміти полярність впливу штучного інтелекту на роботу журналістів. З одного боку, його використання дозволяє значно поліпшити продуктивність та ефективність роботи, забезпечуючи швидкий аналіз та обробку великих обсягів даних. Це дозволяє журналістам краще розуміти свою аудиторію та надавати

контент, який відповідає її потребам. Однак з іншого боку, використання ШІ створює ряд проблем, таких як ризик втрати робочих місць, підвищення соціальної нерівності, зниження рівня безпеки та приватності даних, а також етичні проблеми. Ці аспекти вимагають уваги та обговорення з боку журналістської спільноти, а також відповідального регулювання з боку влади.

Список використаних джерел

1. Вибори-2019. Рейтинги кандидатів. Електронний ресурс: https://texty.org.ua/d/2019/president_polls/.

2. Динаміка тем російської дезінформації: про що пишуть російські ЗМІ. <https://topic-radar.texty.org.ua/#/>.

3. Де журналісти можуть залучити штучний інтелект – кейси світових видань. <https://mediamaker.me/de-zhurnalisty-mozhut-zaluchyty-shtuchnyj-intelekt-kejsy-svitovyh-vydan-4797/>

4. Інтернет-видання «Тексти». <https://texty.org.ua/>

5. Рекомендації Комісії з журналістської етики щодо використання штучного інтелекту для створення журналістських матеріалів. – Електронний ресурс: <https://cje.org.ua/statements/rekomendatsii-komisii-z-zhurnalistskoi-etyky-shchodo-vykorystannia-shtuchoho-intelektu-dlia-stvorennia-zhurnalistskykh-materialiv/>.

6. Технології штучного інтелекту в журналістиці сучасності. https://dspace.nau.edu.ua/bitstream/NAU/57218/1/%d0%92%d0%b0%d1%81%d1%8c%d0%ba%d1%96%d0%b2%d1%81%d1%8c%d0%ba%d0%b0%20%d0%9e_%d0%a2%d0%b5%d1%85%d0%bd%d0%be%d0%bb%d0%be%d0%b3%d1%96%d1%97%20%d1%88%d1%82%d1%83%d1%87%d0%bd%d0%be%d0%b3%d0%be%20%d1%96%d0%bd%d1%82%d0%b5%d0%bb%d0%b5%d0%ba%d1%82%d1%83.pdf

7. Штучний інтелект у медіа: програми пишуть новини, але не замінюють журналістів. – Електронний ресурс: <https://ms.detector.media/withoutsection/post/27732/2021-07-11-shuchnyj-intelekt-u-media-programy-pyshut-novyny-ale-ne-zaminyuyut-zhurnalistiv/>.

8. Andrew Burgess. The Executive Guide to Artificial Intelligence Summary. <https://blog.12min.com/the-executive-guide-to-artificial-intelligence-pdf-summary/>.

9. Discover the latest tools and trends in AI. – Електронний ресурс: <https://gpte.ai/>.

10. Journalism jobs of the near future, according to Amy Webb. <https://www.journalism.co.uk/news/journalism-jobs-of-the-near-future-according-to-amy-webb-ona16/s2/a673836/>.

11. New powers, new responsibilities. A global survey of journalism and artificial intelligence (Опитування Лондонської школи економіки). <https://drive.google.com/file/d/1utmAMCmd4rfJHrUfLLfSJ-clpFTjyef1/view>.

12. Standards around generative AI. <https://blog.ap.org/standards-around-generative-ai>.

УДК 070.1:342.72/.73

Шкірчак С. І.,

старший викладач кафедри журналістики,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

Бородій П. І.,

студентка IV курсу спеціальності «Журналістика»,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

МЕДІА ЯК ВАЖЛИВИЙ СУБ'ЄКТ У СФЕРІ ЗАХИСТУ ПРАВ ЛЮДИНИ: ЕФЕКТИВНІСТЬ ТА ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТ

Сучасне суспільство активно підвищує рівень своєї обізнаності щодо законних прав та інтересів, проте це не виключає випадків, коли ці права порушуються. У такому випадку дуже важливо вміти визнати це та звернутися за необхідною допомогою і першим кроком у цьому процесі є висвітлення фактів порушення, що входить до компетенції сучасних медіа, тобто засобів масової інформації. Визначення та захист прав людини стали ключовими питаннями для багатьох культур та цивілізацій, і з плином часу розгорталися різні етапи адвокації прав людини, відзначаючи значний прогрес у забезпеченні гідності та свободи особистості.

Засоби масової інформації (ЗМІ) визначаються як потужний інструмент впливу на формування громадської думки та суспільної свідомості. Цей вплив стає ключовим елементом сучасного інформаційного суспільства, оскільки ЗМІ відіграють роль посередника між подіями та громадськістю, визначаючи, як ці події та ідеї сприймаються та розуміються громадськістю. Перш за все, медіа мають здатність визначати порядок денний, роблячи акцент на певних темах та проблемах, які стають актуальними для громадської думки. Вони вибирають, які історії будуть висвітлені, а які залишаться поза увагою, тим самим формуючи громадську думку.

Інформаційна функція засобів масової інформації в розкритті порушень прав людини є вельми важливою та невід'ємною частиною сучасного суспільства. ЗМІ відіграють ключову роль у розголошенні та реагуванні на ситуації, де порушуються права людини, забезпечуючи інформаційну прозорість та відповідальність влади, розкриваючи факти та події, які можуть зашкодити основним правам та свободам особи.

По-перше, ЗМІ допомагають виявити та розкрити факти порушень прав людини. Представники новинної справи, через свою професійну діяльність, можуть знаходити та вивчати випадки порушень, що відбуваються в різних частинах світу. Інформаційна репортажність ЗМІ робить суспільство свідомим та освіченим стосовно проблем, що пов'язані з правами людини.

По-друге, ЗМІ виступають агентами громадського контролю. Вони створюють платформу для обговорення й обміну інформацією, сприяючи формуванню громадської думки і вимаганню відповідальності влади за порушення прав людини. Громадський тиск, створений завдяки активній ролі ЗМІ, може примушувати уряди та інші структури зупинити порушення і вживати необхідні заходи.

По-третє, ЗМІ можуть взяти на себе роль адвоката прав людини, створюючи інформаційні кампанії та використовуючи свій вплив для привертання уваги до конкретних випадків порушень. Це може включати публікації, телевізійні програми, розслідування та інші форми інформаційної діяльності, які допомагають звертати увагу суспільства та міжнародної спільноти [1].

Медіа несуть велику відповідальність перед громадськістю, особливо щодо публікацій, які стосуються правових питань. Відкритість та прозорість – це інструменти, які дозволяють ЗМІ залишатися чесними та надійними джерелами інформації. Непередбачувані наслідки можуть виникнути внаслідок недостатньої об'єктивності чи приховування ключових фактів. У світі, де інформація стає все більш потужним інструментом, відкритість і прозорість в ЗМІ мають вирішальне значення [2].

Засоби масової інформації (ЗМІ) в сучасному світі виконують важливу роль у розкритті та публікації фактів правопорушень. Журналісти володіють не тільки можливістю висвітлити події, але і стати інструментом для виявлення та документування порушень закону. Журналісти мають можливість збирати та аналізувати інформацію з різних джерел. Вони можуть отримувати інформацію від свідків, експертів, а також використовувати доступ до документів та джерел влади. Це надає їм можливість створити повну картину правопорушення та виявити докази, які можуть бути оприлюднені [3].

Актуальними є дослідження конкретних прикладів діяльності ЗМІ у контексті сфери захисту прав людини та громадянина. Примітним ілюстративним випадком використання ЗМІ для висвітлення порушень прав людини стосується подій, що відбулися у Пакистані, де уряд, заявляючи про намір боротьби з екстремізмом, вжив жорстких заходів, щоб обмежити свободу ЗМІ, порушуючи таким чином основні права своїх громадян. Пакистан вважається найнебезпечнішою країною для працівників ЗМІ – у 2011 році тут було вбито не менше восьми журналістів. У мечеті на північному заході Пакистану бойовики вбили пакистанського журналіста Мукаррама Хан Атіфа, що співпрацював із радіостанцією «Голос Америки». На жаль, таких прикладів можна навести багато, тому важливо пам'ятати про роль журналістського фаху у сфері національної ідеї та сфері захисту прав людини [4].

Пакистан, як країна з різноманітним культурним та соціальним контекстом, стикається з численними викликами у сфері прав людини. Специфічною є ситуація з правами жінок та освітою. Справа Малали Юсуфзай стала символом боротьби за освіту та права жінок в Пакистані та вивела на передній план використання ЗМІ у справі прав людини.

Малала Юсуфзай – це видатна особистість, яка вразила світ своєю сміливістю, наполегливістю і відданістю ідеалам освіти та рівноправ'я для всіх. Її історія стала символом боротьби за права жінок, особливо у сфері освіти, в регіонах, де ці права систематично порушуються. Малала народилася в Пакистані в 1997 році і її батьки вже із самого початку виховували її в дусі рівності та освіти. Вона вивчала й активно виступала за право дівчат на отримання освіти, що викликало протести консервативних елементів у пакистанському суспільстві. Справжнім поворотним моментом у житті Малали стала спроба вбивства, яку вона пережила в 2012 році з боку бойовиків Талібану. Атака була спрямована проти її активності у питаннях освіти для дівчат та рівноправ'я. Малала пережила важкі поранення, але вона вижила та продовжила свою боротьбу. Після атаки Малала стала глобальним символом сміливості та непохитності у боротьбі за освіту та права жінок. Вона була удостоєна Нобелівської премії миру у 2014 році, ставши наймолодшою лауреаткою цього престижного визнання [5]. Нагородження свідчило про визнання її великого внеску у захист прав людини та освіти.

Справа Малали Юсуфзай, незважаючи на широку міжнародну підтримку, не обійшлася без контраргументів і критики, яка часто висловлювалася в середовищі певних груп у Пакистані та за його межами. Деякі несприятливі погляди виявилися в критиці стереотипного погляду на ситуацію та ролі ЗМІ в її інтерпретації. Одні з аргументів критиків стосуються того, що виступи Малали в ЗМІ

можуть бути перекручені або спотворені для досягнення певних політичних чи ідейних цілей. Це може включати в себе використання історії Малали як інструменту для впровадження конкретних політичних або культурних змін, що викликає сумніви у відділенні об'єктивної інформації від адвокації.

Також існують думки, що справа Малали часто сприймається за межами культурного та історичного контексту Пакистану. Критики вказують на те, що інтерпретація подій може не враховувати специфічні особливості суспільства та культури, що призводить до заниження важливості внутрішніх питань та розуміння глибоких коренів проблем. Певні групи в Пакистані також висловлювали обурення тим, як Малала стала об'єктом міжнародної уваги, а її справу використовували для створення негативного враження про країну. Ідея, що справа Малали стала певного роду інструментом для критики Пакистану, може викликати неприязнь та обурення в певних колах.

Ознайомлення з можливостями ЗМІ у контексті захисту прав людини в сучасному світі є надзвичайно важливим завданням. ЗМІ, такі як телебачення, радіо, газети, інтернет-платформи та соціальні мережі, відіграють ключову роль у формуванні суспільної свідомості, вираженні думок та сприянні демократії. З одного боку, ЗМІ можуть слугувати засобом захисту прав людини, розкривати порушення, відстоювати громадські інтереси та підтримувати вільний обмін інформацією. Журналісти можуть використовувати свою професійну діяльність для розслідування корупції, владних зловживань та інших порушень прав людини, що сприяє підтримці правопорядку.

Адвокація та мас-медіа в сучасному суспільстві є суттєвими чинниками, що впливають на формування свідомості громадян та захист прав людини. Адвокація, яка часто визначається як захист та представництво інтересів, відіграє ключову роль у визначенні правових норм, забезпеченні рівності та визнанні прав людини в судовій системі. Практично, адвокати взяли на себе завдання захисту прав та свобод особи у судових і позасудових процедурах. Вони виконують функцію не лише юридичного консультанта, але й ефективного захисника, співпрацюючи із судами, правозахисними організаціями та громадськістю для забезпечення справедливості та дотримання прав людини.

Співпраця адвокатів із мас-медіа є важливою для гарантування прозорості та відкритості в правових процесах. Мас-медіа, як засіб масової інформації, виступає важливим інструментом у викритті правопорушень, популяризації правових питань та впливі на формування громадської думки. Журналісти, співпрацюючи з

адвокатами, можуть допомагати в просуванні інформації про важливі правові питання та події.

У практичному вимірі, ця взаємодія забезпечує більшу доступність та зрозумілість правової системи для громадян, а також покликана слідкувати за дотриманням прав людини та розвитком справедливого судочинства. Отже, спільна робота адвокатів із мас-медіа стає ключовим фактором у формуванні правової культури, захисті прав людини та забезпеченні справедливості в сучасному суспільстві.

Список використаних джерел

1. Вплив мас-медіа на формування громадської думки та власної позиції людини. Мійклас : веб-сайт. URL:

<https://www.miyklas.com.ua/p/gromadyanska-osvita/10-klas/svit-informatyiv-ta-mas-media-365485/vpliv-mas-media-na-formuvannia-gromadskoyi-dumki-ta-vlasnoyi-pozitciyi-1-364216/re-ff5e2d18-db29-40a9-8882-5f8e0534109b> (дата звернення: 01.05.2024).

2. Безверха А. В., Віндімері А. Проведення адвокаційних медіа-кампаній: Стратегія активних дій : посібник. Київ, 2010. 104 с.

3. Макеєва О. М. Засоби масової інформації як суб'єкти правової комунікації. Юридичний вісник. 2019. № 50. С. 30-36.

4. У Пакистані вбито журналіста, що співпрацював з «Голосом Америки» – ЗМІ. Радіо Свобода: веб-сайт. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/24455309.html> (дата звернення: 01.03.2024).

6. Малала Юсуфзай (Malala Yousafzai) коротка біографія. Mykniga.com.ua: веб-сайт. URL: <https://mykniga.com.ua/biograph/malala-yusufzaj-malala-yousafzai-kortotka-biografiya.html> (дата звернення: 15.03.2024).

Шкірчак С. І.,
старший викладач кафедри журналістики,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна
Голян А. О.,
студентка IV курсу спеціальності «Журналістика»,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

ЗМІ ТА ОРГАНИ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ: ВЗАЄМОДІЯ В ІНТЕРЕСАХ СУСПІЛЬСТВА

Держава відіграє особливу роль у політичній системі суспільства. Вона є ключовим інструментом для досягнення цілей суспільства, об'єднання різноманітних політичних інтересів та забезпечення стабільності політичної системи через регулювання різних сфер суспільної діяльності. Організаційна роль держави в її взаємодії із суспільством включає виконання різноманітних суспільних функцій, таких як законодавча, виконавча, судова, правоохоронна, економічна, дипломатична, оборонна, охорона навколишнього середовища, інформаційна, культурна та інші.

Законодавча влада відповідає за регулювання суспільних відносин шляхом прийняття законів. Державні органи виконавчої влади розробляють та впроваджують державну політику в різних сферах, таких як економіка, фінанси, соціальна політика, праця, охорона здоров'я, освіта, наука, культура, спорт, туризм, охорона навколишнього середовища, безпека, правова політика, захист прав і свобод громадян, запобігання корупції та вирішення інших завдань внутрішньої та зовнішньої політики, цивільний захист і безпека, оборона країни. Органи судової влади зобов'язані забезпечувати справедливе здійснення правосуддя для захисту прав, свобод і законних інтересів громадян. При цьому діяльність держави та її інститутів відбувається в тісному взаємозв'язку з громадянським суспільством – сукупністю незалежних від держави громадських і колективних інститутів, які реалізують свої інтереси та відповідають особистим потребам. Варто відмітити, що це характерно лише для держав з демократичною політичною системою.

ЗМІ є одним із найважливіших механізмів громадянського суспільства, що задовольняє його інформаційні потреби та забезпечує політичну комунікацію. Політична комунікація відноситься до соціальної взаємодії за допомогою повідомлень, пов'язаних з державним управлінням і здійсненням влади в суспільстві. Здебільшого

в сучасних демократичних суспільствах процес політичної комунікації відбувається через ЗМІ. Їхній вплив обумовлений масштабом охоплення аудиторії, високою технічною ефективністю, швидкістю розповсюдження інформації, а також залежністю людей і політичних лідерів від ЗМІ для опрацювання інформації про політичний світ, що виходить за рамки їх безпосередньої участі, а також той факт, що в найбільш ліберальних демократичних суспільствах ЗМІ заслужили репутацію джерела об'єктивної та надійної інформації [1, с. 10-11].

Діяльність ЗМІ, зокрема виконання ними комунікаційних функцій, має всебічний зв'язок з органами державної влади. ЗМІ відстоюють право громадян на вільне вираження своїх поглядів, що водночас захищає їх від можливого свавілля держави. ЗМІ є основним джерелом інформації для громадян про політичну сферу, зокрема про діяльність державних органів. Крім того, медіа виконують роль «незалежних спостерігачів» і «вартів», які контролюють діяльність державних інституцій. Публікації в ЗМІ щодо діяльності державних органів та їх посадових осіб можуть вплинути на владу цих органів, позбавити їх суспільної підтримки або навіть призвести до відставки чи невдачі на виборах.

У сучасному демократичному суспільстві преса також стає активним учасником процесу формування та реалізації державної політики на всіх її етапах:

- на етапі артикуляції певної соціальної проблеми саме медіа шляхом тематизації чи нетематизації визначають, чи стануть ті чи інші питання суспільним надбанням чи ні (вони виступають і фільтром, і підсилювачем);
- на етапі визначення проблеми увага ЗМІ допомагає швидше донести інформацію про певну проблему до державних органів;
- на етапі визначення політики (вироблення політичного рішення) вплив ЗМІ, хоч і обмежений, але в умовах активного інтересу журналістів, дозволяє інформувати громадськість про процес управління.
- на етапі впровадження політики, часто в рамках апарату управління державних установ, ЗМІ відслідковують виконання політичних рішень, щоб визначити можливі проблеми для тих, кого вони стосуються, і коли вони виникають [2, с. 64-65].

Тому державні органи та ЗМІ виконують різні, але однаково важливі завдання для суспільства. Встановлення ефективної взаємодії між ними в умовах, що забезпечують свободу вираження поглядів і дотримання найкращих професійних стандартів, сприятиме задоволенню потреби людей в об'єктивній інформації про політичні процеси. Крім того, це

також сприятиме передачі громадської думки в зворотному напрямку – до державних органів.

Список використаних джерел

1. Взаємодія мас-медіа та органів державної влади : навч. посіб. / М. Т. Андрійчук, Т. С. Андрійчук ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. – 114 с.

2. Коленко, В. В. Особливості взаємодії органів державної влади та засобів масової інформації. *Державне управління у сфері цивільного захисту: наука, освіта, практика : матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 18–19 березня 2020 р.* / за заг. ред. В. П. Садкового. – Х. : Вид-во НУЦЗУ, 2020. – С. 63-66. URL: <https://vadnd.org.ua/app/uploads/2020/03/2-1.pdf#page=63> (дата звернення: 22.04.2024).

УДК 070.14:341.31(477)

Шкірчак С. І.,

старший викладач кафедри журналістики,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

Коваленко О. О.,

студентка IV курсу спеціальності «Журналістика»,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

МАС-МЕДІА У ПРОЦЕСІ ОПЕРАТИВНОГО ВИСВІТЛЕННЯ ПОДІЙ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ

Розглядаючи проблему ролі мас-медіа у процесі оперативного висвітлення подій під час воєнного стану варто зробити акценти на наступному:

1. Вплив мас-медіа на суспільство та політичні процеси.

Дослідження впливу ЗМІ на політичний ландшафт України є актуальною та нагальною проблемою політичної сфери. Демократичний процес неможливий без позитивних відносин між учасниками політичного співтовариства, інтенсивного обміну інформацією та постійної комунікації між ними. ЗМІ виконують роль активних посередників, які сьогодні є не тільки ключовими соціальними структурами політичної системи, але й значущою силою, спрямованою на підтримку демократизації суспільних процесів. Вони є важливим інструментом для формування політичної сфери, її

самопрезентації та центральним засобом репродукції цього типу соціального життя [1, с. 34].

2. Етика та відповідальність журналістів у військовий час: обмеження, дотримання стандартів та маніпуляції інформацією.

У полі діяльності журналіста з дотриманням етичних норм важливими є перевірка інформації, яка висвітлюється, та врахування її психологічного впливу на споживачів і формування суспільної думки. Вважаємо, що важливими у цьому контексті є фактчекінг та верифікація даних. Особливого значення це набуває з початком повно-масштабного вторгнення російської федерації на територію України та ведення цією державою активної гібридної інформаційної війни та пропаганди. Перевірка достовірності інформації базується на орієнтації в проблемі, досвіді виявлення неправдивої інформації та засобів, якими можна перевірити ці факти. Журналіст, який займається пошуком та перевіркою сумнівної інформації, має бути, передусім, медійно грамотним, розбиратися в ознаках потенційно неправдивої інформації, знати ресурси (медіа), що спеціалізуються на фейках, постійно моніторити офіційні джерела, які наводять точні дані [2, с. 100].

3. Теоретичні аспекти висвітлення перебігу збройних конфліктів у ЗМІ.

Під час розвитку конфліктів і після їх завершення важливу роль відіграють ЗМІ. Вони формують думку аудиторії про конкретне явище та його наслідки. Сучасні ЗМІ мають великий вплив на сприйняття подій та реакцію громадськості. Маніпулюючи думками аудиторії та пропагуючи певні ідеали, вони можуть визначити сприйняття конфлікту та вплинути на його подальший розвиток. Вивчення впливу медіа на аудиторію допоможе сформувати основні способи та методи впливу сучасних ЗМІ на перебіг конфлікту, визначити основні чинники впливу та розробити механізми захисту громадян від негативного впливу [3, с. 291].

Мас-медіа виконують важливу роль у висвітленні як активної фази конфлікту, так і на етапі його завершення. ЗМІ формують уявлення аудиторії про конфлікт, його наслідки та можуть сприяти виникненню чи розвитку конфліктної ситуації. Часто ЗМІ маніпулюють думками несвідомих споживачів інформації, пропагуючи певні ідеї та ідеали, що може вплинути на хід воєнного конфлікту. У зв'язку із цим дослідження ролі мас-медіа під час воєнних конфліктів, значення журналістських публікацій, у яких висвітлюється збройне протистояння, набуває все більшої значущості й актуальності [4, с. 5].

4. Активізація поширення фейкової інформації як складової інформаційної війни росії проти України.

Фейк як медійний засіб пропаганди у контексті інформаційної війни Росії проти України на сьогоднішній день є доволі актуальною проблемою. Сучасна людина, звертаючись до різних ЗМІ, стає піддатливою до пропаганди у вигляді фейкових новин та міфів, які циркулюють в інформаційному просторі. Існує безліч варіантів для запобігання негативного впливу ЗМІ, але вони все одно для більшості слугують прикладом і наставниками, на які люди покладаються, вважаючи, що вони говорять правду, яку треба сприймати за реальність. Актуальність проблеми обумовлює й ситуація, яка сталась в Україні в останнє десятиліття, що спричинило появу великої кількості фейкових новин в ЗМІ, які створені російськими федеральними каналами. ЗМІ займають визначне становище завдяки своїй здатності впливати і переконувати, формувати ідеї та громадську думку. Вони стали одним з головних елементів суспільства та важливим фактором в політичному, економічному, соціальному та культурному розвитку [5].

5. Роль ЗМІ у формуванні образу України у закордонному інформаційному просторі.

Актуальність формування позитивного образу України у європейських ЗМІ зумовлена сучасною політичною ситуацією, де наша держава перебуває в епіцентрі головних подій та є однією із основних учасників повномасштабної війни. Формування образу країни – одна з найнагальніших сучасних проблем, адже зовнішня та внутрішня політика залежать, зокрема, і від образу держави у світовому співтоваристві. Серед громадян образ впливає на патріотизм, на ставлення до країни, на віру в неї та президента [6, с. 4]. Особливо важливою ця тема є в контексті активних дій росії, які направлені на дискредитацію позитивного зовнішньополітичного іміджу нашої держави.

Таким чином, мас-медіа відіграють критичну роль у процесі оперативного висвітлення подій під час воєнного стану. Проте представники медіа у конкуренції за швидкість висвітлення події на фронті завжди мають дотримуватися правових та етичних стандартів, не бути джерелом поширення недостовірної інформації та такої, що несе загрозу безпеці.

Список використаних джерел

1. Матвієнків С., Кирничний С. Мас-медіа України в контексті політичних трансформацій суспільства. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Політологія*. Том 1 № 16 (2024). С. 34–41.

2. Улибін В. Етичні аспекти роботи журналіста в умовах воєнного стану. *Інтегровані комунікації = Integrated communication : науковий журнал*. Вип. 1 (2023). – С. 95–103.

3. Богуш Л. А. Роль засобів масової інформації у висвітленні збройних конфліктів у світі: теоретичний підхід. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. Том 32 (71) № 4 Ч. 3 (2021). С. 291–295.

4. Козубиця Є. О. Висвітлення збройних конфліктів у ЗМІ: професійні стандарти й правові нормативи : робота на здобуття кваліфікаційного ступеня бакалавра : спец. 061 – журналістика / наук. кер. О. Є. Бондаренко. Суми : СумДУ, 2022. 35 с.

5. Мартиненко К. Фейк як медійний засіб пропаганди (на прикладі інформаційної війни Росії проти України). URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/e8fbde20-53f7-4db1-8d25-f91d2890edba/content> (дата звернення: 21.04.2024).

6. Мамедова Л. Г. Образ України в європейських ЗМІ як фактор протидії російській агресії. URL: <https://jqmth.donnu.edu.ua/article/view/15466/15372> (дата звернення: 21.04.2024).

УДК 32.019.51:004.738.5

Шкірчак С. І.,

старший викладач кафедри журналістики,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

Лобанова Д. В.,

студентка IV курсу спеціальності «Журналістика»,
ЧНУ імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ

Соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram та інші, тепер інтегровані у повсякденне життя більшості людей. Користувачі соціальних мереж вже не просто використовують їх для спілкування з друзями, а дедалі більше використовують для пошуку інформації. Користувачі також формують думки на основі інформації та матеріалів, доступних у соціальних мережах

Однією з основних тенденцій розвитку інтернету за останній період є стрімке зростання популярності соціальних мереж [1, с. 118]. З 4,8 мільярдами користувачів соціальних мереж у всьому світі – що становить 59,9% світового населення – соціальні платформи стали необхідними центрами для збирання інформації, спілкування з друзями та близькими та розвитку бізнесу [2].

До ключових соціальних мереж сучасності відносяться: Facebook (3 млрд користувачів), YouTube (2,5 млрд), Instagram (2 млрд), Tik-Tok (1,2 млрд), Snapchat (750 млн), X (Твіттер) (541 млн) та Pinterest (465 млн) [3].

Мета будь-якої соціальної мережі полягає в тому, щоб об'єднати людей, котрі мають щось спільне (дозвілля, школа, інтереси, робота). З точки зору рекламних технологій це дуже прибутково – можна залучати певну групу людей. Правильне просування бізнесу в інтернет-просторі може бути запорукою успіху.

Ринок соціальних мереж має тисячі сайтів, які можна класифікувати за групами: тематичні, масові, відео- і фотохостинги. Масові соціальні медіа, такі як Twitter, Facebook, призначені для спілкування будь-яких користувачів в Інтернеті. Тематичні соціальні мережі (Last.fm, LinkedIn) мають певні напрямки зв'язку. Є й такі соціальні мережі, що призначені лише для спілкування через коментування відео, фотографій та іншого подібного контенту (YouTube, Instagram, Flickr, Foursquare).

Після того, як технологічна революція змінила наш спосіб життя та способи обміну знаннями, соціальні мережі стали здійснювати значний вплив на громадську думку.

Використання соціальних мереж при формуванні громадської думки має безліч цілей, які різняться у кожному окремому випадку. Однак їх можна звести до двох спільних:

- зміна небажаної ситуації шляхом створення колективного мислення, за допомогою якого громадськість може об'єднатися, щоб зайняти певну позицію щодо соціальних чи політичних питань та створити соціальні рухи;
- створення позитивного образу бренду чи компанії у свідомості громадськості.

Соціальні мережі можуть стимулювати соціальні рухи наступними шляхами: швидке поширення інформації допомагає підтвердити та розширити рух; допомога громадським рухам у поширенні інформації, за допомогою якої вони можуть викликати співчуття; дати протестувальникам можливість у деяких випадках обходити цензуру, яку уряд накладає; створювати хештеги та тренди, щоб озвучити свої вимоги, і змушувати владу робити дії на свою користь, щоб уникнути

суспільного гніву; запобігти небезпеці фізичної присутності, яка була основною характеристикою соціальних рухів у минулому; спростити процес організації діяльності соціальних рухів, оскільки традиційні соціальні рухи були обмежені обмеженою мобільністю у фізичному просторі; зміна динаміки старих соціальних рухів, щоб допомогти кожному говорити саме за себе [3].

Мета використання соціальних мереж як каналу впливу на громадську думку варіюється від ситуації до ситуації. Наприклад, діяльність таких компаній як Airbnb (*#WeAccept*), Nike («*For once, don't do it*») та Billie (*#ProjectBodyHair*) показала, що проведені ними заходи у соціальних мережах були направлені на підтримку переслідуваних меншин, виклик соціальним нормам та озвучення думок громадськості, щоб отримати їх схвалення та підтримку у відповідь. А от повідомлення В. Зеленського у Telegram-каналі направлені проінформувати населення України та міжнародну спільноту про актуальний стан подій на фронті, в дипломатичному полі та про вектори політики держави в умовах сучасності. Результатом такої інформаційної підтримки є боротьба з російською дезінформацією та привернення уваги громадськості до подій в Україні.

Таким чином, з появою Інтернету та соціальних мереж останні стали основним компонентом навколишнього середовища, який складає та впливає на людську свідомість, схильності, думки та навіть поведінку. Це також стало найпростішим способом спілкування з різними людьми з усього світу, найпростішим та найшвидшим способом отримати доступ до інформації з різних джерел та вивчити різноманітні ідеології різних культур. Саме так соціальні мережі впливають на громадську думку та підштовхують аудиторію до бажаної поведінки.

Список використаних джерел

1. Ковалевич Б. В. Соціальні мережі як новий інструмент ведення інформаційних війн у сучасному світі. Грані. 2014. № 4 (108). С. 118–121.
2. The impact of social media on public opinion. URL: <https://cc-plus.com/articles/2021/08/23/the-impact-of-social-media-on-public-opinion/> (дата звернення: 20.04.2024).
3. Walsh S. The Top 10 Social Media Sites & Platforms. URL: <https://www.searchenginejournal.com/social-media/social-media-platforms/> (дата звернення: 20.04.2024).

Філатова О. С.,
д-р філол. наук, професор,
завідувач кафедри журналістики, реклами та PR-комунікацій,
НУК імені адмірала Макарова, м. Миколаїв, Україна
Гаврилова Я. Л.,
канд. наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри журналістики, реклами та PR-комунікацій,
НУК імені адмірала Макарова, м. Миколаїв, Україна

МЕХАНІЗМИ ВПЛИВУ НА ЧИТАЧА У МЕДІАТЕКСТАХ

Спілкування автора з адресатом ЗМІ є опосередкованим, що зумовлює специфіку сприйняття медіатекстів. Потік інформації має лише один напрям – орієнтир на читача, зворотний зв'язок «адресат – автор» практично не відбувається. Читачеві пропонуються роздуми, але не надається можливість обговорити їх з автором. Звідси випливає, що сприйняття медіатексту – це процес, основою якого є вплив.

Впливову силу ЗМІ закладено у структурі текстів [2; 3]. Кожен автор через медіатекст формує певну картину Всесвіту, передає своє особливе ставлення до подій чи явищ, саме це впливає на формування поглядів читачів на дійсність. Адресат, не маючи зворотного зв'язку, створює власне уявлення про дійсність, орієнтуючись на запропоновану інформацію через засоби масової інформації. Взаємини між автором і аудиторією, різниця між авторською концепцією тексту і його образом у сприйнятті читачами буде залежати від особливостей тексту.

З метою ефективного спілкування кожен різновид ЗМІ орієнтує свою інформацію на певний тип читачів. У кожній моделі видання закладено власний погляд на аудиторію, на інтереси і потреби якої розраховує друковане / інтернет-видання. Тобто у моделі ЗМІ сформовано певний риторичний образ того читача, який сприймає інформацію видання адекватно. Найбільш ефективним спілкування («медіатекст – читач») виявляється тоді, коли читач відповідає риторичному образу адресата, який передбачено у ЗМІ.

Уплив на реципієнта здійснюється прямо і непрямо. Засоби масової інформації можуть використовувати обидва способи впливу на аудиторію. Особливість процесу впливу полягає у тому, що зберігається комунікативна рівновага взаємодіючих боків: суб'єкт і об'єкт впливу знаходяться в однаковому становищі. У тому випадку, якщо об'єкт впливу потрапляє у стан «жертви», перестає контролювати ситуацію і мету спілкування, тоді ми маємо справу з маніпуляцією. Маніпуляція –

більш складне явище, ніж вплив. Довести маніпулятивний ефект текстів медійних матеріалів важко. Явище маніпуляції викликає асоціації з негативними уявленнями про наслідки такого спілкування, сам термін «маніпуляція» починає маніпулювати [5]. Тому, аналізуючи медіатексти послуговуємося терміном «вплив» як більш широким і доречним.

Мовна комунікація – це стратегічний процес, який вимагає вибору оптимальних мовних засобів впливу на аудиторію для досягнення комунікативної мети. Найчастіше мета автора полягає у регулюванні і контролі за діяльністю адресата, демонстрації влади. Цього можна досягти використовуючи різноманітні мовні засоби впливу, а саме: фонетичні, лексичні, морфологічні, синтаксичні (тобто ті, що включають мовні одиниці різних рівнів). Глобальний комунікативний задум полягає у стратегії, на основі якої будується вислів.

Будь-яка мовна стратегія – це спосіб глобального досягнення комунікативного задуму, тобто мовний механізм унесення змін у свідомість адресата, корекції його моделі світу. Мовна стратегія заснована на прогнозуванні ситуації спілкування, спирається на знання і когнітивні моделі соціуму й індивіда. Стратегія полягає у послідовному розв'язанні комунікативних завдань через реалізацію низки тактик, ходів і мовних маркерів, що надаються всіма рівнями мови. Відповідно до тлумачень учених, стратегія є когнітивною категорією, оскільки вона спрямована на зміну уявлень адресата про світ, але її вважаємо і прагматичною категорією тому, що через стратегію автор передає свої інтереси, мету, які досягаються у результаті спілкування.

Аналізуючи медіатексти в аспекті впливу на читачів, ми розуміємо стратегію як глобальний намір мовника, що реалізується через тактики і ходи. Тактика – це сукупність дій, спрямованих на досягнення стратегії, а хід – це конкретна дія. Хід описується через мовні маркери – мовні одиниці різних рівнів, мовні прийоми, які у комплексі дозволяють виявити механізми впливу. Таким чином, стратегічний вплив на адресата можна уявити у вигляді ієрархії: стратегія – тактика – хід – мовні маркери. Мовна активність автора полягає у виборі технік, механізмів для успішного «підкорення» адресата своїм інтересам, меті і переконанням. Це «підкорення» не повинно бути явним і легко розпізнаватися реципієнтом. При цьому необхідно, щоб адресат швидко реагував на запропоновану інформацію.

Мовна активність автора полягає у виборі технік, механізмів для успішного «підкорення» адресата своїм інтересам, меті й переконанням. Це «підкорення» не повинно бути явним і легко розпізнаватися реципієнтом. При цьому необхідно, щоб адресат швидко реагував на

запропоновану інформацію. У свідомості адресата миттєво повинні виникати необхідні оцінки, думки, переконання, а почуття повинні надавати впевненості у правильності сформованих оцінок або відгороджувати, затримувати свідому оцінку запропонованої інформації, виникнення контраргументів з боку адресата тощо. Тобто на почуття і свідомість реципієнта тиск справляється одночасно, вони доповнюють один одного, сприяють динамічності, гармонічності сприйняття впливу, маніпуляції. Шляхом встановлення семантичної залежності між словами у процесі спілкування у свідомості реципієнта продукуються прогнозовані автором асоціації. Саме через цю властивість мову вважають інструментом соціальної влади.

Стратегії мовного впливу поділяються на загальні й окремі. Загальні спрямовані на досягнення загальної соціальної мети, окремі характеризують конкретні комунікативні акти з конкретною метою. Науковці традиційно виокремлюють чотири блоки загальних стратегій: семантичні, прагматичні, діалогічні, риторичні, зауважуючи, що перелік окремих мовних стратегій досліджено недостатньо. Зокрема Т. ван Дейк пропонує мовні тактики, виявлені у конфліктних ситуаціях між етнічними групами. В основі поділу взаємодіючих у таких випадках покладено яскраво виражене протиставлення «вони – ми», групи «своїх» і групи «чужих» [1, с. 173]. Протиставлення «вони – ми» досить актуальне у сучасній пресі. Розглянемо усталені мовні тактики.

1. Наведення прикладів – тези, що висуває автор, вимагають підтвердження конкретними ілюстраціями, це підвищує довіру читачів.

2. Правки (або уточнення) – група «ми», обговорюючи опонентів, виправляє допущені неточності, суперечливі моменти. «Це не...», «Скоріш за все...».

3. Узагальнення – маючи невеликий негативний приклад, один конкретний випадок, автор робить узагальнювальні висновки: «Так завжди...», «Вони всі такі...».

4. Заперечення – заперечення власних негативних вчинків, неправильної поведінки, або ігнорування позитивних рис противника.

5. Підсилення – активізація уваги адресата. Навантаження негативних рис опонента, обговорення найяскравіших негативних характеристик.

6. Зсування – автор займає позицію людини, яка не в змозі сторонньо спостерігати за безчинством. «Мені то все одно, але сусіди...». З одного боку, автор є нейтральною особою, а з іншого – він може бути активнішим за «переживаючи неподобство сусідів». Так комунікант може досягти довіри адресата, оскільки захищає не свої, а сторонні інтереси, а це, як уже зазначають, привертає людей.

7. Вчинки – демонстрування витримки до групи «вони».

8. Повтор – повтор сказаного, підкреслення важливості тези.

9. Контраст – явне протиставлення «вони – ми».

10. Встановлення негативних наслідків для групи «ми» у результаті взаємодії з групою «вони». Ситуативна модель така: противник змальовується через загрозу нормам, цінностям, інтересам, безпеці групі «ми». При цьому мовники наголошують на тому, що їх особисто не можна звинувачувати у негативних діях інших осіб. Категорії оцінки і висновки у таких описах є виразником особистої оцінки автора повідомлення, відповідно до норм більшості [1, с. 201]. Протиставлення «вони – ми» більш помітно у політичних і партійних виданнях.

Отже, мовні механізми впливу на читача, які включають мовні засоби всіх рівнів, закладено у стратегіях, що використовуються авторами. Мовна активність автора полягає у виборі технік, механізмів для успішного «підкорення» адресата своїм інтересам, меті й переконанням. Це «підкорення» не повинно бути явним і легко розпізнаватися реципієнтом. При цьому необхідно, щоб адресат швидко реагував на запропоновану інформацію.

Список використаних джерел

1. Dijk T. Ideology: A Multidisciplinary Approach London: Sage Publications, 1998. 374 p.

2. Різун В. В., Мамалига А. І., Феллер М. Д. Нариси про текст: теоретичні питання комунікації тексту. Київ : Редак. вид. центр «Київ. ун-т», 1998. 336 с.

3. Серажим К. С. Семантико-мовна опозиція в українській публіцистиці. *Сучасні проблеми мовознавства та літературознавства: Зб. матеріалів Міжнародної наук. конференції «Українська література в загально-європейському контексті»*. Ужгород, 2002. С. 303-306.

4. Сизонов Д.Ю. Медіатекст та медіадискурс у сучасному медійному просторі. *Studia Linguistica*. 2013. Вип. 7. С. 389-393.

5. Фінклер Ю. Маніпулятивні характеристики мас-медіа в контексті впливу на аудиторію. *Вісник Запорізького державного університету. Серія філологічні науки*. 2003. № 1. С. 181-190.

ЗМІСТ

Секція АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЖУРНАЛІСТИКИ

<i>Сидоренко Т. В.</i> Компонентна структура цифрової компетентності майбутніх журналістів.....	3
<i>Соловійова А. С., Аветісян І. Е.</i> Політичне життя міста після початку повномасштабного вторгнення як тема для журналістських матеріалів	7
<i>Соловійова А. С., Василенко Е.</i> Перспективи розвитку спорту в Миколаєві після закінчення війни: особливості висвітлення в журналістських матеріалах	10
<i>Соловійова А. С., Савкіна А. О.</i> Політична мова в контексті трансформації політичних процесів.....	15
<i>Тулузакова О. Г., Верещак А. В.</i> «60 хвилин»: найяскравіший приклад російської пропаганди	18
<i>Тулузакова О. Г., Лазарева М. А.</i> Особливості висвітлення теми війни в Україні українськими та зарубіжними ЗМІ: порівняльний аспект	22
<i>Чулкова А. В.</i> Вплив технологій штучного інтелекту на сучасну журналістику.....	28
<i>Шкірчак С. І., Бородій П. І.</i> Медіа як важливий суб'єкт у сфері захисту прав людини: ефективність та практичний аспект	32
<i>Шкірчак С. І., Голян А. О.</i> ЗМІ та органи державної влади: взаємодія в інтересах суспільства	37
<i>Шкірчак С. І., Коваленко О. О.</i> Мас-медіа у процесі оперативного висвітлення подій під час воєнного стану	39
<i>Шкірчак С. І., Лобанова Д. В.</i> Теоретичні основи дослідження функціонування соціальних мереж та їх вплив на формування громадської думки.....	42
<i>Філатова О. С., Гаврилова Я. Р.</i> Механізми впливу на читача у медіатекстах	45

ДЛЯ НОТАТОК

ДЛЯ НОТАТОК

Редактор *О. Михайлова*. Комп'ютерна верстка *К. Гросу-Грабарчук*
Друк *С. Волинець*. Фальцювальню-палітурні роботи *О. Мішалкіна*

Підп. до друку 10.06.2024
Формат 60x84^{1/16}. Папір офсет.
Гарнітура «Times New Roman». Друк ризограф.
Ум. друк. арк. 11,2. Обл.-вид. арк. 10,2.
Тираж 10 прим. Зам. 6840.

Видавець та виготовник:
Чорноморський національний університет імені Петра Могили
54003, м. Миколаїв, вул. 68 Десантників, 10.
Тел.: 8 (0512) 50–03–32, 8 (0512) 76–55–81, e-mail: rector@chmnu.edu.ua.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 6124 від 05.04.20