

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УНІВЕРСИТЕТ МИТНОЇ СПРАВИ ТА ФІНАНСІВ**

**Факультет управління
Кафедра журналістики**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

на тему: «Особливості медіакомунікацій в умовах війни»

Студентки 4 курсу, групи ЖР-19-1
спеціальності 061 «Журналістика»
Гриненко А.Є.

Керівник: д. н. держ. упр., професорка
Ягчук О. М.

Дніпро - 2023 рік

АНОТАЦІЯ

кваліфікаційної роботи на тему:

«Особливості медіакомунікацій в умовах війни»

Виконавець: студентка групи ЖР19-2 Гриненко А. Є.

Керівник: д. н. держ. упр., професорка Ятчук О. М.

У кваліфікаційній роботі, що присвячена особливості медіакомунікацій в умовах війни, були висвітлені розповсюдження пропаганди, бо медіа можуть бути використані для маніпулювання інформацією та формування певних переконань серед населення. Дезінформація та фейківіруси. Адже це може створювати спотворену картину подій і спричиняти паніку та неправильні рішення. Залучення до військових операцій. Бо ж умови війни можуть вимагати залучення журналістів до військових операцій. Вони можуть знаходитися під загрозою життя, але в той же час мають забезпечувати об'єктивну та достовірну інформацію. Обмеження свободи преси. Умови війни можуть призводити до обмежень свободи преси. Інформаційна безпека. Умови війни висувають вимоги до інформаційної безпеки. Медіа повинні бути обережними при розміщенні військових та стратегічних інформацій, щоб не допомагати противнику.

Ключові слова: медіакомунікації, міжнародні новини, війна, пропаганда, журналіст, інформаційна війна, фейки.

Тема кваліфікаційної роботи пройшла апробацію на роботі в медіа за час війни, а саме: 34 телеканал, NewsRoom, Маріупольський телеканал ТВ7, благодійний фонд “ЯМаріуполь. Дніпро” та 11 телеканал.

SUMMARY

qualification work on the topic:

"Peculiarities of media communications in conditions of war"

Performer: student of group ZHR19-2 Hrynenko A. Ye.

Head: Ph.D. state manager, professor Yatchuk O.M.

In the qualifying work, which is devoted to the peculiarities of media communications in the conditions of war, the spread of propaganda was highlighted, because the media can be used to manipulate information and form certain beliefs among the population. Misinformation and fake viruses. After all, it can create a distorted picture of events and cause panic and wrong decisions. Involvement in military operations. After all, the conditions of war may require the involvement of journalists in military operations. They may be in danger of life, but at the same time should provide objective and reliable information. Restrictions on freedom of the press. Conditions of war can lead to restrictions on the freedom of the press. Informational security. The conditions of war impose requirements for information security. The media must be careful when posting military and strategic information so as not to aid the enemy.

Keywords: media communications, international news, war, propaganda, journalist, information war, fakes.

The topic of the qualification work was tested at work in the media during the war, namely: 34 TV channel, NewsRoom, Mariupol TV channel TV7, charity fund "Ya Mariupol. Dnipro" and 11 TV channels.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА ТА БЕЗПЕКА. ОСОБЛИВОСТІ ПОШИРЕННЯ НОВИНИ В МЕРЕЖІ.....	6
1.1. Особливості поширення інформації та фото під час воєнного стану.....	6
1.2. Медіакомунікаційний вплив. Інформаційна безпека держави та інформаційна війна	9
1.3. Медіакомунікації та соціальні проблеми під час воєнного стану.....	13
РОЗДІЛ 2. РОБОТА МЕДІА ПІД ЧАС ВЕЛИКОЇ ВІЙНИ. БОРОТЬБА З ПРОПАГАНДОЮ	19
2.1. Особливості роботи журналістів в умовах інформаційної війни.....	19
2.2. Пропаганда: її вплив на людей та як вона працює в умовах війни.....	30
2.3. Особливості та обмеження роботи медіа під час великої війни.....	36
РОЗДІЛ 3. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА ДО ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ АВТОРСЬКИЙ ПРОЄКТ «МІЖНАРОДНІ НОВИНИ» В РАМКАХ 11 ТЕЛЕКАНАЛУ	31
ВИСНОВКИ	43
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	45
ДОДАТОК А	

ВСТУП

Медіакомунікації в умовах війни характеризуються високою емоційністю, швидкістю поширення інформації, розповсюдженням пропаганди та дезінформації, а також важливістю факт-чекінгу та незалежної журналістики для забезпечення достовірної інформації та протидії маніпуляціям.

Актуальність теми особливостей медіакомунікацій в умовах війни є дуже актуальною, оскільки війни та збройні конфлікти залишають значний вплив на суспільство та медіа. У таких умовах медіакомунікації набувають особливого значення, оскільки вони впливають на формування громадської думки, сприяють маніпуляції інформацією та можуть мати важливі наслідки для життя людей. Розуміння особливостей медіакомунікацій в умовах війни є важливим для розробки стратегій протидії пропаганді, дезінформації та підтримки свободи слова та незалежного журналістики.

Мета кваліфікаційної роботи: проаналізувати роль медіакомунікацій під час воєнного стану та висвітлити роботу журналістів у практичному доробку.

Для досягнення поставленої мети поставлені наступні **завдання**:

Умови війни ставлять перед медіакомунікаціями кілька важливих завдань:

— інформування: Медіа повинні забезпечувати населення достовірною та об'єктивною інформацією про військові події, гуманітарну ситуацію, злочини проти людства та інші аспекти конфлікту. Інформування має бути чітким, оперативним і відповідати вимогам журналістської етики.

— пропаганда проти війни: Медіа можуть виконувати роль важливого інструменту для мобілізації громадської думки проти війни. Вони можуть показувати руйнування, гуманітарні кризи та страждання населення, а також документувати злочини проти людності, щоб світова спільнота бачила наслідки війни.

— гуманітарна допомога: Медіа можуть використовуватися для забезпечення та координації гуманітарної допомоги в районах конфлікту.

Інформація про потреби населення, локації гуманітарних центрів та маршрути доставки може бути поширена широкою аудиторією через медіа.

— захист прав людини: Медіа можуть виконувати важливу роль у виявленні та документуванні порушень прав людини під час війни. Вони можуть висвітлювати факти злочинів проти людяності, допомагати встановити відповідальність та привертати увагу міжнародної спільноти.

— запобігання поширенню пропаганди та дезінформації: Медіа мають важливе завдання розпізнавати, демаскувати та протидіяти пропагандистським повідомленням та дезінформації, що поширюються в умовах війни. Вони повинні сприяти критичному мисленню, факт-чекінгу та наданню об'єктивної інформації.

Об'єктом дослідження є медіакомунікації.

Предметом дослідження є особливості медіакомунікацій в умовах війни.

Інформаційною базою послужили роботи Почепцов Г.Г.,

Під час виконання роботи було використано ряд **методів наукового дослідження**, зокрема аналіз контенту (дослідники можуть вивчати зміст медійних матеріалів, їх тон, характеристики та емоційний вплив на аудиторію. Аналізується пропагандистський вплив, наявність дезінформації, та ступінь об'єктивності новинного звітування), дослідження аудиторії (вивчається сприйняття медійних повідомлень аудиторією, їх ставлення до інформації та вплив медіа на їх думку, уявлення та поведінку. Застосовуються опитування, фокус-групи та інші методи соціологічних досліджень), моніторинг медіа (використовуються інструменти та технології для систематичного спостереження за медійним простором. Це включає аналіз медійних випусків, медіа-моніторинг соціальних мереж та вивчення популярних тем, хештегів та поширення вірусних повідомлень).

Практичним значенням одержаних результатів є авторський проєкт в рамках новин 11 каналу “Міжнародні новини”. Цей проєкт, як окремий був створений вперше в Україні.

Тема кваліфікаційної роботи пройшла апробацію на роботі в медіа за час війни, а саме: 34 телеканал, NewsRoom, Маріупольський телеканал ТВ7, благодійний фонд “ЯМаріуполь. Дніпро” та 11 телеканал.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури та Додатку А.

РОЗДІЛ 1. ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА ТА БЕЗПЕКА. ОСОБЛИВОСТІ ПОШИРЕННЯ НОВИНИ В МЕРЕЖІ

1.1. Особливості поширення інформації та фото під час воєнного стану.

Поширення інформації та фотографій під час воєнного стану має свої особливості, оскільки ситуація відображається в контексті збройного конфлікту, збільшується значимість точності, об'єктивності та відповідальності.

Основні особливості поширення інформації та фотографій під час воєнного стану:

1. Інформаційна достовірність: Воєнний стан може створювати небезпеку з поширенням недостовірної та дезінформаційної інформації. Важливо перевіряти джерела інформації та фотографій, переконуватись у їх достовірності та перевіряти факти, щоб уникнути поширення маніпуляцій або неправдивих заяв.

2. Захист конфіденційної інформації: Воєнний стан може призводити до збільшення обмежень щодо розголошення важливих військових та безпекових даних. Розголошення такої інформації може створювати загрозу національній безпеці. Тому важливо бути обережним і не поширювати конфіденційну інформацію, яка може бути шкідливо використана противником.

3. Врахування моральних та етичних норм: Під час воєнного стану важливо дотримуватись моральних та етичних норм у поширенні інформації та фотографій. Військові події можуть бути трагічними, і важливо поважати гідність та приватність постраждалих осіб. Необхідно утримуватись від поширення шокуючих або образливих зображень.

4. Дотримання законодавства: Під час воєнного стану можуть вводитись певні обмеження на поширення інформації та фотографій з метою забезпечення безпеки держави та її громадян. Важливо дотримуватись встановлених законів та правил, а також вказівок військових та цивільних влад.

5. Застосування соціальних медіа: Соціальні медіа стають важливим інструментом для поширення інформації та фотографій під час воєнного стану. Вони можуть забезпечувати швидку передачу новин, зображень та свідчень. Однак необхідно використовувати їх з обережністю, перевіряти джерела та бути уважним до можливих спроб маніпуляції або поширення дезінформації.

Під час воєнного стану важливо зберігати розумну критичність, об'єктивність та відповідальність у поширенні інформації та фотографій. Це допоможе забезпечити достовірну та етичну передачу подій, уникнути поширення дезінформації та підтримати національну безпеку.

Воєнний конфлікт породжує нові ситуації і юридичні складності, з якими раніше не доводилося зіштовхуватися. Запитання "Як поступити, якщо...?" виникають не лише у журналістів та активістів, але й у звичайних громадян, які прагнуть діяти відповідно до закону навіть у часи війни.

Давайте розпочнемо з основ. Не всю інформацію можна отримати та використовувати вільно. Існує інформація з обмеженим доступом, така як таємна, конфіденційна та службова. Під час воєнного стану особливо важливо дотримуватись "букви закону" і утримуватись від публікації даних, які можуть пошкодити безпеку держави та її громадян. Законодавство про доступ до публічної інформації, яке визначає ці види обмеженого доступу, не змінювалося з моменту початку повномасштабної війни, тому якщо ви працювали з інформацією, підходи, обмеження та покарання залишаються незмінними.

Проте, варто пригадати про це знову. Інформація з обмеженим доступом поділяється на конфіденційну, таємну та службову (відповідно до статті 6 Закону України "Про доступ до публічної інформації"). Конфіденційна інформація стосується персональних даних про фізичну особу, таких як освіта, сімейний стан, релігійні переконання, стан здоров'я, дата і місце народження, майновий стан тощо. Розголошення такої інформації означає порушення статті 182 Кримінального кодексу України про "Порушення недоторканності

приватного життя". Це може призвести до штрафу, виправних робіт, арешту або позбавлення волі.

Таємна інформація включає державну, професійну, банківську таємницю, а також таємницю досудового розслідування та іншу, передбачену законом, таємницю. Розголошення такої інформації може завдати шкоди особі, суспільству і державі.

Внаслідок встановлення воєнного стану, збереження національної безпеки стало надзвичайно важливим завданням, що може призвести до обмеження конституційних прав та свобод громадян. Зокрема, такі права як таємниця листування, недоторканність житла, свобода слова та свобода пересування можуть бути обмежені відповідно до статті 8 Закону України "Про правовий режим воєнного стану". Хоча також існують можливості для обмежень інших прав та свобод, які не включені до цього переліку, проте в цьому випадку Верховна Рада України має ухвалити окремий закон, що регулюватиме обмеження конкретного права.

Проте необхідно відзначити, що обмеження прав не означає їх повне скасування. Під час воєнного стану права залишаються існуючими, але їх реалізація може мати певні особливості. Наприклад, свобода пересування залишається збереженою, але можуть існувати обмеження, такі як відмова у в'їзді на певну територію або затримка для перевірки документів. Свобода слова також може бути обмежена заборонаю поширювати інформацію про рух української військової техніки. Крім того, встановлення комендантської години може обмежувати право на свободу пересування.

Під час війни спостерігається зростання поширення фотографій і відеозаписів зображень тіл вбитих та поранених ворогів, що, на деякий час, стало своєрідним способом "терапії" для українців. Однак, окрім морально-етичних аспектів, необхідно враховувати й юридичні наслідки такого поширення.

Стаття 300 Кримінального кодексу України передбачає відповідальність за ввезення, виготовлення або розповсюдження творів, які пропагують культ

насильства і жорстокості, расову, національну або релігійну нетерпимість та дискримінацію (поліція).

Щоб певний контент підпадав під цю статтю, необхідно розуміти, що розуміється під терміном "культ насильства і жорстокості". Національна експертна комісія України з питань захисту суспільної моралі у своїх рекомендаціях від 20 квітня 2010 року № 3 визначає поняття культу насильства та жорстокості. Це єдиний орган, який має право встановлювати таку категорію.

"Культ насильства та жорстокості" означає надмірне просування творів, де груба фізична сила, насильство, катування та смерть представлені як нормальні форми поведінки. Це може бути виражено через прямі заклики до насильства та жорстокості у письмовій, друкованій, електронній формі, а також усному виконанні, фотографіях, рекламних матеріалах, анонсах, повідомленнях тощо. Також це може включати аудіозаписи, фільми, відеозаписи, комп'ютерні ігри тощо, де сюжет переважно складається з демонстрації або опису сцен насильства та жорстокості.

Рекомендації Національної експертної комісії є дійсними, але сама комісія більше не існує. Останні вироки, що стосуються культу насильства, були винесені у 2017-2018 роках, коли комісія функціонувала. Отже, на даний момент, оскільки комісія не активна, не існує органу, який мав би право визначати, чи підпадає контент під термін "культ насильства і жорстокості".

В умовах війни публікація даних про зникнення військового, наданих його родичами, є складною та відповідальною справою. ЗМІ повинні керуватися законодавством та етичними нормами, які регулюють поширення інформації.

Згідно із Законом про персональні дані, особисті дані (включаючи інформацію про зниклого військового) є конфіденційними та захищеними законом. Розкриття таких даних без згоди власника може порушувати приватність та безпеку особи, а також спричинити шкоду його родині.

Крім того, існує можливість, що публікація даних про зниклого військового може негативно вплинути на його життя та безпеку. Наприклад, ця інформація може потрапити до противника, що збільшить його ризик у разі полону або негативно вплине на можливості обміну військовополоненими.

Тому перед публікацією даних про зниклого військового, ЗМІ повинні враховувати наступні фактори:

1. Згода родичів: Якщо родичі просять оприлюднити інформацію про зниклого військового, їхню згоду слід отримати письмово або у вигляді запису, щоб уникнути можливих проблем і конфліктів у майбутньому.

2. Законодавство: Перевірте, які обмеження та вимоги накладає законодавство щодо розголошення персональних даних у воєнний період. Дотримуйтесь встановлених правил та рекомендацій.

3. Безпека: Оцініть можливі наслідки для безпеки зниклого військового та його родини в разі публікації даних. Врахуйте, як ця інформація може використовуватися противником та які можливі ризики.

4. Користь та шкода: Обережно зважайте на те, яка може бути користь від публікації цієї інформації порівняно з можливою шкодою, яку вона може завдати військовому та його родині.

5. Консультація з професіоналами: У разі сумнівів або потреби в розгляді юридичних аспектів, зверніться до професіоналів, які спеціалізуються на медійних питаннях та правах людини.

Загалом, рішення про публікацію даних про зниклого військового повинно бути обдуманим, враховуючи законодавство, етичні норми, безпеку особи та родини. Поговоріть з родичами зниклого військового та врахуйте їхні побажання, а також зверніться до фахівців для отримання консультацій та додаткової підтримки.

Публікація фото зруйнованої інфраструктури після ворожих обстрілів регулюється законодавством та певними рекомендаціями. Основні аспекти, які варто враховувати, включають:

1. Закон "Про інформацію": Стаття 29 цього закону передбачає право поширювати суспільно необхідну інформацію. В разі, якщо фотографії зруйнованої інфраструктури вважаються суспільно важливими, їх можна публікувати на цій підставі.

2. Спільна заява Міністерства культури та інформаційної політики, Міністерства оборони України та представників ЗМІ: Ця заява встановлює певні строки для публікації фото та відео щодо подій на місцях ведення бойових дій. Згідно з цією заявою, публікацію фото та відео щодо цивільних об'єктів можна здійснювати через 3 години після обстрілу, а щодо військових об'єктів - після завершення 12 годин.

3. Рекомендації медіаюристів та етичні норми: Незважаючи на відсутність прямої заборони в законодавстві, медіаюристи та експерти наголошують на важливості дотримання етичних норм та врахування можливих наслідків публікацій. Фотографії з місць ведення бойових дій можуть містити інформацію, яка може бути корисною для противника та загрожувати безпеці.

Загалом, вирішення щодо публікації фото зруйнованої інфраструктури в умовах війни повинно бути обдуманим з урахуванням законодавства, етичних норм, потреби суспільної інформації та безпеки. Рекомендується консультуватися з медіаюристами та дотримуватися принципів відповідального журналістського підходу.

Документування воєнних злочинів пов'язане з обробкою чутливих персональних даних, і згода на обробку цих даних є важливим аспектом. Для правильного документування та захисту персональних даних свідків воєнних злочинів рекомендується включити такі елементи у згоду:

1. ПІБ власника персональних даних: У згоді повинні бути вказані повне і точне ПІБ свідка, чиї персональні дані збираються.

2. Склад та зміст зібраних персональних даних: В згоді слід вказати, які конкретні персональні дані будуть збиратись, такі як ім'я, адреса, номер телефону, свідчення тощо.

3. Права суб'єкта персональних даних: В згоді має бути зазначено права свідка згідно статті 8 Закону "Про захист персональних даних", зокрема право на доступ до власних персональних даних, виправлення, блокування чи видалення неправдивих або незаконно зібраних даних.

4. Мета збору персональних даних та осіб, яким передаються або можуть передаватись персональні дані: Згода повинна чітко визначати ціль збору персональних даних та осіб, яким ці дані можуть бути передані. Наприклад, з метою розслідування воєнних злочинів та передачі інформації правоохоронним органам.

5. Поширення персональних даних без згоди: Важливо враховувати, що згідно з Законом "Про захист персональних даних", поширення персональних даних без згоди суб'єкта дозволяється лише у випадках, передбачених законом, і тільки в інтересах національної безпеки, економічного добробуту та прав людини.

Ці елементи допоможуть забезпечити належне документування та захист персональних даних свідків воєнних злочинів. Рекомендується також звернутися до медіаюристів або юридичних фахівців для отримання конкретних порад та роз'яснень щодо вимог законодавства та процедур документування воєнних злочинів.

1.2. Медіакомунікаційний вплив. Інформаційна безпека держави та інформаційна війна.

Медіакомунікаційний вплив, інформаційна безпека держави і інформаційна війна є взаємопов'язаними концепціями, що стосуються впливу інформації на суспільство, політику та міжнародні відносини. Давайте розглянемо кожен з цих концепцій окремо.

Медіакомунікаційний вплив означає вплив засобів масової інформації (ЗМІ) на суспільство та індивідів через розповсюдження інформації та використання комунікаційних каналів. ЗМІ впливають на формування

громадської думки, усвідомлення подій, ставлення до певних питань та політичних процесів. Медіакомунікаційний вплив може мати значний вплив на суспільство, політику, громадянське суспільство та міжнародні відносини.

Інформаційна безпека держави охоплює заходи та політику, спрямовані на захист інформаційних ресурсів держави від загроз з боку зовнішніх або внутрішніх суб'єктів. Це включає захист інформації від несанкціонованого доступу, кібератак, дезінформації, пропаганди та інших форм інформаційних загроз. Інформаційна безпека держави важлива для забезпечення функціонування державних інституцій, захисту національних інтересів та забезпечення безпеки громадян.

Інформаційна війна відноситься до активних заходів впливу, які спрямовані на використання інформації з метою досягнення політичних, військових або геополітичних цілей. Інформаційна війна може включати дезінформацію, пропаганду, кібератаки, маніпулювання громадською думкою та інші методи для впливу на опонентів або маси. Її ціллю може бути дестабілізація суспільства, зміна політичних настанов, вплив на рішення або військові дії.

Одна з ключових складових інформаційної безпеки держави полягає у попередженні та протидії інформаційній війні. Це включає розвиток захисних стратегій, посилення кібербезпеки, підвищення свідомості громадськості про дезінформацію та пропаганду, розвиток незалежних медіа та критичного мислення. Також важливо враховувати міжнародний аспект інформаційної безпеки, оскільки інформаційна війна може мати перетини та наслідки на міжнародні відносини.

У сучасному світі інформаційна безпека та інформаційна війна стали важливими складовими політичного та геополітичного простору. Країни розвивають свої стратегії інформаційної безпеки, а також працюють над міжнародними механізмами співпраці для протидії інформаційній війні.

Інформаційна безпека є невід'ємною частиною національної безпеки та має велике значення для держави. Вона охоплює різні аспекти, включаючи

забезпечення належного інформування громадян і доступу до різних джерел інформації, а також захист від дезінформації та негативного впливу. Інформаційна безпека також спрямована на збереження цілісності суспільства та національного інформаційного простору, а також на протидію негативним інформаційним впливам, включаючи інформаційні війни та маніпуляції. Забезпечення комплексного підходу до інформаційної безпеки дозволяє захистити інтереси суспільства і держави, а також гарантує право громадян на отримання об'єктивної та якісної інформації.

Значна увага приділяється проблемі забезпечення інформаційної безпеки України, оскільки вона стала об'єктом антиукраїнських впливів. Ці впливи спрямовані на поширення ідей сепаратизму, насильства та національної ворожнечі з метою руйнування національної ідентичності, порушення міжнародної злагоди, посягання на конституційний лад та територіальну цілісність держави.

Проблема інформаційної безпеки України набуває особливої актуальності в умовах війни на Сході, де Російська Федерація здійснює інформаційну експансію. Російські технології інформаційно-психологічних операцій спрямовані на забезпечення домінування в українському та світовому інформаційному просторі. Ці пропагандистські кампанії, акції та медійні заходи мають вплив не тільки на суспільну свідомість громадян України, але й на світову громадськість.

Виявлено, що український інформаційний простір залишається незахищеним від зовнішніх негативних пропагандистсько-маніпулятивних впливів і стає об'єктом інформаційної експансії. Також відсутній український національний інформаційний продукт у світовому медіапросторі, який би поширював об'єктивну та актуальну інформацію про події в Україні. Це призводить до дефіциту інформації або отримання її з джерел, які надають викривлену, спотворену або неповну інформацію. Водночас існує активна експансія іноземних суб'єктів на ринку інформаційних послуг, що сприяє негативним інформаційним впливам та знижує міжнародний імідж держави.

Діяльність вітчизняних ЗМІ, що стосується систематичного та об'єктивного висвітлення фактів та подій, є недостатньою і не має стратегічного планування. Інформаційно-комунікативна політика України в сфері національної безпеки потребує невідкладного перегляду та удосконалення.

1.3. Медіакомунікації та соціальні проблеми під час воєнного стану.

Під час воєнного стану медіакомунікації та соціальні проблеми набувають особливого значення, оскільки вони впливають на сприйняття конфлікту, міжнародну думку та гуманітарну ситуацію. Ось кілька ключових аспектів медіакомунікацій та соціальних проблем під час воєнного стану:

1. Пропаганда та дезінформація: Воєнний стан може сприяти поширенню пропаганди та дезінформації, які спрямовані на маніпулювання громадською думкою та створення сприятливого образу власної сторони. Медіа повинні бути обережними та критичними щодо отриманої інформації та перевіряти факти перед їх поширенням.

Сторони конфлікту можуть активно використовувати медіа, включаючи соціальні мережі, для поширення пропагандистських повідомлень. Ціль полягає в маніпуляції громадською думкою, формуванні певного світогляду та підтримці військових дій.

Війна включає не тільки фізичний конфлікт, але й психологічні аспекти. Пропаганда та дезінформація можуть бути використані для залякування, деморалізації або маніпуляції супротивника та цивільного населення.

Пропаганда може підживлювати ненависть та ворожнечу між різними групами, націями або релігійними спільнотами. Це може призводити до подальшого ескалації конфлікту та поглиблення поділів у суспільстві.

В умовах війни дуже поширені дезінформація та фейкові новини. Це можуть бути неправдиві повідомлення про події, маніпуляції з фотографіями або відео, спекуляції та зловживання інформацією з метою впливу на громадську думку.

В умовах війни особливо важливим є факт-чекінг та критичне мислення.

Розпізнавання дезінформації та перевірка фактів допомагають людям отримувати достовірну інформацію та уникати поширення маніпулятивних повідомлень.

Медіа та освіта відіграють важливу роль у протидії пропаганді та дезінформації. Забезпечення незалежності, об'єктивності та розгортання фактів є важливими елементами відповідального журналістики.

2. Гуманітарна криза: Воєнний стан може призвести до гуманітарної кризи, зокрема переміщення населення, голоду, втрати житла та доступу до медичної допомоги. Завдяки медіакомунікаціям, соціальним мережам та журналістиці можна привернути увагу до гуманітарної ситуації та потреби у допомозі, а також забезпечити відкритий діалог про ці проблеми.

3. Свобода слова та безпека журналістів: Під час воєнного стану можуть бути обмежені свобода слова та права журналістів на розслідування та поширення інформації. Журналісти піддаються ризику та можуть стикатися з переслідуванням, насильством та цензурою. Забезпечення безпеки журналістів та збереження їх професійної незалежності є важливими аспектами.

4. Роль соціальних мереж: Соціальні мережі стають важливими каналами комунікації під час воєнного стану. Вони дозволяють швидко поширювати інформацію, обмінюватися новинами та думками, залучати увагу міжнародної спільноти до конфлікту та гуманітарних проблем.

Соціальні мережі відіграють важливу роль в умовах війни. Ось деякі аспекти їх ролі:

Швидкість поширення інформації: Соціальні мережі дозволяють швидко поширювати новини та інформацію про війну. Це дозволяє людям отримувати оновлену інформацію про події, що відбуваються, і дізнаватися про гуманітарні потреби та проблеми в реальному часі.

Соціальні мережі допомагають підвищити свідомість глобальної спільноти про війну та її наслідки. Люди з різних країн можуть обмінюватися думками,

досвідом та інформацією, що сприяє розумінню та підтримці тих, хто потерпає від конфлікту.

Соціальні мережі дають громадськості платформу для висловлення своїх думок, досвіду та свідчень про війну. Це може залучити увагу міжнародної спільноти до проблеми, спонукати до дії та впливати на прийняття рішень відносно конфлікту.

Соціальні мережі можуть слугувати майданчиком для збору коштів, розповсюдження інформації про гуманітарні потреби та організацію допомоги постраждалим від війни. Вони можуть сприяти мобілізації ресурсів та координації допомоги.

Соціальні мережі дозволяють людям, роз'єднаним внаслідок війни, залишатися зв'язаними та спілкуватися один з одним. Це особливо важливо для родин, які розділені конфліктом, і дозволяє зберігати соціальну підтримку та емоційний зв'язок.

Важливо зазначити, що соціальні мережі також можуть мати негативний вплив, наприклад, поширюючи неправдиву інформацію або сприяючи розпалюванню ворожнечі. Тому важливо бути критичними до отриманої інформації та підтримувати відповідальне використання соціальних мереж.

5. Психологічний вплив: Воєнний стан може мати значний психологічний вплив на населення. Медіакомунікації повинні бути обережними та емоційно чутливими до того, як вони представляють інформацію про конфлікт та його наслідки.

Узагальнюючи, медіакомунікації та соціальні проблеми під час воєнного стану мають велике значення для формування громадської думки, розуміння конфлікту та гуманітарних потреб. Прозорість, об'єктивність та відповідальність в інформаційному відображенні є важливими аспектами, що сприяють розвитку світового співчуття та ефективного вирішення соціальних проблем.

РОЗДІЛ 2. РОБОТА МЕДІА ПІД ЧАС ВЕЛИКОЇ ВІЙНИ. БОРОТЬБА З ПРОПАГАНДОЮ

2.1. Особливості роботи журналістів в умовах інформаційної війни.

Робота журналістів в умовах інформаційної війни має свої особливості та виклики. Ось деякі з них:

1. Перевірка джерел: Умови інформаційної війни часто супроводжуються поширенням дезінформації, фейкових новин та маніпулятивної інформації. Журналісти повинні бути особливо обережними і перевіряти джерела, переконатися в достовірності інформації та робити все можливе для запобігання поширенню неправдивих повідомлень.

2. Контекстуалізація подій: Умови інформаційної війни можуть супроводжуватися інформаційним шумом і спробами впливу на громадську думку. Журналісти повинні здійснювати глибокий аналіз подій, контекстуалізувати їх і надавати об'єктивну та повну картину ситуації для своїх читачів або глядачів.

3. Захист від впливу: Журналісти можуть стати об'єктом спроб маніпуляції та впливу з боку різних суб'єктів. Вони повинні бути свідомі цього та робити все можливе для збереження своєї незалежності та об'єктивності. Критичне мислення, самокритика та відстоювання принципів професіоналізму допоможуть журналістам зберегти довіру своїх аудиторій.

4. Кібербезпека: В умовах інформаційної війни журналісти можуть стати об'єктом кібератак або зловживання своїми персональними даними. Захист особистої інформації, використання надійних каналів зв'язку та застосування кібербезпечних практик є важливими аспектами для журналістів.

5. Етичні питання: Робота журналістів в умовах інформаційної війни може стати складною з етичної точки зору. Журналісти повинні дотримуватися професійних стандартів, враховувати етичні принципи та бути відповідальними за те, що вони публікують.

В умовах інформаційної війни журналісти відіграють важливу роль у забезпеченні доступу до правдивої інформації та розкритті маніпуляцій. Їхня робота стає ще більш важливою для підтримки демократичних цінностей, забезпечення прозорості та правдивості в суспільстві.

10 лютого 2007 року президент Російської Федерації Володимир Путін взяв участь у Мюнхенській конференції з питань політики безпеки. Експерти тоді розцінили його промову як початок нової "холодної війни". З того часу відбулися ряд конфліктів і дій Росії проти інших держав, зокрема України, які можна розглядати як наслідок цього виступу.

Згадана промова Путіна стала прологом до послідовного зростання агресивних відкритих та прихованих дій Москви. Серед таких дій можна відзначити недопущення підписання угоди про "План дій щодо членства в НАТО" на саміті Північноатлантичного альянсу в Бухаресті, війну в Грузії у 2008 році, анексію Криму у 2014 році та конфлікти на Сході України та в Сирії, які продовжуються до сьогодні.

Російські дії, спрямовані на експансію, передувала інформаційна підготовка, яка мала на меті змінити уявлення суспільства про події і створити підґрунтя для майбутніх військових або гібридних нападів. Інформаційні впливи Росії на масову аудиторію та окремих осіб, які приймають важливі політичні рішення, стали продовженням стратегії, яку використовували колишні інститути СРСР. Вони включають ідеологічні, розвідувальні, аналітичні, експертні та наукові структури.

Останнім часом стали очевидними докази російської інформаційної присутності та гібридних впливів, таких як втручання у виборчі кампанії США, Франції, Німеччини, дія "фабрик тролів", залучення неіснуючих експертів для коментування подій, поширення сенсаційних повідомлень про вигадані події. Все це свідчить про актуалізацію поняття "інформаційна війна".

Дослідження цієї теми базувалось на працях вчених, які досліджували інформаційні та гібридні війни, їхні прояви, інструменти та інші аспекти. Однак, швидкий розвиток медіапрактик та багатогранність цієї проблеми

вимагають нових досліджень. З огляду на це, стаття ставить перед собою завдання розглянути специфіку діяльності журналістів у контексті інформаційної війни та запропонувати шляхи протидії зовнішній інформаційній агресії.

Термін "психологічна війна" був запропонований британським вченим Д. Фуллером у 1920 році, а поняття "інформаційна війна" було введено в обіг Т. Роном, радником колишнього президента США Д. Буша-старшого. Пізніше в Сполучених Штатах була затверджена концепція інформаційно-психологічної війни, яка включала розвідувальну інформацію, психологічні операції, атаки на ворожу інформаційну структуру, дезінформацію, вірусні напади на комп'ютерні мережі та заходи щодо захисту власних інформаційних ресурсів.

Ідея інформаційної війни не є новою і була відображена в трактаті "Мистецтво війни" давньокитайського стратега Сунь-цзи, який стверджував, що війна - це шлях обману. Російська сторона також здійснює серйозну діяльність в українському інформаційному просторі, використовуючи традиційні та електронні ЗМІ, соціальні мережі та інші засоби з метою підготувати цільові аудиторії до подальшої агресії або вплинути на них під час протистояння.

Крім того, часто вживаються такі терміни, як "пропаганда" і "гібридна війна". Під "гібридною війною" розуміють воєнні дії, що поєднують мілітарні, квазімілітарні, дипломатичні, інформаційні, економічні та інші засоби з метою досягнення стратегічних політичних цілей.

Сучасна війна охоплює боротьбу цінностей, наративів, громадської думки та емоцій, і використовує інформацію як зброю. Дезінформація, пропаганда, фейки, вербальне озброєння та роззброєння, лінгвістична агресія та збитки є складовими цього воєнного протистояння. Крім того, термін "мова ненависті" також використовується для опису певного типу висловлювань, які сприяють расизму, ксенофобії та іншим формам ненависті.

Щодо самого поняття "інформаційна війна", його використання в основному обмежується публіцистами, оскільки в професійному середовищі

його замінили на терміни "інформаційні операції" або "психологічні операції". Одна з причин цього полягає в тому, що війна не може вестись у мирний період, тоді як операції можуть проводитись незалежно від стану воєнного конфлікту. Проте вчений М. Лібікі зауважує, що спроби повністю зрозуміти всі аспекти поняття "інформаційна війна" схожі на спроби сліпих уявити собі природу слона, коли кожен описує окрему його частину - ногу, хвіст та інше. Чи можна тоді отримати правильне уявлення про це? Можливо, немає самого слона, а є лише окремі елементи. Різні люди розуміють інформаційну війну по-різному... Тим не менше, "інформаційна війна" може бути визначена як засоби, що включають збір, передачу, захист, маніпулювання, спростування, заперечення та знищення інформації з метою досягнення переваги над противником. Незважаючи на те, що Російська Федерація офіційно визнає більшість міжнародних угод та конвенцій, спрямованих на дотримання міжнародного права та заборону незаконного ведення війни, на практиці вона порушує положення Будапештського меморандуму, Великого договору з Україною про дружбу та стратегічне партнерство, а також багатьох інших угод та конвенцій.

Свідченням високого рівня правового й дипломатичного недбалості, а також великодержавного шовінізму є вислови В. Путіна щодо України, які він висловив під час безпекової конференції 2008 року в Мюнхені, звертаючись до тодішнього президента США Д. Буша-молодшого: "Ти розумієш, Джордж, що Україна – це навіть не держава! Що це таке? Частина її території – це Східна Європа, а частина, і значна, подарована нами!". Такі заяви з боку РФ не могли залишитися непоміченими, і це відобразилося у тоні новин на центральних телеканалах, на передових сторінках газет і на інтернет-сайтах РФ. Вони перетворилися з "привітань" до братнього народу на відкрито зневажливі, агресивні, а іноді навіть ворожі публікації. Цьому приділялися значні фінансові ресурси. Наприклад, бюджет телеканалу "Раша тудей" у 2014 році становив 445 млн. доларів. Завдяки необмеженому фінансуванню і політичній волі Кремля з'явилися впливові пропагандисти, які називають себе

журналістами. Серед них Д. Кісельов, ведучий програми "Вести недели", який відомий своїми провокаційними заявами, такими як "Росія – єдина у світі країна, яка може перетворити США на радіоактивний попіл". Іншими відомими пропагандистами РФ є В. Соловйов, ведучий програм "Поединок" і "Вечер с Владимиром Соловйовим", а також А. Норкін, ведучий програми "Место встречи". Центральні російські телеканали, такі як "Россия-1", "НТВ", "Первый телеканал", "Россия-24", "Раша тудей" і військовий телеканал "Звезда", а також інформаційні агенції "РИА Новости", "ТАСС", "Регнум", "Спутник", газети, журнали і сотні веб-сайтів, були задіяні в інформаційній війні. Російські ЗМІ також отримують альтернативне фінансування, залучаючи представників великого бізнесу. Наприклад, бізнесмен Є. Пригожин, близький до В. Путіна, фінансує "фабрику тролів", яка займається не лише коментуванням у соціальних медіа, а й має вплив на більш ніж 36 мільйонів людей через інформаційну агенцію та різноманітні веб-сайти. З метою збільшення впливу на громадян країн-опонентів, російські фахівці також використовують церкву. Наприклад, бізнесмен К. Малофєєв створив православний телеканал "Царьград", який також проявляє відсутність толерантності у медіадискусіях.

Усі російські ЗМІ та ЗМК, залучені до пропагандистської діяльності або інформаційної війни, не можна оминати увагою. Незважаючи на це, вони активно створюють контент, спрямований як на російських громадян, так і на іноземців, і мають значний вплив на пересічних виборців та на тих, хто приймає рішення на рівні керівництва державами.

Нижче наведено декілька прикладів аргументації, ставлення до стандартів журналістської етики та проявів мови ворожнечі, що спостерігаються в цих медіа. Аналіз матеріалів яскраво демонструє, як працюють російські журналісти в умовах інформаційних воєн. Наприклад, ще у 2008 році В. Соловйов на програмі "К барьеру" заявив українському політику А. Гриценку: "Недовго подихаєте, поки ми не займемось вашим Кримом і Східною Україною". Також не дивує вже насильство, що відбувається прямо в

ефірі російських телеканалів. Наприклад, під час зйомок програми "Право голосу" на ТВЦ опонент побив польського журналіста Т. Мацейчука, а на телеканалі "Звезда" В. Ковтун, експерт з України, отримав ляпаса. Громадянин України та дипломат В. Трюхан неодноразово зазнавали дискомфорту через необґрунтовану поведінку ведучих та гостей російських інформаційно-аналітичних програм. За кількістю фізичних нападів, отриманих в ефірі російських телеканалів, особливо виділяється В. Ковтун. Існує також безліч інших покидькових прикладів, наприклад, журналіст А. Норкін у запалі дискусії з українським журналістом К. Климчуком висловився так: "А пішов ти на *** зі студії". Також газета "Комсомольська правда" на першій сторінці розмістила заголовок: "Син Чикатило: Папа не вбивця, а український націоналіст" і т. д.

Масові інформаційні атаки на Україну та її громадян мають відчутний вплив. Під час одного з рейсів авіакомпанії "Аерофлот" командир цивільного літака зробив таке оголошення для пасажирів: "Ми пролітаємо над руїнами України, де живуть бандерівці та інші сорому недостойні люди". Про це в своєму мікроблозі "Twitter" написав радник-посол посольства Словаччини в Росії М. Качо.

З метою протидії гібридним загрозам було створено російськомовний веб-сайт під назвою "Європейська служба зовнішніх зв'язків". Також був запущений фактчекінговий сайт "Поліграф". Додатково, Фонд "Центр аналізу пропаганди та дезінформації" став першою неурядовою організацією в Польщі, яка працює над системним та аналітичним підходом до викликів, пов'язаних з інформаційною та психологічною війною.

У березні 2016 року було внесено законопроект "Про боротьбу з дезінформацією та пропагандою" до американського сенату. Державний секретар США Рекс Тіллерсон підтримав виділення 60 мільйонів доларів на фінансування Глобального центру взаємодії, який протидіятиме зовнішній пропаганді. У Сполучених Штатах була створена громадська організація під назвою "Комітет із розслідувань Росії". У 2017 році в Хельсінкі, столиці

Фінляндії, почав функціонувати Європейський центр протидії гібридним загрозам (The European Centre of Excellence for Countering Hybrid Threats) [38]. У Великій Британії проблема російської дезінформації стала окремою частиною звіту Комітету з питань оборони Палати громад (House of Commons Defence Committee). Уряд відреагував на цей документ, зокрема, збільшивши фінансування BBC World Service для створення програм, які висвітлюються російською мовою. Проте деякі раніше заплановані заходи, наприклад, створення транснаціонального російськомовного телеканалу, досі не були реалізовані.

В Україні з протидії інформаційній агресії займаються як державні, так і недержавні інституції, зокрема РНБО, НІСД, Міністерство оборони, Міністерство інформації та СБУ. Також існують громадські ресурси, такі як "Стоп фейк", "Центр досліджень Росії", "Інформаційний спротив", "Інформаційний напад", "Миротворець", а також ряд державних, громадських та комерційних засобів масової інформації.

У журналістів в Україні відіграє провідну роль у протистоянні російській інформаційній агресії. Практика показує, що вони використовують зовсім інші методи роботи порівняно зі своїми російськими колегами. Зокрема, вони працюють збалансовано, частіше застосовують об'єктивне висвітлення фактів та подій, активно користуються різноманітними джерелами для коментування та аналізу.

За дослідженнями, термін "інформаційна війна" має свої коріння і часто асоціюється з такими поняттями, як "психологічна війна", "гібридна війна", "пропаганда" та "мова ворожнечі" або "мова ненависті". Російські та українські журналісти, які перебувають на протилежних боках інформаційної війни, використовують протилежні підходи та методи. Російські медійники часто звертаються до пропаганди, психологічного тиску, маніпуляцій і навіть відкритої дезінформації, тоді як українські журналісти намагаються діяти в межах професійної етики, керуючись принципами об'єктивності, збалансованості та правдивості, і активно застосовують журналістські методи

розкриття та спростування фейків.

Оскільки представники українських засобів масової інформації та масової комунікації не мають рівних фінансових та інших ресурсів для симетричного протистояння російській інформаційній агресії, вони можуть та повинні сприяти підвищенню медіаграмотності громадян, забезпечувати достовірність та якість публікацій за допомогою фактчекінгових методик та ресурсів, дотримуватися журналістських стандартів етики та якості, підтримувати діяльність офіційних дипломатів та "народної" дипломатії, інформувати громадян про фейкові новини з метою мінімізації деструктивного впливу спотвореної, викривленої або абсолютно неправдивої інформації. Крім того, важливо активно використовувати та поширювати світовий досвід боротьби з зовнішньою інформаційною агресією.

У майбутніх дослідженнях цікавим буде вивчення особливостей інформаційних воєн в Україні з використанням різних типів засобів масової інформації та масової комунікації, з урахуванням загальнодержавних та регіональних факторів.

Працювати журналістам під час воєнного стану є складною та відповідальною задачею, оскільки це період, коли безпека та ризики значно збільшуються. Однак, основні принципи журналістики й досі залишаються актуальними, і журналісти мають виконувати свою роль у поширенні об'єктивної інформації. Ось деякі рекомендації, як працювати журналістам під час воєнного стану:

1. **Забезпечте особисту безпеку:** Важливо завжди ставити безпеку на перше місце. Дотримуйтесь інструкцій і правил щодо безпеки, які встановлені військовими, місцевими органами влади та журналістськими організаціями. Носіть захисний одяг та обладнання, добре оцінюйте ризики та уникайте небезпечних зон.

2. **Будьте об'єктивними та точними:** Журналісти повинні дотримуватися найвищих стандартів об'єктивності та точності. Перевіряйте факти, переконайтеся в достовірності джерел і не поширюйте непідтверджену

інформацію. Зберігайте нейтральність та уникайте впливу більшості чи певних сторін конфлікту.

3. Використовуйте різноманітні джерела: Спирайтеся на різноманітні джерела інформації, включаючи офіційні заяви, свідчення очевидців, незалежні джерела та інші журналістські організації. Пам'ятайте про можливу пропаганду та спроби маніпулювання інформацією з боку сторін конфлікту.

4. Дотримуйтесь етичних норм: Дотримуйтесь професійних етичних норм і правил журналістики, таких як захист конфіденційної інформації, повага до приватного життя, уникаючи непристойностей та незаслуженого страждання.

5. Зберігайте гнучкість та мобільність: Воєнний стан може бути непередбачуваним, тому журналісти повинні бути гнучкими та мобільними. Будьте готовими до швидкого переміщення, зміни планів та адаптації до змінних обставин.

6. Зв'язуйтеся з місцевими жителями: Розмовляйте з місцевими жителями, щоб отримати їхню перспективу та розуміння ситуації. Вони можуть бути важливими свідками та джерелами інформації, а також допомогти вам зрозуміти контекст конфлікту.

7. Зберігайте нейтралітет та співчуття: Уникайте вираження особистих політичних поглядів або вступу в бік будь-якої зі сторін конфлікту. Пам'ятайте, що ваша роль - поширювати об'єктивну інформацію та розповісти про людей, їхні страждання та внесок у події.

Важливо пам'ятати, що робота журналістів під час воєнного стану пов'язана з ризиком, і журналісти повинні добре підготуватися та дотримуватися безпечних практик. Це допоможе їм виконувати свою роль у поширенні об'єктивної та важливої інформації. І особливо, якщо їдеш знімати на передову при собі треба мати бронежилет, каску та посвідчення від міністерства оборони (дозвіл на зйомку в гарячих точках).

2.2. Пропаганда: її вплив на людей та як вона працює в умовах війни.

Пропаганда - це систематична поширення викривлених або неправдивих інформаційних повідомлень з метою маніпуляції громадською думкою, впливу на переконання та управління діями людей. В умовах війни пропаганда відіграє особливо значну роль, оскільки є ефективним інструментом впливу на психологію та сприйняття населення. Ось деякі аспекти впливу пропаганди на людей та її функціонування в умовах війни:

1. Маніпуляція переконаннями: Пропаганда намагається змінити переконання та думку людей шляхом акценту на певні ідеї, перекручення фактів та створення емоційного впливу. Вона може викликати симпатію, ненависть, страх або бажання слідувати певним ідеологіям.

2. Контроль над інформацією: Пропаганда в умовах війни намагається контролювати потік інформації та обмежувати доступ до об'єктивних джерел. Це створює сприятливу атмосферу для поширення спотвореної або односторонньої інформації, що підсилює вплив пропаганди.

3. Підрив довіри та створення ворожнечі: Пропаганда використовує різні стратегії для підриву довіри до засобів масової інформації, державних інституцій та інших джерел інформації. Вона може сприяти формуванню ворожнечі між різними групами населення, створювати стереотипи та ворожі образи.

4. Емоційний вплив: Пропаганда часто працює на емоційному рівні, викликаючи страх, обурення або патріотичні почуття. Вона використовує різні методи, такі як емоційно заряджені слогани, зображення жертв або героїв, для активізації емоційних реакцій у людей.

5. Інформаційна воєнна тактика: Пропаганда в умовах війни може бути частиною інформаційної воєнної тактики, яка спрямована на забезпечення певних військових чи політичних цілей. Вона може включати дезінформацію, дестабілізацію суспільства та спрямовану кампанію впливу на опонентів.

У контексті пропаганди важливо, щоб люди були критичними до отриманої інформації, перевіряли її джерела та аналізували контекст. Критичне мислення, медіаосвіта та доступ до різноманітних джерел інформації можуть

допомогти протистояти впливу пропаганди та забезпечити об'єктивне сприйняття подій.

Слово "пропаганда" має своє походження з латинської мови і буквально означає "поширення". Воно вперше з'явилося у 1622 році у Ватикані, коли була створена *Congregatio de Propaganda Fide* (Конгрегація поширення віри) як частина діяльності Католицької церкви. Згодом ця організація була часто називана просто "Пропаганда". Головною метою цієї конгрегації було поширення правильної віри, згідно з догматами Ватикану, а також переконання відступників та інноваторів.

Нецерковне значення терміну "пропаганда" набуло популярності лише наприкінці XVIII століття. І з часом, на початку XIX століття, воно стало мати негативні відтінки та асоціюватися з політичною сферою. Це перетворення терміну відбулося після Французької революції, яка викликала значні зміни в політичному ландшафті того часу, і зазнала широкого використання з боку політичних сил для маніпулювання масами та просування своїх ідей.

Пояснення поняття пропаганди може бути викликаним деякою складністю, оскільки визначити, коли саме починається пропаганда і чому вона має негативний відтінок, не завжди є очевидним. Наприклад, коли ми переконуємо нашого друга підтримати певну політичну партію, важко сказати, чи це вже пропаганда. У своєму дослідженні, Вікторія О'Донел та Герт Джовет відзначають, що переконання когось у чомусь та пропаганда мають спільність, оскільки базуються на процесі комунікації. Але є й розбіжності. За визначенням Гарольда Лассвела, американського політолога і теоретика комунікації, термін "пропаганда" використовується для позначення "вираження думки або дії, свідомо спрямоване індивідом або групою з метою впливу на думку або дії іншого індивіда або групи з визначеною кінцевою метою за допомогою маніпуляцій". Тут ключовим є поняття "маніпуляція".

Характерні риси пропаганди, які відрізняють її від звичайного переконання, включають:

1. Маніпулятивність: Пропаганда має на меті маніпулювати думками, переконаннями та емоціями людей з метою досягнення певного результату.

2. Однобічність: Пропаганда часто висуває одну сторону аргументу, ігноруючи або спотворюючи інші точки зору, щоб створити однозначну і переконливу картину.

3. Систематичність: Пропаганда зазвичай використовується систематично та організовано, часто через постійне повторення та поширення певних повідомлень, що підсилює їх вплив.

4. Масовість: Пропаганда спрямована на широку аудиторію та має за мету впливати на масову свідомість.

5. Визначення цільової аудиторії: Пропаганда часто спрямована на певну цільову групу, враховуючи її впливовість та схильності, щоб досягти бажаного результату.

Розуміння цих особливостей може допомогти розрізнити пропаганду від інших форм комунікації та розпізнати її вплив на суспільство.

В минулі часи пропаганда приймала різні форми, включаючи агітаторів на площах, усну творчість, проповідників та бардів. Однак з появою друку з'явився новий та зручний інструмент. Винаходи, такі як радіо, телебачення та інтернет, сприяли розвитку пропаганди. Тепер вона не обмежується лише створенням плакатів, а також проникає у новини, мистецтво, літературу, кіно, освіту, науку та релігію.

За словами історика Збінека Земана, існують три види пропаганди:

1. Біла пропаганда: вона прямо декларує свою мету та джерела інформації.

2. Сіра пропаганда: тут джерела інформації та мета можуть бути прихованими або неоднозначними.

3. Чорна пропаганда: вона створює фальшиву інформацію від імені опонента.

Також існують чотири правила пропаганди, які були визначені Вільямом Бідлом у 1931 році:

1. Використовувати емоції, а не дискусії.
2. Створити чіткий поділ на "ми" та "вони".
3. Працювати з індивідами та групами.
4. Максимально приховувати пропагандиста.

З появою Інтернету пропаганда також зазнала змін, і Рене Гоббс виділив чотири принципи пропаганди:

1. Активізувати сильні емоції.
2. Спростити інформацію до мінімуму.
3. Апелювати до страхів, надій, мрій цільової аудиторії.
4. Здійснювати атаку на опонента.

Пропаганда залишається складним явищем, але розуміння її особливостей та методів може допомогти бути критичним та свідомим споживачем інформації.

У сучасному світі пропаганда має різні форми та методи, які використовуються з метою впливу на думку та переконання людей. Останні роки свідчать про еволюцію пропаганди та зміну її підходів, особливо в російському контексті.

Одним з ефективних методів пропаганди є дегуманізація противника. Це означає безжалісне приниження та дискредитацію опонента, зображення його як чогось ворожого, неприродного та огидного. Російська пропаганда часто використовує цей прийом, демонізуючи українців, представників опозиції та інших категорій людей. Така стратегія має на меті знищити симпатії до цільової аудиторії та викликати ворожість.

Також часто застосовується порівняння опонента з Гітлером або нацистами. Цей метод служить засобом дискредитації та викликання негативних асоціацій. Пропагандисти намагаються сприймати опонента як нациста, злочинця або загрозу, що дозволяє впливати на почуття і настрої громадськості.

Мілітарна тематика також використовується для зображення лідерів як сильних та войовничих осіб, що керують країною залізною рукою. Це дозволяє пропагандистам створити образ лідера, якого слід підтримувати і покорятися, ігноруючи його недоліки та авторитаризм.

Ще одним прийомом є використання терміну "лінія партії" або "партійний курс". Це дає відчуття єдності, патріотизму та причетності до "правильної" думки та влади. Пропагандисти намагаються підкреслити, що критика влади або її лінії є антипатріотичною та зрадницькою.

Російська пропаганда останні роки активно використовує ці прийоми, намагаючись впливати на настрої та думки населення. Ці методи допомагають поширювати спекулятивні та мінливі наративи, придушувати опозицію та створювати враження єдності та патріотизму серед громадськості.

Сама інформація сьогодні використовується як зброя в розгортанні конфлікту між Російською Федерацією та Україною. Російська Федерація використовує різноманітні прийоми та технології пропаганди, щоб вплинути на своє населення та формувати сприйняття подій на своїй користь. Одним з цих прийомів є поширення паніки та страху серед російського населення щодо можливого наступу Америки чи НАТО з боку української території. Пропагандисти створюють образ "бандерівців" та нацистів, які, як стверджується, заповнили владу в Україні, і навіть обмежують права російськомовних громадян.

За даними Міжнародної ПЕН, російська влада повністю контролює інформаційний простір. Більшість ЗМІ в РФ належать державі або особам, що мають близькі зв'язки з Кремлем. Влада навіть заборонила використовувати слово "війна" при описі подій в Україні. У березні 2022 року був прийнятий новий закон, що карає поширення недостовірної інформації про дії російських збройних сил або заклики до санкцій проти країни.

Телебачення відіграє важливу роль у формуванні світогляду росіян, який відповідає інтересам Кремля. Всі відеоматеріали та ток-шоу пропагандистично налаштовані та постійно підкреслюють "велич Росії". Якщо виникають

проблеми, вони швидко перекладаються на західні країни, щоб спрямувати увагу громадськості у інший напрямок.

2.3. Особливості та обмеження роботи медіа під час великої війни.

Під час великої війни робота медіа зустрічається з рядом особливостей та обмежень, які впливають на їх функціонування. Ось деякі з них:

1. Цензура та обмеження свободи слова: У воєнний період часто встановлюється цензура, яка контролює та обмежує інформацію, що публікується медіа. Деякі новини можуть бути заборонені або піддаватись цензурі з метою збереження військових та політичних інтересів.

2. Обмежений доступ до інформації: У воєнний час отримання достовірної та повної інформації може бути складним завданням. Військові операції та інформація про них можуть бути обмеженими або контрольованими. Журналісти можуть мати обмежений доступ до військових зон та інших конфліктних територій.

3. Небезпека для журналістів: Воєнні конфлікти створюють небезпеку для журналістів, які знаходяться на передовій. Журналісти можуть стати жертвами нападів, втратити життя або отримати травми. Це може обмежувати їх можливість розповідати про події з першої руки та створювати ризик для їх безпеки.

4. Використання медіа військовими силами: У воєнний час медіа можуть використовуватися як інструмент пропаганди та інформаційної війни. Військові сили можуть активно впливати на медіа, контролювати їх повідомлення та спрямовувати їх на досягнення військових цілей.

5. Емоційне та психологічне навантаження: Велика війна супроводжується великою кількістю страху, тривоги та емоційного навантаження в суспільстві. Медіа відіграють важливу роль у передачі цих емоцій та впливі на психологічний стан людей.

Незважаючи на обмеження та особливості, медіа відіграють важливу роль під час великої війни, поширюючи інформацію, освітлюючи події та забезпечуючи громадську свідомість. Вони можуть стати джерелом незалежної та об'єктивної інформації, а також засобом зближення та підтримки суспільства в часи кризи.

У цьому списку згадуються лише офіційні розпорядження та законодавчі акти. Проте, насамперед, цивільним журналістам було заборонено працювати в зоні бойових дій, які, за повідомленнями, почали діяти з 30 серпня. Однак офіційні документи, які підтверджували цю заборону, не були опубліковані.

Наприклад, був прийнятий Закон "Про правовий режим воєнного стану". Воєнний стан в Україні був оголошений після вторгнення російської армії 24 лютого 2022 року. Цей закон дає військовому командуванню та військовим адміністраціям право "регулювати у порядку, визначеному Кабінетом Міністрів України, роботу постачальників електронних комунікаційних мереж та/або послуг, поліграфічних підприємств, видавництв, телерадіоорганізацій, телерадіоцентрів та інших підприємств, установ, організацій і закладів культури та засобів масової інформації, а також використовувати місцеві радіостанції, телевізійні центри та друкарні для військових потреб і проведення роз'яснювальної роботи серед військ і населення; забороняти роботу приймально-передавальних радіостанцій особистого і колективного користування та передачу інформації через комп'ютерні мережі", а також "у разі порушення вимог або невиконання заходів правового режиму воєнного стану вилучати у підприємств, установ і організацій усіх форм власності, окремих громадян електронне комунікаційне обладнання, телевізійну, відео- і аудіоапаратуру, комп'ютери, а також у разі потреби інші технічні засоби зв'язку".

Крім того, головнокомандувач Збройних сил України Валерій Залужний видав наказ "Про організацію взаємодії між Збройними силами України, іншими складовими сил оборони та представниками засобів масової інформації на час дії правового режиму воєнного стану" 3 березня 2022 року. Цей наказ

був доповнений після наказу, виданого 12 липня (текст останнього наказу не був опублікований в Інтернеті). У наказі встановлено алгоритм взаємодії з медіа для військових, а також перелік інформації, яку не можна розголошувати. "Детектор медіа" опублікував докладний аналіз цих обмежень, підготовлений експертом Дмитром Золотухіним, а також є пояснення Генерального штабу. До наказу також додаються вказівки щодо акредитації представників ЗМІ та правил роботи журналістів у зоні бойових дій.

Також було видано ряд пам'яток та неофіційних закликів військового командування. Наприклад, була поширена пам'ятка щодо висвітлення роботи оборонних підприємств, розпорядження щодо заборони використання відеореєстраторів, залик не розголошувати координати влучання російських ракет і снарядів, прохання не оприлюднювати персональні дані українських військових, залик не розголошувати інформацію про військовополонених та заборону використання інформації зі сторонніх джерел без попереднього перевірки.

Ці обмеження і заклики були введені з метою забезпечення безпеки військових операцій та мінімізації ризиків для власних сил і населення. Однак, офіційні документи, які повністю регулюють роботу журналістів під час воєнного стану в Україні, не були опубліковані.

Міністерство культури та інформаційної політики України, Міністерство оборони України та організація "Медіарух" опублікували спільну заяву, щодо обмежень на поширення інформації. Згідно з узгодженням між представниками влади та журналістської спільноти "Медіарух", журналісти можуть збирати інформацію на місцях після обстрілів за умови дотримання необхідних безпекових умов. Заява також встановлює, що після минулої 12-годинної періоду для військових об'єктів та 3-годинного періоду для цивільних об'єктів, журналісти можуть оприлюднювати свої фото та відео з подій на місці бойових дій.

Також, Рада національної безпеки і оборони прийняла рішення щодо захисту інформаційної безпеки держави та впровадження єдиної інформаційної

політики в умовах воєнного стану. Згідно з цим рішенням, компанія "Зеонбуд", яка є оператором цифрового ефірного телебачення Т2, працюватиме в особливому режимі, входячи до складу Концерну радіомовлення, радіозв'язку та телебачення. Державна служба спеціального зв'язку та захисту інформації України, концерн РРТ та "Зеонбуд" зобов'язані забезпечити неперервне функціонування цифрового ефірного мовлення, моніторинг мережі та трансляцію телевізійних каналів, резервне забезпечення доставки програм та інші технічні аспекти для забезпечення надійного мовлення під час воєнного стану.

Згідно з другим рішенням, пріоритетним завданням національної безпеки в умовах воєнного стану є реалізація єдиної інформаційної політики. Це досягається шляхом об'єднання загальнонаціональних телеканалів на єдиній інформаційній платформі стратегічної комунікації під назвою "Єдині новини #UАразом". Національна рада з питань телебачення і радіомовлення рекомендує вжити заходів для виконання цього рішення. Деталі про це рішення можна знайти в матеріалах «Детектора медіа». Однією з його наслідків стало відключення цифрового ефіру Т2 трьома інформаційним каналам, які пов'язуються з Петром Порошенком і «Європейською солідарністю».

Україна ухвалила закон «Про внесення змін до статті 114-2 Кримінального кодексу України щодо удосконалення відповідальності за несанкціоноване розповсюдження інформації про засоби протидії збройній агресії Росії» 1 квітня. Цей закон передбачає кримінальну відповідальність за «несанкціоноване поширення інформації про направлення, переміщення зброї, озброєння та бойових припасів в Україну, рух, переміщення або розміщення Збройних сил України чи інших утворених відповідно до законів України військових формувань, вчинене в умовах воєнного або надзвичайного стану».

Закон «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо встановлення кримінальної відповідальності за колабораційну діяльність» був ухвалений 3 березня 2022 року. Цей закон передбачає покарання для осіб, які займаються «інформаційною діяльністю» на користь окупантів. За цим законом

встановлюється відповідальність тільки за дії, що вчинені після його ухвалення. Крім того, в іншому законі, прийнятому разом з цим, «про внесення змін до деяких законодавчих актів (щодо забезпечення відповідальності осіб, які здійснювали колабораційну діяльність)», також передбачаються заходи.

Україна також прийняла закон «Про надання додаткових гарантій захисту журналістам, які працюють у районах ведення воєнних (бойових) дій». Цей закон набув чинності 1 серпня 2022 року. Він вимагає, щоб ЗМІ забезпечували своїх працівників засобами захисту від уражень вогнепальною зброєю та осколками, а також медичними аптечками. Закон також передбачає обов'язкове страхування журналістів за рахунок роботодавця на випадок поранень, що можуть виникнути під час висвітлення воєнних подій та подій на окупованих територіях. Юрист надав коментар щодо механізму дії цього закону.

Крім того, існують випадки, коли можливості були розширені. 23 березня Національне агентство України з питань державної служби у відповідь на лист Державної екологічної інспекції України офіційно дозволило держслужбовцям, включаючи медійників, вживати фразу «русский военный корабль, иди ... ».

РОЗДІЛ 3. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА ДО ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ «АВТОРСЬКИЙ ПРОЄКТ “МІЖНАРОДНІ НОВИНИ” В РАМКАХ НОВИН НА 11 КАНАЛІ»»

Загальною концепцією авторського інформаційного продукту є інформування глядачів про важливі новини світу пов'язані з війною України. А саме: гуманітарна, фінансова та збройна допомога від дружніх держав, зустрічі на самітах, рішення, щодо прийняття України в ЄС та НАТО, підтримка світу в буквальному сенсі (підтримка всесвітньо відомих акторів, музикантів, особистостей, тощо), які закликають зупинити криваву війну.

Міжнародні новини можуть мати різноманітні види, жанри, формати та способи створення, залежно від медіаорганізації та платформи, через яку вони поширюються. Ось деякі загальні характеристики:

Види:

1. Телевізійні новини: це включає прямі телевізійні ефіри, де журналісти повідомляють про актуальні події з усього світу. Вони можуть містити інтерв'ю, репортажі на місці подій, аналітику та коментарі експертів.

2. Радіо новини: новини, які транслюються по радіо, зазвичай мають аналогічну форму до телевізійних новин, але без візуальних компонентів.

3. Інтернет-новини: це новини, які публікуються на веб-сайтах, новинних порталах, соціальних медіа або в мобільних додатках. Інтернет-новини можуть бути у формі тексту, фотографій, відеороликів або аудіозаписів.

Жанри:

1. Інформативні новини: передають основну інформацію про подію, факти та важливі деталі.

2. Репортажі: це виїзди журналістів на місце подій для збору інформації, включаючи свідчення очевидців та інтерв'ю з учасниками події.

3. Аналітика та коментарі: ці матеріали надають контекст та роз'яснення подій, а також думки та оцінки експертів.

Формати:

1. Короткі новинні сюжети: стисла інформація про подію, яка може бути включена в телевізійну або радіохвилину, або опублікована як коротка новина в Інтернеті.

2. Довгі формати: це детальніші матеріали, що можуть включати глибше розслідування, фонову інформацію, аналіз і коментарі.

Способи створення:

1. Репортерська робота: журналісти вирушають на місце події для збору інформації, беруть інтерв'ю та роблять звіти.

2. Використання агентств новин: багато медіаорганізацій користуються послугами агентств новин, які поширюють готову інформацію про події з усього світу.

3. Використання соціальних мереж: журналісти можуть знаходити інформацію, відео та свідчення очевидців на платформах соціальних мереж та використовувати їх для створення новинного матеріалу.

Загалом, міжнародні новини можуть мати різноманітні форми, які залежать від типу медіа та контексту, в якому вони поширюються.

Про актуальність проєкту можна зазначити чимало. Умови війни в Україні мають значний вплив на актуальність міжнародних новин. Конфлікт українського суверенітету і територіальної цілісності, зокрема на Донбасі та в Криму, привертає увагу світової спільноти.

Міжнародні новини стосовно війни в Україні часто зосереджуються на різних питаннях.

Політичні дії та реакції: Міжнародні новини розглядають реакцію різних країн, міжнародних організацій та лідерів на конфлікт в Україні. Це може включати

політичні заяви, дипломатичні переговори, санкції або інші дії, спрямовані на розв'язання конфлікту.

Гуманітарна ситуація: Війна в Україні має серйозні гуманітарні наслідки, такі як переміщення населення, біженці, гуманітарна допомога та доступ до основних життєвих потреб. Міжнародні новини відображають ці аспекти конфлікту, зокрема зусилля гуманітарних організацій та міжнародних спільнот у наданні допомоги.

Військові дії та безпека: Міжнародні новини також стежать за розвитком військових дій в Україні. Це може включати звіти про бойові дії, переміщення військ, збройні прогнози та інші пов'язані аспекти. Також відображається стан безпеки в регіоні та його вплив на сусідні країни.

Міжнародні зусилля щодо мирного врегулювання: Новини також відображають міжнародні зусилля та ініціативи, спрямовані на мирне врегулювання конфлікту в Україні. Це можуть бути мирні переговори, дипломатичні ініціативи, спеціальні місії та інші заходи, спрямовані на досягнення миру.

Значення геополітики: Україна знаходиться на перехресті геополітичних інтересів і впливів. Конфлікт на сході України має глибокий геополітичний контекст, оскільки в ньому задіяні Росія, Європейський союз, США та інші країни. Це робить міжнародні новини про Україну особливо важливими для геополітичних аналітиків та спостерігачів.

Вплив на міжнародну арену: Конфлікт на сході України має наслідки для стабільності в регіоні та міжнародних відносин загалом. Питання війни в Україні розглядаються на міжнародних форумах, включаючи ООН, Європейський Союз, НАТО та інші організації. Міжнародні новини про Україну відображають дипломатичні зусилля, політичні реакції та спроби мирного врегулювання конфлікту.

Гуманітарна ситуація: Війна на сході України також має серйозні гуманітарні наслідки. Інформація про жертви, переселенців, гуманітарну допомогу та порушення прав людини є складовою частиною міжнародних

новин про Україну. Вони привертають увагу світової спільноти до гуманітарних потреб та проблем, з якими зіштовхуються люди на передовій.

Інформаційна війна: Конфлікт в Україні супроводжується активною інформаційною війною, включаючи дезінформацію, пропаганду та маніпуляції інформацією. Міжнародні новини про Україну спрямовані на розкриття фактів, розбір пропагандистських тез та надання об'єктивної інформації.

Загалом, умови війни в Україні підтримують актуальність міжнародних новин, оскільки конфлікт має важливі геополітичні та гуманітарні наслідки, що впливають на багато країн та міжнародні відносини.

Унікальність представленого продукту в тому, що регіональні та національні канали не роблять його як окремий формат.

Першочергово він був створений для YouTube платформи у вигляді Shorts. Називалися вони “Новини світу за хвилину”. Її концепція в короткій та зрозумілій подачі інформації, на яку людина не буде гаяти часу та зможе подивитися за одну хвилину поки їде на роботу, або по справах. Саме у цьому унікальність продукту. Згодом коли вона була перероблена в телевізійний формат, “Міжнародні новини” виходили, щосуботи об 11:00, як окремий проєкт. Він мав декілька форматів: спочатку, це були головні новини кожного дня. Як це вказано в Додатку А. Після ми його модернізували і брали топ-5 головних новин тижня. З них робили дайджест у новини у вигляді американки. Також робили окремий окремий діджитал формат за хвилину. Які викладали в усі соцмережі. Така подача новин є дуже актуальною в наш час, бо ж нині головним є конкретика та чіткість.

Є кілька аспектів, які саме є в представленому продукту, який є затребованим серед глядачів:

- Швидкість поширення: Соціальні мережі дозволяють миттєво поширювати новини серед великого кола користувачів. Це робить їх надзвичайно швидким та ефективним засобом поширення інформації, особливо в ситуаціях, коли важлива актуальність.

- Глобальний охоплення: Соціальні мережі мають світовий охоплення, дозволяючи швидко розповсюджувати новини міжнародного масштабу. Вони забезпечують можливість доступу до різноманітних джерел інформації з усього світу та можливість спілкуватися з людьми з різних країн.
- Різноманітність джерел: Соціальні мережі дозволяють користувачам отримувати новини з різних джерел, включаючи традиційні медіа, журналістів-аматорів, активістів та очевидців подій. Це створює багатогранність та різноманітність новинного контенту.
- Взаємодія та залученість: Соціальні мережі створюють можливість для користувачів коментувати, ділитися думками та висловлювати свою думку щодо новин. Вони стимулюють взаємодію та обмін інформацією, а також дозволяють користувачам впливати на контент і його поширення.
- Вірусність та вплив: Соціальні мережі часто стають платформою для вірусного поширення новин, які здатні створювати значний вплив на суспільство та формувати громадську думку.

Проте важливо пам'ятати, що соціальні мережі також можуть бути схильні до поширення дезінформації та фейкових новин. Тому важливо зберігати критичне мислення та перевіряти достовірність інформації перед тим, як ділитися нею, або ж користуватися перевіреними джерелами.

Саме такого формату немає в жодного телеканалу. Вже тільки згодом почали з'являтися аналоги на інших платформах. Бо ж нині телебачення уходить в діджитал. Тому розвиток каналу у соцмережах нині актуальний.

Новини 11 каналу виходять не тільки в прямому ефірі. А й у соцмережах, таких як TikTok, YouTube, Instagram, Telegram, Twitter, Facebook та на офіційному сайті. Кожен користувач обирає для себе свою платформу, в залежності від затребованості.

Цільова аудиторія, яка дивиться новини на різних соціальних мережах, може відрізнятися залежно від особливостей кожної платформи. Ось загальний опис аудиторії для кожної з них:

1. TikTok: TikTok має широкий спектр аудиторії, але особливо популярний серед молоді. Більшість користувачів TikTok - це підлітки та молоді віком від 16 до 24 років. Хоча TikTok більш відомий своїми короткими відео розвагами, також можна знайти користувачів, які діляться новинами на платформі.

2. YouTube: YouTube має різноманітну аудиторію, і вік користувачів може варіюватися від підлітків до дорослих. Залежно від каналу, на якому користувачі дивляться новини, цільова аудиторія може бути специфічною. Наприклад, новинні канали можуть цікавити дорослих користувачів, які шукають детальніше та об'єктивне освітлення подій.

3. Instagram: Instagram має широкий спектр користувачів, але її аудиторія переважно складається з молодих дорослих, особливо віком від 18 до 34 років. Хоча Instagram славиться своїми фотографіями та відеороликами, також можна знайти новини та інформацію про події через пости, сторіз та IGTV.

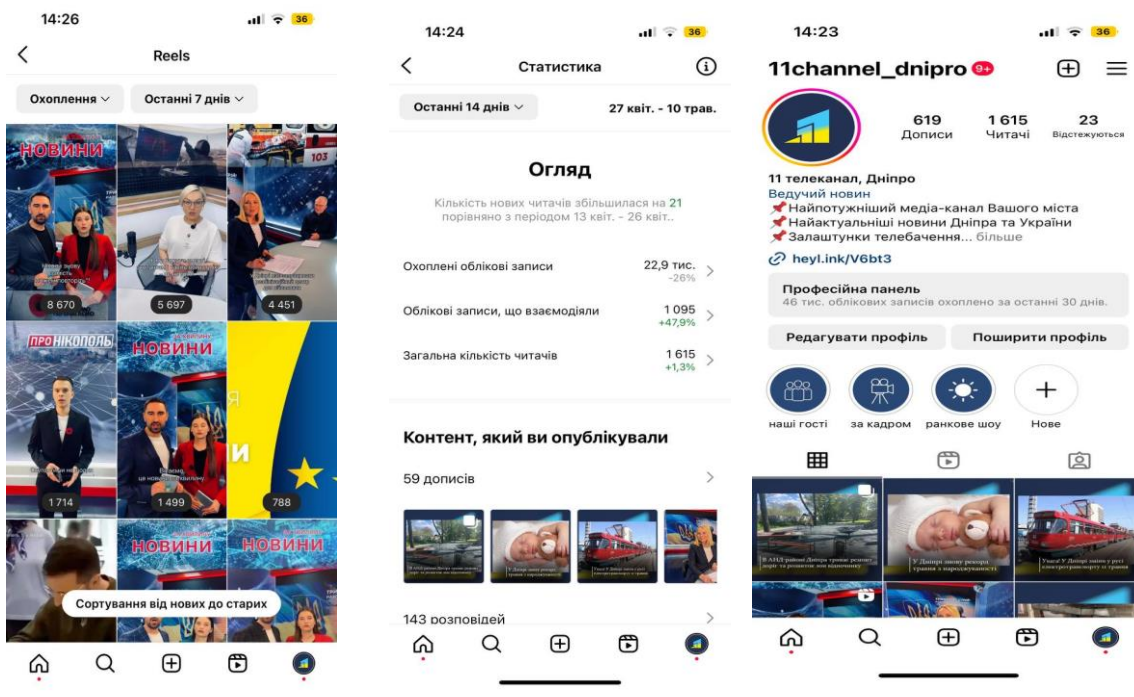


Рис 3.1. Аналіз Instagram

4. Telegram: Telegram є платформою для обміну повідомленнями, включаючи новинні канали та групи. Ця платформа має широкий спектр аудиторії, включаючи різні вікові групи та інтереси. Залежно від підписок користувачів, цільова аудиторія може бути спеціалізованою, так як Telegram дозволяє обирати та підписуватися на конкретні новинні джерела.

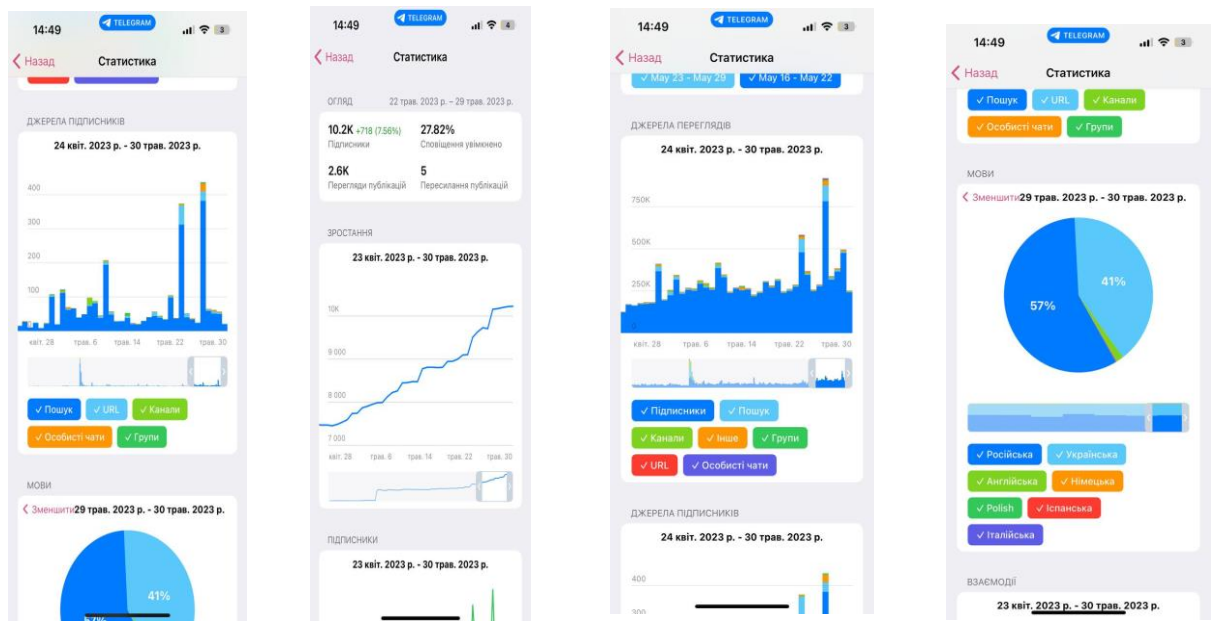


Рис. 3.2. Аналіз Telegram

5. Twitter: Twitter відомий своєю актуальністю та реакцією на поточні події. Ця платформа приваблює широкий спектр аудиторії, включаючи журналістів, політиків, активістів та звичайних користувачів. Twitter використовується часто для спілкування, обговорення новин та швидкого поширення інформації.

6. Facebook: Facebook має найбільшу активну користувацьку базу серед соціальних мереж. Його аудиторія розподіляється по різних вікових групах, але

в основному складається з дорослих. На Facebook можна знайти різноманітні новинні джерела, групи та сторінки, що цікавляться політикою, новинами та актуальними подіями.

Важливо враховувати, що це загальний опис аудиторії на основі загальновідомих характеристик. Кожна з платформ має свої унікальність та може мати специфічні підгрупи аудиторії в залежності від контенту, який надається.

Щоб зробити аналіз каналів поширення міжнародних новин, розглянемо декілька популярних медіа-платформ:

1. Телебачення: Телевізійні канали, такі як CNN, BBC World News, Al Jazeera, Reuters TV та інші, продовжують бути важливими джерелами міжнародних новин. Вони забезпечують репортажі, експертний аналіз, інтерв'ю зі спеціалістами та журналістські програми, які покривають широкий спектр подій у всьому світі.
2. Інтернет-видання: Онлайн-медіа, такі як The New York Times, The Guardian, Reuters, Associated Press, та інші, є популярними джерелами міжнародних новин. Вони забезпечують текстові матеріали, фото, відеорепортажі, інтерв'ю та коментарі експертів.
3. Соціальні медіа: Платформи, такі як Twitter, Facebook, Instagram та YouTube, також використовуються для поширення міжнародних новин. Багато новинних організацій та журналістів використовують соціальні медіа для публікації своїх матеріалів, спілкування з аудиторією та взаємодії.
4. Подкасти: зростає популярність подкастів як засобу отримання міжнародних новин. Багато новинних організацій створюють аудіопрограми, які надають глибокий аналіз подій, інтерв'ю з експертами та спеціальні репортажі.
5. Месенджери та чат-платформи: Telegram, WhatsApp та Viber також використовуються для поширення міжнародних новин через спеціалізовані канали та групи.

Важливо відзначити, що кожен з цих каналів має свої переваги та обмеження. Деякі можуть зосереджуватись на текстових матеріалах, інші - на відео або аудіо. Деякі можуть бути доступні за підпискою або платою, інші - безкоштовні. Вибір каналу залежить від особистих вподобань користувача та доступності засобів для отримання міжнародних новин.

Саме в нас зростає затребуваність в поширенні інформації через соцмережі, телебачення та подкасти, які нині набирають обертів в популярності серед подачі інформаційного продукту. Саме Міжнародні новини актуальні в форматі соцмереж та телебачення, бо це найзручніша подача. Втім інформацію треба фільтрувати. Канали мають ширити новини які нині цікаві українцям, а саме ті, що стосуються України.

Аналіз ресурсних витрат на створення Міжнародних новин на телебаченні та у соцмережах. Загальний огляд ресурсних витрат, які можуть знадобитись для створення міжнародних новин на телебаченні та у соцмережах:

1. Персонал:

- Творчий персонал: журналісти, редактори, кореспонденти, продюсери, режисери.
- Технічний персонал: оператори камер, звукорежисери, монтажери, технічні спеціалісти з підтримки обладнання та програмного забезпечення.

2. Технічні засоби:

- Камери, мікрофони, освітлення, звукова та відеозаписуюча апаратура.
- Комп'ютери, програмне забезпечення для редагування та монтажу відео.
- Сервери та мережеве обладнання для забезпечення передачі і зберігання контенту.

3. Приміщення та споруди:

- Студії для ведення прямих ефірів, зйомок новинних сюжетів та інтерв'ю.
- Офісні приміщення для адміністративного персоналу, редакції та продюсування контенту.

4. Витратні матеріали:

- Монтажні матеріали, які використовуються для збирання новинних сюжетів та відеороликів.
- Реквізит та декорації для студійних зйомок.

5. Бюджет:

- Витрати на заробітну плату персоналу.
- Купівля та оренда технічних засобів.
- Оренда або будівництво приміщень.
- Маркетингові витрати для просування та реклами новинних програм.

6. Час:

- Залежить від графіку випуску новинних програм та вимог щодо актуальності та швидкості поширення новин.

При серійному виробництві чи масштабуванні виробництва міжнародних новин потреби у ресурсах збільшуються пропорційно обсягу роботи. Наприклад, може знадобитись більше персоналу, додаткове обладнання та розширення приміщень для забезпечення зростаючої виробничої потужності.

Етап розробки та реалізації проєкту “Міжнародні новини” доволі прості, втім має своє підводне каміння.

Написання міжнародних новин включає кілька етапів, які можуть варіюватись залежно від конкретного медіа-виробництва або організації. Однак, загальний процес можна описати наступним чином:

Збір інформації: Перший етап - збір достовірних і актуальних фактів і новинних подій з усього світу. Це може включати моніторинг новинних джерел, аналіз соціальних мереж, спостереження за подіями, проведення інтерв'ю зі свідками або експертами.

Відбір та редагування інформації: Після збору інформації редактори та журналісти відбирають найважливіші та найцікавіші події для включення до міжнародних новин. Інформація може бути редагована для забезпечення ясності, точності та об'єктивності.

Написання тексту: Після відбору подій інформація формується в текстовий формат. Журналісти створюють заголовки, ліди (перші рядки новини, що

цікавлять і привертають увагу читачів), та основні частини новин, де надаються деталі та контекст.

Перевірка фактів: Для забезпечення точності та достовірності інформації, перед публікацією проводиться перевірка фактів. Це включає перевірку джерел, перекриття інформації з кількох джерел та перевірку правопису та граматики.

Форматування та стилістика: Журналісти форматують новину згідно з внутрішніми правилами медіа-виробництва, включаючи стиль письма, використання заголовків, параграфів, цитат та іншого.

Редагування та коректура: Після написання тексту він може пройти через процес редагування, де редактори переглядають і виправляють будь-які неточності, помилки або структурні проблеми. Також проводиться коректура тексту на орфографію та граматику.

Публікація та поширення: Після завершення всіх попередніх етапів новина готова до публікації. Вона може бути розміщена на веб-сайті, опублікована у друкованому виданні, викладена у соціальних мережах або транслюватися по телебаченню. Новина може бути також поширена через агентства з новин, які продають свої матеріали іншим медіа-виробникам.

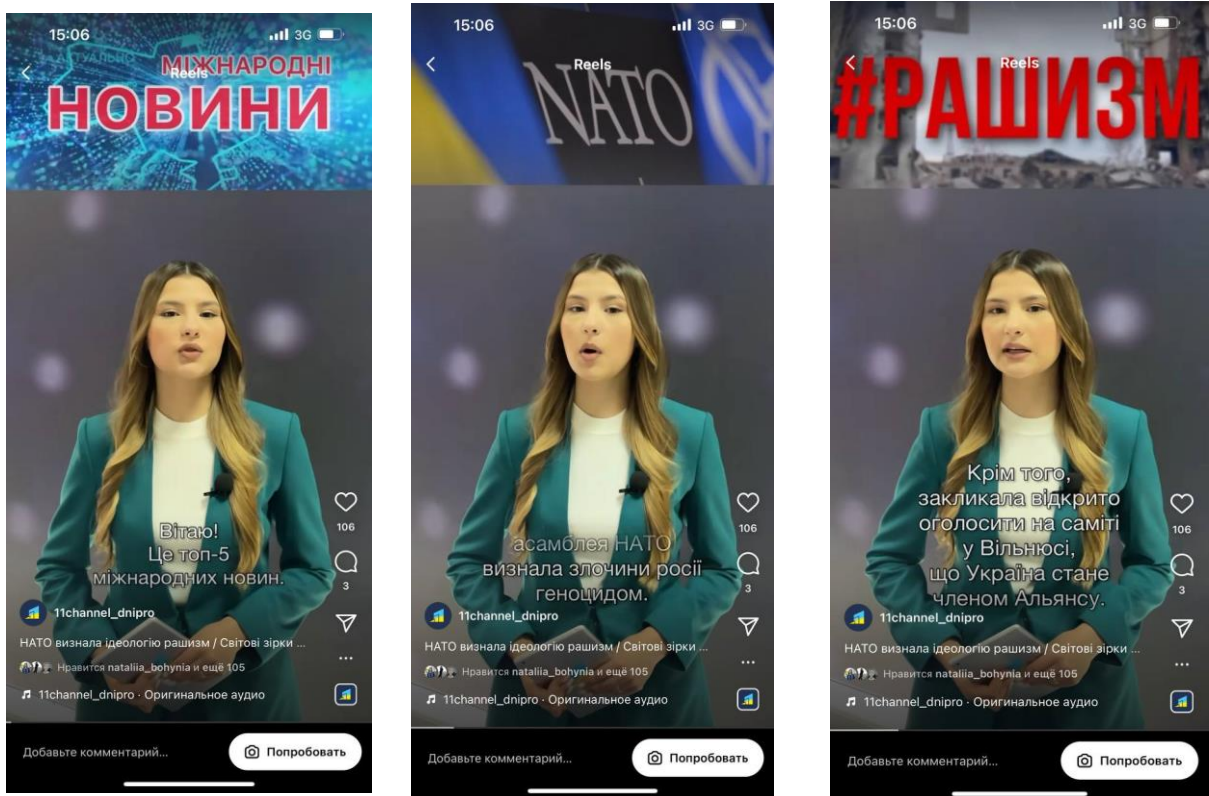


Рис. 3.3. Проєкт “Міжнародні новини” в діджитал.

Важливо зазначити, що процес написання міжнародних новин може бути складним і вимагати швидкості та точності, оскільки вони пов'язані з актуальними подіями та швидко змінюються. Розмір та склад команди, а також час, потрібний на написання новин, можуть варіюватися в залежності від ресурсів, доступних для медіа-організації.

Завдання даного проєкту висвітлити головні новини свіни світу, які мають пряме відношення до України. Втім треба буди обережним, бо ж навіть в західних ЗМІ є чимало пропаганди та фейкової інормації, саме тому треба завжди відшукувати першоджерела (офіційні сайти влади — наприклад: Пентагону, Бундестагу, тощо), перкласти з іноземних мов синхроні.

Умови роботи доволі прості, ти виділяєш один день для написання дайджесту міжнародних новин. Шукаєш цікаві новини, перекриття для вмз. Потім сідаєш писати, перевіряючи кожен факт, та кожену деталь, аби не дезінформувати глядача. Витрат на цей проєкт немає, бо це більш лайтовий матеріал.

Сам процес полягає в написанні, перевірці тексту шеф редактором, записі в

студії за допомогою камер та сучасного монтажу в стилі американки, перегляд та перевірка кінцевого результату.

Проведення інформаційної акції може бути ефективним способом привернути увагу громадськості до певної проблеми, події або ініціативи. Ось декілька рекомендацій щодо проведення успішної інформаційної акції:

Визначте мету: Чітко визначте, що ви хочете досягти за допомогою акції. Це може бути поширення обізнаності, зміна ставлення, залучення підтримки або активізація громадськості до певної справи.

Цільова аудиторія: Визначте, хто є вашою цільовою аудиторією і які канали комунікації найбільш ефективні для досягнення цієї аудиторії. Розгляньте платформи соціальних мереж, традиційні ЗМІ, блогерів або впливових осіб, що мають зв'язки з вашою темою.

Розробіть стратегію комунікації: Створіть детальний план комунікації, який включає обрані канали, повідомлення, часові рамки та дії. Розробіть цікаві, привабливі та впливові матеріали, такі як прес-релізи, соціальні медіа-пости, відео, інфографіки тощо.

Залучайте партнерів та впливових осіб: Співпрацюйте з партнерами, організаціями або впливовими особами, які підтримують вашу справу або мають інтерес до неї. Вони можуть допомогти поширити ваше повідомлення та привернути більше уваги до акції.

Створіть візуальний ефект: Використовуйте креативний дизайн та візуальні елементи, які привертають увагу і запам'ятовуються. Це може бути логотип, графіка, банери або незвичайні рекламні матеріали.

Залучайте ЗМІ: Зверніться до ЗМІ та журналістів, щоб залучити їх увагу до вашої акції. Підготуйте прес-релізи, запрошення на прес-конференції або надайте можливість для інтерв'ю з експертами.

Слідкуйте за результатами: Після проведення акції аналізуйте результати і визначайте, наскільки вона була успішною у досягненні поставлених цілей. Оцінка впливу акції допоможе вам вдосконалити стратегію майбутніх інформаційних заходів.

Важливо пам'ятати, що успіх інформаційної акції залежить від планування, виконання та взаємодії з цільовою аудиторією. Будьте творчими, привабливими та цілеспрямованими, щоб залучити увагу і досягти бажаних результатів.

ВИСНОВКИ

Умови війни вносять ряд особливостей у медіакомунікації, що варто враховувати. По-перше, війна створює сприятливу ситуацію для поширення пропаганди та дезінформації, що може спотворювати об'єктивну картину подій та впливати на громадську думку. Крім того, умови війни можуть призводити до обмежень свободи преси та загрози безпеці журналістів.

Медіа в умовах війни виконують кілька важливих ролей. Вони інформують громадськість про події на передовій та гуманітарну кризу, створюють свідомість про страждання людей та мобілізують підтримку та допомогу. Також вони забезпечують прозорість в діях військових та політичних лідерів, контролюють владу та забезпечують об'єктивну інформацію для громадськості.

Особливості медіакомунікацій в умовах війни вимагають ретельного аналізу та критичного мислення з боку споживачів інформації. Важливо перевіряти джерела, шукати різні джерела інформації та залучати критичне мислення для розуміння широкого контексту подій.

Загалом, тема особливостей медіакомунікацій в умовах війни є актуальною та важливою. Розуміння цих особливостей допомагає громадськості бути більш інформованою, критичною та обізнаною щодо конфліктів та їх наслідків.

Умови війни суттєво впливають на медіакомунікації, а їх особливості є важливим аспектом вивчення і розуміння конфліктів. Основні висновки щодо особливостей медіакомунікацій в умовах війни можуть бути наступними:

1. Поширення пропаганди та дезінформації: Військові конфлікти часто використовуються сторонами для поширення пропагандистських повідомлень та дезінформації. Медіа відіграють важливу роль у розповсюдженні цих повідомлень, що може спотворювати істину та маніпулювати громадською думкою.

2. Роль журналістів: Умови війни ставлять журналістів перед важливими завданнями. Вони повинні працювати в умовах великої небезпеки,

забезпечувати достовірну інформацію та об'єктивну картину подій, а також захищати свободу преси.

3. Гуманітарна криза: Медіа в умовах війни акцентують увагу на гуманітарній кризі, яка супроводжує конфлікт. Вони відіграють роль у привертанні уваги до страждань людей, залученні допомоги та підтримці.

4. Інформаційна безпека: Умови війни ставлять питання про інформаційну безпеку у центр уваги. Медіа повинні бути обережними при розміщенні важливої інформації, щоб не надавати допомогу противнику та не погіршувати ситуацію.

Висновок полягає в тому, що особливості медіакомунікацій в умовах війни вимагають особливої уваги та розуміння. Вони мають велике значення для розуміння впливу медіа на суспільство та важливість ролі журналістів у поширенні об'єктивної та достовірної інформації під час конфліктів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Почепцов Г.Г. Мережеві комунікації/Електронний ресурс. Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/ethics>.
2. Дібрівна Е., Кухарчук Р. «Мова ворожнечі» як тавро і цензура. Європейський контекст. – Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/columns/2017/09/22/7155975/>. – Дата доступу: 1.01.18.
3. Почепцов Г. Інформаційні війни: тенденції та шляхи розвитку. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/informatsiyni_viyni_tendentsii_ta_shlyakhi_rozvitku/. – Дата доступу: 3.01.18.
4. Іжутова І. Мартін Лібікі: «Що таке інформаційна війна?» – Режим доступу : <http://viysko.com.ua/tehnologiji-voyen/martin-libiki-shho-take-informacijna-vijna/>. – Дата доступу: 3.01.18.
5. Бацман О. Фельштинський: Трамп не випадково досі не відкриває своїх податкових декларацій. Цілком можливо, там ми знайдемо російські гроші. – Режим доступу: <http://gordonua.com/ukr/publications/-felshtinskij-tramp-ne-vipadkovo-dosi-ne-vidkrivaje-svoji-podatkovi-deklaratsiji-tsilkom-mozhливо-tam-mi-znajdemo-rosijski-groshi-206030.html>. – Дата доступу: 1.01.18.
6. [Б. а.] «А пішов ти звідси!»: ведучий пропагандистського НТВ вигнав зі студії українського політолога (відео). – Режим доступу : <https://www.unian.ua/politics/2149024-a-pishovti-zvidsi-veduchiy-propagandistskogo-ntv-vignav-zi-studiji-ukrajinskogo-politologa-video.html>
<https://www.unian.ua/politics/2149024-a-pishov-ti-zvidsi-veduchiy-propagandistskogontv-vignav-zi-studiji-ukrajinskogo-politologa-video.html>. – Дата доступу: 2.01.18.
7. Горбулін В. П., Додонов О. Г., Ланде Д. В. Інформаційні операції та безпека суспільства: загрози, протидія, моделювання: монографія. – К. : Інтертехнологія, 2009. – 164 с.

8. Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни. – К. : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2015. – 498 с.
9. Світова гібридна війна: український фронт: монографія / за заг. ред. В. П. Горбуліна. – К. : НІСД, 2017. – 496 с.
10. Шевчун К. Інформаційна війна. – Режим доступу : <http://blogs.korrespondent.net/blog/2340/3650100/>. – Дата доступу: 1.01.18.
11. Почепцов Г. Інформаційні війни в мирному житті. – Режим доступу:http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/informatsiyni_vini_v_mirnomu_zhitti/. – Дата доступу: 1.01.18.
12. Требін М. Інформаційне суспільство. Війни нової епохи // Віче. – 2002. – № 4 (121). – С. 64–68. 7. Сунь-цзи. Мистецтво війни / Сунь-цзи; переклад Г. Латника. – К. : Арій, 2014. – 128 с.
13. Пропаганда проти піару. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/standards/propaganda_proti_piaru/. – Дата доступу: 1.01.18.
14. [IN. Inform Napalm]. – Режим доступу : <https://informnapalm.org/ua/>. – Дата доступу: 2.01.18.
15. [Миротворец]. – Режим доступу : <https://myrotvorets.center>. – Дата доступу: 2.01.18.
16. Фейк: ВСУ вели обстрел рядом с местом проведения обмена пленными. – Режим доступу : <https://www.stopfake.org/fejk-vsuv-veli-obstrel-ryadom-s-mestom-provedeniya-obmenaplennymi/>. – Дата доступу: 3.01.18.
17. Волков А. Руководитель «Миротворца»: «Наш центр является наиболее упоминаемым и рейтинговым украинским информационным изданием в российских СМИ». – Режим доступу : <https://myrotvorets.center>. – Дата доступу: 3.01.18.
18. Questions and Answers about the East StratCom Task Force. – Режим доступу:<http://collections.internetmemory.org/haeu/content/2016031317265>

- 2/http://eeas.europa.eu/top_stories/2015/261115_stratcomeast_qanda_en.htm. – Дата доступу: 2.01.18.
19. The NATO Strategic Communications Centre of Excellence. – Режим доступу : [http:// www.stratcomcoe.org](http://www.stratcomcoe.org). – Дата доступу: 2.01.18.
20. Academic journal «Defence Strategic Communications». – Режим доступу :<http://www.stratcomcoe.org/academic-journal-defence-strategic-communications>. – Дата доступу: 2.01.18.
21. [Європейська служба зовнішніх зв'язків]. – Режим доступу : [https://eeas.europa.eu/ ru/eu-information-russian_ru](https://eeas.europa.eu/ru/eu-information-russian_ru). – Дата доступу: 4.01.18.
22. [Polygraph.info]. – Режим доступу : <https://www.polygraph.info>. – Дата доступу: 2.01.18.
23. [Committee to Investigate Russia]. – Режим доступу : <https://investigaterussia.org>. – Дата доступу: 2.01.18. 38. [Hybrid CoE]. – Режим доступу : <https://www.hybridcoe.fi>. – Дата доступу: 2.01.18.
24. [Stopfake.org. Борьба с неправдивой информацией о событиях в Украине]. – Режим доступу : <https://www.stopfake.org>. – Дата доступу: 2.01.18.
25. [IN. Inform Naralm]. – Режим доступу : <https://informnaralm.org/ua/>. – Дата доступу: 2.01.18.
26. Абрамов С. О., Горобцов В. О., Карабанов М.М. Українське телебачення: вчора, сьогодні, завтра. Київ. Дирекція ФВД, 2006. С. 648.
27. Безручко О. Староста М. Особливості й умови розвитку регіонального аудіовізуального мистецтва та виробництва в Україні. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв*. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво. 2018. №2. С. 12-21.
28. Білоус О. М. Інтегруюча роль передач для дітей регіонального телебачення в Україні. Наукові праці Кам'янець-Подільського

- національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки. 2011. № 25. С. 14-19.
29. Головчук О. В. Регіональне телебачення України в контексті політичних трансформацій суспільства. Дис. канд. політ. наук: спец. 23.00. 03 політична культура та ідеологія. К., 2008, 178 с.
 30. Дворянин П. Новини регіонального телебачення: пошуки креативних рішень, дотримання журналістських стандартів та морально-духовних цінностей. К., 2014
 31. Каралкіна Н. В. Роль регіонального телебачення у формуванні громадської думки. Стиль і текст. 2015. №16. С. 157-165.
 32. Москвічова Ю. О. Регіональне телебачення як фактор формування соціокультурного простору сучасної Вінниччини. Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку, 2014. №20 (2). С. 202-206.
 33. Регіональний рівень розвитку українського телебачення.
https://ic.ac.kharkov.ua/nauk_rob/nauk_vid/rio_old_2017/ku/kultura39/28.pdf
 34. Телеканали Дніпра. URL: <https://sweet.tv/tv/dniproviski-telekanali>
 35. Телеканали Дніпра. URL: <https://dp.vgorode.ua/reference/telekanaly/>
 36. Товстенко В. Д. Регіональна тележурналістика в Україні: кон'юнктура та перспективи. Молодь: освіта, наука, духовність. К., 2014. 413 с.
 37. Конституція України [Електронний ресурс]. – Режим доступу:https://kodeksy.com.ua/konstitutsiya_ukraini/statja-54.htm
 38. Городенко Л. М. Українські журналістикознавчі дослідження мережевої комунікації // Українське журналістикознавство. 2012. Вип. 13. С. 10–14.
 39. Інститут масової інформації: <https://imi.org.ua/>
 40. Всеукраїнські Інтернет-видання: <http://www.pravda.com.ua/>,
<http://24tv.ua/>,<http://www.radiosvoboda.org/>,<http://www.hromadske.tv/air/efir/>,
<http://report.if.ua/>, <http://gk-press.if.ua/>, Дзеркало тижня <http://dt.ua/>,
День <http://www.day.kiev.ua/uk>

41. Видання «Детектор медіа» <https://detector.media/>

ДОДАТОК А

Сценарій авторського проєкту “Міжнародні новини” в рамках новин Формат “Топ-5 міжнародних новин”

Відбивка «Міжнародні новини» 5 секунд

(заставка “Міжнародні новини”)

((НАЗВА: ДОПОМОГА СВІТУ))

СТУДІЯ:

((АЛЬБІНА ГРИНЕНКО
КОРЕСПОДЕНТКА))

“Парламентська асамблея НАТО визнала злочини рф в Україні - геноцидом. А їхній терористичний режим - рашизмом. Латвія допоможе нам повернути депортованих в росію дітей. А світові зірки відвідують наших поранених бійців у лікарнях та закликають підтримувати український народ. Про головні новини світу – далі.»

ВІДБИВКА “МІЖНАРОДНІ НОВИНИ”

((ТИТР: ПАРЛАМЕНТСЬКА АСАМБЛЕЯ НАТО ВИЗНАЛА ЗЛОЧИНИ РОСІЇ
ГЕНОЦИДОМ))

ЗК: Парламентська асамблея НАТО на сесії у Люксембурзі визнала злочини росії проти України геноцидом. А терористичний режим рф – рашизмом. Зокрема, підтримала створення міжнародного трибуналу, допомогу нашій державі та повернення всіх українських кордонів. А також засудила російську ідеологію. Крім того, Парламентська асамблея закликала відкрито оголосити на саміті у Вільнюсі, що Україна стане членом Альянсу. Зокрема, погодити конкретні кроки для вступу в НАТО.

((ТИТР: НІМЕЧЧИНА ПЕРЕДАЛА ЗСУ ЛЕОПАРДИ, ППО ТА ДРОНИ. А НІДЕРЛАНДИ ВІДІЛИЛИ 260 МІЛЬЙОНІВ ЄВРО НА БОЄПРИПАСИ))

ЗК: Німеччина передала ЗСУ новий пакет військової допомоги. А саме: 18 леопардів, системи ППО, артилерію, бронетранспортери, мостоукладники та дрони. І ще чимало техніки. А Нідерланди виділять 260 мільйонів євро на закупівлю боєприпасів для України.

((ТИТР: ЛАТВІЯ ПОЧИНАЄ ГОЛОВУВАННЯ В РАДБЕЗІ ООН. МЕТА ДЕРЖАВИ - ДОПОМОГТИ УКРАЇНІ ПОВЕРНУТИ ДЕПОРТОВАНИХ ДІТЕЙ))

ЗК: Латвія починає головувати в Радбезі ООН. Міністерка юстиції країни має намір використати повноваження держави, аби допомоги нам повернути депортованих дітей. Вона наголосила, що для неї це пріоритет.

((ТИТР: БУНКЕРНОГО ДІДА ЗААРЕШТУЮТЬ, ЯКЩО ТОЙ ПРИЙДЕ ДО МОЛДОВИ))

ЗК: Бункерного діда заарештують, якщо той приїде до Молдови. Про це заявила очільниця країни Майя Санду. На що у відповідь від рф отримала погрози. Російські блазні хочуть оголосити президентку в міжнародний розшук.

((СИНХРОН ХР 00:00:15

СИНХРОНИРУЕМЫЙ: МАЙЯ САНДРУ

ТИТР: ПРЕЗИДЕНТКА МОЛДОВИ

КОММЕНТАРИЙ: (IN 0:00:02 OUT 0:00:17)

"Зараз немає ризику військового вторгнення для Республіки Молдова, завдяки Україні, яка тримає російську армію подалі від наших кордонів. Але ми стикаємося зі спробами Росії дестабілізувати нашу країну."))

((ТИТР: СВІТ З УКРАЇНОЮ. АМЕРИКАНСЬКИЙ КІНОРЕЖИСЕР ТА ЛІДЕР ГУРТУ METALLICA ВИСЛОВИЛИ ПІДТРИМКУ НАШІЙ ДЕРЖАВІ))

ЗК: Світові зірки з Україною. Лідер гурту металіка Джеймс Гетфілд відвідав поранених українських військових. Які нині на лікуванні у Штатах. А всесвітньо відомий режисер Мартін Скорсезе на Канському кінофестивалі виступив з промовою про Україну. Закликав підтримувати наш народ.

((СИНХРОН ХР 00:00:16

СИНХРОНИРУЕМЫЙ: МАРТИН СКОРСЕЗЕ
ТИТР: АМЕРИКАНСЬКИЙ КІНОРЕЖИСЕР
КОММЕНТАРИЙ: (IN 0:02:04 OUT 0:02:20)

"Ми маємо підтримувати країни, які намагаються налагодити якийсь демократичний процес. Це нагадує мені 1930-ті роки, коли демократії не було. Тепер це глибше та сильніше.")

ПРОЩАННЯ: Ми дякуємо світу за допомогу. Підтримуємо ЗСУ та разом крокуємо до нашої Перемоги. Альбіна Гриненко, оператор. Новини 11 каналу.

ВІДБИВКА “МІЖНАРОДІ НОВИНИ”

Сценарій авторського проєкту “Міжнародні новини” в рамках новин
Формат “Міжнародні новини тижня — щоденні (пн-пт)”

Відбивка «Міжнародні новини» 5 секунд

(заставка “Міжнародні новини”)

((НАЗВА: ДОПОМОГА СВІТУ))

СТУДІЯ:

((АЛЬБІНА ГРИНЕНКО
КОРЕСПОНДЕНТКА))

“Білл Клінтон шкодує, що переконав Україну відмовитись від ядерки. Президент і перша леді України приїхали до Польщі. А 50 країн світу засудили виступ путіністки в Радбезі ООН. Ще більше про допомогу світу, дивіться далі у щотижневому дайджесті міжнародних новин.”

((ТИТР: ПОНЕДІЛОК: ВІЦЕ-КАНЦЛЕР ФРН ПРИЇХАВ ДО УКРАЇНИ. ЧЕХІЯ ЗАКЛИКАЛА РЕФОРМУВАТИ РАДБЕЗ ООН))

ЗК: У понеділок до України приїхав віце-канцлер Німеччини Роберт Габек. Він разом із Володимиром Зеленським відвідали Чернігівщину. Там побачили

наслідки ракетних ударів рф по мосту та ознайомились з планом його відновлення. Після - обговорили подальшу співпрацю у відбудові та енергетичній підтримці.

((MIST_TG))

((ЛАЙФ:

00:14 - 00:23

“За період військової російської агресії зруйновано 35 мостів і більше 1000 автомобільних доріг.”))

ЗК: Німеччина буде в Румунії центр обслуговування української військової техніки. Його зведуть на кордоні з нашою державою. Там ремонтуватимуть гаубиці, танки та бойові машини піхоти. Такий хаб запрацює вже цього місяця.

ЗК: Міністр закордонних справ Чехії підтримує заклик Володимира Зеленського реформувати Раду Безпеки ООН. Усе через головування рф, яке розпочалося з 1 квітня. Жозеп Борель назвав це невдалим жартом. А посолка США в ООН заявила, що країна-терорист взагалі не має права бути в організації. Бо безпека та мир - це не про росію.

((СХ: ВОЛОДИМИР ЗЕЛЕНСЬКИЙ

ПРЕЗИДЕНТ УКРАЇНИ

03:14 - 03:19

«Немає форми терору, який ще не був би здійснений росією.»

03:26 - 03:41

Реформа яка очевидно назріла, щоб держава терорист і будь яка інша держава терорист не могла зруйнувати мир. Терористи повинні програти, повинні відповідати за терор, а не головувати будь де.”))

((ТИТР: ВІВТОРОК: ПРЕЗИДЕНТ ЗЕЛЕНСЬКИЙ ПРИЇХАВ У ПОЛЬЩУ. КЛІНТОН ШКОДУЄ, ЩО ВІДМОВИВ УКРАЇНУ ВІД ЯДЕРКИ))

ЗК: У вівторок Міноборони США оголосило про черговий пакет допомоги Україні - у майже 3 мільярда доларів. З них на пів мільйони передадуть запчастини, боєприпаси та техніку. На інші кошти - закуплять броньовані мостові системи, станції повітряного стеження, ракетні установки, Джемеліни та інші смаколики для ворога.

ЗК: У НАТО обговорили створення багаторічної програми підтримки України. Генсек зазначив, це все, аби допомогти стримати ворога та посилити оборону України. Також перейти від обладнання та доктрин радянщини до стандартів НАТО.

ЗК: Експрезидент США Білл Клінтон шкодує, що переконав Україну відмовитися від ядерної зброї у 1994 році. Він припустив, що якби цього не сталося, росія не наважилася би напасти.

((СХ: БІЛЛ КЛІНТОН
ЕКСПРЕЗИДЕНТ США

00:54 - 01:07

"Я відчуваю особистий біль, тому що я змусив їх [Україну] погодитися відмовитися від ядерної зброї. І ніхто з них не вірить, що Росія пішла б на цей трюк, якби в Україні все ще була їхня зброя."))

((ТИТР: СЕРЕДА: ПРЕЗИДЕНТ І ПЕРША ЛЕДІ УКРАЇНИ У ПОЛЬЩІ. 50
КРАЇН ЗАСУДИЛИ ВИСТУП ПУТІНІСТКИ В РАДБЕЗІ ООН))

ЗК: У середу президент і перша леді України приїхали до Польщі. Володимир Зеленський та Анджей Дуда обговорили посилення ЗСУ, повернення незаконно депортованих рфією дітей, підтримку у членстві ЄС та відбудову нашої країни.

((Dud_Press_TG))

((СХ: АНДЖЕЙ ДУДА
ПРЕЗИДЕНТ ПОЛЬЩІ

20:31 - 20:48

"Я розраховую, що з завершення російського вторгнення, відтиснення їх з України буде лише означати відкриття воріт для ще кращого економічного розвитку між нами."))

ЗК: А ще Володимир Зеленський отримав найвищу державну нагороду Польщі - орден Білого Орла.

((Award_2_TG))

((ЛАЙФ:
00:53 - 00:58))

ЗК: Також президент України зустрівся з прем'єр-міністром Польщі. Вони погодили новий оборонний пакет. Туди входять польські БТРИ, переносні зенітно-ракетні комплекси. Та ще шість винищувачів. Які приїдуть до нас вже у червні.

((СХ: МАТЕУШ МОРАВЕЦЬКИЙ
ПРЕМ'ЄР-МІНІСТР ПОЛЬЩІ

12:13 - 12:21

“І варто підкреслити, що усе все те, що ми передали як і росмахи які за нами стоять.”

12:32 - 12:35

“Це зброя яка в майбутньому.” + 12:40 - 12:44 “Будуть важливою частиною української армії.”))

ЗК: 50 країн світу засудили виступ путіністки в Радбезі ООН. Вони звинуватили рф у зловживанні своїми повноваженнями. Бо ж політична діяка поширює пропаганду про масові викрадення українських дітей. А Британія наголосила, якщо Марія Львова-Белова таки хоче звітувати про свої дії, вона може зробити це в Гаазі.

((ТИТР: ЧЕТВЕР: ОЧІЛЬНИКИ ФРАНЦІЇ ТА ЄВРОКОМІСІЇ ПРИЛЕТІЛИ ДО КИТАЮ. ТРИ КРАЇНИ НАТО НЕ СХВАЛИЛИ ДОРОЖНЮ КАРТУ ДЛЯ КИСВА))

ЗК: У четвер Емануель Макрон та Урсула Фон дер Ляен прилетіли до Китаю. У Пекіні вони зустрілися з Сі Цзіньпінем та обговорили ситуацію у нашій державі. Лідер КНР закликав нас і росію відновити мирні переговори. Бо і досі вважає, що ця війна - “українська криза”.

((СХ: ЕМАНУЕЛЬ МАКРОН
ПРЕЗИДЕНТ ФРАНЦІЇ

00:00 - 00:09

“Я знаю, що можу розраховувати на вас, по відношенню до двох принципів, які я згадав раніше. Аби допомогти росії вести себе розумно та повернутися за стіл переговорів.”))

ЗК: Литва анонсувала новий пакет військової допомоги ЗСУ на більш ніж 40 мільйонів євро. Це - обладнання та кошти. Також сейм держави ухвалив приєднання України до НАТО на саміті альянсу у Вільнюсі.

ЗК: Утім США, Німеччина й Угорщина проти цього. Мовляв, не на часі. Натомість Штати закликають союзників зосередитися на військовій, фінансовій і гуманітарній допомозі Україні. Аби відбити російське вторгнення.

((ТИТР: П'ЯТНИЦЯ: ПРЕЗИДЕНТ БРАЗИЛІЇ ЗАПРОПОНУВАВ УКРАЇНІ ВІДМОВИТИСЯ ВІД КРИМУ. РОБОТА UNITED24 ЗА РІК))

ЗК: У п'ятницю Володимир Зеленський звітував про роботу платформи UNITED24. Завдяки більш ніж 110 країнам світу зібрали понад 300 мільйонів доларів. І це майже за рік. Гроші пішли на озброєння, реанімобілі та відбудову України.

((СХ: РОБІН РАЙТ

АКТОРКА

01:28 - 01:36

“Ви продемонстрували таку силу та стійкість протягом цього жахливого часу. Я з вами і сподіваюсь, що цьому дуже скоро настане кінець.”))

ЗК: Президент Бразилії запропонував Києву відмовитися від Криму. Аби припинити війну. У відповідь на заяву, наше МЗС наголосило - “Україна не торгує своїми територіями. Ми не поступимося жодним сантиметром нашої землі”.

ПРОЩАННЯ:

Із цим погоджується і кожен українець! Слава нашим героям! І дякуємо державам, які нас підтримують!

Альбіна Гриненко, Денис Єлисаєнко. Новини 11 каналу.



Рис. Скриншот з проєкту “Міжнародні новини”

**Сценарій авторського проєкту “Міжнародні новини” в рамках новин
Формат “Міжнародні новини за хвилину” для соцмереж**

ВІТАННЯ:

Вітаю! Це топ-5 міжнародних новин.

ЗК: Парламентська асамблея НАТО визнала злочини росії - геноцидом. А її терористичний режим – рашизмом. Крім того, закликала відкрито оголосити на саміті у Вільнюсі, що Україна стане членом Альянсу.

ЗК: Німеччина передала ЗСУ новий пакет військової допомоги. А саме: 18 леопардів, системи ППО, артилерію, бронетранспортери, мостоукладники та дрони. А Нідерланди виділять 260 мільйонів євро на закупівлю боєприпасів.

ЗК: Латвія починає головувати в Радбезі ООН. Міністерка юстиції країни хоче допомоги нам повернути депортованих дітей.

ЗК: Бункерного діда заарештують, якщо той приїде до Молдови. Про це заявила очільниця країни Майя Санду. У відповідь, росіяни хочуть оголосити президентку в міжнародний розшук.

ЗК: Світові зірки з Україною. Лідер гурту Металіка відвідав поранених українських військових в Штатах. А всесвітньовідомий режисер Мартін Скорсезе на Канському кінофестивалі виступив із закликом допомагати Україні.

ПРОЩАННЯ:

Ми дякуємо світу! Разом до перемоги!