

Міністерство освіти і науки України
Запорізький національний університет

*Кваліфікаційна наукова праця
на правах рукопису*

БУТ КРИСТИНА ОЛЕКСАНДРІВНА

УДК 070:[304.2:316.776]:323.2(043.5)
Б93

ДИСЕРТАЦІЯ

МЕДІАРЕАЛЬНІСТЬ ЯК СКЛАДНИК ПРОТЕСТНИХ РУХІВ

Спеціальність 061 – журналістика
Галузь знань – журналістика

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії (PhD)

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

_____ К.О. Бут

Науковий керівник – **Чернявська Людмила Віталіївна**, доктор наук із соціальних комунікацій, професор

Запоріжжя – 2024

АНОТАЦІЯ

Бут К.О. «Медіареальність як складник протестних рухів». Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 061 «Журналістика». Запорізький національний університет. Запоріжжя, 2024.

У дисертації проаналізовано роль медіареальності як невід’ємної частини протестних рухів. Досліджені не тільки теоретичні аспекти вивчення медіареальності у XX столітті та найсучасніші здобутки та тенденції щодо цієї тематики наукового інтересу, але й окреслена роль медіареальності загалом у процесі історичного розвитку суспільства, зокрема, українського після відновлення Незалежності. Разом з тим, у роботі визначені інструменти, за допомогою яких може відбуватися конструювання медіареальності навколо подій протестних рухів.

Це дослідження також приділяє увагу проблемам формування хибної медіареальності навколо протестних рухів. Зокрема, розглянуті поняття маніпуляцій й оманливого впливу у контексті подання інформації про протестні рухи, а також продемонстровані випадки порушення журналістських стандартів при висвітленні протестної тематики у медіа.

Окрім цього, за результатами теоретичного й емпіричного досліджень було розроблено гайд, що включав рекомендації щодо роботи журналістів/ок з темою рухів за зміни. Гайд містив інформацію про правила фізичної та цифрової безпеки журналістів/ок, журналістські стандарти (зокрема, ті, які можуть бути взаємовиключними та/або дискусійними), професійну етику та чутливість при висвітленні потенційно тригерної інформації, а також – про нестандартні підходи до тематики рухів за зміни.

Актуальність теми дослідження. Протестні рухи є важливою частиною функціонування громадянського суспільства, яке, у свою чергу, не може відбуватися без публічного розголосу та залучення додаткової аудиторії. Саме завдяки співпраці з медіа протестні рухи можуть набувати масштабу та

суспільного резонансу, привертати увагу спільноти до ідей, які вони прагнуть поширювати, й ефективніше комунікувати з опозиційною стороною. Висвітлюючи протестні рухи, засоби масової інформації можуть або підсилити малопредставлені групи та дати їм голос, або ж навпаки – дискредитувати чи іронізувати над тими або іншими протестами.

І хоча одним із базових стандартів журналістики є об'єктивність, насправді ж, досягти повністю об'єктивного погляду, особливо на суспільно важливі події, які зачіпають інтереси однієї чи декілька соціальних груп, майже неможливо. Адже ретранслюючи інформацію з місця подій, рамкуючи її за допомогою власного авторського рішення, опитуючи певних людей і формуючи висновки з огляду на свій досвід та смаки, журналіст/ка не може залишити матеріал без “побічного ефекту” креативної діяльності – створення медіареальності навколо події, про яку він/вона пише.

Саме тому медіареальність як складник протестного руху має значний потенціал впливу на аудиторію та формування громадської думки. Враховуючи масштаби потенційного впливу на розвиток українського суспільства, особливо в умовах вразливості до інформаційної війни та ворожих “вкидів”, важливо вже зараз аналізувати специфіку цього явища, розуміти інструменти, за допомогою яких медійники/ці конструюють медійну реальність, та способи й передумови етичного подання інформації про рухи за зміни.

Об'єктом дисертаційного дослідження є: випуски газет: «Дзеркало тижня», «День», «Факты»; інформаційного агентства «УНІАН» та міжнародних видань: «Le Monde Diplomatique», «Der Spiegel» і «Коммерсантъ» (хронологічні рамки: 18-30 листопада та 1-8, 19-31 грудня 2013 року, а також за 1-7, 19-31 січня та 1-9, 17-28 лютого 2014 року); матеріали Пулітцерівської премії (за 1995-2024 роки), а також матеріали, відзначені премією “Честь професії” (за 2014-2023 роки).

Предмет дисертаційного дослідження – роль, місце й інструменти конструювання медійної реальності щодо подій протестних рухів (на прикладі матеріалів вищезгаданих засобів масової інформації).

Мета цього дослідження – з'ясувати роль і місце медіареальності у соціокомунікаційних процесах, зокрема, у рухах за зміни, виокремити інструментарій конструювання медійної реальності щодо подій протестних рухів.

Наукова увага до медіареальності пояснюється активним розвитком соціокомунікаційних технологій і рівнем впливу, який медіа створюють на поведінку як окремого індивіда, так і суспільства загалом. Активне дослідження реальності медіа як реальності другого порядку почалося ще у ХХ столітті, однак, свого найбільшого розвитку зазнає саме у сучасній науці. Наш науковий інтерес до медіареальності як складника протестних рухів зумовлений впливом на формування громадської думки, а також тим, як медіа можуть або підсилити ключові меседжі рухів за зміни, так і дискредитувати ці процеси або їх учасників. Вважаємо роль медіа у демократичних процесах і розбудові громадянського суспільства такою, що потребує детальнішого вивчення й аналізу. Важливим аспектом цього дослідження є те, що у ньому враховані контексти як українського суспільства у процесі здобуття незалежності та подальшої боротьби за демократизацію та європоцентричність нашої держави, так і контекст американського суспільства як такого, що “експортують” цінності демократії, свободи слова та громадської активності.

У рамках цього дослідження були виявлені наявні методологічні обмеження дослідження медіареальності, зокрема, брак узгодженості та систематизованості підходів до визначення теми. Для подолання ризику впливу відсутності уніфікації в інтерпретації поняття “медіареальність” на подальший аналіз і розуміння впливу цього явища на протестний рух, було проведено синтез й аналіз наукових розвідок у цій галузі, на основі якого була запропонована авторська дефініція медіареальності. Крім того, були

визначені тенденції щодо висвітлення медіареальності як невід'ємного явища сучасної дійсності.

Також у роботі була визначена роль медіареальності у процесі становлення й розвитку суспільства та на конкретних кейсах було доведено, що існування медіареальності як штучно сконструйованої дійсності існувало впродовж усієї історії масових комунікацій. Ми стикнулися з тим, що недостатнє розуміння суспільством впливу медійної реальності на всі аспекти життя може призвести до таких негативних явищ, як створення оманливого впливу, поширення мови ворожнечі, розв'язання військових конфліктів і навіть геноцидів цілих націй. Вважаємо цей висновок надзвичайно актуальним і таким, що має бути врахованим у контексті війни, яку веде Росія проти України.

З огляду на значні ризики, які існують перед Україною у контексті не тільки фізичної, а й інформаційної війни та просочуванню ворожих наративів у наш інформаційний простір, ми глибше дослідили форми та шляхи формування стійкості та опозиції до таких втручань. Одними з них, як нам вдалося з'ясувати, є не тільки розвиток критичного мислення та інфомедійної грамотності, але і внесення практичних рекомендацій щодо поточної та майбутньої журналістської діяльності (зокрема, серед медійників-початківців), а також – посилення голосу малорепрезентованих протестних рухів засобами медіа.

Ключові слова: журналістика, інформація, комунікація, стратегічні наративи, протестні рухи, медіареальність, журналістська етика, соціальні рухи за зміни, медіареальність України, мас-медіа, дезінформація, пропаганда, інформаційна війна, вплив медіа, конструювання медіареальності, стандарти журналістики, висвітлення конфліктних ситуацій.

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Публікації, що висвітлюють основні наукові результати дисертації

Статті в наукових фахових виданнях України

1. Бут К. Медіареальність як засіб впливу на громадську думку (на прикладі тимчасово окупованих територіях Запорізької області). Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2023. № 3 (55). С. 17–29.
2. Бут К. Медіаподії як інструмент конструювання медіареальності (на прикладі російської пропаганди). Образ. 2023. Випуск 3 (43). С. 93–101.
3. Бут К. Пропаганда та медіареальність як інструменти ведення інформаційної війни: локальний вимір. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2022. № 4 (52). С. 24–32.

Матеріали конференцій

4. Бут К., Чернявська Л. Медіареальність як феномен сучасної культури. XII. Internationale virtuelle Konferenz der Ukrainistik "Dialog der Sprachen - Dialog der Kulturen. Die Ukraine aus globaler Sicht". Reihe: Internationale virtuelle Konferenz der Ukrainistik. Bd. 2021. Herausgegeben von Olena Novikova und Ulrich Schweier. Georg Olms Verlag - UB Ludwig-Maximilians München, 2022.
5. Бут К.О., Чернявська Л.В. Висвітлення протестних рухів у медіа: виклики безпеки. Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції «Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі» (м. Запоріжжя, 2 листопада 2022 р.) / редкол.: В.Л. Погребна, В.В. Кузьмін, Н.В. Островська, Т.О. Бородулькіна та ін. [Електронний ресурс] Електрон. дані. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. С. 120–122.
6. Бут К. Медійна реальність та об'єктивність: точки зіткнення в етичному просторі журналістики. Людина в українському суспільстві в системі цінностей прав людини: сучасний вимір медіадіяльності : матеріали

Всеукраїнської науково-практичної конференції (Київ, 14 травня 2021 р.). – К. : Інститут журналістики, 2021. С. 35-41.

7. Бут К. Медіареальність як складник сучасної інформаційної та рекламної сфери. Журналістика та реклама: вектори взаємодії : тези доп. III Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 24 березня 2021 р.) / відп. ред. А. А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. Ун-т, 2021. С. 79–81.

ABSTRACT

K.O. But «Media Reality as a Component of Protest Movements». Qualification scientific work, manuscript copyright.

Dissertation for the degree of a Doctor of Philosophy in the specialty 061 «Journalism». Zaporozhzhia National University. Zaporizhzhia, 2024.

This dissertation traces the role of media reality as an integral part of protest movements. Both theoretical aspects of studying media reality in the 20th century and the latest achievements and trends in this area of scientific interest were examined in this study. We also outlined the role of media reality in the historical development of society, particularly Ukrainian society after the restoration of Independence. The dissertation identifies the tools through which the construction of media reality around protest movements can occur.

This study also addresses the problems of forming a false media reality around protest movements. Concepts of manipulation and deceptive influence in presenting information about protest movements were examined, and instances of journalistic standard violations in covering protest themes in the media were demonstrated.

Moreover, a guide that included recommendations for journalists working with change movement topics was developed based on theoretical and empirical research results. The guide contains information on physical and digital security rules for journalists, journalistic standards (including those that may be mutually exclusive and/or controversial), professional ethics, sensitivity when covering potentially triggering information, and unconventional approaches to the topic of change movements.

Relevance of the Research Topic. Protest movements are an important part of the functioning of civil society, which in turn cannot happen without public disclosure and the involvement of an additional audience. Through cooperation with the media, protest movements can gain scale and public resonance, attract community attention to the ideas they seek to spread, and communicate more

effectively with the opposition. By covering protest movements, the media can either amplify underrepresented groups and give them a voice or conversely discredit or mock various protests.

Although one of the basic standards of journalism is objectivity, achieving a completely objective view, especially on socially important events that affect the interests of one or several social groups, is almost impossible. As journalists relay information from the scene, frame it with their own editorial decisions, interview specific individuals, and draw conclusions based on their experience and preferences, they cannot leave the material without the "side effect" of creative activity – the creation of media reality around the event they write about.

Therefore, media reality as a component of protest movements has significant potential to influence the audience and shape public opinion. It is important to analyse the specifics of this phenomenon now. We emphasise the necessity of understanding the tools with which media professionals construct media reality. It is crucial nowadays to understand the ways and prerequisites for ethically presenting information about movements for change, given the potential impact on the development of Ukrainian society. This topic cannot be underestimated, especially in the context of vulnerability to information warfare and hostile “injections”.

Object of Dissertation Research. The objects of the dissertation research are issues of newspapers: "Dzerkalo Tyzhnia," "Den," "Fakty"; the news agency "UNIAN" and international publications: "Le Monde Diplomatique," "Der Spiegel," and "Kommersant" (chronological frameworks: November 18-30 and December 1-8, 19-31, 2013, as well as January 1-7, 19-31, and February 1-9, 17-28, 2014); Pulitzer Prize materials (1995-2024) and materials awarded the "Honor of the Profession" award (2014-2023).

The subject of Dissertation Research. The subject of the dissertation research is the role, place, and tools for constructing media reality regarding the events of protest movements (based on the materials of the before-mentioned media).

This study aims to determine the role and place of media reality in socio-communication processes, particularly in movements for change, and to highlight the tools for constructing media reality concerning the events of protest movements. Additionally, based on the research results, to create a practical guide for novice journalists with main recommendations for covering protest topics in the media.

Scientific interest in media reality is explained by the active development of socio-communication technologies and the level of influence that media has on the behaviour of both individuals and society as a whole. Active research on media reality as a second-order reality began in the 20th century. Although, it has achieved its greatest development in modern science. Our scientific interest in media reality as a component of protest movements is driven by its influence on shaping public opinion and how the media can either amplify key messages of change movements or discredit these processes or their participants. We believe the role of the media in democratic processes and the development of civil society requires detailed study and analysis. An important aspect of this research is that it takes into account the contexts of both Ukrainian societies in the process of gaining independence and further struggle for democratisation and Eurocentrism of our state, as well as the context of American societies, which "exports" the values of democracy, freedom of speech, and civic activity.

This research identified existing methodological limitations in media reality studies, particularly the need for coherence and systematisation in defining the topic. To overcome the risk of the absence of unification in the interpretation of the concept of "media reality" affecting the further analysis and understanding of this phenomenon's impact on protest movements, a synthesis and analysis of scientific research in this field was conducted, based on which an author's definition of media reality was proposed. Additionally, trends in the coverage of media reality as an integral phenomenon of modern reality were identified.

The role of media reality in the process of society's formation and development was also determined in the work, and specific cases demonstrated that the existence of media reality as an artificially constructed reality has existed throughout the entire history of mass communications. We faced the fact that insufficient understanding by society of the influence of media reality on all aspects of life can lead to such negative phenomena as the creation of deceptive influence, the spread of hate speech, the escalation of military conflicts, and even genocides of entire nations. We consider this conclusion extremely relevant during the Russian war against Ukraine.

Given the significant risks facing Ukraine in the context of physical and information warfare and the infiltration of hostile narratives into our information space, we further explored the forms and ways of building resilience and opposition to such interventions. Among them, as we have found, are the development of critical thinking and media literacy, the introduction of practical recommendations for current and future journalistic activities (particularly among emerging media professionals) and the amplification of underrepresented protest movements' voices through media.

Keywords. Journalism, information, communication, strategic narratives, protest movements, media reality, journalistic ethics, social movements for change, media reality of Ukraine, mass media, disinformation, propaganda, information warfare, media influence, construction of media reality, journalistic standards, coverage of conflict situations.

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ	2
СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ	6
ABSTRACT	8
ЗМІСТ	12
ВСТУП	14
Розділ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕДІЙНОЇ РЕАЛЬНОСТІ У СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ	24
1.1. Огляд соціальнокомунікаційних теорій ХХ століття про вплив медіа на суспільство як фундамент для дослідження медіареальності	24
1.2. Медіареальність: сучасний стан дослідження та ключові тенденції	
1.3. Медіареальність як соціокомунікаційне явище у контексті протестних рухів: методологічні аспекти дослідження	
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1	
Розділ 2 МЕДІАРЕАЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК ВПЛИВУ НА ПРОТЕСТНІ РУХИ ТА СОЦІАЛЬНІ ЗМІНИ	
2.1. Роль медіареальності в історичному розвитку суспільства: огляд кейсів	
2.2. Протестні рухи та медіа в Україні: точки перетину	
2.3. Інструменти конструювання медійної реальності	
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2	
Розділ 3 ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНСТРУМЕНТАРІЮ КОНСТРУЮВАННЯ МЕДІЙНОЇ РЕАЛЬНОСТІ ЩОДО ПРОТЕСТНИХ РУХІВ	
3.1. Конструювання медійної реальності навколо подій Євромайдану та Революції Гідності	
3.2. Конструювання медійної реальності навколо соціальних рухів за зміни: кейс-стаді видатних зарубіжних публікацій	
3.3. Конструювання медійної реальності навколо соціальних рухів за зміни: кейс-стаді видатних українських публікацій	
3.4. Що потрібно пам'ятати медіа, які висвітлюють протестні рухи: гайд	
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3	
ВИСНОВКИ	
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Вибір теми дисертаційного дослідження мотивований розумінням того, що функціонування подій у сучасному світі неможливо на сьогодні уявити без відповідного висвітлення їх у світі віртуальному. Інтерес з боку медіа до суспільних подій призводить до їхньої своєрідної легітимації, хоча, разом із тим, медійна та немедійна реальність можуть значно відрізнятись.

Активно феномен медійної реальності як такої, що існує паралельно зі справжньою дійсністю почали досліджувати у XX столітті. Серед науковців, які досліджували це явище: П. Бурдьє, П. Бергер, У. Ліппман, Т. Лукман, Н. Луман, М. Мак-Комбс, Д. Шоу та інших. Більшість цих науковців вказували на те, що медіа не відображає дійсність, а творить свою, досягаючи цього за допомогою ряду інструментів. Однак, відкритим і недостатньо систематизованим залишається питання ролі медіареальності в історичних процесах у глобальнішому та ширшому контексті. Чи було помітне це явище до XX століття? Якою була роль медіареальності до розвитку інформаційно-комунікаційних технологій?

У XXI столітті та в контексті модернізації засобів масової комунікації все більшу увагу дослідників привертають різноманітні форми інформаційного впливу, зокрема, інформаційні війни, пропаганда, оманливий вплив і дезінформація. Наукові розвідки цієї сфери вийшли далеко за межі журналістикознавства та масових комунікацій і стали мультидисциплінарними. Зокрема, різноманітні медіаефекти досліджують у психології, соціології, історичних науках, філософських і політичних науках, культурології, педагогічних, юридичних і технічних галузях. Зважаючи на попит до дослідження теми, вартий висвітлення аналіз останніх тенденцій, що стосуються досліджень медіареальності, та ролі, яку вона може відігравати у змінотворчих процесах.

Нашу увагу привернули протестні рухи як одна з форм волевиявлення народу, прикладів ефективності роботи громадянського суспільства та

інструментів просування (або ж, навпаки, – загроз для) демократії. Їх вплив на історичні події важко переоцінити. Однак, у контексті журналістикознавства постає важливе питання: наскільки медійна реальність впливає на розвиток та досягнення ідей протестних рухів?

До прикладу, одна з останніх важливих масштабних подій в українській державності – Революція Гідності – знайшла широке відображення у матеріалах українських і зарубіжних медіа. Розуміння принципів та інструментів конструювання медійної реальності окремих подій в історії України дають змогу зрозуміти та проаналізувати чинники, через які відбувається поляризація суспільства та сприяти попередженню цього у майбутньому, а також простежити специфіку висвітлення означених подій в Україні та світі. Фрагментарно конструюванню медійної реальності та різним аспектам висвітлення подій Майдану присвячена значна кількість робіт. Утім, зазначені дослідження є дуже тематично звуженими та присвячені лише окремим аспектам, як-то образ України на шпальтах світових ЗМІ або порушення журналістських стандартів під час Євромайдану. На нашу думку, бракує систематизованого та уніфікованого підходу до розкриття зазначеної теми.

Однак, аналізу лише одного кейсу з висвітлення медіа протестного руху замало, щоб робити певні висновки. Це приводить нас до серії амбітних і важливих дослідницьких питань: Чи справді висвітлення протестних рухів достатньо частотне, щоб можна було говорити про медіареальність як повноцінний складник цих процесів? Якими інструментами користуються журналісти для конструювання медійної реальності? І головне: чи справді медіа здатні вплинути на рухи за зміни? Якщо так, то яким чином? До чого мають бути готові журналісти-початківці, які хочуть створювати матеріали на протестну тематику? Саме пошук відповідей на ці запитання і зумовив потребу у проведенні цього дослідження.

Об'єктом дисертаційного дослідження є випуски газет: «Дзеркало тижня», «День», «Факты»; інформаційного агентства «УНІАН» та міжнародних видань: «Le Monde Diplomatique», «Der Spiegel» і «Коммерсантъ» (хронологічні

рамки: 18-30 листопада та 1-8, 19-31 грудня 2013 року, а також за 1-7, 19-31 січня та 1-9, 17-28 лютого 2014 року); матеріали Пулітцерівської премії (за 1995-2024 роки), а також матеріали, відзначені премією “Честь професії” (за 2014-2023 роки).

Предмет дисертаційного дослідження – роль, місце й інструменти конструювання медійної реальності щодо подій протестних рухів (на прикладі матеріалів вищезгаданих засобів масової інформації).

Мета цього дослідження – з’ясувати роль і місце медіареальності у соціокомунікаційних процесах, зокрема, у рухах за зміни, виокремити інструментарій конструювання медійної реальності щодо подій протестних рухів. Окрім цього, за результатами дослідження, сформуванати практичний гайд для журналістів-початківців щодо основних рекомендацій для висвітлення протестної тематики у медіа. Гайд направлений на те, щоб дати відповіді на такі основні питання:

1. Про які ключові правила має пам’ятати працівник/ця засобу масової інформації, коли обирає темою для висвітлення протестні рухи? (з особливою увагою на фізичну та цифрову безпеку)
2. На які ціннісні орієнтири має спиратися журналіст/ка при висвітленні протестних рухів?
3. Оскільки медійники/ці також можуть бути зацікавлені у рухах за зміни, важливим є питання: чи доречно самому журналісту/ці брати участь у протестах? Якщо так, то чи існують певні обмеження, на які варто звернути увагу?
4. Оскільки тематика протестних рухів може потенційно бути тригерною як для аудиторії, так і для інтерв’ююваних, про які етичні перестороги важливо пам’ятати?
5. Які процедури має виконати журналіст/ка після того, як відбувся основний етап процесу – робота у полі?
6. Як можна урізноманітнити матеріали на протестну тематику та яким інструментарієм доцільно буде користуватися для цього?

Для цього, були сформульовані такі проміжні завдання дисертаційного дослідження:

- 1) сформувати теоретико-методологічну рамку дослідження медіареальності у соціокомунікаційних процесах, зокрема, проаналізувати наукові розвідки, пов'язані з питаннями конструювання медійної реальності та медійного дискурсу щодо тих або інших подій у соціальному просторі;
- 2) розглянути роль медіареальності у процесах історичного розвитку суспільства, навести конкретні кейси впливу цього явища на політичні, суспільні та культурні процеси;
- 3) сформувати відповідно до теоретичної бази й емпіричного дослідження та представити класифікацію інструментів конструювання медійних реальностей, зокрема, щодо важливих подій у соціальному просторі;
- 4) провести моніторинг дослідження частоти використання інструментів конструювання медійної реальності та дотримання журналістських стандартів щодо висвітлення подій Майдану визначеними ЗМІ;
- 5) провести кейс-стаді визначних (таких, що відзначені професійною спільнотою) українських і закордонних публікацій на протестну тематику, що допоможе виявити частоту їх використання, жанрові та тематичні показники, інструментарій конструювання медіареальності;
- 6) сформувати гайд для журналістів-початківців щодо того, що варто пам'ятати при висвітленні протестної тематики.

Для проведення цього дисертаційного дослідження ми використовували методи аналізу, синтезу, огляду, індукції, дедукції, інтерпретації, узагальнення, порівняння, моніторингу, кейс-стаді, якісного аналізу та інші. Зокрема, результатів проміжних досліджень щодо теоретико-методологічного фундаменту для подальшого дослідження, що були викладені у пункті 1.1 першого розділу, було досягнуто завдяки огляду соціальнокомунікаційних теорій XX століття про вплив медіа на суспільство як фундамент для дослідження медіареальності. Окрім цього, ми послуговувалися методами критичного аналізу та синтезу, систематизації, індукції та дедукції, узагальненню, поясненню та порівнянню

певних соціокомунікаційних теорій XX століття щодо медіареальності та впливу медіа, які можуть використовувати для подальших досліджень феномену формування медіа реальності другого порядку.

Результатів проміжних досліджень щодо основних тенденцій дослідження медіареальності у XXI столітті, що були викладені у пункті 1.2 першого розділу, було досягнуто завдяки методам аналізу, синтезу, порівняння та систематизації. Зокрема, був проведений аналіз і синтез актуальних розвідок у сфері соціальних комунікацій і журналістикознавства, порівняння українського та закордонного підходів до розгляду теми медіареальності та впливу медіа на зміни у поведінці аудиторії, були виокремлені та систематизовані ключові тенденції та теми досліджень цього явища.

Крім того, у пункті 1.3. першого розділу нами було сформовано методологічну базу для подальшого дослідження. Завдяки критичному аналізу, синтезу та порівнянню переваг і недоліків тих або інших наукових методів, ми вирішили будувати методологію дослідження на поєднанні трьох різних методів для забезпечення релевантності та надійності результатів. Серед них були визначені методи: кількісного дослідження (моніторингу) з включенням елементів якісного аналізу дотримання журналістських стандартів і кейс-стаді з залученням архівного методу дослідження для виявлення випадків конструювання медіареальності щодо протестних рухів у роботах визначних журналістів(ок), які отримали Пулітцерівські премії та українську премію “Чесць професії”.

Результатів проміжних досліджень щодо ролі медіареальності в історичному розвитку суспільства, що були викладені у пункті 2.1 другого розділу, було досягнуто завдяки методам аналізу, синтезу, огляду, систематизації та порівняння. Зокрема, було наведено хронологічний перелік кейсів, в якому медіареальність мала значний вплив на історичні події, починаючи від Давньої Греції, Давнього Риму та Давнього Китаю та завершуючи сучасністю – веденням війни Росії проти України.

Результатів проміжних досліджень щодо точок перетину медіа та протестних рухів в Україні, що були викладені у пункті 2.2 другого розділу, було досягнуто завдяки методам аналізу, синтезу, опису, узагальнення, роботи з архівними джерелами та дискурс-аналізу. Зокрема, були проаналізовані випадки конструювання медіареальності навколо Революції на граніті, страйків шахтарів Донбасу, акції “Україна без Кучми”, Помаранчевої революції та протестів проти окупації українських міст після 24.02.2022.

Результатів проміжних досліджень щодо інструментів конструювання медійної реальності, що були викладені у пункті 2.3 другого розділу, було досягнуто завдяки методам аналізу, синтезу, дедукції та індукції.

Використання такого поєднання теоретичних методів, орієнтованих на глибше розуміння феномену медіареальності та конкретних кейсах її впливу на історичні процеси, сприяло кращому усвідомленні ролі та потенціалу впливу медіа на протестні рухи.

Результатів проміжних досліджень щодо конструювання медійної реальності навколо подій Євромайдану та Революції Гідності, що були викладені у пункті 3.1 третього розділу, було досягнуто завдяки поєднанням методів кількісного дослідження (моніторингу) та елементів якісного дослідження (дотримання журналістських стандартів під час висвітлення протестів). Також були застосовані методи аналізу, синтезу, порівняння та систематизації. Зокрема, були визначені версії медіареальності (позитивна щодо протесту, нейтральна, частково негативна, негативна), категоризовані та порівняні між собою, що також включало порівняння версій із різним соціополітичним бекграундом (український, російський, французький і німецький контексти) щодо висвітлення подій Євромайдану та Революції Гідності. Обрані методи дали змогу проаналізувати, які чинники мають вплив на формування медіареальності навколо протестних рухів, а також глибше осягнути, якими інструментами користуються журналісти/ки різних видань для формування своєї версії медіареальності.

Результатів проміжних досліджень щодо конструювання медійної реальності навколо соціальних рухів за зміни, що були викладені у пункті 3.2 та 3.3. третього розділу, було досягнуто завдяки методам кейс-стаді видатних (під словом “видатні” ми мали на увазі ті матеріали, які визнані такими професійною спільнотою): зокрема, роботи переможців Пулітцерівської премії у галузі журналістики та переможні публікації українського конкурсу для медійників “Честь професії”) зарубіжних і українських публікацій, а також аналізу, синтезу, систематизації, опису та пояснення, дискурс-аналізу та якісного аналізу (дотримання журналістських стандартів). Поєднання цих методів дало змогу якомога повніше з’ясувати місце медіареальності у протестних рухах: зокрема, частоту висвітлення матеріалів протестної тематики у медіа, тематичні, жанрові та регіональні показники, вплив публікацій на зміни у суспільстві, а також – особливі інструменти, за допомогою яких ця медіареальність була відтворена у визначених матеріалах.

Результатів проміжних досліджень щодо формування гайдів стосовно висвітлення протестної тематики у медіа для журналістів-початківців, що були викладені у пункті 3.3 третього розділу, було досягнуто завдяки методам узагальнення, а також аналізу, синтезу, дедукції та індукції. Ці методи дали змогу представити лаконічний, але ґрунтовний звід правил, оснований на практичному досвіді журналістів, що працювали з цією темою.

Наукова новизна результатів полягає у комплексному дослідженні медійної реальності як важливого складника протестних рухів, зокрема, інструментів і специфіки її конструювання. Це включає не лише традиційне сприйняття висвітлення подій у новинах, але й варіативність символічного та знакового кодування в повідомленнях ЗМІ. Важливим аспектом дослідження є те, що частина його заснована на матеріалах, які відображають події війни Росії проти України: з початку її у 2014 році з окупації Криму та окремих територій Донеччини та Луганщини до розгорнення повномасштабних дій Росії на території України й окупації українських міст у Запорізькій області та на Херсонщині, Харківщині, Сумщині, Чернігівщині, Київщині. Серед

різноманітних розглянутих феноменів аналізується частота висвітлення протестних рухів у медіа, тематичне та жанрове різноманіття, а також інструментарій, завдяки якому формується медіареальність. Також розглянута роль медіа, яка вплинула на останні протестні події сучасної української історії. При реалізації поставленої мети в дисертації

уперше:

- надано комплексну характеристику медіареальності як феномену соціокомунікаційних процесів, зокрема, визначено її роль в історичному розвитку суспільства та протестних рухів в Україні за період після здобуття незалежності;

- досліджена частота висвітлення протестної тематики та використання визначених інструментів в українських і зарубіжних ЗМІ щодо питань Євромайдану та Революції Гідності;

- проведено якісний аналіз щодо дотримання журналістських стандартів у матеріалах, що висвітлювали події Євромайдану та Революції Гідності;

- проведено кейс-стаді матеріалів, нагороджених Пулітцерівською премією у галузі журналістики та українською премією “Честь професії”, на предмет висвітлення протестів, визначена частотність висвітлення тематики рухів за змін, тематичні та жанрові показники, інструментарій конструювання медіареальності.

удосконалено:

- наукові підходи до визначення поняття медіареальності та її проявів у масовій комунікації;

– систематизацію та класифікацію інструментів, які використовуються журналістами для конструювання реальності.

набули подальшого розвитку:

– дослідження щодо медіареальності як реальності другого порядку та побічного ефекту медійної діяльності;

– тлумачення ролі та впливу медіареальності на протестні рухи;

– розгляд журналістських матеріалів про протестні рухи (Революцію Гідності зокрема) у контексті впливу на сприйняття активного громадянського суспільства в Україні та світі.

Особистий внесок здобувача в цю дисертаційну роботу полягає у: доборі об'єкта і предмета, мети та завдань, методів дослідження; доборі вибірки для дослідження та аналізі медіапродуктів на тему протестних рухів; проведенні емпіричних досліджень в межах цієї дисертаційної роботи (зокрема, моніторингу, якісного аналізу та кейс-стаді, результати яких викладені у підрозділах 3.1, 3.2 та 3.3), а також – у розробці гайду для журналістів-початківців щодо того, як висвітлювати протестні рухи, результати якого викладені у підрозділі 3.4.).

Матеріали дисертації було апробовано у фахових наукових журналах:

1. Бут К. Медіареальність як засіб впливу на громадську думку (на прикладі тимчасово окупованих територіях Запорізької області). *Держава та регіони*. Серія: Соціальні комунікації. 2023. № 3 (55). С. 17–29.

2. Бут К. Медіаподії як інструмент конструювання медіареальності (на прикладі російської пропаганди). *Образ*. 2023. Випуск 3 (43). С. 93–101.

3. Бут К. Пропаганда та медіареальність як інструменти ведення інформаційної війни: локальний вимір. *Держава та регіони*. Серія: Соціальні комунікації. 2022. № 4 (52). С. 24–32.

Основні теоретико-методологічні положення й результати проведеного дослідження були апробовані на міжнародних і всеукраїнських науково-теоретичних і науково-практичних конференціях: XII Internationale virtuelle Konferenz der Ukrainistik "Dialog der Sprachen - Dialog der Kulturen. Die Ukraine aus globaler Sicht" (München, 2022), «Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі» (м. Запоріжжя, 2 листопада 2022 р.), «Журналістика та реклама: вектори взаємодії» (м. Київ, 2021), «Людина в українському суспільстві в системі цінностей прав людини: сучасний вимір медіадіяльності» (м. Київ, 2021).

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.

Дисертацію виконано на кафедрі журналістики Запорізького національного університету в контексті участі аспірантів у НДР молодих вчених, що виконується за рахунок коштів загального фонду держбюджету “Соціальнокомунікаційні механізми дискурсу деколонізації в умовах війни: український та глобальний контексти” № 2/24 (державний реєстраційний номер 0124U000753)

Практичне значення одержаних результатів. Результати дослідження можуть бути використані в:

- науково-дослідній діяльності під час подальшого вивчення медіареальності як феномену масових комунікацій;
- у ході вивчення на факультативних курсах із сучасної історії України, журналістикознавства та соціальних комунікацій;
- у матеріалах інформаційно-виставкового центру Музею Майдану;
- у практичній журналістській діяльності щодо висвітлення протестних рухів (підборі тем, жанрів, героїв, розумінні правил цифрової та фізичної безпеки, усвідомлення правил верифікації даних) з особливим акцентом на журналістів-початківців;

- діяльності активістів/ок, що просувають ідеї рухів за зміни – для розуміння необхідності комунікації з медіа і потенційних точок перетину інтересів медіа та власне активістів/ок;
- при формуванні державного стратегічного наративу України;
- освітньому процесі під час вивчення дисциплін, які передбачають ознайомлення з прикладами адвокаційної журналістики, впливу медіа на поведінку користувачів, історичної ролі медіа тощо. Дослідження буде корисним для розгляду у межах дисциплін, запропонованих в ОНП «Журналістика» на кафедрі журналістики Запорізького національного університету: Історія зарубіжної журналістики; Історія журналістики; Журналістська етика; Науковий семінар з медіадосліджень; Методологія медіадосліджень (з англomовним модулем); Європейські медійні стандарти і цінності; Європейська журналістика миру і рішень; Геноцид, постпам'ять та формування медіареальності; Візуальна журналістика й кінематограф в епоху постфактуальності; Соціальні медіа й онлайнві комунікації у фокусі медіадосліджень; Зв'язки з громадськістю як соціальнокомунікаційний феномен; Зв'язки з громадськістю як умова розвитку демократичних засад сучасного українського суспільства; Наративні феномени в соціокомунікаційному просторі.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕДІЙНОЇ РЕАЛЬНОСТІ У СОЦІАЛЬНОКОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ

1.1. Огляд соціальнокомунікаційних теорій XX століття про вплив медіа на суспільство як фундамент для дослідження медіареальності

Цифровізація суспільства спричинила гостру потребу в інформації та комунікації і незворотно трансформувала журналістику. Так, швидкий і легкий доступ до інформації, можливість передавати новини у режимі реального часу та інші здобутки науково-технічного прогресу призвели до такого сприйняття світу, в якому без висвітлення події у віртуальності неможливе прийняття її як дійсної у світі реальному: чи не кожна подія стає надбанням громадськості після публікації про неї на сторінках соціальних мереж або у численних медіа. Відтак, поширеним стає явище медійної реальності, що постає як своєрідна «відповідь» на подію, що сталася.

Окрім суто технологічних, є й історичні фактори, що вплинули на поширення медіареальності як явища у сучасному просторі. Безсумнівно, найсуттєвішим із них є перехід від тоталітаризму до становлення демократії, яке здійснило суспільство наприкінці XX століття. Плюралізм думок, впровадження багатопартійних політичних систем, визнання свободи слова як однієї з загальнолюдських цінностей і проголошення «Загальної декларації прав людини» Генеральною Асамблеєю ООН – все це дозволило розвиватися системі медіа, забезпечило людству можливість мати варіативність у процесу вибору засобів масової інформації, відтак, сприяло поширенню різних варіантів інтерпретацій реальності.

Кожен споживач медіа, в більшій або меншій мірі, має потребу в обміні думками та задоволенні прагнення бути частиною спільноти. Медійна

реальність з'являється як відповідь на запит в отриманні нових вражень, суб'єктивної оцінки фактів, інтерпретацій різних подій, формуванні громадської думки, відчутті приналежності та співпричетності.

Вже у ХХІ столітті завдяки дослідженням медіасфери, поширенню навичок медіаграмотності та критичного мислення, маємо усвідомлення: реальність, яку споживачу демонструють у медіа, та справжня дійсність відрізняються одна від одної. Це дозволяє стверджувати, що медіа породжують окрему форму реальності – медіареальність, яка часто значно відрізняється від об'єктивної реальності.

Говорячи про телебачення як один із видів медіа, соціолог П. Бурдье робить висновок: «Поступово телебачення, яке, по ідеї, є інструментом відображення реальності, перетворюється в інструмент створення реальності. Ми все більше наближаємося до простору, в якому соціальний світ описується та пропонується телебаченням» [6]. Вважаємо, що саме ці слова найточніше характеризують сучасну роль мас-медіа у соціальнокомунікаційному просторі. Більшість дослідників (зокрема, позиції 6, 202, 200, 174 у списку використаних джерел – *прим.авт.*) схильні до думки, що медіареальність є повністю новою, відокремленою від реальної.

Концепт медіареальності набув значного поширення у науковому дискурсі ХХ століття у зв'язку з інформатизацією суспільства та новою віхою у його історії та філософії – постмодернізмом. На сьогодні ж при розгляді цього явища значна увага приділяється дослідженню тематики медіареальності, її впливу на громадську думку, поведінку окремих індивідів тощо. Сучасні дослідження медіареальності у науковій галузі соціальних комунікацій пов'язують також з темами пропаганди, маніпуляцій, реклами та PR тощо.

Х. Адонні та Ш. Мейн зазначають, що два основних підходи, в яких розглядається медіареальність як частина соціальної конструкції реальності, тлумачать її по-різному: так, перший зосереджується на ній як частині взаємовідносин між культурою та суспільством, а другий розглядає

медіареальність як один із медіа ефектів [132]. Ми погоджуємося з цим твердженням, тож у подальшому у дослідженні ми будемо розглядати медіареальність з точки зору обох підходів.

Серед найбільш відомих гіпотез, теорій, концепцій і поглядів, у контексті яких розглядається співвідношення медійного дискурсу та реальності є такі: теорія соціального конструктивізму; теорія П. Бурдьє; конструювання реальності за Н. Луманом; симулякри та гіперреальність (за Ж. Бодріаром); концепція У. Ліппмана; гіпотеза «agenda-setting» тощо.

Вважаємо, що необхідність дослідження медіареальності як явища соціальних комунікацій з'явилася на початку XX століття. З одного боку, вона була спричинена прогресом в інформаційно-комунікаційній сфері: так, за допомогою телеграфів, радіо, засобів поштового зв'язку, телефонів тощо збирати та передавати інформацію стало набагато простіше. Передові науковці та філософи усвідомлювали, що фізичний стан речей значно випереджає інтелектуальну складову: дослідження якості опублікованих матеріалів, їхнього впливу на суспільну думку, наслідків від використання. З іншого боку, всеохопне й організоване застосування пропаганди урядами різних держав під час Першої світової війни в 1914 році також розвинуло науковий інтерес до теми медіа та їх засобів творення реальності.

На нашу думку, праця У. Ліппмана «Громадська думка» («Public Opinion», 1922 рік) заклала фундамент для досліджень медіареальності як явища. У. Ліппман розглядав журналістику як важіль впливу на громадську думку. І хоча автор не використовує дефініції «медіареальність», він вводить термін «псевдосередовища», а також формує уявлення про кореляцію понять реальність : медіа, медіа : суспільство. У. Ліппман неодноразово диференціював реальність та медійну реальність: «Новина і правда – це не одне й те саме, і їх потрібно чітко розрізняти» [200; р. 209]; «У всіх випадках, крім виняткових, журналістика не є передачею сирого матеріалу з перших рук. Це звіт про цей матеріал після його стилізації» [200; р. 204]

Серед причин, які, на думку автора, впливають на розбіжність у подіях реального світу й тому, як вони відображаються у медіа, є такі: економічний чинник, висока конкуренція, залежність від рекламодавців, залежність від постійних читачів, прагнення отримати їх лояльність, хибність самого прагнення мати правду як істину та інструмент демократії. Примітним також є те, що автор б'є на сполох щодо поширення неправдивої інформації та зауважує щодо доцільності введення організацій, що б санкціонували поширення новин, їх коректність та правдивість. Не можемо не погодитися у цій думці з автором, зважаючи на поширеність фейкової інформації у сучасному суспільстві. Утім, варто зазначити, що наявність таких інституцій у такому форматі, як передбачає автор, може також становити додатковий тиск на медіа, що негативно впливатиме на якість новин і стане стресовим фактором для працівників медіасфери.

Окрім того, У. Ліппман зазначає, що громадська думка формується пресою, а не навпаки, як мало б бути. Преса, за його ствердженням, лише посилює проблеми від хибної організації суспільства. Вважаємо, що у питанні формування громадської думки не має місця односторонньому впливу. Таким чином, існує певна взаємозалежність між медіа та суспільством: медіа робить певний внесок у формування громадської думки, але і громадська думка та суспільство, у свою чергу, впливає на порядок денний медіа.

Одним із головних інструментів конструювання журналістами реальності, на погляд У. Ліппмана, є стереотип. Більше того, автор підкреслює, що у тих картинах світу, які нам представляють медіа, «...світ відрізняється від реального, хаотичного: він розчленований на категорії, а категоріям присуджені ярлики» [200]. Саме категоризація, ярликування та мислення стереотипами спрощує сприйняття інформації для середнього споживача.

Незважаючи на те, що Дж. Дьюї не погоджувався з деякими поглядами У. Ліппмана щодо ролі преси у демократичному суспільстві (дискусія Ліппмана-Дьюї – *прим. авт.*), у своїй роботі «Громадськість та її проблеми»

(«The Public and Its Problems», 1927 рік) філософ також приділяє увагу спотворенням і викривленням реальності, спричиненими засобами медіа. Так, автор зауважує, що передаючи новини як «щось, що щойно сталося, і що є новим лише тому, що воно відхиляється від старого та звичайного» [162, с. 179-180], медіа часто забувають про контекст, не беручи до уваги бекграунд подій, причинно-наслідкові зв'язки тощо.

Дьюї вважав, що медіа відіграють ключову роль у формуванні суспільства і культури. На його думку, медіа є потужним інструментом для створення громадської обговорення і сприяння соціальній інтеграції. Не менш важливу роль Дьюї виділяв способу усвідомлення інформації. Філософ стверджував, що засоби масової комунікації впливають на те, яким чином люди сприймають інформацію. Неодноразово дослідник підкреслював важливість критичного мислення та культурної освіти для аналізу медійних повідомлень, наголошуючи на тому, що інфомедійна грамотність є наднеобхідною для того, щоб суспільство було здатне розуміти і критично оцінювати інформацію, що подається через медіа.

Окрім цього, Дж. Дьюї згадує про приватні інтереси, які можуть вплинути на висвітлення реальності засобами медіа. Щоб уникнути цього, філософ наголошував на необхідності збереження громадського інтересу в медіа, незважаючи на комерційні інтереси. Дьюї вірив, що медіа повинні служити суспільству, а не лише здійснювати прибуткову діяльність.

До того ж, акцентує дослідник, багато подій реального світу штучно подаються як новини, зокрема, кримінальні, катастрофічні та сенсаційні [162].

Теорія П. Бурдє пов'язана із роллю журналістики у людському сприйнятті реальності. Зокрема, у його доробку чимало уваги приділяється аналізу й усвідомленню впливу медіа на сприйняття реальності, соціальні структури та владні відносини в суспільстві.

Так, філософ розкриває термін «поле журналістики», який тлумачиться як специфічна окрема реальність, в якій існують працівники медіа, маючи можливість вкласти своє бачення реальності у матеріал, презентуючи нову дійсність.

Аналізуючи типи медіа (масові й якісні), П. Бурдьє наголошує на різних підходах журналістів різних типів видань до творення реальності, зазначаючи, що це прояв «...опозиції між двома логіками та способами легітимації: визнання зі сторони рівних по відношенню до тих, хто найповніше сповідує внутрішні принципи і цінності, та визнання зі сторони мас, що матеріалізуються у вигляді числа читачів, а, відповідно, і у кількості продажів» [6]. У такому контексті порівняння якісного та масового способу творення медійної реальності викликає окремий науковий інтерес.

Примітно, що сам дослідник соціальнокультурних явищ неодноразово відвідував страйки, акції й мітинги, зокрема, був відомим учасником антиглобалістського руху. Але, як стверджує сам інтелектуал, сила протестних рухів дещо нівелюється тією владою, яку наразі мають медіа. Як приклад цього судження, він наводить ідею проведення протестів проти пенсійної реформи: “Ще кілька років тому для цього потрібно було б зібрати демонстрацію, зробити транспаранти, вийти на вулиці, влаштувати мітинг перед Міністерством. Сьогодні – я майже не перебільшую – для цього досить мати спритного радника з питань громадських зв’язків і комунікацій, підготувати якусь невелику, але видовищну акцію з музикою, перевдяганням і под., запросити засоби масової інформації, і за допомогою телебачення досягається той же ефект, що й від демонстрації у 50 000 осіб” [6].

Жан Бодріяр здійснив ще більший крок у бік розділення кількох реальностей, зокрема, сформулювавши та ввівши у науковий, а згодом і мейнстрімовий дискурс поняття «симулякру», «гіперреальності» та «структурної революції».

У контексті цієї роботи примітно, що деякі наукові та світоглядні позиції Бодріяра були сформовані у тому числі під час студентських протестних рухів у Франції 1968 року.

Сам Бодріяр у роботі “Симулякри і симуляція” писав про протестний рух 1968 року та його вплив на суспільство таке: “Травень 68-го року був, без сумніву, першим імпульсивним епізодом, тобто, на противагу своєму переробленню в термінах революційної просопопеї, першою насильницькою реакцією на насичення соціального, стисненням, викликом гегемонії соціального, втім, усупереч ідеології самих учасників, які думали піти в соціальному далі,— така вже природа уявного, яке постійно домінує над нами, — а втім, значна частина подій 68-го ще змогла стати частиною цієї революційної динаміки і вибухового насильства, але одночасно з цим тоді розпочалося й інше: насильницька інволюція соціального, у певний момент, і наступна за нею імпульсія влади, раптова і на короткому проміжку часу, яка, однак, відтоді ніколи не припинялася, — ось що, по суті, продовжується: імпульсія, імпульсія соціального, імпульсія інституцій, імпульсія влади — а зовсім не якась невловна революційна динаміка” [144]. Враховуючи спогади сучасників про травень 68-го, а також – коментарі самого автора про події протестів, не можемо не погодитися з тим, яке фундаментальне значення мали ці рухи у становленні філософського світогляду Бодріяра. На нашу думку, це пов’язано з тим, що публіцист, можливо, вперше зіштовхнувся у своєму житті з протиставленням двох світів, двох паралельних реальностей, що існували у ході заворушень 1968 року, що не могло не вплинути на подальші виникнення ідей існування гіперреальності та симулякрів.

Останні дві концепції є одними з ключових у філософії постмодернізму та важливими для розуміння медіареальності як феномену соціальних комунікацій, тож пропонуємо детальніше ознайомитися з тим, як їх тлумачив власне Жан Бодріяр.

Симулякр – це ключовий термін у філософії та соціології, який був вперше був використаний Платоном. Але Ж. Бодріяр удосконалив і розвинув його, використовуючи це поняття для того, щоб описати стан сучасного світу, в якому реальність стає віртуальною і віртуальність стає реальністю. Симулякр, про що стверджується в епіграфі до книги “Симулякри і симуляція” – це “дійсність, яка приховує той факт, що насправді її немає” [144, с.5].

Основні ідеї Бодріяра про симулякри можна передати у вигляді двох тез. Перша пов’язана з симуляцією реальності. Бодріяр зазначає, що у модерновому світі реальність поступово замінюється симуляцією. Це означає, що те, що ми сприймаємо як реальність, фактично є сукупністю копій, імітацій та образів, створених медіа, рекламою та іншими засобами масової комунікації. Він наголошує: “Симулякри не мають жодного відношення до реальності” [144, с. 6].

Другою важливою складовою концепції симулякру є ідея про втрату оригіналу. Бодріяр вважає, що оригінальна реальність втрачає своє значення в світі симуляції. Оригінал стає непомітним, і суспільство живе у світі копій і образів, не звертаючи жодної уваги на те, що знаходиться за ними: “Ми живемо в світі, де імітація стає важливішою за саму реальність” [143]. На нашу думку, цьому у великій мірі сприяють і засоби масової комунікації.

Варто згадати і те, Бодріяр виділяє три типи симулякрів: 1. Копія оригіналу, яка відповідає реальності (наприклад, малюнок або фотографія); 2. Перевернута копія реальності, яка спростовує оригінал (наприклад, телепередачі або відеоігри); 3. Копія, яка ніколи не мала оригіналу, створена як маніпуляція і відмінна від реальності (наприклад, політичні обіцянки або ідеології) [142], [143], [144].

Якщо резюмувати, то у поглядах Бодріяра простежується переконання у тому, що симулякри та гіперреальне глибоко впливають на наше сприйняття світу і можуть призвести до втрати зв'язку з реальністю та оригіналом.

Вважаємо зв'язок між основоположним у цій роботі терміном “медіареальність” та поглядами Жана Бодріяра нерозривними, оскільки медіареальність, на нашу думку, може виникати у тих ситуаціях, коли засоби масової комунікації створюють імітації та образи, які стають домінуючими у сприйнятті суспільства, навіть якщо вони не мають прямих відповідників у реальному світі. Бодріяр неодноразово підкреслює, що такі процеси призводять до втрати реальності та стирання меж між тим, що реальне і що створене медіа. У цьому контексті медіареальність може розглядатися як втілення гіперреальності, де симулякри відіграють важливу роль у формуванні сучасної культурної та соціальної реальності.

Про “ефект реальності” писав Р. Барт і ця концепція також пов'язана з медіареальністю. Поняття, запропоноване Р. Бартом, більше стосується літератури та текстів, але, на нашу думку, його доречно застосовувати і для розуміння того, як медіа впливають на наше сприйняття реальності.

Пишучи про текстове відображення реальності, Р. Барт зауважує: “Існують два реалізми: перший розшифровує «реальне» (те, що демонструється, але не видно); другий говорить про «реальність» (те, що видно, але не продемонстровано)” [141, с. 45-46]. “Ефект реальності”, за Бартом, створюється за допомогою введення у текст додаткових деталей, мовних конструкцій та своєрідному наслідуванню документальному стилю. Однак, попри все, така реалність є сконструйованою засобами вибору, редагування та розміщення інформації. [141]

Ми впевнені, що такий самий “ефект реальності” створюють також і новини, телевізійні програми, фільми, серіали, відеоігри, онлайн-публікації тощо. Концепція “ефекту реальності” Роланда Барта доводить, що будь-які засоби масової комунікації можуть створювати враження реальності, але це враження може бути побудованою і контрольованою конструкцією, а не безпосереднім відображенням об'єктивної дійсності.

Американський письменник, філософ і журналіст Вілбур Шрамм теж здійснив вагомий внесок у дослідження медіареальності як складової процесів масової комунікації. Зокрема, він досліджував вплив медіа на сприйняття соціальної реальності та шлях інформації, яка проходить через медіа до мас, змінюючи думки, переконання та поведінку громадян і громадянок.

Так, В. Шрамм вивчав різні ефекти масової комунікації (вплив медіа на усвідомлення суспільних проблем, формування стереотипів і переконань, взаємозв'язок реклами та поведінки споживачів). Автор виділив різні рівні ефектів комунікації: індивідуальний, ефект переконання, ефект на різноманітні медіа, вплив на суспільний смак та на суспільство. Він наголошував, що взаємозв'язок між комунікацією та суспільством є двостороннім: «Безперечно, існує потужна взаємодія: нові розвідки в комунікаціях впливають на суспільство, і нові розвідки в інших сферах суспільства впливають на комунікацію. Головне в тому, що певний рівень і етап розвитку комунікацій повинні супроводжувати певний етап і рівень загального суспільного розвитку» [172, с. 41].

Г. Лассвелл досліджував, як медіа впливають на уявлення, переконання та поведінку громадян й акцентував увагу на тому, як владна верхівка може спотворювати інформацію, яку надає суспільству: “Коли верховні класи бояться мас, правителі не діляться своєю картинкою реальності з рядовими людьми. Коли картина реальності королів, президентів і кабінетів не має права на обіг серед всього державного населення, ступінь неузгодженості вказує на те, у якій мірі верхні групи вважають, що їхня влада залежить від спотворення <...> канали комунікації контролюються в надії організувати увагу всієї спільноти таким чином, щоб відповіді були сприятливими для влади верхніх класів” [231, с. 227]. На нашу думку, говорячи про “картинку реальності” та її спотворення Г. Лассвелл міг, у тому числі, мати на увазі і спотворення її через засоби масової комунікації та контрольовані канали комунікації, про які він згадував.

У своїй роботі “Propaganda Communication And Public Opinion” (1946) Лассвелл разом зі своїми колегами розвивають ці думки далі та розглядають роль мас-медіа в формуванні реальності та їхній вплив на формування громадської думки. Автори підкреслюють, що медіа створюють, а іноді – і спотворюють уявлення про реальність у суспільстві. Вони визначають те, яка інформація та які погляди стають загальнодоступними та домінуючими [196].

Хоча дослідження П. Лазарсфельда сприяли руйнуванню думок про “всесилля медіа” та здатність суспільства опиратися впливу мас-медіа [64, с. 62], ми все одно вважаємо за доцільне згадати про здобутки цього автора у контексті теми медіареальності. Зокрема, його теорія двоступеневого руху інформації, запропонована спільно з Е. Катцом, свідчить про важливість інтерпретаторів і лідерів громадської думки у виокремленні, фільтрації, поширенні інформації та “забезпеченні соціальної реальності” [64].

На нашу думку, погляди, сформовані П. Лазарсфельдом і Е. Катцом, набули нового значення у сучасних реаліях. Адже саме такий двоступеневий рух інформації можна спостерігати на прикладі роботи блогерів/ок та диджитальних лідерів/ок громадської думки. Популярність блогерства не тільки сприяє вільному обміну думок й інформації, розвитку підприємництва та налагодженню діалогу у суспільстві, але й несе негативний ефект, як-от: поширення фейків і неперевіреної інформації, псевдонаукових теорій, пропагандистських меседжів і засилля реклами тощо.

Яскравим прикладом такого негативного впливу може слугувати скандал з блогеркою Таїсією Маламан, про який писало освітнє видання Освіторія. Кріейторка виклала у TikTok відеоопитування, в якому обрала Росію, а не Україну. Оскільки дівчина набрала чималу аудиторію (4 мільйона підписників) завдяки публікації лайфстайл-відео, й у цьому відео її підписники не помітили нічого підозрілого. І ситуація могла б продовжуватися та набирати загрозливих обертів, якби на цей контент не відреагувала доросла аудиторія: “Коли блогерка почала писати неприпустимі речі про учасника бойових дій, офіцера ЗСУ

Анатолія Штефана, реагували на це гостро в основному дорослі. Хлопці та дівчата не відписувалися від людини, до якої роками звикали. Ось так у будь-який момент популярна в соцмережах особа може почати транслювати небезпечні вже для більшої, ніж дитяча, спільноти меседжі” [75].

На нашу думку, сучасні лідери думок (особливо блогери) є невід’ємною складовою мас-медіа. Тож саме тому, за П. Лазарсфельдом, ми не виключаємо їх важливу роль у конструюванні медіареальності та поширення її на масову аудиторію.

Одним із найбільш значимих дослідників медіареальності ХХ століття вважаємо канадського філософа та критика Маршала Маклюена. Одна з найвпізнаваніших цитат дослідника – “Ми стаємо тим, що ми бачимо. Ми формуємо свої інструменти, а потім наші інструменти формують нас” (прим. авт. – питання автентичності та приналежності цієї цитати безпосередньо М. Маклюену під питанням, оскільки її немає у друкованих публікаціях дослідника. Деякі дослідники вважають, що вона насправді належить другу Маклюена Д. Калкіну. Утім, нам вдалося знайти першоджерело цитати на аудіозаписі “The Medium is the Massage”, який був випущений у 1967 році [205]), на нашу думку, якомога повніше відображає сенс медіареальності.

Основоположними у контексті дослідження медіареальності вважаємо книги “Галактика Гутенберга: Становлення людини друкованої книги” (1962), “Розуміння медіа: Зовнішні розширення людини” (1964) та “ЗМІ і є повідомленням: Перелік наслідків” (1967).

Книга “Галактика Гутенберга: Становлення людини друкованої книги” Маршала Маклюена займає важливе місце в дослідженні медіареальності. У ній філософ аналізує вплив винаходу друкарства на розповсюдження інформації, на існуючий на той час спосіб мислення та сприйняття світу. Чимало тез, сформованих автором у публікації, стосуються зв’язку сприйняття реальності та розвитком у країнах літератури, книгодрукування та писемності. Примітно, що М. Маклюен наголошує: “Більшість неписьменних народів є екстремальними

реалістами. Вони прагнуть підкорити світ і багато з їхніх практик розроблені для того, щоб забезпечити, що реальність буде виконувати їхні примхи. <...> Примушувати реальність слухати своїх наказів, маніпулюючи нею у визначений спосіб, для неписьменних людей є частиною реальності” [207; с. 76].

“Розуміння медіа...” без перебільшення є основоположним для вивчення теми впливу медіа на сприйняття світу, огляду взаємозалежностей між фактичними подіями, що відбуваються, та їхньою ретрансляцією у медіареальності. Говорячи про розвиток сучасних технологій, філософ резюмує, посилаючись на ірландського поета та драматурга В. Б. Єйтса: “Видимий світ більше не є реальністю, а невидимий світ більше не є мрією” [208; с. 44]. У цьому твердженні ми вже бачимо вербалізовану й чітко окреслені різницю між видимим і невидимим світами; між реальністю та її відображенням.

Всеохопний і неконтрольований вплив мас-медіа на людську свідомість чи не найповніше передають роздуми канадського філософа про служіння медіа приватним корпораціям. Автор наголошує на тому загрозовому становищі, в якому опиняється споживач медіаповідомлень: “Якщо ми вже віддали наші почуття та нервову систему в приватне володіння тим, хто намагається здобути право оренди нашого зору, слуху і нервів, то насправді у нас не залишилося жодних прав. <...> Архімед колись сказав: "Дайте мені точку опори, і я буду рухати світ". Сьогодні він вказав би на наші електричні медіа і сказав: "Я зроблю точкою опори ваші очі, ваші вуха, ваші нерви та ваші мізки, і світ рухатиметься зі швидкістю та в патерні, які я виберу". Ми віддали ці "точки опору" в оренду приватним корпораціям” [208, с. 81].

У сучасному світі, в якому існують такі корпорації, як Meta, це повідомлення М. Маклюєна видається ніби прогностичним, адже великі гравці ринку розваг і соціальних медіа (як, наприклад, Facebook, Twitter чи TikTok) справді, отримують доступ чи не до всіх органів відчуття користувачів, передають персональну інформацію та мають реальний вплив на світовий порядок денний. Одним із яскравих прикладів таких впливів є вплив Росії через

Facebook і Twitter на вибори у США, який визнали представники компаній: “Головний операційний директор Facebook Шеріл Сандберг визнала Комітету з розвідки Сенату, що компанія надто повільно реагувала на спроби Росії втрутитися у вибори в США 2016 року та загальний американський політичний дискурс” [249].

У цій публікації М. Маклюен одним із перших дослідників відходить від традиційного аналізу змісту медіаповідомлень як засобу впливу на соціум; натомість, він пропонує звернути увагу на медіа як сам по собі уже достатній інструмент впливу. В якості прикладу, що підтверджує його роздуми, М. Маклюен наводить електричне світло, яке, на його думку, є “чистою інформацією” [208]. Таким чином, автор чимало уваги зосереджує на формі, а не змісту, вважаючи першу вже достатньою для впливу на реципієнта. Певною мірою, з цим можна погодитися, адже саме форма, в якій передається повідомлення, й обмежує його рамку, визначає ключові інструменти репрезентації тощо. Однак, ми не можемо не погодитися з другорядністю змісту над формою.

Незважаючи на критику відомих й авторитетних авторів (наприклад, У. Еко, Ч. Стейнберга, Н. Карра, А. Шлезінгера тощо) ідей М. Маклюена та власні розбіжності з його поглядами, вважаємо, що саме його дослідження призвели до революційного впливу на процес дослідження медіареальності. Оскільки саме цей науковець один із перших дослідив медіа як джерело створення нової реальності та сформулював власні гіпотези щодо розуміння їх впливу на наше сприйняття світу, напрацював базу для формування концепції медіаекології.

До речі, безпосередньо термін “медіаекологія”, в контексті якого відбуваються і дослідження медіареальності, сформулював Н. Постман. Цей американський дослідник також приділяв увагу впливу медіа на людську свідомість. У контексті розгляду медіареальності знаковою є його цитата: “Як телебачення структурує світ, стає моделлю того, як світ повинен належним чином бути структурований” [215, с. 67].

Його авторству належить книга, в якій розглядається телевізійний дискурс, – з досить промовистою назвою – “Розважимося до смерті: Публічний дискурс в епоху шоу-бізнесу”. Дослідник б’є на сполох щодо превалювання розважальної функції медіа над усіма іншими та зазначає, що “...справа не в тому, що телебачення розважає, але воно зробило власне розвагу природнім форматом для представлення усього досвіду... Проблема не в тому, що телебачення представляє розважальний предмет, а в тому, що усі предмети представляються як розважальні” [215, с. 87].

Цікаво, що у передмові до своєї книги Постман проводить паралелі між літературним жанром антиутопії та сучасністю. Опублікована у 1985 році, книга згадує про “1984” Дж. Орвелла. Автор указує на те, що американці з острахом чекали на 1984 рік, а коли пророцтво не справдилося, вони видихнули з полегшеннями і думками про те, що демократія була збережена. Утім Н. Потсман не залишає аналогій реальності з жорстоким світом антиутопії, завважуючи, що сучасний світ краще відображає «Дивний новий світ» О. Хакслі, чиє суспільство було обмежене своєю пристрастю до розваг, ніж, як у випадку роману Орвелла, де вони були пригнічені державним контролем.

Н. Потсман також неодноразово наголошує на відмінності реального світу та реальності, створеної медіа: “Фізична реальність, здається, відступає пропорційно до того, як розгортається символічна діяльність людини. Замість взаємодії з речами самими по собі, людина, в певному сенсі, постійно розмовляє з собою. Вона так оточила себе мовними формами, художніми образами, міфічними символами або релігійними обрядами, що не може бачити або знати щось, окрім через втручання штучного посередника.” [215, с. 10]. Він також розрізняє інформацію та дезінформацію, зазначаючи, що остання – це не обов’язково повністю неправдива інформація, а й та, що вихоплена із загального контексту, неповна, фрагментарна, поверхнева тощо.

Примітним є той факт, що Постман й у власному житті “... уникав комп’ютерів; він писав усі свої книжки від руки <...> не користувався мобільним телефоном; він не надсилав електронної пошти” [259].

Н. Луман зазначає: «Реальність мас-медіа – це реальність спостережень другого порядку». Науковець наголошував на амбівалентності реальності медіа, сутність якої вбачав у тому, що медіа відображаються одразу у двох реальностях: реальній реальності, в якій вони пишуть, видають, мовлять і транслюють, а разом із тим – у творенні «трансцендентальної ілюзії»³, якою дослідник називає власне матеріали ЗМІ. У роботі «Реальність мас-медіа» автор одразу підкреслює, що для формування медійної реальності використовують такі інструменти: метод селекції (це стосується обрання працівниками медіа конкретних тем, що базуються на двох підходах: ціннісному та нормативному); ілюзія когнітивно-доступної реальності; маніпуляція думками; викривлення реальності; використання конфліктів; акценти на будь-яких порушеннях норм; висвітлення дій/дійових осіб; спіраль мовчання тощо.

Авторство гіпотези порядку денного належить М. Мак-Комбсу та Д. Шоу. Аналізуючи специфіку формування порядку денного, М. Мак-Комбс і Д. Шоу підкреслюють, що «Обираючи та показуючи новини, ЗМІ відіграють важливу роль у формуванні політичної реальності. Читачі дізнаються не лише про подану проблему, а й про те, наскільки вона важлива із кількості поданої інформації в новині та у залежності від її позиції у випуску» (переклад власний – *прим. авт.*) [235].

Аналіз лише кількох теорій соціальних комунікацій ХХ століття продемонстрував чітке розуміння науковцями минулого століття того факту, що мас-медіа конструюють нову реальність. Чимало філософських, критичних, журналістичкознавчих досліджень стосувалися тематики впливу засобів масової комунікації на людську свідомість та те, як ми сприймаємо світ. Визначними з точки зору закладення фундаменту для подальших досліджень медіареальності стали наукові розвідки У. Ліппмана, Дж. Дьюї, П. Бурдьє, Ж. Бодріяра, Р. Барта,

В. Шрамма, Г. Лассвелла, М. Маклюена, П. Лазарсфельда, Н. Постмана, Н. Лумана, М. Мак-Комбс, Д. Шоу та інших. Примітним є той факт, що вже у другій половині минулого століття гостро постають питання щодо того, як ЗМІ обмежують наш світогляд і загалом впливають на права людини.

1.2. Медіареальність: сучасний стан дослідження та ключові тенденції

Медіареальність як об'єкт наукового дослідження розвивалася у науковому дискурсі у зв'язку з поширенням і диверсифікацією медіатехнологій, а також завдяки появі нових засобів масової інформації. На науковий дискурс щодо тематики медіареальності впливала також і мета, з якою функціонували медіа у ті або інші часові проміжки. До прикладу, у ХІХ столітті вони здебільшого виконували розважальну функцію та сприяли ескапізму: «У 19 столітті вікторіанські читачі, розчаровані похмурістю промислової революції, виявились зятягнутими у фантастичні світи фей та інших вигаданих істот» [223].

Однак, подальша цифровізація та розширення медійних продуктів сприяло еволюції самої медіареальності, мети її використання та, відповідно, змінило підхід науковців до вивчення цього об'єкта. Варто вказати, що у сучасному світі рекреаційна функція медіа не втратила свого значення, утім, на сьогодні превалює інформативна та комунікативна функція. Про значне підвищення обсягу інформації, з яким доводиться стикатися споживачам сьогодні, свідчать дані дослідження «Визначення майбутнього споживання інформації людиною» за 2018 рік: «Середній споживач у світі витрачає 82 години на тиждень на споживання інформації. Припускаючи, що середня тривалість сну дорівнює сім годин на ніч, це означає, що 69% наших активних годин витрачаються на споживання інформації. Для багатьох споживачів у розвинених ринкових країнах цей показник, ймовірно, наближається до 100%. Не так часто багато людей відключаються від джерел інформації. Навіть коли ми не перед екраном, він завжди близько: в кишені або ж у нас фоново грає

музика чи подкаст. У результаті ми споживаємо практично в 90 разів більше біт інформації сьогодні, ніж ми робили це у 1940 році і в 4 рази більше, ніж менше ніж двадцять років тому» [159].

Значний обсяг інформації, що створюється, збирається, зберігається, використовується та поширюється, призводить до того, що паралельно з реальністю, в якій ми існуємо, функціонує інша – медійна реальність. Промовистим щодо цього твердження є такі дані: «У 2018 році загальний обсяг даних, створених, зафіксованих, скопійованих та спожитих у світі, склав 33 зеттабайти (ZB) – еквівалент 33 трильйонів гігабайтів. Цей показник зріс до 59ZB у 2020 році і передбачається, що до 2025 року він сягне неймовірних 175ZB. Один зеттабайт дорівнює 8,000,000,000,000,000,000,000 біт» [159].

З огляду на те, що кількість даних, що оточують людину у сучасному світі, перевищує позначку трильйонів, а більшу частину вільного часу, згідно з дослідженням, людина у середньому витрачає на користування засобами цифрової комунікації, ми маємо підстави говорити про медіареальність як окреме середовище існування. Цей ефект, а також інші наслідки цифровізації нашого суспільства та всюдисутньої природи медіа досліджується у контексті розгляду медіареальності.

Проаналізувавши джерельну базу, ми з'ясували, що здебільшого сучасні наукові розвідки щодо медіареальності зосереджені на впливі медіа на наше сприйняття реальності та соціальнокультурного простору, зокрема, питанню впливу медіатехнологій, цифрової та віртуальної реальності на особливості соціальнокомунікаційного середовища.

Іншим аспектом, якому приділяється увага у наукових доробках щодо медіареальності, є взаємозв'язки між функціонуванням і розвитком системи медіа та зміною класичних уявлень про час та простір. Вважаємо, що такі дослідження надзвичайно важливі у контексті розуміння сучасних викликів.

Теоретичний аналіз джерельної бази також вказав на те, що поняття медіареальності, як правило, не визначається єдиною загальновизнаною науковою дефініцією. По-перше, це пояснюється тим, що сама концепція медіареальності є складною та багатовимірною, через що її важко уніфікувати. По-друге, оскільки попередньо ми вже згадували про міждисциплінарний підхід у дослідженні медіареальності, варто розуміти, що її тлумачення може змінюватися у залежності від контексту, школи чи конкретної галузі наукового пошуку.

Для глибшого розуміння предмета дослідження пропонуємо ознайомитися з кількома визначеннями. Так, згідно з деякими розвідками ([6], [202]) медіареальність можна тлумачити як результат ролі ЗМІ у визначенні та формуванні розуміння людьми світу навколо них. Варто також додати, що іноземні автори (зокрема, М. Дж. Картер, Т. Такешіта, Л. Розенкранц та інші) зосереджують більшу увагу радше на аспектах функціонування медіареальності, ніж його конкретному визначенні.

Натомість, українські дослідники та дослідниці пропонують й авторські тлумачення явища. До прикладу, Н. Санакуєв зазначає: “Медіареальність не є певним видом медіа, не зводиться до комуніканта, не торкається технічних або соціальних умов появи медіа. Вона – це невидимий і неловимий результат роботи медіа, що згрупувались особливим чином у цифрові технології. Тому що, як тільки ми пробуємо ухопитись за сутність медіа, воно вислизає від нас, оскільки його присутність можна назвати умовною, важливим є лише результат – повідомлення; являє собою особливо бажаний віртуальний простір” [225].

Його колега О. Москвич наголошує, що медіальність – це “спосіб репрезентації та осягнення дійсності сучасного світу. А медіареальність – це реальність сучасного світу, представленого в нашій свідомості за посередництвом медіа та нашого сприйняття. медіареальність – це нова соціокультурна реальність, адже соціальне притаманне їй як сучасному простору соціальних взаємодій і комунікації; культурне – оскільки

медіареальність є наслідком пізнавально-практичної діяльності людини та простором для людської творчості. Сучасна медіареальність – складна, саморозвивальна соціокультурна система, основу якої складає дуалізм «людина–техніка» [70].

Авторка цього дослідження пропонує також власне визначення поняття медіареальності. На нашу думку, “медіареальність – це сконструйована соціальнокультурна реальність, віртуальний простір, сукупність явищ і процесів, відображених або викривлених у медіа, яка впливає на сприйняття, розуміння та спосіб взаємодії людей з реальним світом, формує громадську думку та впливає на зміну поведінки споживачів” [8].

Наведемо також кілька ключових напрямків досліджень, актуальність і практична важливість яких демонструє тенденцію до зростання. Для чіткого розуміння запропонуємо конкретні приклади найбільш актуальних та/або вичерпних робіт.

1. Вплив медіа на сприйняття реальності серед конкретних соціальних груп (базуючись на соціальному статусі, гендері, віку або релігійним переконанням тощо). Саме такі дослідження сприяють кращому розумінню того, як функціонує медіареальність та шукають взаємозв'язки між тією або іншою характеристикою людини та впливом медіаефектів на неї. На нашу думку, розуміння таких особливостей цінно у контексті розвитку медіакультури та інфомедійної грамотності, а також – для кращого розуміння того, як варто протистояти тому або іншому впливу.

Серед таких досліджень варто згадати: “Громадські вірування про вірування громадськості” (Fields, J. M., & Schuman, H. (1976), “Ефект третьої особи в комунікації” (Davison, W. P. (1981), “Вплив новин та розважальних медіа на сприйняття соціальної реальності” (Eveland, W. P., Jr. (2002), “Чи можемо ми читати думки інших? Раціональні вірування, позитивні уявлення та психічне здоров'я” (Gavita, O. (2005), “Як медіа впливають на соціальні норми? Експериментальні докази ролі загальних знань” (Arias, E. (2019) тощо.

Серед останніх робіт, що заслуговують на увагу та можуть бути наведені в якості прикладу цього напрямку досліджень, можемо навести статтю “Reel Merging into Real: A Study of Media Induced Hyper-reality Among University Students” (“Реальність, що зливається з реальністю: дослідження гіперреальності, викликаної медіа серед студентів університету”. У назві обігрується співзвучність слова Reel (котушка, кінострічка), яка також слугує назвою популярного формату коротких відео в соціальній мережі Instagram зі словом Real – реальність. – прим. авт.). Робота досліджує медіареальність та особливості її функціонування серед студентської молоді. Автори Чітралеа Агравал і доктор Саян Дей базують свої висновки на основі описового дослідження з використанням методу триангуляції для збору даних. До їхньої вибірки увійшли студенти та студентки віком від 18 до 27 років із різних штатів Індії.

Автори статті доходять висновку: “...гіперреальний світ медіа, що рухається за культурою споживачів, значно впливає на ментальні процеси і розуміння молодих мозків. Найбільш поширені показники щастя в популярній культурі, такі як фінансова незалежність і грошова безпека, включені в їхню концепцію ідеального «я» та щастя” [133]. Також дослідники наголошують: “Гіперреальні символи медіа впливають на усвідомлення тих студентів, які регулярно використовують соціальні мережі протягом годин, і їх свідомість глибоко під впливом символічної культури, що сприяється онлайн-спільнотами. Ефект настільки сильний, що студенти не можуть відрізнити реальність від художньої вигадки. Вони сприймають, розуміють та приймають світ через очі віртуальних референтних груп” [133]. У цьому дослідженні, на нашу думку, розкрито одну з головних загроз, яку несе медіареальність: підміну цінностей, вплив на молоде покоління та нездатність відрізнити справжнє від вигаданого. Разом із тим, ми бачимо одну з ключових умов, які уможливлюють такий всеохопний вплив: регулярність застосування медіа.

2. Взаємозв'язки медіареальності й ідентичності. У контексті медіареальності чимало уваги науковці приділяють питанню впливу медіареальності на людську ідентичність та сприйняття себе, включаючи питання гендеру, раси, культури тощо. У деяких роботах також згадується роль стрімінгової платформи Netflix у контексті впливу на ідентичність та вподобання людини: “Наш культурний ландшафт тепер автоматизований, а не є просто продуктом нашого попереднього досвіду, походження та соціальних кіл. Ці алгоритми не просто реагують на наші смаки, вони також формують і впливають на них” [180].

Серед робіт, які варто згадати у цьому напрямку досліджень, зазначимо: «Структурний підхід до формування медіалогії як науково-практичного напрямку» (Є. Кияниця, 2019), «Медіареальність як сучасний соціокультурний простір» (О. Москвич, 2014), «Медіаантропология як міждисциплінарна парадигма медіадосліджень» (М. Мазоренко, 2017), «Вплив засобів масової інформації на формування сімейних соціальнокультурних цінностей» (Коблева З., Губжокова Н., 2021) та інші.

Українська дослідниця Я. Кальба зазначає, що медіа з їх конструйованими реальностями, впливаючи на ідентичність молодих людей, викликають низку негативних ефектів, серед яких: “...низький рівень рефлексії переживання власного буття, що призводить до втрати внутрішнього балансу та самототожності юнаків / юнок, посилює вплив і залежність від медіа, актуалізує механізми психологічного захисту і поглиблює кризу ідентичності (тенденцію знеособлення)” [47].

Говорячи про медіарепрезентацію, важливо також згадати прізвища дослідників і дослідниць: Дж. Кідд (2015), Ст. Холл. (1992), Г. Грея (2013), П. Сканелл (1998), С. Гекман (1997), Р. Фергюсона (2019), С. Банет-Вайзер (2012; 2018), Б.Е. Даффі та Е. Ханд (2019), К. Абідін (2016), О. Монеа (2022), Дж. Дінерстейн (2006), В. Х. К. Чан (2013), Ш. МакГлоттен (2016), Ч. В. Фахн (2020), Дж. Стерн (2021), Дж. Е.К. Паркер і Ш. Докрей (2023), Л. Фарбер (2020),

Дж. Морріс (2015), Дж. Валлач (2003), Р. Гейтс (2018), І. Рогофф (1998/2002), Е. Вільямс (2024), А. Саха (2018; 2020), А. Давіла (2012), М. С. Белтран (2021), К. Бірюк (2018) та Дж. Лоу (2009).

3. Медіапсихологія – галузь дослідження, в якій розглядають медіареальність, та те, як вона впливає на психічний стан аудиторії. Серед основних тем досліджень: формування стереотипів й упереджень, психологічне підґрунтя впливу пропаганди та маніпуляцій і пошук протидії цим явищам, питання залежності від медіа й емоційного зараження, вплив на самооцінку й емоційний стан, причини формування стресу унаслідок сприйняття інформації з медіа й розгляд особливостей у змінах побудови відносин унаслідок впливу медіа тощо.

Творці монографії “Медіапсихологія: на перетині інформаційного та освітнього просторів” О. Баришполець, О. Вознесенська, О. Голубєва, Г. Мироненко, Л. Найдьонова, Н. Обухова, Н. Череповська зазначають, що “Віртуальний світ мультимедіа суттєво розширює та видозмінює як просторові, так і темпоральні межі взаємодії людей. Правомірно припустити, що виникає унікальний часопростір медіареальності, який має свої закони існування” [65]. Вони ж дійшли висновків, що медіареальність значно деформує відчуття часу та простору, що “означають його одночасну акселерацію та інфантилізацію і можуть призводити до дезінтеграції просторових відчуттів та часових уявлень реципієнтів: час і простір стають для них менш стабільними і зрозумілими, менш цілісними, більш заплутаними і позбавленими природної послідовності” [65].

Серед визначних центрів, які проводять дослідження у галузі медіапсихології (та медіареальності зокрема), варто згадати: Дослідницький центр медіапсихології, департамент комунікацій Стенфордського університету, платформу Verywell Mind тощо. В Україні ж над цією темою працює команда ГО “Українська асоціація медіапсихологів та медіапедагогів”, зокрема, Л. Найдьонова, Н. Череповська, О. Вознесенська та інші.

4. Застосування віртуальної реальності та доповненої реальності. У науковому дискурсі, особливо в іноземних джерелах, актуальним залишаються вивчення технологій віртуальної реальності (VR) і розширеної реальності (AR) і їх вплив на наш спосіб сприйняття реальності, навчання, розваги та інше. Чимало робіт присвячені практичним аспектам застосування VR та/або AR у питаннях охорони здоров'я та соціальній сфері.

Немає жодних сумнівів у тому, що технології VR та AR змінюють досвід комунікації: “Доповнена реальність значно покращує взаємодію з користувачем, забезпечуючи захоплююче середовище спілкування. Накладаючи цифрову інформацію на фізичний світ, AR дозволяє користувачам візуалізувати дані та взаємодіяти з ними в режимі реального часу. Ця технологія відкриває нові шляхи для взаємодії, роблячи спілкування більш інтерактивним, привабливим і таким, що запам'ятовується” [138].

Однак, деякі дослідники [222], [148] звертають увагу і на ризики, що їх можуть нести технології зміненої реальності. Так, до прикладу, дослідник П. Ріендо зазначає, що вони можуть наносити суттєвий і досить розповсюджений вплив фізичному та психічному здоров'ю користувачів: “Використання апаратного забезпечення віртуальної реальності позбавляє користувача від зв'язку з її фізичним середовищем і замінює стимули, які обробляє мозок, зображеннями віртуальної реальності, ніби це було справжнє фізичне середовище. Внаслідок цього користувач ризикує отримати травму через натраплення на реальні видимі об'єкти, спіткнувшись об перешкоди, втрачаючи відчуття рівноваги через сцени VR, які не відповідають його фактичному фізичному оточенню, або реагуючи на віртуальну ситуацію, яка може бути завдає шкоди їм або оточуючим у реальному світі” [222]. В інших дослідженнях [148; Bolter J. D., Engberg M., MacIntyre B., 2013], [195; Langer E., 2023] також згадуються ризики кібербезпеки, порушення приватності та збору особистих даних користувачів/ок.

5. Штучний інтелект (AI) як складник медіареальності. Чимало досліджень (зокрема, [96; Романенко, 2023], [127; Центр досліджень соціальних комунікацій НБУВ, 2023], [153; Caswell, 2023], [246; Custom Learning Solutions, 2023]) розглядають AI як інструмент, що здатен позитивно вплинути на комунікацію, урізноманітнити її досвід, сприяти швидшому навчанню, аналізу великого об'єму даних за коротких час тощо. Однак, разом із тим, чимало дослідників б'ють на сполох, аналізуючи це явище нової медіареальності, оскільки “Подальша доля людства залежить від того, чи розв'яже воно проблему створення штучного інтелекту. І якщо розв'яже, то все залежатиме від того, як розвиватимуться його стосунки зі штучним інтелектом. Будь-які відхилення від ідентичності (людство – ШІ) можуть поставити низку нерозв'язних завдань з вкрай небезпечними для цивілізації наслідками” [97].

Інші критичні зауваження, що озвучуються у зв'язку з розглядом потенційних загроз штучного інтелекту, заключаються у тому, що він може скласти конкуренцію журналістам, освітянам, письменникам, SMM-никам, піарникам тощо. Однак, як стверджують дослідники інституту Reuters, редакції, що впроваджують використання AI, можуть отримати для себе вигоду у вигляді оптимізації процесу створення контенту та покращення ефективності роботи команди. Експерт Д. Касвел пояснює, що деякі ключові елементи журналістської роботи не втратять своєї актуальності у зв'язку з використанням AI. Так, до прикладу, автор зазначає, що “Редакційне судження – здатність підтримувати чітке усвідомлення глибоких інформаційних потреб аудиторії чи суспільства, визначати історії, які відповідають цим глибоким потребам, перевіряти та контекстуалізувати ці історії, а потім доносити їх до аудиторії в зрозумілій та привабливій формі – ймовірно, залишиться” [153]. Однак, експерт наголошує на тому, як журналістам і редакторам варто адаптовуватися та розвиватися, щоб залишатися у професії: “Проте те, як здійснюється редакційне судження, може змінитися таким чином, що потребуватиме істотних нових навичок і різних талантів. Вони можуть включати в себе здатність працювати з

абстракціями та системами, аналітично розуміти аудиторію та її потреби, взаємодіяти зі складністю, залишатися цікавими та постійно навчатися” [153].

6. Не менш контраверсійними є думки дослідників щодо витоків даних як інструмента впливу медіареальності на порядок денний. Одними з найбільш відомих кейсів такого впливу є: витік даних Wikileaks, Panama Papers та Paradise Papers, Pentagon leaks, витoki персональної інформації користувачів пошуковиків і соціальних мереж (наприклад, Yahoo, Facebook, LinkedIn, eBay тощо), а також – користувачів додатку Дія.

Деякі дослідники вважають, що такі “зливи” даних позитивно впливають на хід історії та розвиток демократії, адже вони сприяють підвищенню прозорості та зниженню корупції. До прикладу, у А. Мікаллі у своїй публікації визначає витoki даних як нову форму медіа інтервенціонізму, наголошуючи, що таку діяльність можна розглядати “як ключову конфігурацію афективної політики або, краще сказати, як альтер-політику” [210]. Автор додає, що вони “...насправді мають можливість діяти, перевищуючи зміст документів, які оприлюднені, інтенсивно беручи співучасть в індивідуалізації певних латентних тенденцій. Це означає, що політика витoku даних діє в області афекту <...>, стосується віртуальних і потенційних можливостей спровокувати та спонукати певні активні сили опору” [210]. Вважаємо такий висновок дослідника досить цінним у контексті нашого дослідження та у подальшому детальніше розберемо такі кейси у ході історичного розвитку суспільства.

Схожу позицію мають автори статті “Політична економіка великих витоків даних: Виявлення скелета ухилення від оподаткування”. Однак, вони радше підкреслюють, що такі витoki можуть стати причиною “ерозії суспільної довіри”, яка “може спровокувати виникнення соціальної динаміки, такої як соціальні конфлікти та політична поляризація” [224].

Водночас, витoki даних несуть у собі загрозу: як на глобальному, так і на персональному рівні. До прикладу, якщо згадати масштабний витік даних WikiLeaks, який стався наприкінці листопада 2010 року, у ньому фігурувало

чимало чутливих даних і персональної інформації, що могло поставити під ризик життя, безпеку людей і створити загрозу національній безпеці. Тодішня Держсекретарка США Гілларі Клінтон назвала цей кейс витоку “чвертьмільйону конфіденційних документів від онлайн-розкривача таємниць WikiLeaks атакою на Америку та міжнародну спільноту, додаючи, що такі витоки “рвуть на клаптики” основи відповідального урядування” [166]. Як зазначає дослідник Р. Патц, “Постійні витоки даних та критична інформація, яку вони розкривають, підтримують [це] громадське сприйняття непрозорості, підриваючи довіру і, в кінцевому підсумку, підводячи під сумнів згоду Європейського парламенту” [213].

7. Інша сфера, пов’язана з перетином медіа та реальності, стосується комунікації в Інтернеті та явища кібербулінгу безпосередньо. У книзі письменника, викладача та медіаексперта Е. Руддока “Вивчення медіадослідження” [223] згадується кейс, коли результат впливу досвіду, отриманого у медіа середовищі (в онлайн на платформі Ask.fm), здійснив визначний вплив на життя реальне. Так, у 2013 році англійська неповнолітня дівчина Ганна Сміт вчинила самогубство унаслідок кібербулінгу. Батько Ганни вказав на те, що до її суїциду призвели насмішки та підбурення від користувачів і користувачок на молодіжній платформі Ask.fm. Сама ж медіаплатформа Ask.fm не визнала напряду провини у ситуації, однак, її співробітники ініціювали перегляд своїх процедур безпеки та ввели нові функції, такі як кнопки тривоги та ресурси для занепокоєних батьків [223].

В Україні також кібербулінг є досить поширеним явищем. За статистикою UNICEF, зібраною у 2020 році, кожен п’ятий (21,5%) підліток зазнавав цькування в онлайн-середовищі, і кожен п’ятий (21,1%) брав участь у цькуванні та приниженні інших через Інтернет та/або соціальні мережі [5]. На нашу думку, поширеності цього сприяють кілька чинників: власне психологічні особливості підліткового віку; некерованість та часта відсутність сторонньої модерації вебсайтів; відсутність або брак підтримки з боку дорослих (як у

родині, так і в середовищі навчального закладу), а також – недостатній рівень превентивних заходів, направлених на профілактику булінгу та/або підліткового суїциду.

Утім, роль медіа як каналу комунікації у цьому процесі є неоднозначною. Як зазначає українська фахівчиня з юридичної психології Ю. Суденко, “З одного боку, в інтернеті існують форуми та групи, де поширюється мода на суїцид в дитячому середовищі, віртуальна реальність надає можливість об’єднатися прихильникам таких субкультур, для яких навіть смерть – всього лише продовження віртуальної гри <...> Досвід інших країн, які успішно борються з кіберсуїцидами, показує, що допомога потенційним самогубцям, здійснювана через Інтернет, більш ефективна, ніж репресивні методи блокування небезпечних сайтів” [105].

Як можна простежити з актуальних наукових розвідок, дослідження медіареальності у XXI столітті є міждисциплінарними та знаходять відображення у таких галузях, як: соціальні комунікації, журналістичкознавство, культурологія, соціологія, інформаційні технології, політологія, психологія тощо. Вважаємо, що саме ця міждисциплінарність допомагає краще осягнути, як медіа формують наше сприйняття світу і як ми взаємодіємо з ними, а також – які виклики та можливості несе нам всеохопна медіареальність.

Сучасні дослідження медіареальності також охоплюють аспекти медіатизації, діджиталізації, соціальнокультурного впливу медіа на норми та поведінку індивідів і суспільства, соціальні мережі, інформаційну гігієну, вплив медіа на політику та міжнародні відносини, формування порядку денного тощо.

1.3. Медіареальність як соціокомунікаційне явище у контексті протестних рухів: методологічні аспекти дослідження

Мета та завдання нашого дослідження полягають у тому, щоб виявити місце та роль медіа під час протестних рухів; з’ясувати, якими інструментами

користуються різні видання для творення тої або іншої медіареальності; з'ясувати особливості та частоту використання цих інструментів на прикладі двох протестних рухів, а також – виокремити основні тенденції та точки перетину між соціальними рухами за зміни та медіа. Для практичного підтвердження або спростування теоретичних висновків ми плануємо звернутися до методів моніторингу у поєднанні з якісним аналізом і кейс-стаді.

Обрані нами методи є виправданими, оскільки вони дозволяють формувати уявлення про те, якими інструментами конструювання медійної реальності щодо тих або інших протестних рухів користувалися журналісти; додатково: вирахувати частоту висвітлення подій цих протестних рухів у медіа, основні тенденції цих матеріалів і, відповідно, проаналізувати тематичну та жанрову специфіку представлених робіт. Окрім цього, обраний метод кейс-стаді також дає змогу звертатися до безпосереднього журналістського досвіду у цій сфері, сформувати уявлення про частоту та популярність висвітлення цієї теми у журналістських матеріалах, а також – виокремити основні тенденції у конструюванні медіареальності навколо протестних рухів (тематичні показники, інструментарій формування, жанрові та географічні обмеження, рівень впливу тощо).

Моніторинг – один із методів наукових досліджень, що застосовується для відстеження певних процесів або явищ. Представлений у багатьох сферах та активно досліджується науковцями у різних дисциплінах: «за станом навколишньої природи; середовища; громад; думки з певних питань; злочинності» [128]; «Моніторинг використовували для спостереження за впливом на довкілля антропогенного фактора (тобто людської діяльності), оцінювання напряму і сили такого впливу, прогнозування його наслідків <...> Доволі швидко цей методичний підхід поширився на дослідження інших, не пов'язаних з екологією, складних динамічних систем. Особливо він став популярним у вивченні суспільних явищ» [93].

Історія використання методу починається у 70-х роках минулого століття; уперше цей термін застосував американський еколог Р. Манн. У своїх роботах він сформував основні принципи моніторингу, завваживши, що він «має відбуватися з конкретною метою і за наперед визначеною програмою» [93].

У світовій практиці, згідно з історичними дослідженнями, «Моніторинг засобів масової інформації розпочався в середині 1800-х років як надання послуг вирізок із преси. Відповідні служби наймали читачів сканувати статті у друкованих виданнях, шукаючи ключ-слова, які замовляли клієнти. Статті, в яких використовувались ключові слова, вирізалися лезами, а вирізані папки зі словами надсилалися поштою клієнту. <...> Згідно з дослідженнями GE, Kodak та інших організацій, проведених у 1980-х роках, читачі зазвичай пропускали від 30 до 40% статей, що містять ключові слова, значною мірою тому, що швидко сканували статті, насправді не читаючи їх ретельно» [92].

У сучасному журналістичнознавстві метод вважається досить ефективним. Його важливу роль підкреслюють В. Різун і Т. Скотникова: «Моніторинг відображення у ЗМК суспільних процесів вкрай актуальна потреба сучасності. Це зумовлено зокрема інтенсивною діяльністю на українському інформаційному просторі різних груп впливу і потребою відслідковувати результати цього процесу; <...> Єдиним дієвим посередником між державою і народом є ЗМК, а тому постійний (а не спорадичний, як нині) моніторинг інформаційного простору дедалі більше ставатиме нагальною потребою суспільного управління» [92]. На нашу думку, перевагою цього методу є його формалізованість, повнота результатів і систематичний підхід.

Деякі автори попереджають про певні недоліки методу. До прикладу, у книзі «Медіалінгвістика: словник термінів і понять» вказується, що дуже часто медіамоніторинг несе у собі «авторську інтерпретацію, адже сприяє самостійному пошукові мовного матеріалу для його подальшого опрацювання» [63, с. 106]. По-друге, за допомогою медіамоніторингу не вдасться дослідити вплив медіа на аудиторію – відповідно, чітких висновків про доцільність

використання без підключення додаткових методів отримати немає можливості. Так само до обмежень методу додаються його рамки – дослідження не може виходити за межі зазначеної вибірки, визначених кодів і часових рамок.

Оскільки моніторинг передбачає роботу із великим обсягом даних, він пов'язаний із суворою процедурою та систематичним підходом, підготовка до нього передбачає розробку схеми проведення, визначення основних принципів, чітко сформованих мети та завдань тощо. Саме тому пропонуємо ознайомитись із схемою нашого дослідження.

Вона базується на кількох уже проведених моніторингах й обґрунтованих науковцями схемах. Зокрема, за допомогою схеми, запропонованої В. Різуном та Т. Скотниковою [93], ми визначили для себе основні елементи процесу моніторингу: спостереження, оцінювання та прогнозування.

Окрім цього, при створенні плану проекту моніторингу інструментарію журналістських розслідувань ми керувались посібником «Президентські і парламентські вибори 2019 Україна Методологія Моніторингу ЗМІ». У ньому зазначається, що: «Кожний проект моніторингу за ЗМІ складається з кількох важливих етапів» [55], серед яких такі:

1) Розробка чіткої цілі проекту. Отже, першочерговим етапом кожного моніторингу є визначення його мети, відповідно до цього, завдань.

Нашою метою є дослідження інструментів конструювання медійної реальності щодо протестних рухів; додатково: вирахувати частоту висвітлення протестних у медіа, що увійшли до вибірки, визначити основні тенденції цих матеріалів і, відповідно, проаналізувати тематичну та жанрову специфіку представлених робіт. Для практичного підтвердження або спростування теоретичних висновків звертаємося до методу моніторингу, поєднуючи його з якісним аналізом.

2) Визначення типу моніторингу. У першу чергу, варто зазначити, що проведений нами моніторинг відноситься до інсорсингових (моніторингів, проведених власними силами). Через це наголошуємо, що наше дослідження характеризується нижчою репрезентативністю. По-друге, оскільки часові рамки теж обмежені, дослідження не лонгitudне. Оскільки через зазначені причини ми не можемо бути певними у репрезентативності результатів, ми вирішили включити до моніторингу як інструменти кількісного, так і якісного аналізу – для більшої об'єктивності результатів.

3) Створення вибірки й аналіз. Ми керувались кількома параметрами під час вибору ЗМІ, щодо яких здійснювався моніторинг. До моніторингу ввійшли матеріали газет: «Дзеркало тижня», «День», «Факты»; інформаційного агентства «УНІАН» та міжнародних видань: «Le Monde Diplomatique», «Der Spiegel» і «Коммерсантъ». Моніторинг охоплює матеріали за 18-30 листопада та 1-8, 19-31 грудня 2013 року, а також матеріали за 1-7, 19-31 січня та 1-9, 17-28 лютого 2014 року. Загалом було переглянуто 21159 публікацій. Матеріали для досліджень отримано із архівів зазначених засобів масової інформації.

Ми керувались кількома параметрами під час вибору ЗМІ, щодо яких здійснювався моніторинг. По-перше, ми вирішили звужити тематику нашого дослідження, зупинившись на вербальних інструментах конструювання медійної реальності (суто текстові). По-друге, у наших інтересах було переглянути різні типи медіа (якісні та масові), тому ми обрали газети «День» та «Дзеркало тижня»; «Le Monde diplomatique», «Der Spiegel» і «Коммерсантъ» як зразки якісних видань; газету «Факты» – як масове; інформаційне агентство УНІАН – в якості іншого виду медіа. По-третє, ми прагнули відібрати різні за періодичністю видання, оскільки частота виходу теж має суттєвий вплив на якість підготовки матеріалів, а відповідно до поглядів Н. Лумана, теж є одним із інструментів побудови медіареальності. До прикладу, нашу вибірку становлять газети «Дзеркало тижня», «Der Spiegel» – щотижневики; «Le Monde diplomatique» – щомісячник; інші видання виходять кілька разів на тиждень

(газета «День», «КоммерсантЪ») або ж щодня. Одиницями аналізу є матеріали видань, тоді як одиницею змісту є інструменти, що конструюють медійну реальність навколо Майдану.

Одиницями аналізу є матеріали видань щодо протестних рухів, тоді як одиницею змісту є інструменти, що конструюють медійну реальність навколо протестних рухів.

5) Визначення кількісного аналізу. Цим моніторингом було передбачено фіксування використання інструмента на матеріал (до прикладу, якщо у публікації епітет використовується 5 разів, у таблицю заносили показник «1», оскільки епітет застосовувався в одному матеріалі). Результат кожного інструмента дорівнює сумі всіх матеріалів із використанням інструмента.

Окрім цього, кількісно аналізуються і тематичні показники. Спочатку було сформовано список гіпотетичних тем, до яких увійшли такі: політика; економіка; інциденти; міжнародна тематика; окремі особи; судова система; порушення прав людей; повідомлення про постраждалих на Євромайдані; повідомлення про загиблих на Євромайдані й інші. Відсоток вираховувався шляхом поділу суми показників кожної теми на загальну кількість матеріалів та множення результату на 100%. Дані скорочувалися до сотих.

6) За допомогою якісного аналізу ми оцінюємо загальну роботу видання у період Євромайдану за професійними стандартами журналістики, до яких входять: «баланс, точність, вчасність, вибір питань, уникнення певної інформації, перевагу посадовців, позиціонування подій, провокаційну лексику тощо» [38].

8) Занесення даних і аналіз.

9) Тлумачення даних.

У процесі моніторингу ми будемо дотримуватись таких основних принципів: незалежність, збалансованість, доцільність, точність, етичність тощо.

Метод кейс-стаді дозволяє збалансувати недоліки моніторингу, а також визначити ключові тенденції щодо висвітлення протестної тематики у визначних журналістських публікаціях (тих, які відзначені професійною спільнотою та мали вплив на суспільство).

Не менш важливим у нашій емпіричній частині роботи є застосування методу архівних досліджень, кейс-стаді зокрема. Нашу увагу привернув метод, застосований британською дослідницею журналістики та медіа К. Валь-Йоргенсен. У своїй статті “Стратегічний ритуал емоційності: кейс стаді статей, які отримали Пулітцерівську премію” авторка для дослідження стратегічного ритуалу емоційності розглянула публікації “переможців Пулітцерівської премії з 1995 по 2011 рік, вважаючи цю премію маркером культурного капіталу в журналістському полі”. Для досягнення визначеної мети вона розробила “схему кодування для базового контент-аналізу на основі наукових досліджень журналістських наративів, а також підходів до дискурсивного аналізу, пов'язаних з теорією оцінки” [251].

У нашій роботі ми вирішили спиратися на запропоновану дослідницею К. Валь-Йоргенсен методологію та також дослідити публікації переможців Пулітцерівської премії (на світовому рівні) та “Честі професії” (на українському рівні), які стосувались протестних рухів. До вибірки увійде архів переможців Пулітцерівської премії з 1995 по 2023 роки (часові рамки пояснюються тим, що цифровий архів робіт почав діяти саме з 1995 року), виключно у тих категоріях, що стосуються журналістики. Що стосується української премії “Честь професії”, ми аналізуватимемо роботи переможців з 2014 року.

У наш аналіз також увійде тематичне наповнення цих журналістських матеріалів, їхня жанрова специфіка; ми розглядатимемо окремі інструменти, які

використовували медійники(ці) у своїх роботах для конструювання медіареальності тих або інших подій. Не менш важливим у контексті цієї роботи є розуміння впливу журналістських матеріалів на подальший хід висвітлених ними подій (якщо такий мав місце).

Висновки до розділу 1

Явище медійної реальності у XX столітті досліджували: П. Бурдьє, П. Бергер, У. Ліппман, Т. Лукман, Н. Луман, М. Мак-Комбс, Д. Шоу та інші. Більшість цих науковців вказували на те, що медіа не відображає дійсність, а творить свою, досягаючи цього за допомогою ряду інструментів.

Серед теорій, в яких розглядається медіареальність, варто згадати: теорію соціального конструктивізму; теорію П. Бурдьє; конструювання реальності за Н. Луманом; симулякри та гіперреальність (за Ж. Бодріаром); концепцію У. Ліппмана; гіпотезу «agenda-setting» тощо.

У сучасних реаліях дефініція “медійна реальність” все ще не має чіткого й уніфікованого визначення. Однак, проаналізувавши джерельну базу та власний практичний досвід у журналістиці, ми запропонували власне тлумачення цього поняття – це сконструйована соціальнокультурна реальність, віртуальний простір, сукупність явищ і процесів, відображених або викривлених у медіа, яка впливає на сприйняття, розуміння та спосіб взаємодії людей з реальним світом, формує громадську думку та впливає на зміну поведінки споживачів.

XXI століття та активний технологічний розвиток принесли свої зміни у розуміння медіареальності як явища соціальної реальності. Серед популярних напрямків досліджень медіареальності наразі існують такі: вплив медіа на різні соціальні групи, враховуючи гендер, вік, соціальний статус, етнічне походження тощо; медіареальність та ідентичність: точки перетину; поняття

медіарепрезентації як один із проявів медіареальності; вплив медіареальності та медіа на психічний стан індивідуумів і суспільства загалом; роль віртуальної реальності та доповненої реальності; штучний інтелект (AI) як складник медіареальності; інформаційні “зливи” та витоки даних як інструмент впливу медіареальності на порядок денний; Інтернет-комунікація, етикет та явище кібербулінгу.

Інші наукові розвідки також досліджують процеси медіатизації та діджиталізації, вплив медіа на формування “нової нормальності”, зміни суспільних норм і порядків, трансформації та виклики, які несе з собою активне поширення соціальних мереж, питання інформаційної гігієни, вплив засобів масової інформації на політичні процеси і міжнародні відносини, а також процес формування та встановлення адженди тощо.

Дослідження медіареальності у сучасному світі не обмежуються лише журналістикознавством чи соціальними комунікаціями. Серед дисциплін, у межах яких вивчають це явище, також можна назвати: культурологію, соціологію, інформаційні технології, політологію, психологію тощо.

Говорячи про методологічну основу обраного нами дослідження, ми вирішили використовувати комбінацію трьох різних методів для забезпечення релевантності та надійності результатів. У цій роботі ми послуговуватимемося методами: кількісного дослідження (моніторингу) з включенням елементів якісного аналізу дотримання журналістських стандартів і кейс-стаді з залученням архівного методу дослідження для виявлення випадків конструювання медіареальності щодо протестних рухів у роботах визначних журналістів(ок), які отримали Пулітцерівські премії та українську премію “Чесць професії”.

РОЗДІЛ 2

МЕДІАРЕАЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК ВПЛИВУ НА ПРОТЕСТНІ РУХИ ТА СОЦІАЛЬНІ ЗМІНИ

2.1. Роль медіареальності в історичному розвитку суспільства: огляд кейсів

Упродовж тисячолітньої історії функціонування медіа їхній вплив зазнавав змін і розвитку, починаючи від зародження пражурналістики у Давній Греції, Давньому Римі та Давньому Китаї та завершуючи розвитком найсучасніших медіатехнологій XXI століття, появою соціальних мереж і застосуванням інструментарію штучного інтелекту у щоденній роботі редакцій.

Для того, щоб краще досягнути часові рамки цього дослідження, пропонуємо звернутися до аналізу основних віх історії журналістики, висвітлених у роботах К. Л. Ендрес, Р. Лутра, В. К. Кембріджа та Л. Т. Лі, адже вони, хоча й розглядали тему історії світової журналістики, пропонували різні погляди на її періодизацію. Так, до прикладу, дослідниця К. Л. Ендрес так описує точки історії журналістики: найдавніша історія журналістики та найдавніші інформаційні листки; технологічні досягнення у друкарстві (віха 1 та виробництво паперу); занепад журналістики на Заході; технологічні досягнення у друкарстві (віха 2); технологічна революція XIX-го століття (що включає у себе епохи: фотографії, телеграфу, розвиток друку, інші технологічні покращення); радіо; телебачення; Інтернет [164].

Дещо відрізняється періодизація Р. Лутра. Автор виділяє такі точки в історії розвитку журналістики: попередники сучасної масової комунікації; епоха рукопису та друку; електронна ера та цифрова ера [203]. На нашу думку, така періодизація має сенс, але є не дуже деталізованою, через це використовувати поданий Р. Лутрою таймлайн буде важко для визначення ролі медіареальності в історії розвитку світу та журналістики зокрема.

В.К. Кембрідж, натомість, розглядає історію журналістики крізь призму розвитку масової комунікації. Відповідно, його періодизація тісно пов'язана з цими процесами та включає у себе віки: знаків і сигналів; мовлення; письма; друкарства; масової комунікації; конвергентності [152]. Примітно, що цей автор окрему увагу приділяє такому аспекту масової комунікації як підвищення суспільної свідомості, соціальний маркетинг, розважально-навчальні цілі й адвокації. На нашу думку, такий додатковий аспект, згаданий автором, прямо корелює з темою нашого дослідження.

Періодизація, запропонована Л.Т. Лі, включає у себе: книги та друковану пресу (зокрема, зосереджується на періодах конкурентності та консолідації), газети, журнали, радіо, телебачення та новітні медіа (серед яких: кабельне телебачення, супутникове телебачення, безпроводний кабель та Інтернет) [197]. На нашу думку, такий підхід є не досить повним, оскільки він базується радше на видах журналістики, ніж на історичних змінах. Отож, щоб дослідити детальніше вплив журналістики та медіареальності як її “побічного ефекту” ми звертатимосся до періодизації, запропонованої К. Л. Ендрес [164]. Зауважимо, що це дослідження не має на меті бути повним і всеохопним (що було б занадто амбіційно та не зовсім релевантно у контексті саме цієї роботи), тож авторка самостійно обрала найбільш актуальні та релевантні кейс-стаді щодо ролі медіа в історичних процесах, спираючись на власну думку щодо важливості тих або інших подій в історії. Це може впливати на об'єктивність формування висновків і створення певного фреймінгу у висвітленні теми. Однак, вважаємо, що звернення до огляду понад десятків проведених кейс-стаді здатне сприяти у формуванні попередніх висновків щодо ролі медіареальності у різні епохи, відстеженні причинно-наслідкових зв'язків між часовими рамками історичних періодів й використанням певних інструментів конструювання медіареальності, ознайомленні з передовим досвідом авторів/ок та їх методологій, створенні наукової дискусії та привернення увагу інших дослідників/ць до цієї теми, а також — для заохочення подальших наукових розвідок у царині історії журналістики.

Дискусійним залишається питання щодо функціонування медіареальності та її реальному впливу у **найдавнішій історії журналістики**, зокрема, явищ **пражурналістики у Давній Греції, Давньому Римі та Давньому Китаї**. На перший погляд, здається, що у прадавні часи засоби масової комунікації сильно залежали від влади, відповідно, їх здатність впливати на соціополітичні процеси була обмеженою. Однак, факти, наведені деякими дослідниками [167], [168], [264], доводять, що це не зовсім відповідає дійсності.

До прикладу, аналіз дослідження Р. Форніелес “Концепт новини в давньогрецькій літературі” приводить нас до висновків, що медіареальність конструювалась навіть у **Давній Греції** і несла за собою певну мету: “...існують вагомі докази наявності неправдивих (фейкових) новин в давньогрецькій історії, які поширюються з метою створення дезінформації для досягнення певних цілей. <...> Тогочасні фейкові новини — навмисно створені та поширені для введення ворога в оману, маніпулювання рішеннями та навіть для того, щоб отримати особисту, соціальну чи військову перевагу <...> також фейкові новини використовувалися або як стратегія залякування ворогів, або як тактика заохочення військ, коли виникала проблема. Солдатів змушували повірити, що нема чого боятися, тому що все під контролем” [167].

Цікаво, що у цьому дослідженні також згадується про те, що для досягнень своєї мети поширювачі фейкових новин користались власним безсумнівним авторитетом; наданням неповного контексту; видаванням себе за іншу людину; не розкривали джерела інформації та посилялись на анонімні авторитети; узагальнювали (авторка наводить приклад Геродота, якого просили розкрити джерела своєї інформації, а він у відповідь говорив: “Хтось так каже”) тощо [167].

Аналізуючи наведені дослідницею приклади, можемо дозволити собі припустити, що такі фейкові новини схожі на прадавні інформаційно-психологічні операції, що застосовувалися для деморалізації супротивників упродовж воєнних дій або, навпаки, для підтримки бойового

духу власних бійців. Цитуємо: “Агесилай — за Хатчінсоном (2000, 149) майстер обману — маніпулює новинами про поразку лакедемонян у битві при Кнід” [167]. Справжня новина, отримана Агесилаєм, як зазначає авторка, виглядала так: “Коли він був біля входу в Беотію, здавалося, що сонце виглядало у формі півмісяця, і йому донесли, що лакедемонці зазнали поразки в морській битві, а адмірал Пейзандер був убитий” [167]. Однак, він, усвідомивши потенційні наслідки цієї новини для свого війська, змінив звіт і повідомив про таке: “...прийшла звістка, що Пейзандер мертвий, але переміг у морській битві. І в момент, коли він виголошував цю промову, він приніс жертву, ніби на честь доброї новини <...> У цьому місці війська Агесилая перемогли внаслідок повідомлення про перемогу лакедемонян у морській битві” [167].

Давній Рим став центром розвитку пражурналістики, відповідно, і центром творення медіареальності. Як зазначає дослідник М. Фрейзер: “Римляни були глибокими гуманістами, пристрасно залучені до подій “тут і зараз”, керовані жадобою слави, одержимі бажанням залишити для нащадків слід свого часу у цьому світі. Стародавній Рим також був багатим на інформаційне суспільство. Римляни мали ненажерливий апетит до новин, пліток, міфів, легенд і екзотичних казок. <...> Такі державні діячі, як Цицерон, який писав класику політики, моралі та філософії, ретельно керували публікацією власних праць та організовували рекламні кампанії, щоб викликати інтерес громадськості” [168].

Найбільше ж М. Фрейзер приділяє увагу Цезарю як людині, що майстерно володіла мистецтвом дезінформації та побудовою наративів для власних політичних цілей. Для глибшого розуміння того, як медіареальність впливає на історичні події, пропонуємо детальніше розглянути кейс геноциду галлійських племен. Про те, як Цезар будував медіареальність навколо військових подій, в яких він брав участь, може свідчити така цитата автора: “Ретельно стежачи за власним іміджем, Цезар скрупульозно виправдовував свої мотиви та вчинки у Галлії. Він наполягав, що його легіони втрутилися в Галлію

через необхідність і обов'язок. Його військові кампанії, як він стверджував, були відповіддю на термінові прохання про допомогу дружніх кельтських племен, які зазнали нападу з боку ворогуючих варварських народів” [168]. З точки зору контексту української сучасності, такий наратив є знайомим. Як наголошує науковець, Цезар вміло “розіграв карту “ми і вони”, адже “...його хроніки зображували ці племена як войовничий і нецивілізований народ, який, не маючи землеробства, постійно нападає на сусідів з метою грабежу” [168]. Таке конструювання образу ворога призвело до подальшого жорстокого геноциду населення Галлії (було знищено понад мільйон людей) та до “кінця цілої цивілізації” [168]. У цьому ж дослідженні згадується про те, що Цезар був “селективним щодо фактів”, подавав власну інтерпретацію бойових подій у “Галлійських хроніках” та “Громадянській війні”, застосовував жорстку цензуру щодо своїх опонентів, “тон самовиправдання, замовчування подій, що може поставити під сумнів його власні мотиви” [168] та впроваджував культ власної особистості. На додачу до останнього пункту, імператор Давнього Риму ретельно будував свій імідж як великого римського героя.

Як зазначають китайські дослідники Ю. Жао та П. Сун, “Ще в 1900 році до нашої ери в Китаї вже існувала комунікаційна діяльність. З самого початку свого розвитку китайська журналістика демонструвала сильні політичні ознаки” [264]. Автори стверджують, що саме журналістика та комунікації відігравали активну роль у зміцненні імперської влади. Однак, вони ж додають, що поруч з офіційними джерелами інформації, існували і неофіційні таблоїди, які виконували просвітницьку роль, пропагували ідеї демократії та незалежності. Цікаво, що автори виокремлюють також явище спостереження за громадською думкою для подальшого способу впливу на її формування: “Під час династій Ся, Шан і Західного Чжоу імператори встановили систему кайфен, посилаючи чиновників і вчених відвідувати звичайних людей, щоб збирати чутки, погляди та думки” [264].

Чималу роль у встановленні диктатури влади та запровадженні централізації став спосіб творення потрібної версії реальності за допомогою жорсткої цензури. Це підтверджує кейс, описаний дослідниками: “У 999 році (за часів імператора Чженьцзуна) Сун запровадив газетну цензуру під назвою Дінбен. Dingben буквально означає «фіналізований папір». Коли написання газети завершувалося, її передавали до Бюро військових справ <...> або до прем’єр-міністра для перевірки. Після перевірки надсилали остаточну версію Ді Бао (газети - прим. авт.) місцевим губернаторам” [264]. Згодом, додають автори, імператори стали самостійно вичитувати та редагувати газети, що є прямим впливом на недопущення свободи преси.

Ю. Жао та П. Сун наводять приклад того, що копіювальники газет могли змінювати текст заміток під час копіювання газети, додавати свої оціночні судження, інтерпретації та додатковий бекграунд. Вважаємо, що така діяльність копіювальників теж є проявом медіареальності, адже при передачі новин на людину впливає низка особистих чинників і людський фактор. Дослідники згадують про таблоїди як протиставлення офіційним владним газетам, однак, додають інформацію про недостатню потужність цих видань на серйозний вплив на громадську думку: “Таблоїди були ніби іскрами, які розпалили пристрасті в довгій історії китайських феодальних суспільств, навіть якщо вони не були достатньо потужними, щоб суттєво вплинути на громадську думку. У системі, зосередженій на імперській владі, структура та можливості для публічних дебатів були слабкими, і, як наслідок, таблоїдам було неможливо суттєво представляти громадськість” [264].

Інструментом пропаганди, який мав вплив на політичні процеси у Давньому Китаї за часів повстання армії Мін, були плакати: “Його основною функцією була публікація політичної пропаганди проти династії Мін, пропаганда політики повстанської армії та публікація списків корумпованих чиновників і тиранів. <...> Вони також використовували плакат, щоб показати злочини своїх ворогів” [264]. За допомогою цього фрагменту дослідження

китайських авторів можемо простежити зародження впливу візуальних образів на конструювання медіареальності.

Період **Середньовіччя** в історії журналістики та впливу медіареальності на порядок денний тісно пов'язаний з розвитком християнства. Панування впливу релігійної ідеології звузило межі творчого вираження у публіцистиці, призвело до формування прірви між культурними поглядами духовенства та масової культури, насамперед, усної традиції.

Кілька століть після розпаду Римської імперії в Європі було втрачено поштовх до ведення систематичної форми обміну інформацією, однак, навіть у Середньовіччі не обходилося без використання медіареальності як засобу впливу на поведінку читачів чи читачок.

Досліджуючи тематику новин в епоху Середніх віків, науковці стикаються з основною проблемою: більшість рукописних газет не збереглося до наших часів, тож здебільшого доступ є тільки до їх копій. Це унеможливорює всеохопне й об'єктивне дослідження тематики, оскільки копіювальники могли вносити зміни у тексти, пропускати важливі контексти тощо. Один із дослідників Середньовіччя Дж. Прайор наголошує, що деякі листи були “скопійовані, змінені та «підроблені»” [218] так сильно, що повністю відрізнялися від оригінальних листків. Однак, на нашу думку, з точки зору огляду теми нашого дослідження це не спростовує ідею про конструювання медіареальності у всі історичні періоди, а тільки підтверджує загальне правило. Адже використовуючи той або інший фреймінг, переписувальники таких рукописних інформаційних листків формували своє бачення реальності та зберігали саме його для нащадків.

На нашу думку, доречним буде звернутися до огляду кейс-стаді щодо використання новин, пропаганди та формування медіареальності під час хрестових походів з кількох причин. По-перше, вони охоплюють значний історичний проміжок часу (з XI — XV (XVI) століття); по-друге, важко недооцінити роль цих походів у світовій історії. Вони підкреслили релігійне та

культурне протиріччя між християнським та мусульманським світами у Середньовіччі. Ці конфлікти також сприяли зміцненню феодальної системи в Європі. Крім того, хрестові походи вплинули на розвиток торговельних маршрутів, а також технологічного обміну між Європою та Близьким Сходом. Не менш важливо, вони послужили поштовхом для соціальних та культурних змін в Європі, що підштовхнули розвиток Ренесансу.

Досліджуючи пропаганду під час Першого хрестового походу, науковець Н. Л. Паул доходить висновків, що поширення первісних пропагандистських історичних творів мали вплив на спільноту: "...історичний наратив був потужним засобом, за допомогою якого такі спільноти, як абатства Флері та Сен-Дені, могли виражати колективну ідентичність і намагатися сформувати ширшу соціальну пам'ять" [214]. Однак, він додає, що критичнішу роль у цьому конфлікті відіграли: "харизматична особиста присутність, добре продумана історія та ретельно поставлені перформанси - інструменти, за допомогою яких мудрий полководець заручився народною підтримкою" [214]. Пишучи про особисту харизму та мудрого полководця, науковець має на увазі Боемунда, одного з лідерів і найбільш досвідчених полководців Першого хрестового походу. Автор наголошує: "Боемунд створював і поширював інформацію, головним чином у формі ретельно виконаної розповіді, щоб заохотити аудиторію підтримати його похід 1107 року. Він також залучив спеціально підготовлених священнослужителів з батьківщини тих, кого він зустрів під час хрестового походу, щоб мати можливість скласти складні та впливові письмові тексти" [214]. Розглядаючи цю статтю про вплив масової комунікації у XI столітті, враховуємо факт, що на той час у більшості панувала усна комунікація, тому очевидно, що публічні перформанси та вдалі риторичні виступи мали більший вплив на суспільство. Метою Боемунда було зібрати військо для походу і, як вказує автор, йому вдалося досягти цього завдяки "драматичним публічним жестам і перформансам" [214]. Автор також зауважує, що він використовував методи вербування писемних священнослужителів для залучення допомогою впливових церковних діячів і спонсорування деяких

писемних історичних творів для увічнення свого спадку. Формування потрібних наративів мотивувало якомога більше людей доєднатися до його війська. Таким чином, ми простежуємо зв'язок між застосуванням риторичних (зокрема, сторітелінгу та перформансу) і писемних інструментів конструювання медіареальності для досягнення особистих і військово-політичних цілей під час Першого хрестового походу.

Спираючись зокрема на здобутки Н.Л. Паула у дослідженні пропаганди під час Першого хрестового походу та занурюючись глибше у тематику функціонування медіа у добу Середньовіччя, Х. Біркетт аналізує поширення новин про та під час Третього хрестового походу. Авторка зауважує, що тогочасні медіа сильно залежали від неконтрольованих факторів, таких як погода, інтерпретація слухачів новин (адже більшість повідомлень передавалось з вуст в уста), безпекових питань тощо. Одним із найбільш значущих писемних документів тієї епохи, на думку Біркетт, є “*Audita tremendi*” (лат. Почувши про страшне) — булла папи Григорія VIII (від 29 жовтня 1187 р.), яка закликала західних християн до Третього хрестового походу. Дослідниця називає буллу “емоційно сирим документом, створеним, щоб виразити шок і страждання його відправника, а також сформувати реакцію аудиторії” [147]. Підсумовуючи авторське кейс-стаді, можна зробити висновок, що цей релігійний діяч апелював до відчуття провини в аудиторії, вдавався до катастрофізації та апелював до спільних християнських цінностей. Аналізуючи публікацію Біркетт, звернемо також увагу на зняття своєрідної цензури на поширення інформації про перебіг подій під час походів. Як вона зазначає, до представлення широкій публіці *Audita tremendi* лише обмежена кількість людей знала про битви та наступ мусульман, зокрема, церковні та світські правителі, військові ордени та купці. Однак, “...випуск *Audita tremendi* це змінив. Заклик до хрестового походу та супровідні інструкції щодо пошту додали нові риси історії, що вимагало масового поширення цієї новини та забезпечило її глибоке проникнення в суспільство” [147]. Таким чином, процеси регулювання обмежень та зняття обмежень з інформації є своєрідними засобами формування

доступної медіареальності й можуть застосовуватися з метою мобілізації людського капіталу або підтримки бойового духу суспільства.

Лише два розглянуті нами кейси з історії середньовічних новин підтверджують роль, яку відіграла медіареальність в історичному розвитку суспільства. Правильно створені наративи, вчасно виголошені промови, апеляція до спільних з аудиторією цінностей мали значний вплив на формування мотивації тогочасних європейців брати участь у походах. І хоча хрестові походи ознаменувалися значними втратами та погіршенням відносин між європейським і східним світом, наслідки його для історії залишились неминучими. Зокрема, як ми уже згадували вище, вони сприяли розширенню торгівлі та взаємному культурному обміну між Сходом і Заходом.

Технологічні досягнення у друкарстві докорінно змінили природу створення та споживання новин. Зокрема, після винайдення друкарського верстату та поширення друкованих газет, новинних дайджестів, бюлетнів, щомісячників і щорічників зріс попит на новини, що стосуються політичної, економічної інформації та повідомлень про поточні військові дії та інші катастрофи. Якщо у попередню епоху у Середньовіччі превалюючу роль займала усна комунікація, то протягом ранньої доби модерну домінують у поширенні інформації друковані ЗМІ.

У епоху раннього модерну ці медіа стали потужним інструментом для здійснення політичних, освітніх, культурних і релігійних трансформацій. Як наголошує дослідниця Н. Ламал, “...деякі з найбільш вражаючих застосувань друку в її ранній історії належать реформаторам, які кинули виклик владі” [216]. У своїй роботі “Друк і влада в ранньомодерній Європі (1500-1800)” вона наводить кілька прикладів таких змін: зокрема, протестантський рух Мартіна Лютера; використання друку повстанцями проти монархічної влади: “як-от тими, що проживали в Нідерландах шістнадцятого століття, які використовували силу друку, щоб переконати як національну, так і іноземну аудиторію в справедливості своєї справи проти Філіпа II” [216], а також —

застосування інструментів друкарства для поширення робіт філософів Просвітництва, які “поширювалися та процвітали через таємні мережі розповсюдження та фальсифіковані репродукції в регіонах, де вони були офіційно заборонені” [216].

Пропонуємо детальніше ознайомитися з наведеними Н. Ламал кейсами з точки зору конструювання медіареальності. До прикладу, кейс з використанням Мартіном Лютером інструментів друкованої преси призвів до масштабних коротко та довгострокових наслідків, які дозволили йому не тільки досягти своєї конкретної мети (оновлення та реформація церкви), а й загалом сприяти розвитку сфери медіа та освіти. Як зазначає польська дослідниця О. Матикевич-Влодарська, “Лютер використав і творчо розвинув можливості, які надав йому друкарство з використанням рухомого шрифту. Він зробив свої видання графічно привабливішими, зробив їх коротшими, прискорив тиражі, змінив стиль на більш доступний для читача; він відмовився від використання латини на користь загальнозрозумілої німецької мови” [206]. Також авторка додає, що довгостроковими наслідками таких інновацій став подальший розвиток журналістики, книжкового ринку й освітньої сфери. Для популяризації своїх ідей реформатор використовував не дуже поширені на той час жанрові рішення: зокрема, памфлети та гравюри по дереву.

Звернімо увагу на рис. 2.1.1., на якому можна побачити один із найбільш тиражованих творів М. Лютера — 95 тез. Не вдаючись до глибинного опрацювання тексту, помічаємо візуальні рішення, до яких вдалися під час друку. По-перше, для чіткості та легкості прочитання кожні тези починаються з нового абзацу та пронумеровані за порядковим числом. По-друге, цей текст є читабельним і має відносно доступний формат, що свідчить про прагнення здобути якомога ширшу аудиторію.

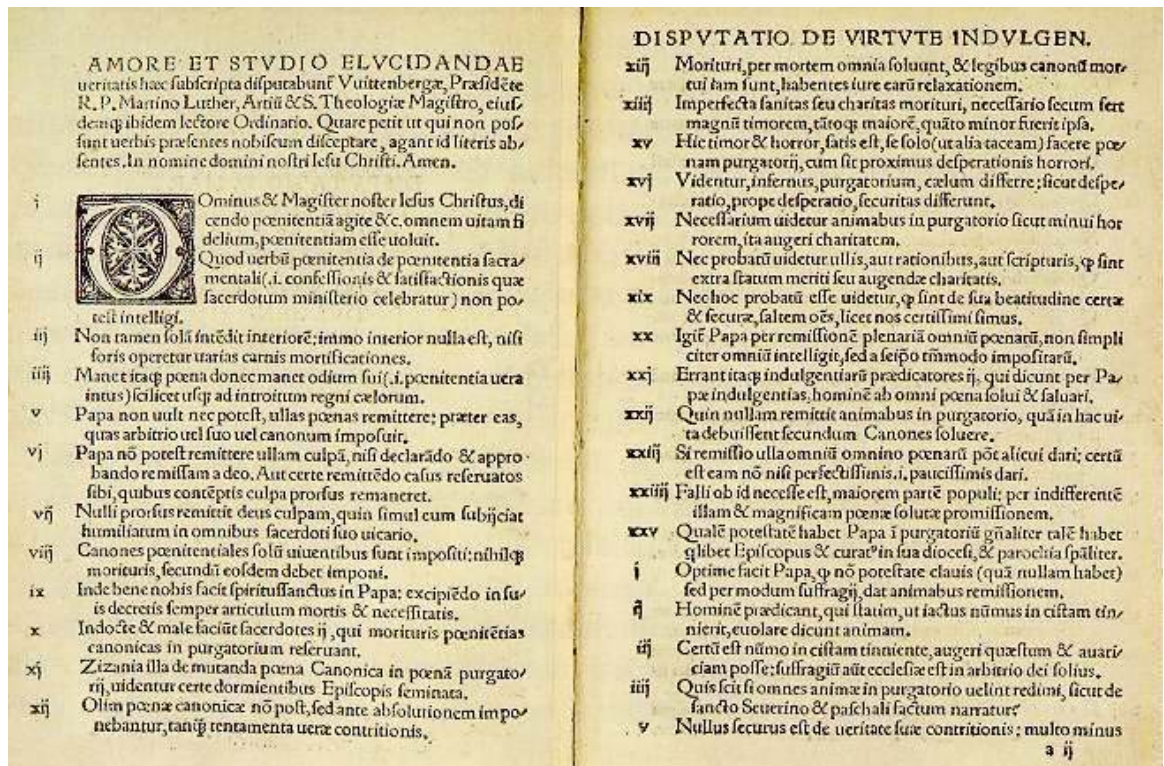


Рис. 2.1.1 .Односторінковий друк Дев'яноста п'яти тез у двох колонках із
Нюрнберзького друку 1517 року.

У контексті огляду віральності кейсу Реформаторства цікавою та непересічною є думка журналістів видання The Economist. Вони переконані: ідеї Лютера набули широкого розповсюдження не тільки і не стільки завдяки друкарству, а завдяки «ширшій системі обміну медіа в соціальних мережах – так звані «соціальні медіа» сьогодні» [179]. Автори публікації помічають схожість медіасередовища, яким користувався Лютер, з «сучасною онлайн-екосистемою блогів, соціальних мереж і форумів для дискусій. Це була децентралізована система, учасники якої піклувалися про розповсюдження, колективно вирішуючи, які повідомлення розширити шляхом обміну та рекомендацій. Сучасні медіатеоретики називають учасників таких систем «мережевою громадськістю», а не «аудиторією», оскільки вони не просто споживають інформацію. Лютер передавав текст нової брошури дружнім друкарням, а потім чекав, доки він розлетиться мережею друкарських центрів по всій Німеччині» [179].

Вважаємо цю статтю корисною з точки розуміння інструментів, якими користувалися протестанти для запровадження змін, за які вони боролися. Аналізуючи це дослідження від The Economist, а також роботи Н. Ламал і О. Матикевич-Влодарської, доходимо висновків, що Мартін Лютер використовував протосоцмережі для поширення власних ідей. Це є знаковою знахідкою для розуміння контексту тематики нашого дослідження, адже вона змінює уявлення про доступні способи конструювання медіареальності в епоху до появи Інтернету та цифрових комунікацій. Загалом, роль соціальних мереж важко переоцінити у контексті протестних рухів. Саме система мережування здатна допомогти рухам для змін не тільки поширювати власні ідеї та переконання, але також і демонструвати солідарність, підтримку, координувати власні дії. Іншим, не менш важливим у контексті формування ним потрібних наративів, медіа була музика.

Цікавий кейс щодо того, як медіа епохи раннього модерну формували європейську ідентичність, пропонує Дж. В. Купманс. Він наголошує: “Як відомо, друкарський верстат був одним із найважливіших інструментів для розповсюдження та пропаганди ідей «ми» та «вони» серед широкої та зростаючої аудиторії по всій Європі. Більшість ранніх сучасних європейців ніколи б не виїжджали за межі свого регіону” [192].

У межах своєї роботи “Медіа Раннього модерну та новини у Європі” дослідник оглядає друковані засоби масової інформації, що виходили у Голландській республіці у XVI-XVIII століттях. Зокрема, в окремому розділі “Відчуття Європи: створення цього континенту в голландських ЗМІ раннього модерну” автор подає аргументи на користь того, що медіа вплинули на формування європейської ідентичності у тогочасній Голландській республіці. Він переконаний: ЗМІ того часу використовувалися для створення та підтримки ідеї Європи як реальності, особливо для тих, хто “не могли особисто бачити інші частини континенту” [192]. Проаналізувавши його дослідження, можемо припустити, що медіа сконструювали єдину європейську аудиторію зі

спільними інтересами, цінностями й очікуваннями, незважаючи на зовнішні конфлікти та релігійні протиріччя. Про це свідчить і той факт, що голландські редактори перекладали та адаптували зарубіжні новини, а також те, що розвиток мереж новин по всій Європі сприяв формуванню спільного європейського ринку новин.

Окрім цього, наведені Дж. В. Купмансом аргументи вказують на те, що ранньомодерні голландські ЗМІ сприяли відчуттю єдності Європи через використання терміну “Європа” у назвах, зосередження на європейських темах у контенті, географічну структуру макетів і використання європейських символів у візуальній мові. Автор згадує про візуальний й алегоричний образ Європи, присутній у тогочасних газетах як принцеси Європи. Наведені автором приклади проілюстровані нижче: зокрема, рис. 2.1.2 демонструє тенденції щодо зростання частоти використання слова «Європа» в примірниках голландських газет, а рис. 2.1.3 – візуальну репрезентацію Європи в “Європейському Меркурії”.

Seventeenth century				Eighteenth century			
Years	Digitised copies	Europa	Portugal	Years	Digitised copies	Europa	Portugal
<i>Dutch printed newspapers start in 1618</i>				1700–1709	4260	417	2700
1618–1619	11	0	0	1710–1719	2392	248	1238
1620–1629	184	1	2	1720–1729	5582	1083	2578
1630–1639	123	1	0	1730–1739	5931	1598	2670
1640–1649	618	1	2	1740–1749	6535	2780	1517
1650–1659	166	2	0	1750–1759	6362	1860	1910
1660–1669	696	12	273	1760–1769	8935	2308	2363
1670–1679	2112	53	451	1770–1779	9482	2885	1513
1680–1689	1395	212	352	1780–1789	12151	4731	1234
1690–1699	2747	190	826	1790–1799	15384	4862	1192
total	8052	472	1916	total	77017	22772	18915

Рис. 2.1.2. Частота використання слова «Європа» в примірниках голландських газет
(таблиця авторства Дж.В. Купманса [192])



Рис. 2.1.3. Візуальна репрезентація Європи на заголовній сторінці “Європейського меркурія” (за Дж.В. Купманса [192]).

Аналізуючи ці приклади з епохи раннього нового періоду можемо помітити, наскільки сильний вплив мав винахід друкарського верстату на формування медіареальності та просування потрібних ідей і наративів. Примітно, що у цей період більшого значення набувають візуальні рішення, зокрема, щодо розміщення тексту та/або використання певних впізнаваних образів. Чималу роль також відіграють заголовки і частота використання лексем у новинних повідомлень.

Епоха технологічної революція XIX століття включає у себе такі винаходи: фотографії, телеграфу, подальший розвиток друку.

Як слушно зауважила кураторка виставки “Око сонця: фотографії дев'ятнадцятого століття з Національної галереї мистецтв” (Вашингтон, США) Д.Ваггонер, “Початок фотографії в 19 столітті змінив світ” [252]. Вважаємо, що ця цитата не є гіперболізованою, адже справді винахід дагеротипів, а згодом і фотографування зіграли роль не тільки у трансформуванні медіа, а й у політичних, соціокультурних і філософських процесах. Отримавши можливість “спіймати” момент реальності, люди масово робили фотографії пейзажів, портретів, сімейних фото, продукуючи таким чином реальність другого порядку. Окрім збереження культурного та персоналізованого спадку, ці

ранні дагеротипи та фотографії мали вплив на мистецький світ, зокрема, на розвиток імпресіонізму.

Однак, навіть у ранній період існування фотографії вона стала потужним інструментом для просування наративів та формування медіареальності. Деякі фотографи, як-от, до прикладу, І. Байярд, використовували сконструйовану медіареальність на фотографії для проголошення своїх ідей. У кейсі фотохудожника І. Байярда було створено постановочне фото «Автопортрет утопленика» (1840 року), яке “...проливає більш складне світло на проблему зв’язку між фотографією та правдою <...> На цій фотографії Байярд представляє себе як жертву акту самогубства, спровокованого неспроможністю французької влади визнати його власне відкриття фотографічного процесу рівним новаторській роботі Дагерра” [245]. На рис. 2.1.4 можна уважніше простежити візуальні рішення, якими користувався автор для відтворення своєї ідеї. Серед них, зокрема, символізм, дуальність (протиставлення фото як елементу реальності та смерті як прояву не-існування; представлення фото як ілюзії реальності тощо), а також візуальну мову для репрезентації власного досвіду. Протиріччя навіть присутнє у назві фотороботи, адже утопленик не здатен створити автопортрет. На нашу думку, це зображення може бути першим зразком конструювання медіареальності у фотографії, адже, як зазначають автори Project MUSE, “його можна розглядати як ранню критику домінуючого окулярцентричного скопічного режиму сучасності після Просвітництва, який передбачав прозорий зв’язок між фотографією та правдою” [245].



Рис. 2.1.4. Автопортрет утопленика (І. Байярд). Фото: Creative Commons.

Подальши розвиток і вдосконалення фотографії призводить до того, що її роль набуває все більше значення в історичних процесах. І також розвивається інструментарій, яким користуються фотожурналісти для впливу на глядачів/ок. Серед кількох визначних прикладів у ХІХ столітті варто згадати: “Долина тіней смерті” (Р. Фентон, 1855); фотороботи О. Гарднера, зокрема, замальовки з Громадянської війни в США та “Спина, яку бичували” (В.Д. Макферсон і Дж. Олівер, 1863).

Роботи Р. Фертона, зроблені 1855 року під час Кримської війни (рис. 2.1.5), вважаються першими культовими фотографіями війни. Однак, вони також і розглядаються як перші приклади маніпуляції та конструювання реальності для здійснення більшого впливу на глядачів/ок.



Рис. 2.1.5. Долина Тіней Смерті Р. Фертона (з гарматними ядрами на дорозі та без).

Фото: Creative Commons.

Вперше питання про автентичність роботи Р. Фертона поставив німецький дослідник У. Келлер, а згодом цю ж ідею розвинув дослідник Е. Морріс. Ключовим у його книзі “Вірячи у те, що бачиш” він ставить ключове питання, важливе у контексті цієї роботи: “Хіба ви не можете стверджувати, що кожна фотографія постановочна, тому що кожна фотографія щось виключає? Навіть у фреймінгу та кадруванні? Хтось прийняв рішення про те, який часовий зріз виставити на емульсії, який простір (кадр) виставити на емульсії” [211]. У цьому, на нашу думку, полягає найбільша знахідка про медіареальність: оглядаючи ту або іншу подію крізь медіа, ми завжди дивимося через об’єктив або точку зору журналіста, фотографа, чи оператора, які фіксували її.

Фотороботи О. Гарднера та його колег із “Книги фотографічних замальовок громадянської війни Гарднера” показали жорстокість і трагічний наслідок війни у США. На його фотовиставці демонструвалися відверті зображення загиблих солдатів і руйнувань, що мотивувало аудиторію переосмислити свій досвід і відчутти ефект присутності, про що згадують автори книги “100 фотографій: найвпливовіші зображення всіх часів”: “Відвідувачів зустрічала проста табличка з написом «Мертві Антітаму». Але те, що вони побачили, було зовсім не простим. Благородне суспільство натрапило на те, що вважається першим записаним зображенням жертв війни. Фотографії Гарднера настільки чіткі, що люди могли розрізнити обличчя. Смерть була невідфільтрованою, і війна, яка здавалася далекою, раптом стала жахливо безпосередньою. Гарднер допоміг американцям усвідомити важливість братовбивства, яке до 1865 року забрало понад 600 000 життів. Бо на освячених полях падали не безликі чужинці, а сини, брати, батьки, двоюрідні брати та друзі” [163].

Утім, досягнення цього ефекту присутності та впливу на аудиторії, можливо, не сталося б без маніпуляцій з боку О. Гарднера. Так, до прикладу,

дослідник Ф. Рей зазначає: “Але в іншій сцені (внизу) тіло перемістилося на сорок ярдів до скелястої ніші. <...> Очевидно, Гарднер переніс труп солдата на скелястий виступ, щоб створити більш драматичне зображення. Він навіть повернув голову солдата до камери і притулив рушницю до каміння. <...> зброя поряд із ним не є рушницею для стрільця. Ймовірно, це був реквізит, встановлений Гарднером” [137]. Помітити сконструйовану автором медіареальність можна переглянувши рис. 2.1.6: порівняння двох різних кадрів одного й того ж мертвого солдата з його фотозамальовок.

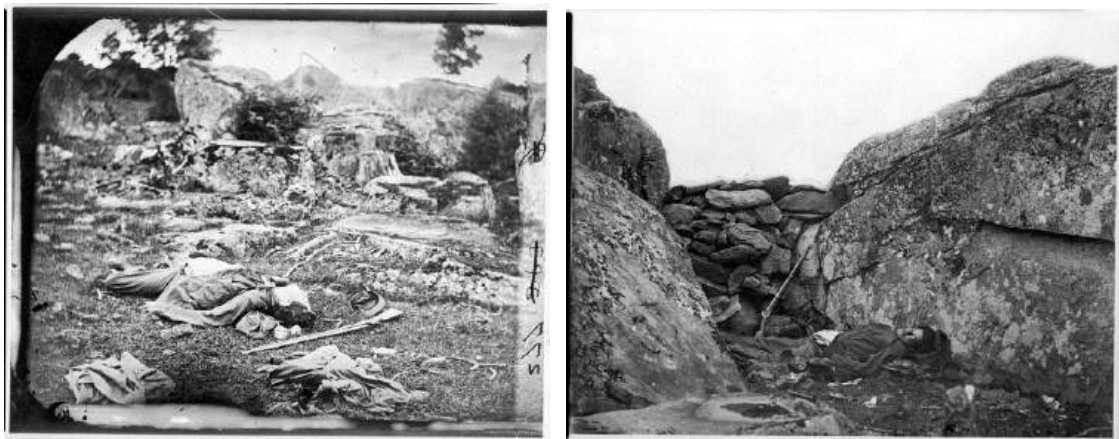


Рис. 2.1.6. Останній сон стрільця О. Гарднера (оригінальна сцена та після перестановки тіла).

Фото: Museum of Hoaxes [137].

Значний вплив у XIX столітті викликала фотографія “Спина, яку бичували” (рис. 2.1.7) авторства В.Д. Макферсона і Дж. Олівера. Цей знімок передає історію афроамериканця Гордона (або Пітера), раба-втікача з плантації в Луїзіані.

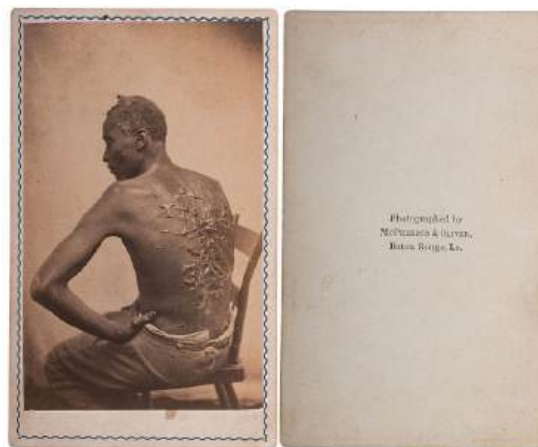


Рис. 2.1.7. “Спина, яку бичували”. В.Д. Макферсон і Дж. Олівер. Фото: Creative Commons.

Фото документує наслідки рабства: шрами на спині героя кадру від побиття. Ця світлина служить як один із “найдавніших та найдраматичніших прикладів того, як новонароджений засіб фотографії міг змінити хід історії” [163]. Аналізуючи візуальні рішення, якими користуються автори фотографії, щоб створити більш драматичний ефект зображення, можемо припустити, що контраст на фото створений за допомогою додаткових джерел світла. Більше того: ця світлина мала такий потужний ефект завдяки тому, що вона використовує елемент сторітелінгу: в якості історії виступає не людина, а його шрами як головні дійові особи. Звернемо також увагу на те, що на фото цей чоловік дещо деперсоналізований, його поза статична та майже пасивна. Вважаємо, що саме таке розміщення героя автори обрали для того, щоб поставити на передній план не звільненого раба, а радше фізичні наслідки від катувань, яких він зазнав. Що, на нашу думку, зміщує фокус з людини на її конкретні характеристики і не є якісним прикладом репрезентації.

Однак, це не завадило зображенню стати інструментом пропаганди ідей аболіціонізму, адже “бажання аболіціоністів мати візуальні враження від рабства — репрезентації досвіду колишнього раба у вигляді образів або «малюнків» — змінило письмову оповідь раба до форми, яка усвідомлювала себе в діалозі з новими візуальними технологіями, що виникають. У своїх спробах «розповісти історію [рабства] на око» автори сприйняли фотографію як структурну модель для нового виду оповіді” [204]. Про популярність зображення свідчить той факт, що воно було надруковане у щонайменше чотирьох тогочасних газетах; його масово копіювали та продавали по всій країні.

Таким чином, фотографія стала не тільки інструментом для того, щоб передати момент реальності, а й вплинути на неї: шляхом посилення певних ідей за допомогою візуальних репрезентантів, конструювання “картинки” для підвищення драматичного ефекту, застосування ретуші, роботи зі світлом чи встановлення тієї або іншої пози та розміщення об’єкта у кадрі. Більш детально роль фотографій у підтримці протестних рухів розглянемо у підрозділі 2.2.

Розвиток глобальних комунікацій, зокрема, винахід телеграфа, телефону, а згодом і радіо мали широкий вплив на політичні та дипломатичні процеси, про що згадує О. Зернецька: “Роль традиційних і нових (телеграф, телефон, радіо) комунікацій та їхній вплив на міжнародне політичне життя, на хід воєнних дій та на реконфігурацію системи міжнародних відносин під час Першої світової війни — важлива проблема, яка досі не отримала системного вивчення у політичній та історичній науках, хоча її значущість очевидна” [40].

Можливість передавати важливу інформацію на велику відстань допомагала врятувати життя. До прикладу, “сучасні історики вважають, що радіо врятувало життя понад 700 тих, хто вижив на "Титаніку" в 1912 році, коли корабель врізався в айсберг і затонув в Атлантичному океані. Насправді, якби не радіозв'язок за допомогою бездротового телеграфу, ніхто б не вижив” [176].

Але розвиток бездротових технологій також позначився і на перебігу військових дій, зокрема під час Першої світової війни, але найбільше – під час бойових дій у морі. Як слушно зазначають дослідники американського Національного музею морської піхоти, “Найбільшим удосконаленням радіо в порівнянні з такими системами повідомлень, як азбука Морзе, були швидкість і точність, надані завдяки використанню голосового зв'язку. Прогрес у радіотехнологіях, таких як осцилятори, підсилювачі та електронна лампа, зробив надійний голосовий зв'язок можливим. «Бездротовий зв'язок» (як інколи називали раннє радіо) швидко виявився неоціненним для зусиль під час війни: радисти з портативними передавачами могли попередити солдатів про атаку отруйним газом, даючи їм час надіти протигази” [183].

Але також і для цивільних, які могли стати жертвами військових атак у будь-який момент, аудіальні сигнали стали життєво важливими, адже вони могли як сигналізувати про небезпеку, так і вказувати на те, що вона минула. Про це згадує у своїх щоденниках В. Вульф: “...о 5 ранку Л. розбудив мене від миттєвого звуку зброї <...> [Зброя] стріляла дуже швидко, мабуть, у бік Барнса. Поступово звуки віддалялися й, нарешті, припинилися; ми повернулися до сну. Нарешті

здалеку я почула звуки труб (які сповіщали, що повітря чисте – *прим. авт.*) <...> мене вразило, наскільки сентиментальним був цей звук, і як тисячі стареньких дякували за цей звук” [250].

Цінність новин як засобу пропаганди та впливу на союзників не залишилась без уваги під час Першої світової війни. Тому для досягнення більшої підтримки з боку Америки Великобританія вдалася до конструювання медіареальності щодо подій війни, а також – фізичного пошкодження засобів передачі сигналів з Німеччини: “На початку війни, у 1914 році, Велика Британія зруйнувала німецькі атлантичні телеграфні лінії зв’язку зі Сполученими Штатами. Залишилася лише британська телеграфна лінія. Перекриття німецької телеграфної лінії фактично заблокувало передачу німецьких новин до Сполучених Штатів, і будь-які новини про війну в Європі повинні були спочатку пройти через Британію та її цензуру. Невдовзі новини з Європи були сильно упереджені щодо союзників, малюючи негативну картину Німеччини та Центральних держав. Згодом американська громадськість почала розглядати Німеччину як «буллера Європи» через її вторгнення до Бельгії” [220].

Крім безпосередньо роботі на фронті та передачі новин з поля бою, “Були також деякі експерименти з розвагами для військових через радіопередачу, з трансляціями, спрямованими на кораблі ВМС у морі та поранених моряків, які одужують у лікарнях. Показово, що 11 листопада 1918 року преса Військово-морського флоту США надіслала по радіо свою останню доповідь про війну, оголосивши про перемир’я” [220]. Дослідники зазначають [220], що на той час значного розвитку також набули військові пісні, радіодрами та освітні програми.

Роль радіо посилилась під час Другої світової війни. Адже у порівнянні з досвідом Першої світової війни, коли радіозв’язок тільки починав зароджуватися і деякі системи були незручними та маломобільними, у 1940-х роках він стало більш розвиненим. І саме тоді провідним стає формування медіареальності. Адже одночасно працює як цензурування радіостанцій усередині держави, так і

поширення власних наративів на ворожі країни. Як зазначають журналісти Суспільне Культура, “...міністр пропаганди нацистської Німеччини Йозеф Геббельс називав радіо "восьмою великою державою". Він ініціював масове вироблення дешевих "народних" радіоприймачів, аби кожне громадське місце було забезпечене репродукторами. Проте, ці пристрої не могли приймати іноземні станції” [18]. І додають: “Із 1 вересня 1939 року нацисти заборонили прослуховування іноземних радіопередач на території Німеччини – поширення інформації з них могло каратися смертю. А от у СРСР взагалі заборонили радіоприймачі – населення мало добровільно здавати їх на зберігання владі. Їх повернули лише після закінчення війни. Так люди виявилися залежними від вуличних гучномовців і провідних приймачів у квартирах” [18]. Таким чином, двоє глобальних акторів під час Другої світової війни обмежували доступ громадян/ок до інформації, створюючи інформаційний вакуум та послаблюючи імунітет до пропаганди.

Інформаційний вакуум – це потужний інструмент для формування медіареальності та зниження рівня критичного мислення серед населення. Науковець І. Підпригора писав, що «це результат інформаційної блокади, спрямований на завоювання інформаційної переваги над противником. Головною метою створення інформаційного вакууму є його подальше наповнення вигідною для зацікавленої сторони інформацією з метою впливу на свідомість, психіку, почуття й емоції військ та населення противника» [80]. У нашому попередньому дослідженні “Медіареальність як засіб впливу на громадську думку (на прикладі тимчасово окупованих територій Запорізької області”, ми наголошували: “...якщо мова йдеться про цивільне населення, то інформаційний вакуум – це стан, в якому виникають відчутні обмеження у доступі до актуальної, повної, правдивої та збалансованої інформації, що може призвести до когнітивних дисонансів, відчуття соціальної тривоги та страху, браку відчуття приналежності (до певної соціальної групи або народу у цілому) чи сприяти поширенню пропаганди та дезінформації” [8]. Таким чином, формуючи обмежену “картинку” щодо того, що

подавалося у радіоповідомленнях, владні структури під час Другої світової війни могли забезпечувати ефективність роботи пропагандистської машини.

У контексті впливу медіареальності під час Другої світової війни варто також згадати кілька епохальних промов, виголошених через засоби радіо того часу. Ми обрали виступи: принцеси Великобританії, майбутньої королеви Єлизавети II; А. Гітлера, В. Черчіля, Й. Сталіна та Ф.Д. Рузвельта для того, щоб більш детально оглянути їхній вплив на націю та інструменти, якими вони користувалися для забезпечення зміни поведінки аудиторію.

Почнемо з головного антогоніста Другої світової війни – А. Гітлера та його інструментів впливу через радіо на масову аудиторію німців. Зокрема, оглянемо кілька прийомів, якими користувався А. Гітлер у своєму зверненні до німецького народу у зв'язку з початком війни проти Радянського Союзу. Оскільки у промові він використовує цілий ряд різноманітних інструментів, дозволимо собі зачитувати кілька основних уривків. Зокрема, Гітлер багато разів посилається на зневажливу та руйнуючу політику Британії проти Німеччини, говорить про голод і бідність, яких зазнає німецький народ. Це дозволяє йому будувати наратив “ми проти них” або ж “свої проти чужих” та підживлювати ненависть проти ворога. Протиставляючи відбудовану Німеччину іншим країнам, він говорить: “...моментально відновилося сповнена ненависті політика оточення Німеччини. Зсередини і ззовні плелася відома нам змова євреїв і демократів, більшовиків і реакціонерів з єдиною метою перешкодити створенню нової національної держави і знову занурити Рейх в безодню безсилля і злиднів” [115]. Окрім цього, Гітлер звертається до спільних німецьких цінностей, історії країни та мрії про її відродження. Говорячи про політику Радянського Союзу, він розкриває “велику зраду” та маніпулює фактами.

Далі у його цитаті спостерігаємо формування іміджу розсудливого та турботливого “вождя нації”: “Націонал-соціалісти! Я зайняв в даному питанні позицію, яку тільки й міг зайняти як відповідальний вождь Німецького Рейху і як свідомий своєї відповідальності представник європейської культури і цивілізації”

[115], а також – рятівника Європи загалом: “Завдання цього фронту вже не захист окремих країн, а забезпечення безпеки Європи і тим самим порятунок всіх. Тому я сьогодні вирішив знову вкласти долю і майбутнє Німецького рейху і нашого народу в руки наших солдатів” [115]. На жаль, історичні паралелі з сучасною війною Росії проти України є очевидними.

У продовження огляду історичних виступів на радіо, зачитуємо промову 14-річної принцеси Єлизавети до дітей Британії під час війни (13 жовтня 1940 рік): “Бажаючи вам усім «Доброго вечора», я відчуваю, що звертаюся до друзів і товаришів, які розділили зі мною та моєю сестрою багато щасливих годин дитинства” [76]. На початку цього спічу королівська особа вдається до риторичного прийому об’єднання з аудиторією. І цей меседж буде повторюватися не тільки протягом цієї промови, а і надалі в житті Єлизавети II. На завершення виступу майбутня королева говорить: “Ми знаємо, кожен з нас, що зрештою все буде добре, бо Бог подбає про нас і дасть нам перемогу та мир. І коли настане мир, пам’ятайте, що ми, сьогоднішні діти, повинні завтра зробити світ кращим і щасливішим” [76]. Як ми можемо помітити з цієї промови, для формування медіареальності спічрайтери використовували словесні конструкції для наближення представниці монаршої родини до всіх інших дітей, зокрема, використовує слова “ми”; “кожен з нас”, “звертаюся до друзів і товаришів”. Зрештою, тут теж ідеться про формування медіареальності, адже розуміємо, що принцеса насправді не могла бути наближеною до своїх слухачів і слухачок. Утім, об’єднувальна мета була досягнута.

Іконічними в історії ораторського мистецтва вважаються три промови У. Черчилля: “Кров, піт і сльози”, “Ми будемо битися на пляжах” та “Їх зоряний час”. Дві перші були озвучені на станції BBC пізніше, а от промова “Їх зоряний час” повторювалась у прямому радіоефірі. Оглянемо кілька інструментів, використаних у кожній з промов.

Виголошуючи “Кров, піт і сльози” У. Черчилль створює “протверезливий” ефект для всього британського суспільства: “Я не можу запропонувати нічого,

крім крові, важкої праці, сліз і поту. На нас чекає суворе випробування. Перед нами багато довгих місяців боротьби та страждань. Ви мене запитаете, яким є наш політичний курс? Я відповім: вести війну на морі, суші й у повітрі, з усією міццю та силою, яку дає нам Бог; вести війну проти жахливої тиранії, яка перевершує будь-який людський злочин. Ось наш курс. Ви запитаете, яка наша мета? Я можу відповісти одним словом: перемога, перемога будь-якою ціною, перемога, попри весь жах, перемога, яким би довгим і важким не був шлях; тому що без перемоги не буде життя” [30]. У цій промові присутні посилання на спільні цінності (християнства, свободи, об’єднання нації проти спільного ставлення); риторичні запитання, що створює ефект діалогу; протиставлення добра і зла, тиранії та свободи тощо.

Мотивуючою та такою, що мала підняти бойовий дух, була промова “Ми будемо боротися...”. Зацитуємо: “Ми підемо до кінця, ми будемо битися у Франції, ми будемо боротися на морях і океанах, ми будемо битися зі зростаючою впевненістю і зростаючою силою в повітрі, ми будемо захищати наш острів, якою б не була ціна, ми будемо битися на узбережжях, ми будемо битися в портах, на суші, ми будемо битися в полях і на вулицях, ми будемо битися на пагорбах; ми ніколи не здамося і навіть, якщо так трапиться, у що я ні на мить не вірю, що цей Острів або більша його частина буде поневолена і буде вмирати з голоду, тоді наша Імперія за морем, озброєна і під охороною Британської Флоту, буде продовжувати битву, до тих пір, поки, в благословенний Богом час, Новий Світ, з усією його силою і міццю, не вирушить на порятунок і звільнення старого” [255]. Тут ще сильніше підкреслюється конфлікт між добром і злом, створюється образ британської нації як рятівника Європи, використовується рефрен для підвищення ефекту впливу від промови.

Виступ на радіо Й. Сталіна від 3 липня 1941 року про військовий напад гітлерівської Німеччини, у свою чергу, теж звертається до мотиву “зради” Німеччини. Подібно до Гітлера, Сталін підкреслює своє миролюбство та розсудливість, завдяки яким йому вдалося “виграти час” для консолідації війська

та забезпечити півтора роки мирного життя для громадян СРСР. Й. Сталін уміло маніпулює ідеями комунізму, звертається до минулого держави та її ідолів: “Необхідно далі, щоб в наших лавах не було місця скигліям і боягузам, панікерам і дезертирам, щоб наші люди не знали страху в боротьбі і самовіддано йшли на нашу Вітчизняну визвольну війну проти фашистських поневолювачів. Великий Ленін, який створив нашу державу, говорив, що основною якістю радянських людей повинні бути хоробрість, відвага, безстрашність у боротьбі, готовність битися разом із народом проти ворогів нашої Батьківщини. Необхідно, щоб ця чудова якість більшовика стало надбанням мільйонів і мільйонів Червоної Армії, нашого Червоного Флоту і всіх народів Радянського Союзу <...> Всі наші сили - на підтримку нашої героїчної Червоної Армії, нашого славного Червоного Флоту! Всі сили народу - на розгром ворога! Вперед, за нашу перемогу!” [14]. Помічаємо підбір лексики для створення відчуття єднання: зокрема, повторення слів “наші сили”, “наша перемога”, “наші люди”, “битися разом” тощо.

Ф.Д. Рузвельт використовував силу радіо ще до початку Другої світової війни та вдало конструював свій образ правителя за допомогою жорсткого контролю над власною медіаприсутністю та обмежень роботи журналістів/ок, щодо яких був дуже критично налаштований. Зокрема, дослідник Ф.В. Віллі зазначає, що під час свого правління він обмежував можливість цитування своїх слів (дозволялось використовувати тільки прямі цитати з прес-релізів, налаштовував адженду прес-конференцій за тими темами, які були вигідні для висвітлення йому та покараннями щодо тих, хто порушував його вимоги. Та сама взаємодія з журналіст/ками залишалася актуальною й під час Другої світової війни: “Прес-конференції Рузвельта під час війни відбувалися за знайомою схемою: він використовував багато своїх тактик ухилення <...> Він покладався на гумор, свої передконференційні жарти, свої засоби навішування ярликів і свій тиск, щоб відхилити запитання, які йому не подобалися. Під час війни він просто ухилявся від запитань такими жартами, як: «Це саме те, що Гітлер хоче знати»” [262].

Окрім цього, його серія радіопромов “Бесіди біля комина” (1933-1944) допомогли утримувати прихильність електорату. Вдало сконструйований образ дружньої атмосфери та щирої розмови з ефектом присутності, розмовний стиль оповіді сприяли популярності та умовного зв’язку Ф.Д. Рузвельта зі слухач/ками з усієї Америки [262].

Телебачення стало новою віхою в історії впливу медіа на хід подій. Започатковані у попередні періоди існування журналістики традиції формування медіареальності як реальності другого порядку набирають обертів разом із появою та розвитком телебачення. Дослідниця Н. Літінська зауважує: “Телебачення виявилось для людини модератором нової соціальної реальності, тобто нового рівня його буття, зробивши грандіозні зміни в соціальному та особистому житті кожного члена суспільства. Будучи найпотужнішим інструментом трансформації свідомості, ця форма аудіовізуальності зробила революцію в людському сприйнятті і мисленні, організувала масштабну перебудову роботи нервових клітин мозку, включивши творчий і конструктивний підхід до вирішення нових нестандартних соціальних завдань” [61].

Інша українська дослідниця Ю. Літвінова підкреслює: “Телебачення стало основною “культурною зброєю” суспільства і головним творцем синтетичних культурних моделей (розваг у поєднанні з інформацією – за Дж. Гербнером). Оскільки більшість телестанцій спрямовані на одну і ту ж аудиторію і залежать від порівняно узагальнених, формалізованих і повторюваних типів програм та сюжетів, то ТБ можна трактувати як стабілізатора і транслятора соціальних моделей” [60]. Вважаємо, що такий погляд на роль телебачення з точки зору соціології є корисним у контексті нашого дослідження та розуміння інструментів впливу тележурналістики на масову аудиторію.

Окремого успіху телебаченню вдалося досягти для формування певних наративів за допомогою системності. Так, до прикладу, дослідник Ю. Каганов зазначає, що “в моделі конструювання «радянської людини» вдавалися до кумулятивного ефекту повідомлень ЗМІ. Багаторазове повторення однієї і тієї ж

інформації від різних авторитетних джерел інформації (преса, радіо, телебачення), діяло як навіювання на свідомість. Щоб впровадити у свідомість аудиторії певну інформацію, спонукати людей поділяти якісь судження, думки, оцінки, а потім і здійснення відповідних дій, поряд з навіюванням використовувалось й переконування” [185].

З іншого боку, вестернізація телебачення та використання реклами для іноземного мовлення США теж мало місце. Зокрема, дослідники Л. Бурштин і Д. Кантоні дійшли висновків: “Західне телебачення впливає на склад споживання через рекламу. Витрати на категорії товарів із більшою часткою рекламного часу на західному телебаченні до об’єднання Німеччини після 1990 року були вищими в районах, охоплених західним мовленням. Наше унікальне налаштування дозволяє провести чіткий аналіз причинно-наслідкового впливу тривалого впливу реклами на споживчу поведінку, оскільки східні німці, які могли дивитися західнонімецькі трансляції, не були цільовою аудиторією реклами” [199].

Тележурналістика та розвиток технологій зйомки дали журналіст/кам свободу у висвітленні історій і виборі тем для висвітлення. Д. Мой і М. Ордольтф у своєму підручнику “Телевізійна журналістика” зазначають: “Від новин через повідомлення і до репортажу вони (тележурналісти - прим. авт.) надають телевізійним редакціям інакший погляд на події, ніж класичні репортери. Зручними, непримітними камерами вони знімають у тісноті БТР у зоні бойових дій, супроводжують хворого на рак під час останнього перебування в клініці або швидко знімають кілька кадрів на пресконференції команди третьої ліги” [68].

Не менш важливим досягненням тележурналістики є те, що вона здатна здійснювати вплив на емоційному рівні та створювати ефект присутності: “Відеожурналіст може ліквідувати фізичну відстань між іноді громіздкою знімальною групою та дійовими особами. Ця близькість часто дозволяє відеожурналістові створювати особливу емоційність у своїх кадрах” [68].

Телебачення у глобальному вимірі стало інструментом так званої м'якої сили. Серед кейсів впливу телебачення на історичні події варто згадати: війну у В'єтнамі (1955–75 рр.), президентські дебати 1960 року між Річардом Ніксоном і Джоном Ф. Кеннеді; висадку на Місяць у 1969 р.; та теракт 11 вересня 2001 р. Коротко оглянемо вплив телебачення на ці події.

Війну у В'єтнамі називають “першою телевізійною війною”, адже тогочасні журналіст/ки мали значно більше свободи у висвітленні війни через телебачення, формували ефект присутності та документували воєнні злочини та зловживання під час війни. Саме широке висвітлення війни, на думку дослідниці Дж. Кратц, стало чинником, яке сприяло “розділенню” американської нації щодо участі у війні: “Журналісти писали щоденні репортажі та записували свої історії на місцях. Це дало американцям більш реалістичний погляд на життя своїх солдатів, і їм не сподобалося те, що вони побачили” [194].

Тогочасний президент США Ліндон Б. Джонсон, підкреслюючи вплив трансляції воєнних дій на свідомість американців, заявив під час свого звернення до Національної асоціації мовників: “Я думав про багато разів на тиждень, коли телебачення приносить війну в американський дім. Ніхто не може точно сказати, який вплив ці яскраві сцени справляють на думку американців. <...> Але вчора ввечері телебачення використовувалося, щоб передати інше повідомлення. Це було послання миру. Мені спало на думку, що медіум дещо краще підходить для передачі дій конфлікту, ніж для драматизації слів, які лідери використовують, намагаючись і сподіваючись покласти край конфлікту” [194]. На нашу думку, Л. Б. Джонсон сформулював у цьому зверненні виклик, з яким і зараз стикаються медійники при висвітленні важливих подій, а саме “привнесення телебаченням війни у будинки”. Адже і зараз, під час висвітлення подій війни Росії проти України, в українському суспільстві та науковому колі виникають дискусії щодо етичних і безпекових стандартів при показі військових дій, а також актуальним залишається запитання щодо ефекту звикання, яке виникає унаслідок тривалої демонстрації жорстоких сцен насильства, яке відбувається у зонах бойових дій.

Президентські дебати 1960 року у США стали першими, які транслювалися по телебаченню. Журналіст Бі-Бі-Сі Г. Ерман писав: “Вперше така велика кількість виборців побачила обох кандидатів немов перед собою. Зовнішній вигляд кандидатів, їхній голос і впевненість в собі тепер мали не менше значення, ніж слова” [29]. Однак, як він згадує у своїй публікації, Р. Ніксон зневажив підготовкою до теледебатів, зокрема, пропустив репетицію, виглядав знервованим, не знав, як правильно розмістити себе у кадрі і до того ж, мав травму, яка впливала на його зовнішній вигляд у студії. Найгіршим моментом для Р. Ніксона на теледебатах, як зазначає Г. Ерман, був момент, коли глядачі мали змогу побачити, як краплі поту стікали по його обличчю.

Оглядач Детектор медіа наголошує на контрастному ефекті, якого вдалося досягти Дж. Ф. Кеннеді завдяки участі у теледебатах (рис. 2.1.9), що зрештою принесло йому перемогу: “Мільйони американців уперше побачили на екранах телевізорів двох суперників віч-на-віч. Контраст був разючим: життєрадісний, сповнений енергії, рішучості та доброзичливості Джон Ф. Кеннеді та похмурий, нервовий Ричард Ніксон, який з’явився в телестудії, не вилікувавши травми, й справляв враження відлюдкуватого мізантропа” [102].



Рис. 2.1.8. Зовнішній вигляд опонентів на теледебатах 1960-го року. Фрагменти: GETTY IMAGES.

Однак, незважаючи на у загальному позитивний вплив теледебатів на демократію, дослідниця О. Прасюк попереджає і про можливі негативні наслідки цього явища, які включають творення потрібної тому або іншому учаснику медіареальності: “Теледебати між кандидатами на пост президента є важливим елементом сучасних виборів, який дозволяє стисло, цікаво та динамічно інформувати виборців про політичні програми кандидатів, робити висновки про їх комунікативну та професійну компетентність, не виключаючи, однак, можливості використання ними маніпулятивних прийомів впливу на аудиторію, проголошення популістських гасел та декламування заготовлених політичних спічів” [84].

Щодо трансляції висадки на місяць, журналіст The Guardian Е. Ентоні завважує, що телебачення дало можливість засвідчити реальність цієї значимої події для мільйонів: “Отже, телебачення задушливе, нудне, ліниве, шаблонне, передбачуване, повторюване і нудотно-мелодраматичне; і це приголомшливо, оригінально, нав’язливо, змінює свідомість і чудово верифікує. <...> висадка на Місяць змогла надихнути теоретиків змови, які вважали, що все було влаштовано на знімальному майданчику. Але уявіть, якою була б ця мить 20 липня 1969 року без телебачення – більше схожа на фантастичні чутки, ніж на історичну подію, свідком якої став увесь світ” [135]. І справді: за даними Суспільне Культура, посадка місії Аполлон-11 (рис. 2.1.8) є найпопулярнішою телевізійною трансляцією, яку “дивилися від 125 до 150 мільйонів глядачів” [23]. Це зауваження медійника повертає нас до наріжного каменя дослідження, а саме питання про те, чи можуть після появи розвинених інформаційно-комунікаційних технологій факти вважатися дійсними без подальшого засвідчення та висвітлення їх у медіа. Це наштовхує нас на подальші роздуми та дослідження про те, що медіареальність є основною засадою легітимації подій.



Рис. 2.1.9. Фрагмент телетрансляції місії Аполлон-11. Фрагмент: Bill Wood.

Теракт 11 вересня 2001 року у США (далі у тексті – 9/11) став одним із наймасовіших у світовій історії та забрав життя 2996 осіб. Вищезгаданий нами журналіст The Guardian Е. Ентоні коментує: “Було щось тривожно порнографічне в потребі знову і знову бачити більше й під різними кутами удару. Але телебачення живило цю ненаситну потребу, і світ повернувся за всім, що могло запропонувати телебачення. Тому я так і не зрозумів питання: «Де ви були, коли [вказіть знаменну історичну подію] сталася?» Бо майже завжди відповідь: «Перед телевізором»” [135]. Цей коментар про 9/11 наштовхнув нас на думку про те, що первинне у запитанні про попит аудиторії та висвітленні медіа? Чи справді медіа піддається впливу аудиторії та подає інформацію, яку вона прагне отримати, чи навпаки – підживлює токсичне бажання глядачів/ок ставати свідками трагедії? Якою б не була відповідь, ми переконані: при висвітленні травмуючих подій, журналіст/ки завжди мають послуговуватися основними принципами журналістики та професійною етикою. Найважливішою, на нашу думку, якістю, яка має бути присутня у кожному/ній, хто працює з чутливими темами, має залишатися емпатія. Це підтверджують і рекомендації Дарт Центру журналістики та травми по роботі з жертвами або постраждалими: “Перш за все, будьте точними і не вдавайте співчуття. Це не можна підробити. Висловлюйте щирі співчуття якнайшвидше та в уважних тонах підтримки. Використовуйте підтримуючу фразу на кшталт «Мені шкода, що це трапилося з вами», а не більш різку фразу «Як ви себе почуваєте?» або суперечливе «Я знаю, що ти відчуваєш», що негайно призведе до втрати довіри” [260].

Таким чином, телебачення стало майданчиком, на якому медіареальність проявилась якнайскравіше. Ефект присутності, можливість мовити без втрати оперативності, правильне позиціонування та побудова іміджу, легітимація подій, які відбулися, – усе це інструменти, за допомогою яких телебачення формувало порядок денний у XX столітті та творило паралельну реальність.

Не перебільшенням буде сказати, що епоха Інтернету докорінно змінила комунікацію та стала відправною точкою для масового та швидкого поширення фейкової, неточної або зманіпульованої інформації. По-перше, завдяки Інтернету з'явився ширший вибір майданчиків для поширення новин (зокрема, нові медіа: онлайн-блоги, соціальні мережі, Інтернет-плеєри тощо). По-друге, значно розширився інструментарій для творення медіареальності, зокрема, відкрилися ширші можливості для маніпулювання текстами, контекстами, фотографіями та відео.

Окрім цього, Інтернет стає місцем для відтворення негативних ефектів медіареальності, зокрема, ефекту інформаційної бульбашки. Комунікаційниця та авторка проєктів з медіагігієни О. Мороз коментує: “Інформаційна бульбашка – це стан інтелектуальної ізоляції, спричинений персональним підбором алгоритмами цифрових платформ контенту для користувачів” [43]. На нашу думку, інформаційні бульбашки небезпечні тим, що вони формують у людини хибне відчуття безпеки та викривлену реальність щодо явищ, які відбуваються навколо. На цьому ж наголошують і журналісти Детектор медіа: “У цьому полягає феномен Facebook – феномен порожньої мильної кулі. Інтернет формує ілюзію свободи, якої не існує в реальному житті через диктаторський режим. Таким чином, в онлайні люди почуваються в безпеці, але насправді вони відірвані від реальності” [123].

Наостанок пропонуємо ознайомитись з найбільш наближеною до сучасності та українського контексту історичної події, що триває і досі, – повномасштабної війни Росії проти України. Адже саме ця війна показала силу та вплив Інтернету на свідомість громадян/ок, причому як ворожої держави Росії,

так і України. Нескінченні фейки, які Росія почала продукувати щодо українців/ок ще до 2014 року, стали зброєю в інформаційній війні. Утім, вони усі об'єднані спільною метою: формуванням іншої, медійної реальності щодо війни, окупації та воєнних злочинів росіян на суверенній українській території. Для досягнення цієї цілі використовуються такі інструменти, як: підживлення наративів, маніпуляції, неправдива або частково правдива інформація, “демонізація” ворога тощо.

Російські наративи сприяють поширенню ідей “русского мира”. Вони характеризуються емоційним забарвленням, одноманітністю та частим використанням різними медіа для закріплення їх у суспільній свідомості. Серед таких наративів варто відзначити: наратив про єдиний або ж “братній народ”; “Криму краще в Росії, ніж в Україні”, а також так звана “Кримська весна”, “Україна вас кинула”, “Свої проти чужих”, “ми проти них” або ж “Захід – ворог, який хоче знищити Росію”, “Україна – неспроможна держава” тощо [9]. Детальніше тему інструментів маніпуляції та подання фейкової або неповної інформації розглянемо у підрозділі 2.3.

Таким чином, лише короткий огляд кейс-стаді з історії журналістики вказує на те, що медіареальність існувала ще з часів Стародавнього Риму, Греції та Китаю та продовжує свій розвиток у наші часи. Рукописні та друковані газети, оповіді, публічні та риторичні виступи, перформанси, телеграф, радіо, телебачення та Інтернет – це не просто канали для поширення інформації, а майданчики для побудови реальності другого порядку. Брак критичного мислення, інформаційний вакуум і цензурування призводять до того, що для деяких індивідів ця реальність набуває основного значення. Вважаємо цю частину нашого дослідження цікавою та плідною для подальших наукових розвідок і розуміння того, як краще формувати стійкість до дезінформації.

2.2. Протестні рухи та медіа в Україні: точки перетину

У попередньому підрозділі ми звертались до хронографічної типізації впливу медіареальності на історичний розвиток суспільства, спираючись на таймлайн К. Л. Ендрес. Але у цій частині нашого дослідження ми пропонуємо оглянути вплив медіа на протестні рухи, спираючись на вже відомі нам канали комунікації: преса, фотографія, радіозв'язок, телебачення, Інтернет і соціальні мережі. Обмежимо хронологічні рамки дослідження ХХІ століттям, адже саме у цьому столітті роль медіа є ключовими у підсиленні або навпаки – дискредитації протестних рухів. На цьому наголошують автори книги “Медіація та протестні рухи”, говорячи про вирішальну силу видимості протестів: “Для протестних рухів і активістів медіа-помітність є важливою для досягнення суспільного визнання та для викриття причин активістів і структур громадського руху. Засоби масової інформації <...> є основними каналами, через які досягається публічна видимість” [209]. Також для звуження географічних рамок дослідження та максимального проектування його на українські реалії, спиратимемось на всеукраїнські протестні рухи – з 1990 року по сьогодні. Для глибшого огляду впливу медіа на протести в Україні ми склали вибірку з кількох знакових для української історії соціальних рухів. Для більшої репрезентативності ми обирали рухи з різними вимогами, тривалістю проведення протестів і кількістю учасників/ць, що можна простежити у вибірці у таблиці 2.2.1. Для отримання попередньої інформації для вибірки ми зверталися до джерел [17], [46], [85].

Таблиця 2.2.1. Групи для кейс-стаді

<i>Назва протесту та рік проведення</i>	<i>Кількість учасників /ць (якщо відома)</i>	<i>Тривалість</i>	<i>Основна соціальна група</i>	<i>Вимога / ціль протесту</i>	<i>Доцільність у вибірці</i>
Революція на граніті	158	16 днів	студенти, молодь	недопущення підписання нового союзного договору;	незважаючи на невелику кількість

				перевибори Верховної Ради УРСР; націоналізація майна Компартії України й ЛКСМУ; відставка голови Ради Міністрів УРСР Віталія Масола.	учасників/ць, відіграла роль у встановленні Незалежності, учасники/ці досягли деяких своїх вимог, мобілізація суспільства
Страйки шахтарів Донбасу	важко оцінити, понад 1,5 млн	несист емно кілька років	шахтарі, профспілки	підвищення заробітної плати шахтарям; референдум щодо недовіри президенту та Верховної Ради	регіональний і професійний аспект протестів, методи залучення медіа та масовість
“Україна без Кучми”	близько 20 тисяч	84 дні	політична опозиція, громадські організації та профспілки	Відставка Президента Л. Кучми; розслідування вбивства журналіста Г. Гонгадзе	залучення політичної опозиції, зв’язок з Г. Гонгадзе, тривалість, роль медіа та політичне забарвлення протесту
Помаранче- ва революція	близько 1,5 млн	65 днів	політична опозиція, громадські організації та профспілки	невизнання результатів 2-го туру голосування за Президента 2004 року	учасники/ці досягли деяких своїх вимог, мобілізація суспільства, кількість учасників/ць, вплив на історію
Протести проти російської окупації українських міст	важко оцінити	здебіль шого - лютий- бере-зе нь 2022 (місяць)	мешканці міст, які опинились в окупації, активісти	проти російської окупації українських міст	вплив на перебіг війни, використання медіа для впливу, світовий вимір, консолідація суспільства

Продовження Таблиці 2.2.1. Групи для кейс-стаді

Відправною точкою у цьому підрозділі стане визначення того, чим є протестні рухи та які їх основні характеристики. Професор П. Гастон у своїй лекції “Думаючи про соціальні рухи соціологічно” дає таке визначення

протестним (або ж соціальним рухам): “Соціальний рух можна визначити як свідоме, організоване зусилля групи людей брати участь у колективних діях, спрямованих на зміну деяких звичайних аспектів суспільства за допомогою позаінституційних засобів” [171]. Щодо характеристик, то їх подає у своєму дослідженні соціолог Ч. Тіллі: “Соціальні рухи містять суттєві прошарки суспільства, такі як робітники, жіночі групи, студенти, молодь та інтелектуальний компонент. Ці різні сектори інтересів суспільства будуть пов'язані однією спільною скаргою, яка в більшості випадків буде спільним відчутним браком демократії в конкретній політичній ситуації” [247].

Але, вважаємо, такого об'єднання навколо спільної ідеї неможливо було б досягти без каналів масової комунікації. Тож пропонуємо розглянути, яким чином різні канали медіа допомагали консолідувати українців і українок навколо соціальних рухів за зміни.

Усна комунікація та соціальне мережування – основоположний інструмент у практиці протестних рухів. До цієї групи впливу входять й обмін інформацією між учасниками/цями протестних рухів, і залучення нових учасників/ць, і гасла, які виголошуються, і публічні прояви та перформанси діячів/ок подій. Серед гасел Євромайдану, до прикладу, були такі: «Україна – це Європа»; «Європа починається з тебе»; «Молодь нації за євроінтеграцію»; «Студенти за ЄС»; «Я Є» тощо [98]. На нашу думку, вони чітко допомагали сформувати головні цінності цього протестного руху та передати їх іншим учасникам/цям.

Що стосується безпосередньо медіа та PR, примітним є те, що у багатьох вищезгаданих нами у табл. 2.2.1 рухів були власні прес-центри оргкомітетів акцій протесту (до прикладу, Рухінформцентр під час Революції на граніті, окремий медіаресурс “Майдан”, що виник під час акції “Україна без Кучми”, прес-центр Євромайдану тощо). Це свідчить про організованість учасників/ць акцій і розуміння важливості донесення меседжів на ширшу аудиторію за допомогою скоординованих з медіа дій.

Друкована преса мала важливу роль для побудови медіареальності навколо протестних подій, особливо у 1990-х на – початку 2000-х років. Їхній вплив на історію протестних рухів простежується ще і у тому, що вони справді допомагають зберегти спадок і задокументувати події, адже є носієм інформації більш матеріальним і таким, що має змогу зберігатися значно надійніше, ніж етери радіо чи телебачення або ж сторінки в Інтернеті. Ще однією перевагою у цьому відрізку хронології була більша оперативність порівняно з не зовсім мобільними медіа.

Саме завдяки роботі журналістів/ок для висвітлення Революції на граніті ми маємо змогу отримати архівні історії цих подій і репортажні фото їх учасників/ць. До прикладу, “Газета «Вечірній Київ» була однією з перших, хто активно висвітлював доленосний протест. <...> Звістка про голодуючих студентів була опублікована на шпальтах «Вечірки» вже 4 жовтня (протести почалися 2 жовтня – прим. авт.), коли для киян стало зрозуміло, що просто так вони не розійдуться і налаштовані серйозно” [35].

Споглядаючи архівні фото газети “Вечірній Київ” (додаток А) ми бачимо образи, які формують медіа: це молоді, сповнені рішучості та запалу люди, їх фото часто зображені в динаміці. На загальних фото вдається побачити масштаб події. Також використання журналістом елементів репортажу формує ефект присутності: “маленького полотняного містечка, яке на очах у здивованих киян з'явилося на холодному граніті центрального майдану міста. І студентський наметовий табір, і пам'ятник вождю мають свою охорону. Студентська вирізняється чорними пов'язками на головах. Однак вона, на відміну від сусідів на пам'ятнику, цілком беззбройна” [35]. За допомогою використання великої кількості епітетів автору вдається створити медіареальність навколо тогочасних подій, яка збережена і до сьогодні. Окрім цього, для досягнення більш драматичного ефекту публікації автор вдається до протиставлення, контрасту та конфлікту: минулого та теперішнього, **молоді та Леніну, беззбройності та**

озброєння, демократії та тоталітаризму. Однак, звернемо увагу на те, що тон повідомлень у “Вечірньому Києві” є радше нейтральним.

Від попередньої газети значно відрізняється видання Київської крайової організації УРП “Київський час”. На архівних сторінках цього медіа (додаток Б) редактори формують позитивний імідж щодо протестувальників, використовують заклики (“Молодь України, підтримай нас!”, “Народе, стань гідним своїх синів!”, “Слава героїчним студентам!” тощо), емоційно забарвлену лексику (“Конвульсії більшовицьких маразматиків”, “Кулак бандократа”, “І став депутат Іудою...” тощо), карикатури на тогочасних політичних діячів [54]. Це медіа виконує функцію не спостерігача та ретранслятора, а прямого учасника протесту, закликаючи інших студентів/ок до консолідації та єднання навколо ідеї незалежності. Це пояснюється тим, що це видання організації, яка була однією з тих, хто брав участь у протестах. Однак, ми маємо зазначити, що безпосередня участь журналістів/ок у протестах створює конфлікт інтересів і призводить до порушення стандартів професії.

Паралельна медіареальність існувала на шпальтах радянських медіа й в архівних документах радянської номенклатури. Так, до прикладу, у доповідній записці заступника завідувача ідеологічного відділу ЦК КПУ М. Бабія в ЦК КПУ «Про деякі політичні процеси та тенденції у студентському середовищі» (від 16 серпня 1990 р.) згадується таке: “Напруга посилюється і внаслідок поширення серед молодих людей утриманських, споживацьких настроїв, незадоволеності рівнем життя і навчання” [54], а у доповідній записці в ЦК КПУ про акцію голодування студентів у м. Києві. (3 жовтня 1990 р.) згадують: “Войовничий націоналізм, екстремістські настрої, озлобленість проти всього, що об’єднувало народи СРСР, особливо проти комуністів не дозволяють вести мову про будь-який розумний діалог з ними. Ці настрої поділяє частина людей, що зібралися на площі Жовтневої революції. Більшість засуджує **ГОЛОДОВКУ** студентів, обурюється тим фактом, що вона проходить під націоналістичними, антирадянськими гаслами, заважає нормальному життю киян. Не знайшов

відгуку і заклик голодуючих до жителів міста допомогти їм теплою одежою від холоду” [54].

Провладні газети (на зразок, “Правди України”) подають інформацію про учасників/ць мітингу у зневажливому тоні. Серед тих заміток (додаток В) про Революцію на граніті, що привернули нашу увагу, варто виділити: “Толпа – еще не народ”, “Люди, будьте бдительны – демократия в опасности! Обращение ветеранов-антифашистов к украинскому народу”, “Оксанка – борец за идею, или о чем говорят возле палаточного городка студентов, объявивших голодовку”, “Кто заказывал беспорядки. Что узнали журналисты на брифинге МВД УССР” [134]. Таким чином, автори заміток творять медіареальність, в якій дискредитують рух за незалежність України, називаючи його “замовним”, “войовничо-націоналістським”. У матеріалі “Люди, будьте бдительны – демократия в опасности! Обращение ветеранов-антифашистов к украинскому народу” апелюють до ОУН-УПА, “необандерівщини” тощо. А от у матеріалі “Оксанка – борец за идею...” цікавий тим, що у наратив у ньому теж побудований на конфлікті. Однак, на відміну від попереднього матеріалу, минуле (“возмущается старичок с чемоданом, показывающий на плакат...”) зіштовхується з майбутнім і виступає в образі мудрого, досвідченого чоловіка, який протистоїть молоді, який в аргумент за те, що без Росії буде краще, говорить: “А без ее нефти и газа? – переводит разговор в практическую плоскость седовласый гражданин с орденом на груди”. Вважаємо, що згадка ордену у матеріалі не даремна – вона символізує впізнаваний образ, який, можливо, апелює до Другої світової війни. Окрім цього, журналіст дозволяє собі у матеріалі зменшувально-пестливі звернення до однієї з героїнь: “Оксанка”, “Ах, Оксаночка, Оксаночка...”, що на нашу думку, є неприпустимим і свідчить про зневагу до людини та ейджизм з боку медійника [134].

Таким чином, боротьба між демократією та тоталітаризмом знайшла своє відображення не тільки на “граніті”, але і на сторінках різноманітних друкованих видань – у вигляді трьох різноманітних медіареальностей тих подій.

Страйки шахтарів Донбасу відбувалися кількома хвилями: як за часів до Незалежності, так і після її здобуття (зокрема, у 1989, 1990-1991-х, 1993, 1995, 1998 рр.). Страйки 1989-1991 років привернули увагу історика, професора Нью-Йоркського Університету Данієла Валковіца, який поїхав на Донбас досліджувати робітничий рух. Результати його дослідження стали основою для документального фільму “Perestroika from Below / Перебудова знизу” (режисери Д. Валковіц і Б. Абраш). Динамічна музика для посилення драматичного ефекту, найрізноматніші ракурси та плани зйомок (від загального до деталей), замальовки з вулиць Донбасу та з робочого процесу шахтарів – усе це інструментарій, яким користуються автори фільму для відтворення тогочасної дійсності. Цікаво також те, що автори намагаються дотримуватися балансу сторін, надаючи платформу для висвітлення як і протестувальникам, так і представникам владних структур.

Але **собливо** вирізнявся страйк 1998 р., який називали “Великим”. Саме останній викликав чималу увагу засобів інформації через масовість, незвичайну форму протесту (хода до Києва з Першотравневого Дніпропетровської області) та екстраординарні події, які траплялися під час (до прикладу, самоспалення шахтаря Олександра Михалевича).

Провідну роль у медіатизації протесту зайняло телебачення, про що згадують автори матеріалу “Шахтарські протести. Шлях до Незалежності”: “Ходу **намагалися** замовчувати центральна преса. Проте, разом із гірниками в похід відправилося Незалежне павлоградське телебачення. Камери не вимикалися впродовж дня. На ранок касети передавали в Павлоград, де ці безкінчені "стріми" дивилося все місто” [11]. Саме завдяки кадрам “Незалежного павлоградського телебачення” події страйків були задокументовані та згодом були використані при створенні матеріалів про події тих часів (“Шахтарські протести. Д/ф «Чуєш гуркіт касок?» | НАШІ 30”). Цей кейс, на нашу думку, став найбільш успішним прикладом висвітлення протестів у медіа. Про значимість цього телебачення згадує свідок подій та засновник

“Незалежного павлоградського телебачення” Ігор Ледін: “Цікаво було дивитись, як порожніли вулиці, коли наше телебачення починало показувати новини” [107]. Це важливо, адже в етері рідні та близькі страйкуючих могли побачити їх, почути привітання та зрозуміти, чи усе з ними добре. Окрім цього, журналісти допомагали передавати інформацію з міст до протестувальників, на важливості чого наголошує учасник страйку шахтарів 1989 року: “Якщо б ми не були пов’язані отак інформаційно, то колона, мабуть, захлинулась би” [107]. Надання голосу протестувальникам, підтримка зв’язку з рідними містами і консолідуючий ефект – це, на нашу думку, одна з основних функцій, які виконували ці телематеріали.

Під час випуску від 19-го травня журналісти “Незалежного павлоградського телебачення” говорять: “Увечері 19-го травня нарешті була прорвана інформаційна блокада. 1+1, Інтер і навіть УТ дали коротку інформацію про страйк шахтарів західного Донбасу. І це лише на 4-й день акції” [107]. На нашу думку, саме гіперлокальність медіа “Незалежне павлоградське телебачення”, розуміння регіонального контексту, постійне перебування поруч з колоною (журналісти робили зйомки під час походу, фіксуючи буденні дії тих, хто страйкував) допомогли їм досягти успіху у взаємодії з аудиторією та довіри самих протестувальників.

Іншим, не менш потужним засобом впливу, були репортажні фотографії. Аналізуючи архівні фото, зокрема, Укрінформу, бачимо майстерність фотографів/инь, які документували події. Завдяки їм навколо страйків була сформована динамічна медіареальність: драматичні портрети робітників важкої та небезпечної професії; масштабні фото колон, які рухаються до Києва; напружені фото сутичок між озброєним “Беркутом” і беззбройними протестувальниками (приклади у додатку Г).

У кампанії протестів “Україна без Кучми” також не останню роль відіграли медіа. Період правління Президента України Л. Кучми відзначився дуальними процесами: з одного боку, на медіаринку з’являються нові потужні

ЗМІ (зокрема, у 2000 році було засновано Інтернет-видання “Українська правда”), українські медійники/ці опановують нові інструменти для роботи з аудиторією, але з іншого боку – свобода преси стає викликом, чимало журналістів/ок зазнають цензурування та переслідувань, у країні поширюються так звані темники як крайня форма медіареальності (“пряма вказівка засобові масової інформації, що має на меті змінити собою редакційну політику цього ЗМІ і таким чином вплинути на точку зору аудиторії ЗМІ щодо тих чи інших суспільних подій” [111]) тощо. Апогеєм протистояння незалежних журналістів/ок і тодішньої влади стає викрадення та вбивство засновника “Української правди” Георгія Гонгадзе 17 вересня 2000 року.

А вже “28 листопада 2000 року, через два місяці після зникнення ГОНГАДЗЕ, лідер Соціалістичної партії Олександр МОРОЗ поінформував Парламент і журналістів про те, що він володіє таємними записами розмов Президента КУЧМИ та високопоставлених урядових чиновників, які проливають світло на вбивство ГОНГАДЗЕ. За словами МОРОЗА, в бесідах, записаних співробітником Служби Охорони Президента Миколою МЕЛЬНИЧЕНКОМ, беруть участь КУЧМА та його найближчі помічники – Глава Адміністрації Президента Володимир ЛИТВИН, Міністр внутрішніх справ Юрій КРАВЧЕНКО та керівник СБУ Леонід ДЕРКАЧ, які обговорюють діяльність ГОНГАДЗЕ і вирішують, як з ним бути” [39]. Так званий скандал з плівками Мельниченка став однією з передумов виникнення акції “Україна без Кучми”.

Для початку зазначимо: медіареальність розгорнулась щодо самих “касет Мельниченка”, адже впродовж багатьох років після їх оприлюднення та за умов відсутності прямої відповіді Л. Кучми про автентичність записів було опубліковано чимало протилежних версій про оригінальність і плівок і, відповідно, відповідальності Кучми. Так, до прикладу, дослідник Д. Костюк згадує про щонайменше одну версію про те, хто відповідальний за вбивство Г. Гонгадзе, – російські спецслужби. Він цитує генерал-лейтенанта О.

Скіпальського: «... спрацювали російські агенти, били не по Кучмі, били по Україні, щоб вона не пішла в НАТО» [52].

Протести активно висвітлювали ЗМІ, формуючи численні медіареальності навколо нього. Так, до прикладу, деякі провладні канали випускали сюжети з негативною тональністю щодо акції: “найбільший державний телеканал «УТ-1» разом із приватним ICTV демонстрували сюжети, які мали на меті дискредитувати протест” [52]. Одним із прикладів є документальний фільм “PR”, створений журналістом Ч. Кловером і оприлюднений на телеканалі ICTV. У фільмі зачитували співкоординатора акції "Україна без Кучми" В. Чемериса, однак пізніше він виклав листа зі спростуванням інформації, викладеній у фільмі, та заявив про монтаж його цитати: “я підкреслював, що опозиція не отримувала грошей на проведення акцій протесту. Ви ж пробуєте переконати глядача, що акції протесту фінансувалися американськими фондами і в підтвердження цього використовуєте монтаж моїх слів”; “монтувати таким чином можуть тільки нечесні люди, даючи тим самим привід іншим нечесним людям спекулювати на "створених з повітря" сенсаціях” [50].

Окрім цього, автори “Детектор медіа” згадують про викривлену медіареальність щодо подій “Україна без Кучми” на шпальтах газет. Зачитуємо: “Яскравий приклад – перша шпальта «Киевских ведомостей» за 20 грудня 2000 року. На ній зображено величезну демонстрацію «України без Кучми». Гасла заретушовані, зате чітко видно прапори. Під заголовком «Парламент встречал демонстрантов» іде анонс «Вчера многотысячная демонстрация защитников украинской державы и ее Основного закона прошла по центру Киева и достигла парламента...» [78]; “Про саму ж «Україну без Кучми» – зо два абзаци: «прорыв заграждения... вышел спикер Плющ...» і геніальний фінал: «Зазвучали призывы идти к администрации Президента (тоді це слово писали винятково з великої, на відміну від, скажімо, «парламент» – Тиждень). Но это были реплики «генералов». В пылу словесных баталий они забыли о «войске» – народ потихоньку разошелся. Морозит, однако...» [78].

Дослідниця О. Сирінська теж згадує про спроби дискредитації руху, однак, додає інформацію про ті видання, які подавали оперативну інформацію з місця подій: “Радіо, телебачення й газети висвітлювали акцію як маргінальне явище. Найбільш оперативно інформацію з наметового містечка продовжували передавати інтернет-сайт "Українська правда" та укр. редакція Радіо "Свобода"” [103]. Окрім цього, активісти акції створили власний інформаційний ресурс – вебсайт акції “Майдан” (додаток Г), на якому з’являлась інформація про акцію, працював форум, завдяки якому активіст/ки могли комунікувати між собою та координувати спільні заходи, а також з’являлися переклад новин іноземними мовами. У статті О. Сирінської також знаходимо згадку про те, що активісти акції користувалися засобами електронного зв’язку для привернення уваги медіа та нових учасників/ць: “17 грудня на сайті пам’яті Г. Гонгадзе з’являється заклик «ВСІМ! ВСІМ! ВСІМ!», який учасники акції розсилали електронні адреси, а також на факси ЗМІ” [103].

Варто також згадати, що ці протести привернули увагу багатьох міжнародних видань, серед яких: Washington Post, BBC News, PBS, danskukrainsk.dk (Dansk-Ukrainsk Selskab), The Guardian, Eurasianet тощо. Окрім цього, згодом ця акція протестів була трансформована в інший рух – “Повстань, Україно”, ініційований переважно політичною опозицією тогочасного Президента України Л. Кучми.

Наступним важливим протестом в історії України стала Помаранчева революція – це “акції протесту українських громадян, викликані масовими фальсифікаціями президентських виборів 2004 року на користь провладного кандидата Віктора Януковича” [1]. Можна сказати, що журналістика та протести стали взаємозалежними явищами, адже вони обидва допомагали одне одному трансформуватися та спричиняти вплив. Це підтверджують слова тогочасного керівника служби новин “П’ятого каналу” Андрія Шевченка: “Ми можемо сказати, що у нас відбулася телевізійна революція. У нас телебачення змінилося. Ми отримали помаранчеве телебачення, помаранчеву журналістику

із суттєвим перекосом на цей момент у бік Ющенка. Навіть ті канали, які впродовж останніх років методично обливали лайном Ющенка, опозицію, вони просто відкрито почали підтримувати Ющенка. <...> Це прорив. Це революція, про що ми журналісти не могли мріяти роками. Люди, що вийшли на вулиці, допомогли нам зробити те, що ми самі не могли зробити раніше” [15].

Про журналістську революцію, яка передувала початку Помаранчевої революції, згадують автори Детектор медіа: “28 жовтня журналісти п'яти національних телеканалів – «Інтера», Нового, НТН, ТОНІС та ICTV – заявили про політичний тиск на їхні медіа й своє небажання виконувати темники. За кілька днів під заявою, яка була опублікована «Детектор медіа», стояли підписи 346 журналістів з усієї країни” [108]. Чимало журналістів/ок у той період звільнилися зі своїх посад через тиск на їхню роботу.

Саму ж Помаранчеву революцію висвітлювали у медіа досить активно. Але превалюючу роль у формуванні протестного руху зайняв саме Інтернет, про що згадує історик С. Єскельчик: “Іще тодішні вимірювання впливу інтернету показали, що опозиційні сили змогли використати повністю і в дуже ефективний <...> спосіб, наявні інтернет-джерела того часу. <...> Важливим інструментом була масова розсилка. Коли треба було розіслати якийсь image, то йшлося не про живий перегляд, скажімо, відео на сайті соціальної медіа, а про фотографію, яка власне розсилалася мейлом від одного учасника до іншого” [31].

Однією з форм такої боротьби стало звернення до фотографій у вигляді зовнішньої реклами на бігбордах. Зокрема, українці/ки стали звертатися до “модифікацій” бігбордів (тоді на форумах їх називали “бігморди”) Януковича у вигляді зафарбування його обличчя фарбою. Зокрема, на форумі сайту “Майдан” був розміщений маніфест “Той, хто стріляв”: “Біг-морг – це мій персональний засіб масової інформації. Клякса на морді Януковича – мій короткий та зрозумілий для всіх месідж. Я не можу довести в їхньому суді, що "бігморг" якось надто багато для скромного бюджету виборчої кампанії п.

Януковича. Я не можу заявити в ток-шоу чи новинах про те, що я думаю про цього кандидата і як я його насправді підтримую. У них є телебачення, радіо та газети. У мене є інтернет та фарба в руці” [110]. Важливим аспектом було те, що акція набула подальшого руху через Інтернет, долучались активісти/ки, які розфарбовували “бігморди” по всій Україні, записували про це відео та ділилися на форумі тощо. Анонімність в Інтернеті дозволила їм робити це без хвилювань за власну безпеку, але з подальшим масовим ефектом. Більше фотоархівів та скріншотів про цей кейс – у додатку Г.

Тоді ж набирали популярності віральні відео та політичні меми. Мемі у той час стають не тільки гумористичними картинками чи відео, а і засобами донесення смислів та цінностей, на чому наголошує науковиця Л. Чернявська: “В умовах, коли інтернет-користувачам доводиться приймати та декодувати величезну кількість інформації, яка в багато разів перевищує те, що сприймається людьми, які перебувають поза інтернетом, влучно підібране зображення сприяє поширенню тієї чи іншої новини в просторі інтересів користувачів мережі. <...> З його допомогою компенсують недоліки опосередкованого контакту, а через взаємодію візуального та вербального компонентів тексту формують різноманітні смисли, значущі для учасників комунікації.” [120]. До прикладу, віральними на той час стали відео про кидання яйця в Януковича, емоційно забарвлена критика опонентів Януковича, яких він називає “козлами”, та обіцянка під час теледебатів забезпечити “щоб наші громадяни себе відчували в небезпеці” [118]. Завдячуємо архіву цих відео опозиційному “5 каналу”, адже: “...відеоролик треба було розміщувати на якомусь сервері у певному форматі (.wmv, .mp4 тощо), а потім давати на нього лінк, щоб люди качали і дивилися. Тому відео не набуло великого поширення. Ситуацію перевернув "5-ий канал", який почав вішати на свій сайт найбільш знакові ролики. Їх качали і обговорювали” [45]. У таких відеомемах ми також бачимо прояви медіареальності, адже фрази або обмовки для мемів часто використовують поза контекстом, створюючи той або інший імідж політика/ні.

Іншою, не менш важливою формою медіареальності, яка вплинула на сприйняття кандидатів у Президенти В. Ющенко та В. Януковича, стала агітаційна реклама та джінса. В. Янукович активно застосовував ці технології як для просування своєї кандидатури, так і побудові медіареальності навколо свого опонента. Одним із найбільш сумнозвісно відомих прикладів такої медіареальності є антиреклама про “сорті українців” (додаток Д). У ньому політтехнологи застосовували принцип “Розділяй і володарюй”, звернувшись до тригерного мовного питання. За допомогою цієї політичної агітації вони створили паралельну реальність, в якій українці діляться на “сорті” за мовною ознакою та регіональним походженням.

Архівний матеріал “Історичної правди” також звертається до агітаційної реклами на шпальтах тогочасних найпопулярніших газет “Сегодня” та “Факты” як до сконструйованими політтехнологами та піарниками В. Януковича паралельної реальності: “Відсутність протилежної точки зору, фіктивні експерти, неправдиві заголовки, облизування влади... Більшість мешканців України до листопада 2004 року жила у старанно вибудованій кількома людьми віртуальній реальності” [86]. Детальніше про приклади можна дізнатися у додатку Е. Проаналізувавши детальніше архів фото тогочасних видань, ми помітили використання таких інструментів: “демонізація” опонента (звернення до теми нацизму та порівняння В. Ющенко з А. Гітлером, новини про те, що представники команди В. Ющенко брали участь у побитті людини, нападах, підпалі виборчого штабу у Донецьку та знищенні агітаційних матеріалів Януковича), зустрічається мова ворожнечі (“націоналісти-відморозки”); залякування українців (“у випадку перемоги В. Ющенко на території України будуть розгорнуті бази НАТО”), звернення до невідомих авторитетів і псевдо-експертів, конспірологічні теорії (“США поставили на Ющенко”, “Причиною “отруєння” Ющенко могли стати уколи омолодження” та “Астролог Павло Глоба: на вибори Президента України негативно вплинуть сонячне та місячне затемнення”), маніпуляції статистичними даними тощо.

Конструювання медійної реальності спостерігалось і щодо самого протестного руху Помаранчевої революції. Одним із найбільш впізнаваних і мейнстрімних прикладів такого дискредитаційного конструювання образу протестувальників є спіч, виголошений дружиною В. Януковича Людмилою: “Дорогі друзі, я з Києва, я можу сказати, що там робиться. Там просто помаранчевий шабаш! Значить, стоять валянки рядами... – все скрізь американське! І гори помаранчевих апельсинів. І це на тлі: "Помаранчеве небо..." Це просто... Це жах! І хочу вам сказати, що ці апельсинки не прості, а наколоті. Люди беруть апельсин, з'їли – взяли інший. І вона тягнеться і тягнеться – рука. Зараз я їхала сюди – були новини. І сказали – на площі масове отруєння почалося. Часті випадки звернення до лікарні. Людей везуть із менінгітом! До чого ми дожили! І стоять, і стоять! Очі просто луб'яні!” [131].

Схожі меседжі, зокрема про радикальне налаштування українців і західний вплив, з'являлись і у російських тогочасних ЗМІ і офіційних заявах російських політиків. Про це згадує дослідник П. Артимишин: “Крім того, депутати російської Держдуми почали звинувачувати у втручанні у внутрішню політику України країни Заходу, які, мовляв, “деструктивно впливають на розвиток ситуації на Україні” та “підштовхують до небезпечних дій радикально налаштовану частину населення України, що загрожує масовими заворушеннями, хаосом, розколом країни” [1]. На нашу думку, саме Помаранчева революція стала тригером для розвитку широкомасштабної інформаційної війни Росії проти України, зокрема, за рік після неї почало мовити телебачення Russia Today, уже зараз відоме як головне джерело російських фейків і дезінформації.

Помаранчева революція продемонструвала ціннісний вибір українців і українок щодо демократичного та проєвропейського вектору розвитку та отримала широке висвітлення у міжнародних медіа: Deutsche Welle, BBC News, The Times, The New York Times, Washington Post, Radio Free Europe/Radio Liberty, Routledge тощо.

Майже десять років після подій Помаранчевої Революції українцям знову довелося відстоювати свій європейській вибір під час формування нового протестного руху. Значну роль у цьому відіграли медіа та соціальні мережі, адже цей вияв соціального спротиву почався з допису на той час журналіста М. Найєма на Facebook: “Таразд, давайте серйозно. Ось хто сьогодні до півночі готовий вийти на Майдан? Лайки не рахуються. Тільки коментарі під цим постом зі словами “Я готовий”. Як тільки набереться більше тисячі, будемо організовуватися” [74]. Йдеться про Євромайдан і Революцію Гідності.

Не викликає жодного сумніву той факт, що вони стали визначним етапом у розвитку української історії та обранні демократичного шляху. Так само гострим постає питання дослідження конструювання медійної реальності навколо цих важливих подій, зокрема, і з боку російських ЗМІ, які демонізували ці події та перетворили їх на засіб залякування свого місцевого населення. Саме тому окрему увагу Євромайдану та Революції Гідності, зокрема, медіареальностям, в яких ці протести були відображені, ми приділимо детальніше у розділі 3.1 “Емпіричне дослідження інструментарію конструювання медійної реальності щодо подій Євромайдану та Революції Гідності”.

Одним із найбільш актуальних проявів громадянського спротиву стали протести проти окупації російськими військами українських міст на початку повномасштабного вторгнення у лютому-березні 2022 року (тоді активність протестів набула найбільш пікового розвитку, а далі у зв’язку з безпековими питаннями перейшла у форми підпільних, партизанських рухів і рухів інформаційного спротиву). Ми вважаємо необхідним досліджувати ці антиокупаційні мітинги для збереження історичної пам’яті, подальших практик **комеморації** та побудови стратегічного наративу України.

Географічно протести відбувались у Запорізькій, Херсонській, Харківській, Сумській, Київській і Луганській областях. Про реальну кількість учасників/ць та загальну тривалість цих мітингів судити важко, оскільки вони

відбувались не завжди системно, активно придушувались з боку окупантів. Виникали також і проблеми висвітлення цих протестів у медіа, адже російські військові боролися проти свободи слова шляхом викрадення та погроз журналістам/кам, взламу сайтів і захоплень редакцій; приглушенням Інтернет та телефонної комунікації; фізичним руйнуванням теле- та радіостанцій; окрім цього, актуальними були безпекові питання для учасників/ць акцій спротиву.

Ключовими для меморіалізації цих подій і подальшого висвітлення їх у всеукраїнських і міжнародних медіа стали свідчення очевидців, зокрема, фото, відео та прямі ефіри, які вони проводили у своїх соцмережах під час проведення акцій мирного спротиву. Саме завдяки оперативності передачі інформації за допомогою соціальних мереж і месенджерів українці на підконтрольних уряду України територіях і іноземці мали змогу побачити спротив наших громадян і масовість цих явищ. Це дозволило спростувати ворожий наратив про популярність проросійських настроїв серед жителів східної та південної частини України. Також важливу роль у висвітленні протестів зіграли локальні та гіперлокальні медіа.

Звернемось до основних інструментів, які допомагали формувати українську медіареальність навколо подій протестів. У першу чергу, на нашу думку, варто згадати образи, за допомогою яких українські медіа формували сприйняття протестів. Адже загальновідомі, архетипові, міфологізовані образи допомагають швидше діяти на підсвідоме та краще засвоювати інформацію, мотивують до дій, про що згадує Л. Брудницька: «Підсвідомість оперує образами. <...> Якщо цей образ апелює до одного з двох глибинних (за Маркузе) інстинктів (задоволення і руйнації), то людина отримує імпульс до прийняття певного рішення. Витіснені у підсвідоме у процесі розвитку цивілізації („соціалізації” людини), ці інстинкти зберігають свій вплив на поведінку людини» [4]. Л. Чернявська зазначає, що “Міфи базуються на архетипах (котрі завжди запарелелені із національним буттям, неусвідомлювані установки, котрі керують колективним несвідомим), а їх поширювачами є

образи, іміджі та ін” [119]. На нашу думку, національне буття українців/ок тісно переплетене з концептом свободи, волі та боротьби, та архетипами Героя групи (за Ст. Б. Шафером [227]), міфами про “золотий вік” та “обраність” (за Е. Смітом [234]), які, у свою чергу, репрезентуються засобами маосової інформації. Серед заголовків та фраз, які використовувалися у всеукраїнських виданнях, можна помітити такі: “нескорені”, “вільні”, “міста-герої”, “хорообрі” тощо. Ці лексеми є репрезентантами вищезгаданих архетипів і міфів.

Якщо говорити про візуальні образи, представлені під час висвітлення протестних рухів, варто згадати про фотографії, зроблені або самими учасниками/цями протестів, або ж журналістами (додаток Є), плакати та транспоранти (додаток Ж).

Варто згадати кілька ключових об’єднувальних факторів цих візуальних рішень. На фотографіях з протестів, до прикладу, архіву Texty.org.ua “Мирний спротив на окупованих територіях” [20], домінують дальні або загальні плани (для демонстрації масштабу протестів), але також можна помітити і портрети. Превалюють у фото жовто-блакитні кольори як символ України та національного **супротиву**. Також на багатьох фото можна помітити виражений контраст між “своїми” та “чужими”: окупанти переважно вдягнуті у кольори болотного або чорного кольору, тоді як мирні містяни мають з собою яскраві елементи, що чітко виділяють їх на тлі російських військових.

Плакати та транспоранти відображають ключові меседжі протестів. На прикладі матеріалів Суспільного про протести на Херсонщині [3], [113], Запоріжжі [66], [112] можна помітити, що переважали плакати та транспоранти зі словами “Херсон – це Україна”, “Мелітополь – це Україна”, “Енергодар – це Україна”; згадки про волю та свободу; протиставлення українців росіянам; слова по типу “РуZZкие домой!” або “Україна переможе”. На деяких транспорантах і плакатах присутня нецензурна лексика “Путін *****” та “Русский военный корабль, иди на...”. Останній, до речі, на нашу думку, став

одним із яскравих прикладів складника національного міфу під час повномасштабного вторгнення.

Активної форми та віральності під час цих протестних рухів набули меми. Меми під час повномасштабної війни Росії проти України, як зазначає Л. Чернявська, стали одними з візуальних форм медіареальності. Цьому сприяли такі їх характеристики: “здатність легко поширюватись завдяки активності користувачів-поширювачів (вірусність/віральність), ігрова основа та легкість форми, хаотичність розвитку та синергетичність” [119]. Не можемо не погодитися, адже справді, меми ставали популярними серед Інтернет-користувачів, оскільки несли характер розваг, гри, розвантажували психіку українців/ок за допомогою гумору. Серед визначних прикладів мемів у контексті протесту проти окупації (додаток 3) були: відео з жінкою з Генічеська, яка 24 лютого говорила російським окупантам: “Ви прийшли на нашу землю? Якого хріна ви прийшли? Покладіть насіння собі в кишені, щоб, коли вас уб'ють, проросли соняшники” [122]; меми про Конотопську відьму, яка погрожувала окупантами прокляттями; меми про Чорнобаївку; роми, які вкрали танк; меми про паляницю, які допомогли визначати, чи перед вами окупанти тощо.

Продовжуючи тему гумористичного аспекту комунікацій у медіа, варто зазначити, що не менш важливу роль у протестних рухах відіграли Телеграм-канали і загалом комунікація у цьому месенджері. Як зазначають О. Кочетков та Н. Виговська, вони “використовуються для мобілізації та координації протестних рухів, політичних груп та активістів. Вони стають платформою для обміну інформацією, організації акцій та мобілізації мас. Завдяки шифруванню та конфіденційності, що притаманні телеграм-каналам, їх використовують як інструменти у боротьбі за права, свободу слова та прозорість у суспільстві” [53]. Дослідники Я. Дворак і Н. Стеблина зазначали, що “український сектор Телеграму демонструє визначний інструмент спротиву російській агресії. Якщо до 24 лютого популярні телеграм-канали поширювали

сумнівний контент, а також наражалися на постійну критику щодо дотримання професійних стандартів, то після вони знайшли свій спосіб долучитися до інформаційної війни. І гумор – це, безперечно, їхній провідний внесок” [25]. Телеграм, завдяки його налаштуванням конфіденційності, **дозволяла у** перший час координувати рухи опору на тимчасово окупованих територіях; також через впливових Телеграм-інфлюенсерів поширювалась інформація про збори та донати, розповсюджувались **актуальними** новини. Однак, поруч із усіма його перевагами, буде об’єктивно згадати і про недоліки: зокрема, про потенційний зв’язок Телеграм з російськими спецслужбами та оперативність під час поширення фейків і дезінформації.

У контексті дослідження протестних рухів проти окупації варто згадати і про медіареальність, створену ворожими та окупаційними медіа навколо цих подій. Зокрема, деякі повідомлення, які поширювали ці засоби масової інформації були спрямовані на те, щоб дискредитувати рухи опору, назвати його замовними, применшити їх масштаби. Так, до прикладу, у публікації видання Известия.ru від 27.03.2022 було розміщено матеріал, в якому нібито містянин тимчасово окупованого Мелітополя дав коментар російському журналісту: “За словами місцевого жителя, країна має бути вільною від нацистів та нейтральною. Націоналістів із міста вибили швидко” [32] або ж у повідомлення РІА.Новости від 26.02.22: “...російські підрозділи здійснили марш і, не зустрічаючи опору, увійшли до Мелітополя. Місцеві жителі вітали військових, деякі пенсіонери виходили на вулиці із червоними прапорами” [33]. Примітно, що російська служба ВВС у вигляді максимально стислої замітки “Бердянськ, Херсон, Каховка. Як пройшли проукраїнські мітинги 20 березня” подали таку коротку інформацію: “...У Херсоні на проспекті Ушакова зібралося десятки людей, звучав український гімн” [2]. Однак, ця інформація не є повністю правдивою, адже на відео Суспільного Херсон від 20 березня 2022 року видно, що протестувальників насправді кілька тисяч (додаток И) [113].

Здебільшого ж інформацію про протести про окупації у російських новинах замовчували. Натомість, до прикладу, подавали повідомлення про гуманітарні конвої, направлені в тимчасово окуповані міста для порятунку. Однак, тактично замовчували, що саме російське вторгнення стало причиною гуманітарної кризи в українських містах. Зокрема, наведемо кілька цитат: “Хочу, щоб люди не страждали, щоби мир був. Я люблю росіян. Я вам вдячна, що ви віддаєте своє здоров'я та душі, щоб людям зробити добре. Я тільки за вас, тільки за мир, щоб бути разом і не воювати. Нині привезли допомогу. Я стала в чергу, взяла поїсти”, – розповіла мешканка міста” (публікація про Мелітополь від 05.03.2022 [10])

Окремим складником колонізаційного дискурсу та ворожої медіареальності є вживання лексем “звільнені” або “новодоєднані” міста щодо тимчасово окупованих територій; конструкції “республіки Мелітополь, розташований на півдні Запорізької області України”.

Детальніше медіареальність, сконструйовану на тимчасово окупованих територіях представниками так званої “окупаційної влади” та російськими пропагандистами, ми досліджували у статтях [10], [8], [7].

Медіареальність – це важлива частина протестних рухів, адже за допомогою поширення меседжів у засобах масової інформації чи соціальних мережах може як допомогти громадянам/кам консолідуватися навколо певної ідеї, підтримувати між собою комунікацію чи транслювати новини щодо власної боротьби на глобальному рівні, так і нашкодити, якщо опозиційні до протестантів канали інформації поширюють дискредитаційні матеріали, демонізують учасників/ць протестів чи поширюють новини із очевидним заменшенням інформації про кількість тих, хто бере участь у соціальних рухах. Замовчування інформації також є складником конструювання медіареальності. Лише побіжний огляд ключових подій у протестному русі в Україні вказує на те, що обширність інструментарію побудови медіареальності та її вплив на подальший розвиток подій важко переоцінити.

2.3. Інструменти конструювання медійної реальності

З попередніх двох підрозділів можна зробити висновок, що інструментарій конструювання медійної реальності є диверсифікованим. До того ж, з розвитком нових інформаційних технологій він постійно оновлюється. Проаналізувавши джерельну базу та кейс стаді світових і українських прикладів побудови реальності другого порядку у засобах масової інформації, можемо виділити основні інструменти конструювання медійної реальності.

З огляду на наші попередні результати, таке конструювання особливо помітно у контексті важливих історичних, політичних чи суспільних подій або явищ. Це дуже влучно підкреслив у своїй книзі У. Ліппман: “Адже те, що реально циркулює у ході історії, – це не системне представлення <...>, а мінливі імітації, репліки, підробки, аналогії та викривлення цих представлень у свідомості окремих людей” [200].

У цьому дослідженні ми користуватимемося поняттями та гіпотезами соціальних комунікацій, згаданими у розділі 1, а також термінами й явищами журналістики. Отже, такими інструментами є:

1. **Преференційність**, яка лягає в основу абсолютно всіх матеріалів у ЗМІ. За визначенням О. Зернецької, це поняття означає надання переваг окремим аспектам події, висвітлення тих акцентів, які на суб’єктивний погляд журналіста є більш важливими. Авторка пише: “Преференції “формують” серцевину процесів переконування, дезінформації та контролю над мисленням публіки <...> Один із способів впливу <...> на розуміння події, яка висвітлюється в новинах – маніпулювати тим, яка інформація важлива, а яка – ні, застосовуючи для цього багато прийомів її подачі” [41]. На нашу думку, використання цього інструменту помітне у тій або іншій мірі у всіх матеріалах щодо протестних рухів, зокрема, у підборі тем для висвітлення та обранні “героїв” або “антигероїв”, а також у зміщенні акцентів і приклеюванні ярликів.

2. Поруч із преференційністю доцільно буде згадати **маніпуляції та оманливий вплив**, до яких можуть вдаватися журналісти при висвітленні певних подій реальності. Дослідник А. Захарченко зазначає: “оманливий вплив може проявлятися у формі спотвореного висвітлення зв’язків між фактами, спотвореної помітності фактів, зрештою, спотворених історій – наративів, які хибно описують розвиток подій у реальності та будову її систем”. При цьому дослідник розділяє дві “граничні випадки неточності” у медіа: “неточності, пов’язані з неповним відтворенням реальності”, які можуть призвести до “викривленого уявлення про світ у користувача”, а також – “моделі, які містять спотворені факти, або зв’язки між ними, або ж зв’язки між компонентами системи та історію її зміни”. Остання, наголошує дослідник, має бути оцінена як оманливий вплив [36].

На сьогодні існує розлога класифікація видів маніпуляцій і оманливого впливу. Серед тих, що на нашу думку, можуть бути дотичними до контексту цього дослідження, наведемо такі (за матеріалами [65]):

2.1. **«Анонімний авторитет»** – звертаючись до невідомих «авторитетних джерел» журналісти впливають на сприйняття реципієнтами матеріалу і підвищують рівень довіри до нього.

2.2. **«Емоційний резонанс»**. Небезпечний, тому що спирається на емоційну складову життя споживача медіа та покликаний викликати емоції.

2.3. **«Буденна розповідь»**. У контексті теми цього дослідження саме цей метод є одним із найбільш небезпечних, оскільки «...використовується для адаптації людини до негативної інформації. <...> якщо потрібно приручити людей до насильства, крові, убивств, злочинів усякого роду, то благовидний телеведучий зі спокійним обличчям і рівним голосом, як би між іншим, повідомляє Вам щодня про найтяжчі злочини. Через кілька тижнів такої обробки населення перестає реагувати на найдивовижніші злочини і масові убивства, що трапляються в суспільстві» [65]. Такий медіатекст є патогенним.

2.4. **«Навішування (або приклеювання) ярликів»** – це прийом, який характеризується створенням «ярликів» (вживання неймінгів, здебільшого – образливих) по відношенню до певних людей, рухів, організацій або соціальних явищ. Часто йде у зв'язці з іншими методами пропаганди [65].

2.5. **«Демонізація» ворога** [65] – прийом пропаганди, який здебільшого використовується у війнах (у т.ч. інформаційних), метою якого є повна дегуманізація протилежної сторони, представлення її як суто руйнівної сили взагалі без моральних принципів. Використання такого інструменту призводить до деструктивних наслідків (згадаємо демонізацію євреїв у нацистській Німеччині).

Пропагандистські методи разом із розвитком інформаційної сфери та технологій зазнають змін, взаємодоповнюються та модифікуються, тож ми додали лише короткий перелік тих інструментів, які, вважаємо найбільш дотичними до конструювання медійної реальності.

3. Згідно до поглядів Н. Лумана, **тип видання, періодичність його виходу** теж є інструментами конструювання медійної реальності: «...від щоденних новин необхідно відрізняти – незалежні від подій дня – коментарі. Їх новинна цінність не базується на часі, що спливає рівномірно для всіх, а витікає із гіпотетичного рівня поінформованості публіки або тої її частини, до якої вони звернені. <...> головна мета таких матеріалів – компенсування часової, швидкоплинної природи новин» [65]. Саме тому для більшої репрезентативності результатів дослідження в емпіричній частині ми аналізуватимемо різні за якістю та періодичністю видання.

4. **Жанрова специфіка** теж може бути промовистою. До прикладу, використання звітів або заяв формує відповідний фреймінг події; замітки сприяють формуванню враження розгортання подій у місці й часі, у той час як художньо-публіцистичні й аналітичні матеріали роблять повідомлення про події глибшими та емоційніше сприймаються читачами.

4.1. Вважаємо, що **репортаж** як жанр інформаційно-публіцистичної журналістики найповнішою мірою відображає процес творення медіареальності (згадаємо «ефект присутності»). Через це доцільно використовувати поняття «**репортажні елементи**» як один із інструментів, що використовують ЗМІ для конструювання реальності подій.

5. Одним із інструментів конструювання медіареальності є **конфлікт**: «...Із зовнішнім конфліктом усе зрозуміло – є дві або більше сторін, є кривдники й скривджені, можливо, порушений закон <...> Коли ж явної драми немає, потрібно знайти приховану, внутрішню. Для прикладу, якщо людина у скруті, автор доброго репортажу знайде в ній надію, оптимізм» [90].

Хочемо зазначити, що журналістика, яка висвітлює протестні рухи (навіть суто інформаційна) завжди закладає в основу конфлікт: у матеріалах завжди присутнє протистояння між учасниками протесту та його опонентами (наприклад, владою); також закладаються ціннісні та ідеологічні протиріччя: наприклад, конфлікт проєвропейського та антиєвропейського; минулого та сучасного тощо.

6. Одним із композиційно важливих елементів для журналістських матеріалів про історичні події є **ретроспектива**, оскільки вона допомагає тримати читачів «...в тому єдиному часі, де ми зараз перебуваємо, але з ретроспекцією: що було раніше і що буде потім. Ви маєте змогу переносити читачів у різні місця й різні часи, а разом із тим вести й конструювати лінію подій, що відбувається зараз» [83]. На нашу думку, ретроспектива – допоміжний інструмент у контексті висвітлення подій протестних рухів, оскільки матеріали стосуються масштабних у часі подій і часто можуть потребувати додаткового пояснення читачам. Окрім цього, використання цього інструмента сприяє покращенню практик меморіалізації у майбутньому.

7. Для творення якісної картини медіареальності журналіст повинен вміти вдало застосовувати **стилістичні прийоми, засоби експресивного синтаксису**. Про це В. Павлів писав так: «...журналіст використовує: описи, цитати,

фрагменти листів, асоціативну передачу кольорів, запахів, емоційної атмосфери тощо. <...> Репортаж мусить бути динамічним: короткі речення, чіткі формулювання, інтрига на самому початку» [77]. Подібні рекомендації, на наш погляд, доречні не лише для репортажу, а й взагалі для всіх матеріалів про суспільно важливі події.

7.1. Визначною синтаксичною особливістю конструювання медіареальності є **парцеляція**, яка «...передбачає структурно-семантичне та інтонаційне вичленування однієї або декількох одиниць-фраз за межі речення, що постають комунікативно достатніми лише в сукупності з базовою частиною» [72].

8. **Лексичні засоби** (зменшено-пестливі форми слів, рефрени, фразеологізми, алюзії, тропи, фемінітиви і жаргонізми) – це окрема група вербальних інструментів творення медіарельності, метою якого є підвищення привабливості тексту для аудиторії за рахунок збільшення художності й образності тексту. Як зазначає О. Глушко, «Образи, як відомо, стимулюють думку читача, пояснюють незвичне за допомогою мовного звороту, переносного вживання слова. Водночас вони допомагають відкрити несподівані грані відомих явищ, надають знайомим предметам нового забарвлення» [22]. Додамо, що художні засоби переважають у репортажу та публіцистичних матеріалах.

9. **Сюжетні лінії**. Дослідник А. Захарченко згадує про них, як про “тематичний інформаційний потік, який триває щонайменше кілька днів, складається з повідомлень не про одну, а про різні події в певній системі, і зазвичай містить коментарі зацікавлених осіб та експертів щодо цих подій. <...> Системний підхід у цьому випадку є ключовим: для правильної класифікації треба усвідомлювати, що кожна новина є описом зміни в певній системі реальності” [37]. Вважаємо, що застосування сюжетних ліній притаманне журналістиці протестних рухів, особливо, коли вони надають таймлайни щодо розвитку подій, публікають апдейти новин про протести й акції, додають

бекграунди та гіперпосилання на попередні матеріали однієї і тої ж сюжетної лінії.

10. **Цінності.** У психологічному словнику зазначається, що це: «...поняття, яке використовується у філософії і соціології для позначення об'єктів, явищ, їхніх властивостей, а також абстрактних ідей, що втілюють у собі суспільні ідеали і виступають завдяки цьому як еталон належного» [125]. Оскільки ціннісний аспект закладений в основі протестних рухів, помітним є і апелювання журналістів/ок до цінностей як аудиторії, так і учасників/ць протестів. Пишучи про роль ЗМІ на формування ціннісної моделі суспільства дослідник О. Дубас зазначає про дуальність медійного впливу: “Висвітлюючи щодня громадське життя, вони пропонують суспільству готові ціннісно-змістовні й поведінкові моделі, які можуть не тільки консолідувати суспільство, досить ефективно знімати соціальну напруженість, але й підривати позитивну консолідацію й психологічну стійкість соціуму шляхом створення й просування в маси негативних ціннісних образів” [95].

Згадаємо для зразку вищенаведені приклади апеляцій до християнських цінностей, використані під час Хрестових походів; конструювання європейських цінностей у епоху раннього модерну; апелювання до спільних цінностей, яке використовували усі визначні політики під час радіопромов і медіакомунікацій під час Другої світової війни.

У контексті повномасштабного вторгнення Росії проти України не можемо не згадати про цінності як інструмент творення медіареальності й інформаційного зараження населення. Досліджуючи специфіку масової комунікації в Україні, С. Квіт аналізував й особливості російсько-українських відносин у площині ЗМІ. Виданий ще у 2008 році, його підручник застерігає стосовно агресивної інформаційної політики Росії, яка будується на ціннісному протиставленні: “Ціннісний вибір України автоматично протиставляє її Росії», «...російська мова продовжує розглядатися як засіб агресії, «щит і меч» імперії», «Держава-агресор завжди намагається знайти «спільне» історичне

коріння з метою обґрунтування власної «місії», територіальних претензій та відвернення уваги власного населення <...>” [49].

Висновки до розділу 2

У другому розділі дослідження ми з'ясували історичну роль медіареальності. У ході дослідження було виявлено, що вона існувала ще за часів зародження пражурналістських явищ і з розвитком інформаційно-комунікаційних технологій її вплив тільки зростав. Зокрема, було досліджено вплив журналістики та медіареальності як її “побічного ефекту” на основі періодизації, запропонованої К. Л. Ендрес: найдавніша історія журналістики та найдавніші інформаційні листки; технологічні досягнення у друкарстві (віха 1 та виробництво паперу); занепад журналістики на Заході; технологічні досягнення у друкарстві (віха 2); технологічна революція 19-го століття (що включає у себе епохи: фотографії, телеграфу, розвиток друку, інші технологічні покращення); радіо; телебачення; Інтернет.

Проаналізовані історичні віхи розвитку журналістики вказують на те, що медіареальність як побічний ефект масової комунікації та засіб здійснення впливу на аудиторію існував ще в античні часи. Так, до прикладу, у дослідженні наведено приклади формування Цезарем медіареальності щодо війни проти Галлії. З'ясовано, що епоха пражурналістики відзначалась особливим впливом на військові події.

Подальший розвиток технологій призвів і до урізноманітнення впливу медіареальності на споживачів. Зокрема, цей вплив знайшов відображення в: інтерпретації даних переписувальниками новин; просуванні певних ідеологій; використанні публічних промов і перформансів як мотивувального елементу під час військових кампаній; віральних інформаційних кампаніях; застосуванні протосоцмереж; конструюванні концепту “Європа” та спільної європейської

аудиторії і ринку новин; використанні фото, телеграфу, радіо, телебачення та Інтернету як інструментів впливу на поведінку споживачів й отримання переваг у військових діях.

Аналіз точок перетину медіа та протестних рухів в Україні після здобуття незалежності (Революції на граніті, страйків шахтарів Донбасу, акції “Україна без Кучми”, Помаранчевої революції та протестів проти окупації українських міст після 24.02.2022) продемонструвало вплив журналістської діяльності на хід протестів. Зокрема, було з’ясовано, що медіа мають змогу не тільки посилити, а і дескредитувати протестні рухи, що відбувалося у випадках висвітлення Революції на граніті, акції “Україна без Кучми” та Помаранчевої революції. Окрім цього, медіа можуть виконувати важливу консолідуючу функцію: про це свідчить аналіз роботи журналістів/ок під час висвітлення страйків шахтарів Донбасу та протестів проти окупації. Різноманітними є й інструменти впливу засобів медіа на перебіг протестних рухів: це і створення координованих прес-центрів протестних рухів для поширення ключових меседжів; і формування ефекту присутності; і публікація замовних матеріалів і пропаганди; і цензурування та перешкоджання професійній діяльності журналістів; і створення віральних інфокампаній, флешмобів, мемів тощо.

Медіареальність та протестні рухи є явищами взаємозалежними: оскільки журналістика не може лишатися осторонь суспільного попиту на висвітлення інформації про соціальні рухи за зміни, а останні, у свою чергу, потребують медіа для привернення нових учасників/ць та поширення своїх ідей. Окрім того, засоби масової інформації сприяють покращенню практик меморіалізації визначних історичних подій. Серед інструментів, які лягають в основу конструювання медіареальності можна назвати такі: стереотипи, фреймінг, метод селекції, маніпуляції думками, оманливий вплив, використання конфліктів, використання дій/дійових осіб, акцент на порушенні норм, методи пропаганди, преференційність, жанрова специфіка, репортажні елементи, образний інструментарій, сюжетні лінії та цінності тощо.

РОЗДІЛ 3

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНСТРУМЕНТАРНО КОНСТРУЮВАННЯ МЕДІЙНОЇ РЕАЛЬНОСТІ ЩОДО ПРОТЕСТНИХ РУХІВ

3.1. Конструювання медійної реальності навколо подій Євромайдану та Революції Гідності

У рамках цього дослідження першочерговим завданням було встановити, якими інструментами конструювання медійної реальності щодо протестних рухів в Україні користувалися національні та міжнародні медіа. Ми обрали для більш детального опрацювання саме події Євромайдану та Революції Гідності, щоб глибше проаналізувати приклади інструментів, якими користувалися журналісти; додатково встановили завдання: вирахувати частоту висвітлення подій Майдану у медіа, визначити основні тенденції цих матеріалів і, відповідно, проаналізувати тематичну та жанрову специфіку представлених робіт. Для практичного підтвердження або спростування теоретичних висновків звертаємося до методу моніторингу, поєднуючи його з якісним аналізом.

До моніторингу увійшли матеріали газет: «Дзеркало тижня», «День», «Факты»; інформаційного агентства «УНІАН» та міжнародних видань: «Le Monde Diplomatique», «Der Spiegel» і «Коммерсантъ». Моніторинг охоплює матеріали за 18-30 листопада та 1-8, 19-31 грудня 2013 року, а також матеріали за 1-7, 19-31 січня та 1-9, 17-28 лютого 2014 року. Загалом було переглянуто 21159 публікацій. Матеріали для досліджень отримано із архівів зазначених засобів масової інформації.

Ми керувались кількома параметрами під час вибору ЗМІ, щодо яких здійснювався моніторинг. По-перше, ми вирішили звузити тематику нашого дослідження, зупинившись на вербальних інструментах конструювання медійної реальності (суто текстові). По-друге, у наших інтересах було

переглянути різні типи медіа (якісні та масові), тому ми обрали газети «День» та «Дзеркало тижня»; «Le Monde diplomatique», «Der Spiegel» і «КоммерсантЪ» як зразки якісних видань (принаймні, так вони себе позиціонували на момент публікації матеріалів про Євромайдан та Революцію Гідності – *прим. авт.*); газету «Факты» – як масове; інформаційне агентство УНІАН – в якості іншого виду медіа. По-третє, ми прагнули відібрати різні за періодичністю видання, оскільки частота виходу теж має суттєвий вплив на якість підготовки матеріалів, а відповідно до поглядів Н. Лумана [202], теж є одним із інструментів побудови медіареальності. До прикладу, нашу вибірку становлять: газети «Дзеркало тижня», «Der Spiegel» – щотижневики; «Le Monde diplomatique» – щомісячник; інші видання виходять кілька разів на тиждень (газета «День», «КоммерсантЪ») або ж щодня. Одиницями аналізу є матеріали видань, тоді як одиницею змісту є інструменти, що конструюють медійну реальність навколо протестного руху.

Цим моніторингом було передбачено фіксування використання інструмента на матеріал (до прикладу, якщо у публікації епітет використовується 5 разів, у таблицю заносили показник «1», оскільки епітет застосовувався в одному матеріалі). Результат кожного інструмента дорівнює сумі всіх матеріалів із використанням інструмента.

Окрім цього, кількісно аналізуються і тематичні показники. Спочатку було сформовано список гіпотетичних тем, до яких увійшли такі: політика; економіка; інциденти; міжнародна тематика; окремі особи; судова система; порушення прав людей; повідомлення про постраждалих на Євромайдані; повідомлення про загиблих на Євромайдані й інші. Відсоток вираховувався шляхом поділу суми показників кожної теми на загальну кількість матеріалів та множення результату на 100%. Дані скорочувалися до сотих.

За допомогою якісного аналізу ми оцінюємо загальну роботу видання у період Євромайдану за професійними стандартами журналістики, до яких входять: «баланс, точність, вчасність, вибір питань, уникнення певної

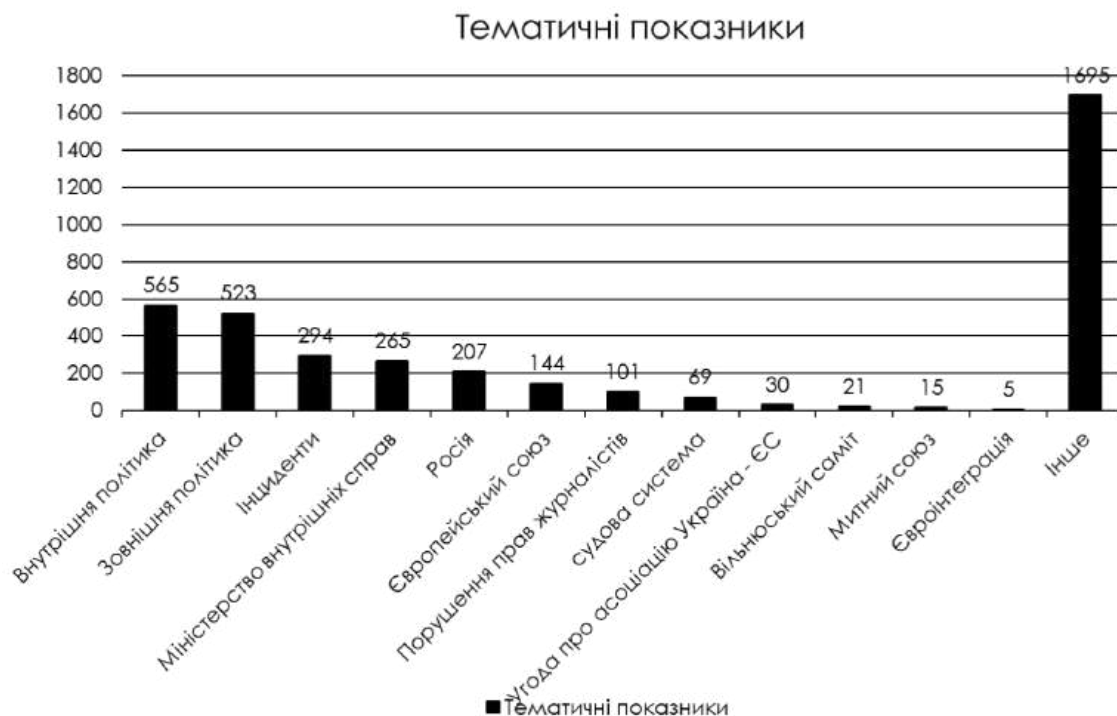
інформації, перевагу посадовців, позиціювання подій, провокаційну лексику тощо» [38].

У процесі моніторингу ми будемо дотримуватись таких основних принципів: незалежність, збалансованість, доцільність, точність, етичність тощо. Варто також зазначити, що проведений нами моніторинг відноситься до інсорсингових (моніторингів, проведених власними силами) – через це наше дослідження характеризуватиметься нижчою репрезентативністю.

Інформаційне агентство «УНІАН» було засноване у 1993 році. Зарекомендувало себе як масштабний виробник інформації на медіаринку. За обраний період в інформагентстві «УНІАН» було розміщено 12737 матеріалів [44], з них тих, що стосувалися теми Революції Гідності – 4515, тобто, трохи більше третини матеріалів – 35.45%.

Один із основних інструментів, до яких зверталися у матеріалах журналісти, це метод селекції та використання конфліктів, адже досить часто у переглянутих матеріалах були помітні акценти на інцидентах, протиставленнях і контрастах. Окрім цього, у матеріалах представлена здебільшого лише позиція основних дійових осіб, їхні заяви та вчинки.

Специфіка виду медіа обґрунтовує превалювання інформаційних матеріалів – заміток і звітів над іншими жанрами, створення сюжетної лінії подій протестів. Що стосується тематичних показників (діаграма 3.1.1), вони розподілилися таким чином: внутрішня політика (565 публікацій), зовнішня політика (523), інциденти (294), Міністерство внутрішніх справ (265), Росія (207), Європейський Союз (144), порушення прав журналістів (101), судова система (69), СБУ (68), Угода про асоціацію Україна – ЄС (30), Вільнюський саміт (21), Митний союз (15) та євроінтеграція (5) та матеріали у рубриці «Інше» – 1695 публікацій.



Діаграма 3.1.1. Результати моніторингу УНІАН (кількісні дані). Тематичні показники.

Ключові фігури були згадані у 513 матеріалах. До них належать такі особи: В. Янукович, М. Азаров, В. Путін, В. Захарченко, Г. Кернес, В. Кличко, О. Тягнибок, П. Порошенко, А. Яценюк, О. Турчинов, Ю. Тимошенко та інші. Звернемо увагу на те, що тональність щодо тогочасної влади була переважно негативна, у той час, як діяльність представників опозиції висвітлювалася переважно у позитивному контексті. Негативна тональність щодо подій Євромайдану була представлена переважно у заявах ключових фігур.

Якісний аналіз матеріалів показав порушення таких стандартів, як повнота та точність інформації. На нашу думку, це сталося через прагнення слідувати такому стандарту, як оперативність – тобто, у своїх публікаціях журналісти спиралися радше на кількісний і часовий, ніж на якісний підхід. З цим також згодні й експерти Інституту масової інформації, які проводили моніторинг новин, зокрема, у листопаді 2013 та січні-лютому 2014 року, які зазначають, що таке порушення: “... пояснюється насамперед напруженістю

ситуації в країні і великою кількістю подій. Тож в гонитві за оперативністю і кількістю «страждали» інші стандарти» [38]. З іншого боку, саме за допомогою матеріалів «УНІАНУ» можна простежити дуже детальну хронологію подій Євромайдану та простежити сюжетну лінію розгортання протесту.

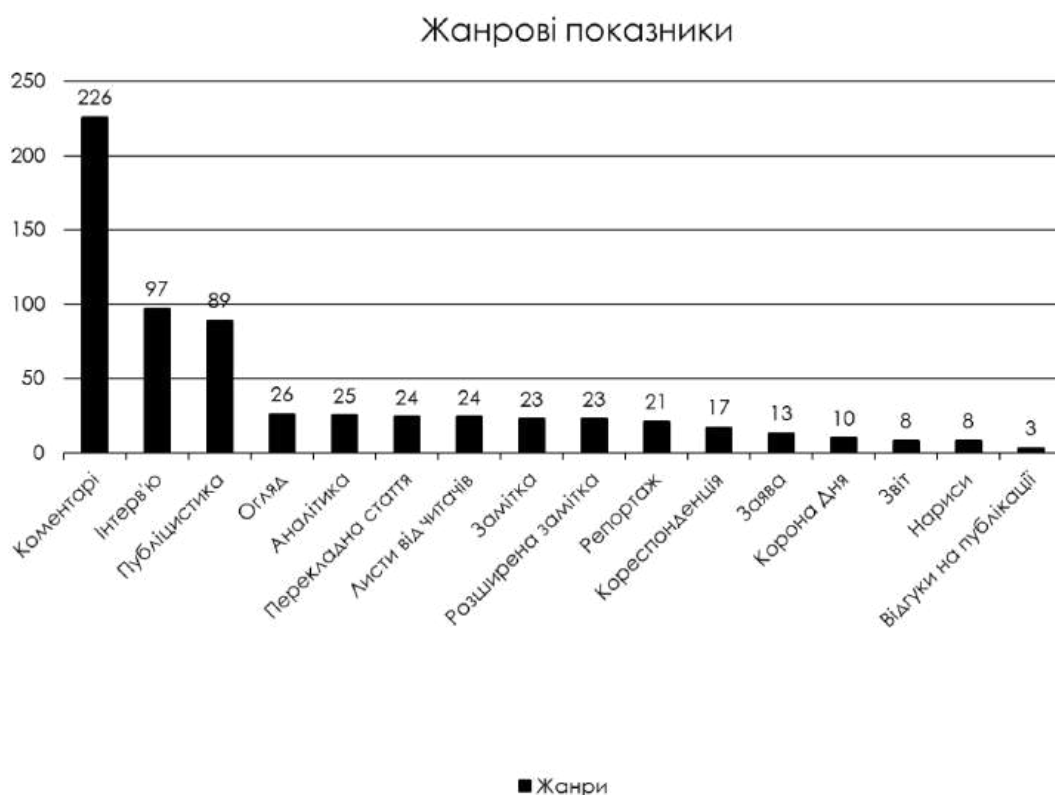
Газета «День» [19] – одне з друкованих видань України з фокусом на політичній та економічній тематиці. Більше того, це медіа представляє й ініціює багато різнопланових проєктів з розвитку журналістики, дослідження історії України (зокрема, проєкт Україна Incognita та Літня школа журналістики газети «День»).

Підкреслимо, що це видання під час подій Революції Гідності демонструвало активну підтримку мітингарів. Всього за позначений період у газеті було опубліковано 1319 матеріалів, а дотичних до теми Євромайдану – 637 публікацій (48,29% від загальної кількості). Тематичні показники розподілилися таким чином: 198 матеріалів на тему внутрішньої політики; 96 – міжнародна політика (події, заяви тощо, які стосувалися Євромайдану); 67 матеріалів про соціум, психологію та людські історії Майдану; 65 – культура; 57 – економіка; регіони – 47; історія – 27; порушення прав людини – 16; релігія – 12; освіта – 9; медицина – 5; волонтерський рух – 1; решта матеріалів у категорії «Інше». Побачити тематичний розподіл наочно можна на діаграмі 3.1.2.



Діаграма 3.1.2. Результати моніторингу газети “День” (кількісні дані). Тематичні показники.

Події Революції Гідності знайшли відображення на шпальтах газети у таких жанрах (див. діаграму 3.1.3): коментарі (експертів, очевидців подій, ньюзмейкерів тощо) – 226; інтерв'ю – 97; публіцистика – 89; огляд – 26; аналітика – 25; перекладна стаття та листи від читачів – по 24 матеріали на кожний; замітка та розширена замітка – по 23 матеріали на кожну; репортаж – 21; кореспонденція – 17; заяви – 13; серія матеріалів «Корона Дня» (про визначні події року) – 10; по 8 – звіти та нариси та 3 відгуки на розміщені попередньо публікації. Різноманітність, на нашу думку, теж є своєрідним свідченням творення медіареальності навколо цього протестного руху, адже, репортажі та нариси, до прикладу, сприяють створенню ефекту присутності, тоді як коментарі та інтерв'ю – сприяють поширенню меседжів учасників/ць Євромайдану та/або Революції Гідності або їх опонентів/ок.

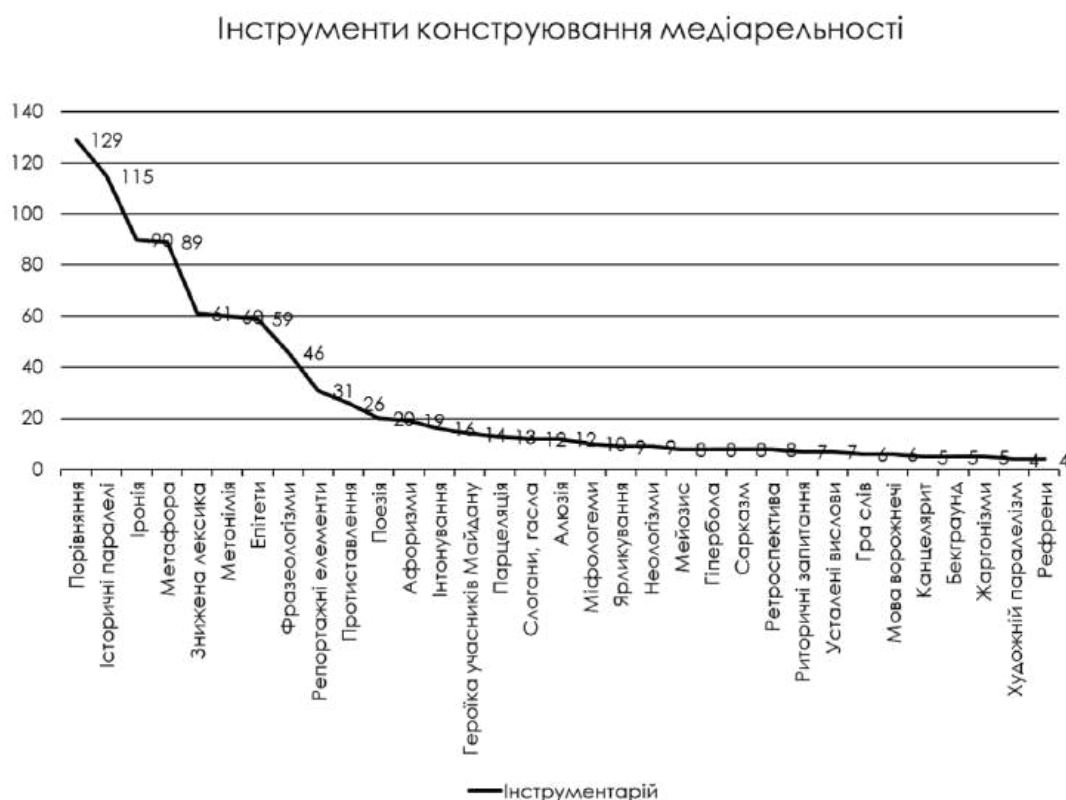


Діаграма 3.1.3. Результати моніторингу газети «День» (кількісні дані). Жанровий розподіл.

Звернемо увагу на те, що автори газети «День» активно користувалися образним інструментарієм. У кожному з проаналізованих матеріалів було представлено щонайменше один-два художні засоби. Перелічимо найпопулярніші з них (за спаданням): порівняння (129 разів); історичні паралелі (115 разів); іронія (90); метафора (89); знижена лексика (61); метонімія (60); епітети (59); фразеологізми (46); репортажні елементи (31); протиставлення (26); поезія (20); афоризми (19); інтонування (16); героїка учасників Майдану (14); парцеляція (13); слогани, гасла й алюзія (по 12).

До менш застосовуваних віднесемо: міфологеми (10); ярликування, неологізми – по 9 разів кожен; мейозис, гіпербола, сарказм, ретроспектива – по 8 разів кожен; риторичні запитання, усталені вислови – по 7 разів; гра слів і приклади мови ворожнечі – по 6 разів; наявність канцеляриту, бекграунду та

жаргонізмів – по 5 разів; художній паралелізм і рефрени – по 4 рази. Із позитивною тональністю Євромайдан згадується 52 рази. У свою чергу, діяльність тогочасної влади й опозиції висвітлена у 18 матеріалах із негативною тональністю.



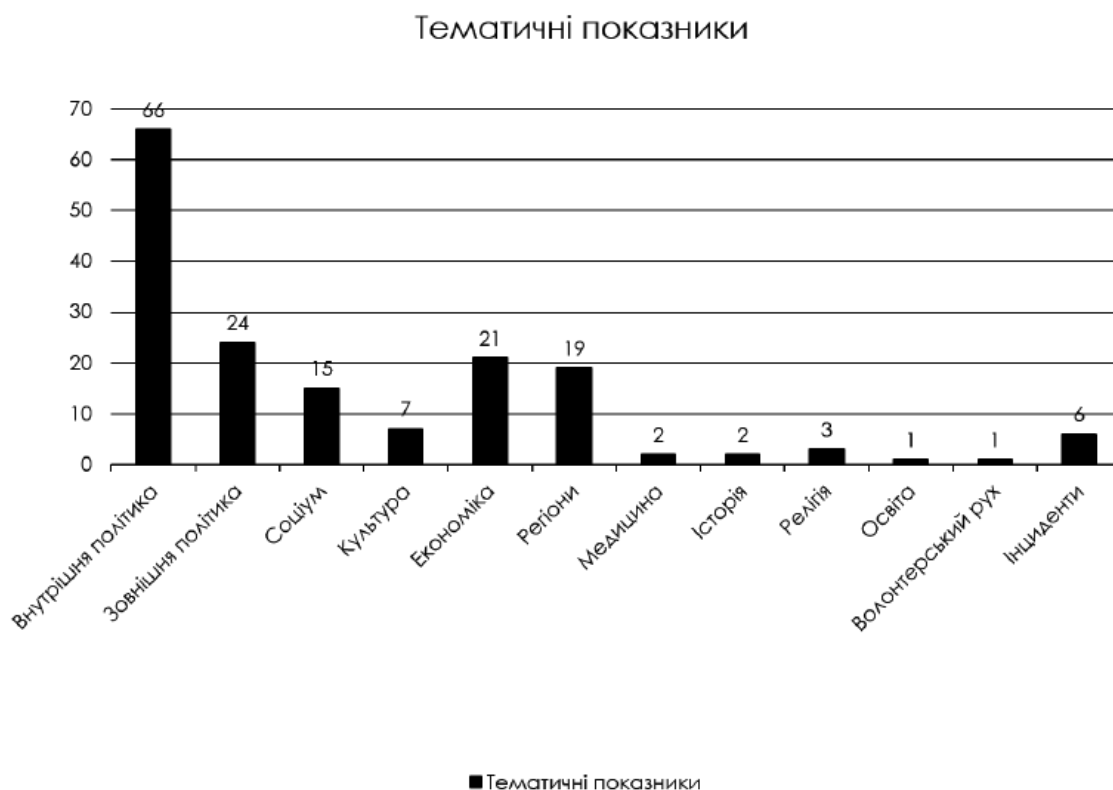
Діаграма 3.1.4. Результати моніторингу газети “День” (кількісні дані). Інструментарій конструювання медіареальності.

Якісний аналіз показав, що видання не порушувало базових стандартів журналістики при висвітленні Євромайдану, надаючи повну, оперативну та об’єктивну інформацію про події.

Щотижневик «Дзеркало тижня» є зразком якісного українського міжнародного видання на суспільно-політичну та економічну тематику. Зокрема, це ЗМІ неодноразово потрапляло у “Білий список ІМІ” [28].

За обрані нами дати в архіві [27] було представлено 340 матеріалів, з них на тему Євромайдану – 136 (40%). Завважимо, що видання дотримувалося

чіткої та послідовної промайданівської позиції. Теми, представлені на шпальтах газети (див. діаграму 3.1.5), теж досить різноманітні. Варто підкреслити, що деякі з них є взаємопов'язаними, тому у матеріалі можуть зустрічатися одразу кілька тем. Серед них такі: внутрішня політика (66 публікацій), міжнародна політика (24), економіка (21), регіони (19), соціум (15), культура (7), інцидент (6), релігія (3), медицина (2), історія (2), освіта (1), волонтерство (1).



Діаграма 3.1.5. Результати моніторингу газети “Дзеркало тижня” (кількісні дані).

Тематичні показники.

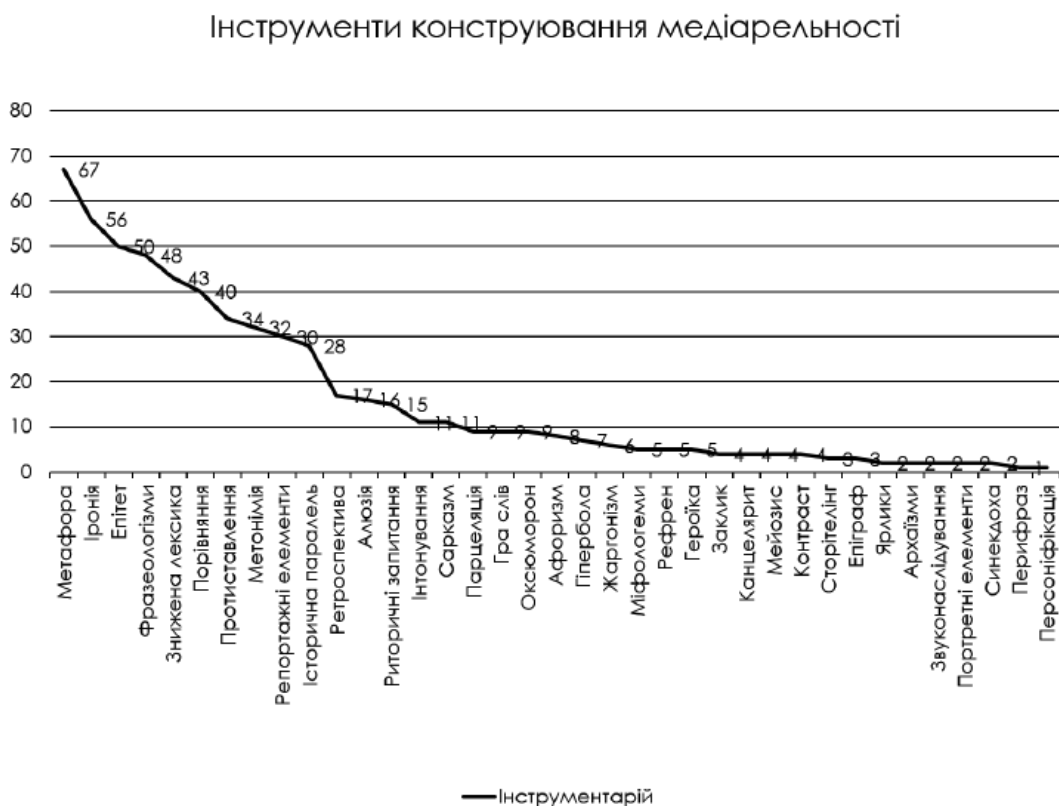
Жанрова палітра (див. діаграму 3.1.6) представлена переважно аналітикою (35 матеріалів) та публіцистикою (30); решта жанрів, в яких висвітлювалися події Революції Гідності, такі: репортаж (11), інтерв'ю (10), замітка (9), кореспонденція (9), коментар (8), огляд (6), стаття (3), звіт (3), хроніка (2), матеріал-заклик (2), по одному – розширена замітка, нарис, розслідування, бліц-підсумки, проблемний матеріал, опитування, збірка поезій.



Діаграма 3.1.6. Результати моніторингу газети “Дзеркало тижня” (кількісні дані).

Жанровий розподіл.

Найповнішою мірою журналісти «Дзеркала тижня» послуговувалися образним інструментарієм. Серед найбільш часто застосовуваних художніх засобів (діаграма 3.1.7) такі: метафора (67 разів), іронія (56), епітет (50), фразеологізм (48), знижена лексика (43). Далі за спаданням: порівняння (40 разів), протиставлення (34), метонімія (32), репортажні елементи (30), історична паралель (28), ретроспектива (17), алюзія (16), риторичні запитання та звернення (15), інтонування (11), сарказм (11), парцеляція (9), гра слів (9), оксюморон (9), афоризм (8), гіпербола (7), жаргонізм (6), міфологеми (5), рефрен (5), героїка (5), заклик (4), канцелярит (4), мейозис (4), контраст (4), людські історії як інструмент (3), епіграф (3); двічі – ярлики, архаїзми, звуконаслідування, портретні елементи, синекдоха; по одному разові – перифраз, персоніфікація.



Діаграма 3.1.7. Результати моніторингу газети “Дзеркало тижня” (кількісні дані).
Інструментарій конструювання медіареальності.

Якісний аналіз показав, що видання суворо дотримувалося базових стандартів журналістики при висвітленні подій Євромайдану. Більше того, **хорошою** тенденцією було дотримання балансу сторін: якщо у публікації зустрічалася критика тогочасної влади, поруч із цим обов’язково розміщували і зауваження до опозиції; якщо у матеріалі згадували про загиблих на Євромайдані, поруч із цим додавали інформацію про померлих представників силових структур. У цілому, у матеріалах, що висвітлювали Революцію Гідності, досить часто наголошувалося на необхідності інтеграції та гуманного сприйняття людей по обидва боки барикад.

Отже, газети «Дзеркало тижня» та «День» ґрунтували свої медіареальності на позиції підтримки Євромайдану зі збереженням балансу сторін і виконання інтеграційної функції журналістики.

На шпальтах цих газет публікувалося кілька звернень до народу із пропозицією прийти на Євромайдан. Наведемо найяскравіший приклад: «А ми, громадяни України, мусимо чітко дати зрозуміти, яким воно має бути. У Кишиневі на центральній площі 3 листопада зібралося понад 100 тис. людей. І хай лихословлять, що це влада (!) вивела людей на вулицю на підтримку євроінтеграції, зате картинка на телеканалах Європи вражала. У Брюсселі та столицях це відзначили. Ми засиділися на кухнях та в соцмережах. Настав час виходити. Не заради телекартинки. Не заради Тимошенко і, тим більше, Кличка, Яценюка etc. І навіть не заради себе. Без пафосу — заради дітей. 24 листопада я візьму свого 14-річного сина й о 12.00 піду до пам'ятника Шевченку. Все, чим можу...» («Усе, чим можу...» // Дзеркало тижня, 15.11.2013).

Показовим з точки зору інтеграційної функції журналістики є матеріал про «тітушок» у газеті “День”: «До речі, про "тітушок". Вони, що похмурі, жалюгідно храбряться, — теж наші діти. Кимось не доглянуті. Вони ж у дитинстві точно не мріяли бути дешевими найманцями. Не буває поганих дітей, бувають погані батьки. Із влади вийшла погана мати, а з Януковича — поганий батько...» («Чайка на ім'я Євромайдан» // Дзеркало тижня, 29.11.2013).

Чимало публікацій були присвячені питанню єдності народу та необхідності побудови діалогу. До прикладу, цитати: «Пережити й усвідомити факт, що по той бік лінії вогню стоять такі самі громадяни цієї ж, усе ще, країни — нестерпно важко. Тому будь-яке воєнне насильство потребує дегуманізації противника, знеособлення й "опускання" на примітивний рівень ментальності. Не-громадянина, не-патріота, не-прибічника стабільності та "покращення" убити легше. Таким чином формується світла ідеологічна складова, противники якої за визначенням — сили пітьми» («На світанку із загоном» // Дзеркало тижня, 24.01.2014); «Так, один із учасників "стояння" потім із невідомою щирістю дивувався, що по той (майданівський) бік барикади — "теж люди". Але це не обурення має викликати, а радість. Такі "відкриття" дорогого варті» («Амвон на нейтральній смузі» // Дзеркало тижня, 24.01.2014); «Проте, рано чи

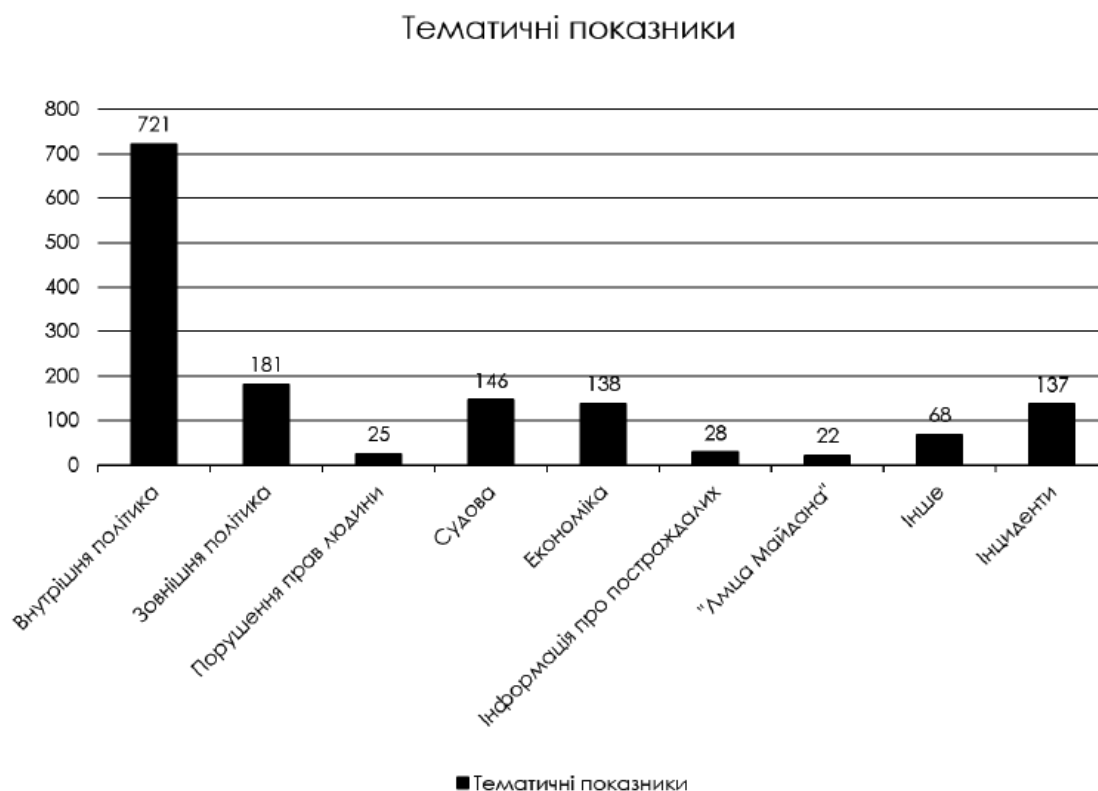
пізно, людям по обидва боки барикад — а сьогодні це вже не фігура мови — доведеться шукати спільну мову й виробляти оновлені правила співіснування» («Східні казки» // Дзеркало тижня, 31.01.2014); «Останніми тижнями Україна доводить, що у неї все ж таки є громадянське суспільство. Нівелюються стереотипи — донецькі студенти пишуть «Слава Україні!» своїм львівським побратимам» («Українські журналісти — про те, чому потрібно йти на мітинг і що говорити тим, хто слухає» // День, 28.11.2013).

Наголошували журналісти і на важливості участі кожного: «Євромайдан демонструє нам готовність суспільства до якісних змін, а також готовність Європи рахуватися з нами. Живемо у важкий час, час очищення, бо пройшли півшляху, щоб позбутися рабської психології. Зате Майдан у нас всередині, він живий... Він буде повторюватися доти, доки не набудемо міцного національного ґрунту, не утвердимось як нація серед європейських націй, не зруйнуємо «совкову» свідомість, не повернемо собі своє національне «я», не віднайдемо свого національного шляху. Майдан — наша національна форма суспільного діалогу, яка притаманна тільки нашій нації (навіть при ланцюгових реакціях громадських протестів у інших країнах). Євромайдан — не тільки наша сучасність, це вже наша історія» («Феномен українського Майдану: історична та генетична пам'ять» // День, 19.12.2013). Таким чином, вищезгадані газети не тільки намагалися подавати інформацію без порушення журналістських стандартів, але і були каналом передачі меседжів протестувальників/ць та учасниками/цями подій. Це не змогло не знайти відображення на медіареальності, що була сконструйована під час публікації матеріалів, зокрема, створення героїчного ореалу навколо людей, що брали участь у Євромайдані та Революції Гідності.

Газета «Факты» — російськомовне українське видання, розраховане на масову аудиторію. Тим не менш, у січні та лютому 2014 року це ЗМІ отримало найвищий бал від експертів ІМІ за висвітлення “найбільш збалансовано події

Євромайдану з друкованих видань” у моніторингу дотримання професійних стандартів [38].

За визначений хронологічними рамками період у газеті «Факти» [114] було представлено 3085 матеріалів, з них тих, що дотичні темі Євромайдану – 1500 (або ж 48,62% від загальної кількості). Це свідчить про значний інтерес до подій Революції Гідності. Тематичні показники у позначений період були такими (див. діаграму 3.1.8): внутрішня політика (721 матеріал); міжнародна тематика (181); економіка (138); судова (146); інциденти (137); порушення прав людей (25); інформація про постраждалих (28); інформація про загиблих (34); рубрика «Лица Майдана» (22) та інше (68).

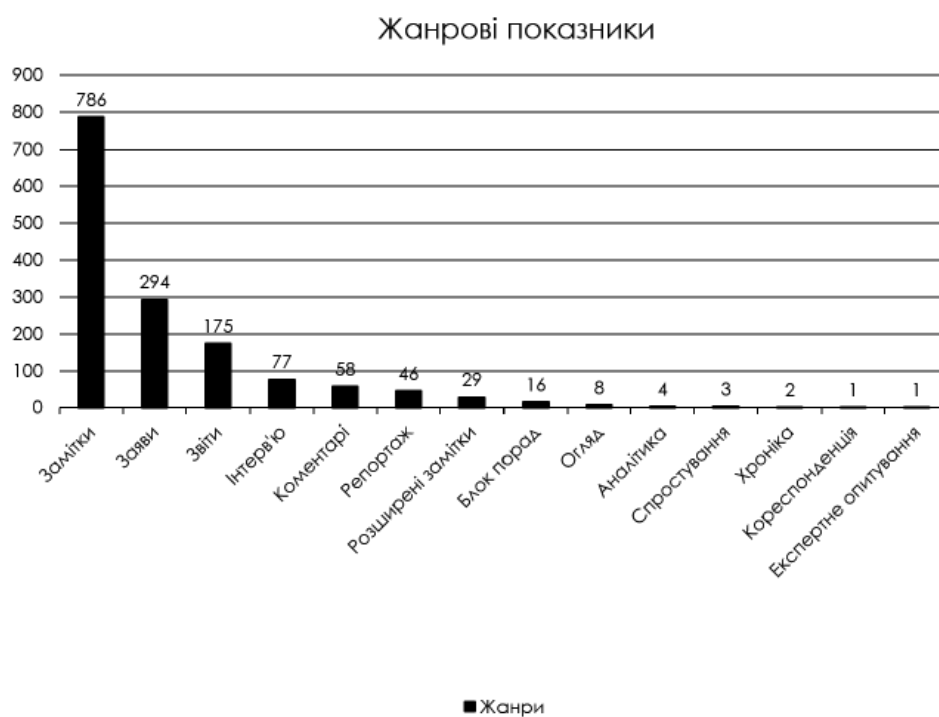


Діаграма 3.1.8. Результати моніторингу газети “Факти” (кількісні дані). Тематичні показники.

Жанрова палітра зазначених матеріалів представлена досить різноманітно. Серед публікацій превалюють замітки (786 матеріалів), заяви (294), звіти (175); решта: інтерв'ю (77); коментарі (58); репортаж (46);

розширені замітки (29); блок порад (16); огляд (8); аналітика (4); спростування (3); хроніка (2); кореспонденція (1) та експертне опитування (1).

На нашу думку, обрана система жанрів щодо теми є також одним із інструментів впливу на читача та особливої форми конструювання медійної реальності, оскільки (через використання звітних матеріалів, заяв і коротких заміток) може формувати сприйняття серед аудиторії подій Євромайдану як чогось офіційного, далекого та навіть знеособленого. Ми вважаємо такий прояв медіареальності дещо небезпечним, оскільки у центрі уваги опиняються не люди та ключові меседжі, які вони хочуть донести, а події. З іншого боку, це допомагає журналістам/кам бути більш відстороненими та доносити інформацію без надмірної емоційності та залученості.



Діаграма 3.1.9. Результати моніторингу газети “Факти” (кількісні дані). Жанровий розподіл.

Якісний аналіз показав, що журналісти оперативно публікували інформацію про Євромайдан і шукали оригінальні способи подачі інформації.

Ми відмітили кілька рубрик: «Лица Майдана», завдяки якій читачі мали змогу почитати життєві історії учасників Євромайдану; блок порад євромайданівцям, а також рубрики зі спростуванням фейків щодо Майдану.

Але, незважаючи на позитивні моменти, ми простежили, що представники «Фактов» часто порушували базові стандарти журналістики. Серед найбільш повторюваних порушень такі: не вказані джерела інформації, відсутній баланс сторін, немає повноти інформації, застосування маніпуляцій, використання маніпулятивної інформації та заяв. Негативним компонентом вважаємо також наявність мови ворожнечі, причому як м'якої, так і середньої та жорсткої. У публікаціях «Фактов» за визначений період помічено багато випадків мови ворожнечі; утім, вони не фіксувалися окремо через відсутність маркування авторського тексту та коментарів.

Окрему групу порушень становлять порушення стандартів висвітлення надзвичайних ситуацій: використання крупних планів плям крові, крупним планом обличчя постраждалих у крові, тіла загиблих; некоректна лексика («В Києве нашли ещё два трупа»).

Характерною особливістю творення медіарельності подій Євромайдану та Революції Гідності газетою «Факты» є її нестійка позиція.

Для підтвердження цього звернемося до аналізу тональності щодо ключових суб'єктів. Завважимо, що сам Євромайдан та/або його учасники були зображені у матеріалах переважно нейтрально, але є винятки. Так, наприклад, 29 матеріалів (1,93% від дотичних темі Майдану публікацій або 0,94% від загальної кількості публікацій) представлені у позитивній тональності. У свою чергу, 36 матеріалів (2,4% від публікацій про Майдан і 1,17% від загальної кількості) були опубліковані із негативною тональністю, а 23 матеріали (1,53% від матеріалів про Майдан і 0,75% від загальних) – з яскраво вираженою негативною тональністю. Розберемо це на прикладі кількох цитат.

Матеріали з позитивною тональністю формують своєрідну героїку учасників або волонтерів Євромайдану. До прикладу: «Євромайдан оказался

богат на удивительных людей и красивые истории <...> Или Лиза Шапошник — девушка с Донетчины, больная детским церебральным параличом, но ставшая настоящим символом самоотверженности и силы воли для всех волонтеров»» (матеріал від 27.12.2013) або «Практически каждый человек, который вносит свою лепту в поддержку евромайдана, не считает, что делает что-то особенное. А как оставить людей, отстаивающих интересы миллионов сограждан, без горячей еды и чая, без дров и одеял, без возможности помыться и поспать в нормальных условиях? Вот и помогают киевляне, кто чем может» (матеріал від 28.12.2013).

Прикладом негативної тональності може бути така замітка: «...Чаще всего недовольство киевлян вызвано уровнем шума, исходящим от евромайдана. Этот шум, отмечает источник, не смолкает даже в ночное время. <...> Также киевляне недовольны тем, что участники евромайдана не убирают за собой мусор. Источник подчеркнул, что киевляне жалуются, когда митингующие не стесняются справлять свои физиологические потребности во дворах и подъездах домов» (матеріал від 25.11.2013). У цій цитаті помітно використання одразу двох методів маніпуляції – «Загальний вагон» (за Поліщук Ю., Гнатюк С., Сейловою Н. [82]), тобто, формування хибного враження, що погані вчинки роблять всі євромайданівці, і в ту ж саму чергу, що всі кияни не підтримують Євромайдан, а також – посилення на анонімний авторитет.

У матеріалах з яскраво негативною тональністю здебільшого використовується метод «Приклеювання ярликів». Наведемо кілька прикладів: «Многотысячная акция протеста украинской оппозиции, запланированная на 24 ноября, может перерасти в попытку силового захвата власти»; «Активисты евромайданов и многие украинские СМИ ведут себя абсолютно безнравственно и необъективно»; «Янукович припугнул ответственностью «сепаратистов» из Западной Украины»; «Евромайдан в Киеве становится центром ксенофобских настроений и рассадником неонацистских идей. Так прокомментировал факельные шествия в честь годовщины Степана Бандеры народный депутат от Партии регионов Вадим Колесниченко».

Звернемо увагу на те, що В. Янукович представлений у матеріалах здебільшого нейтрально або позитивно. Так, 28 матеріалів (1,87% від дотичних публікацій та 0,91% від їх загальної кількості) зображає колишнього Президента як впевненого та мудрого лідера держави, а також політика, що підтримує народ і вболіває за його долю. Наведемо кілька прикладів: «Виктор Янукович: «Мы должны помнить пророческие слова Кобзаря: «В своем доме – своя правда, и сила, и воля»»; «В обращении к украинцам Янукович признал свою ошибку»; «В свою очередь, президент заверил, что для каждого своего намерения рассматривает волю граждан Украины как решающий фактор. Также Янукович поблагодарил всех украинцев за высокий уровень гражданского сознания». Таке зображення близьке до методу маніпуляції «гра в простонародність».

Натомість інші представники тогочасної влади розглядаються скоріше у нейтральному ключі. Винятки становлять 15 матеріалів (0,49% від загальної кількості, 1% від дотичних) на підтримку М. Азарова, В. Захарченка, Верховної Ради України, Кабміну.

Негативним компонентом у матеріалах “Фактів” вважаємо наявність мови ворожнечі, причому як м’якої (цитата: «А вот на Майдане стоят отбросы, которые заражены бациллой Майдана и мешают нам творить и строить»), так і середньої («МВД: группировка во главе с участником евромайдана похищала людей») і навіть жорсткої (у матеріалах «В России призывают Януковича «подавить мятеж»»; «Жириновский: «После Олимпиады мы вместо денег дадим Януковичу патроны» (видео)») тощо. При тому, значним недоліком є не тільки те, що подібні заяви отримали медійний майданчик і розповсюдилися на велику аудиторію, а і те, що часто у тексті було відсутнє окреме маркування цитат і авторського тексту.

Завважимо, що заголовки у системі кліпового мислення є важливим і чи не головним засобом, що формує уявлення про ту або іншу подію. Це особливо актуально для матеріалів інформаційних агенцій або масових видань, аудиторія яких не є лояльною завдяки репутації видання або якості опублікованих

матеріалів. Саме тому значну увагу під час моніторингу газети «Факты» ми звертали на заголовки. У матеріалах про негативні інциденти, які траплялися з учасниками Євромайдану (підпал автомобілів, побиття, загибель), використовувалися формулювання на зразок «Сегодня ночью в столице сожгли еще четыре автомобиля»; «На Институтской нашли еще два трупа»; «Скончался еще один активист Майдана»; «Умер еще один участник «Майдана»» (цитати за [114]). На нашу думку, такі заголовки можуть бути прикладом методу маніпуляції «буденна розповідь». Усього таких матеріалів помічено під час моніторингу – 21.

У рамках цього дослідження ми не могли оминати ворожих наративів і представлення російської медіареальності навколо подій Євромайдану. Наш дослідницький інтерес базувався не на дослідженні очевидних провладних медіа, що продукують фейки та дезінформацію, а видань, які мали на той час хоча б відносну респектабельність. Таким чином, у поле нашого огляду потрапила газета «Коммерсантъ». Це російська суспільно-політична газета з акцентом на економічну тематику. Виходила щодня, окрім неділі та свят. Газета позиціонувала себе як одну «з найбільш авторитетних і впливових медіаструктур у Росії. Основні принципи – оперативність, достовірність, об'єктивність» [51].

За обраний період усього було представлено 2671 матеріал¹, з них тих, що стосувалися України – 95 (3,56% від загальної кількості публікацій). Лише за кількома винятками події в Україні висвітлювалися щодня; деякі матеріали готували спеціальні кореспонденти з Києва.

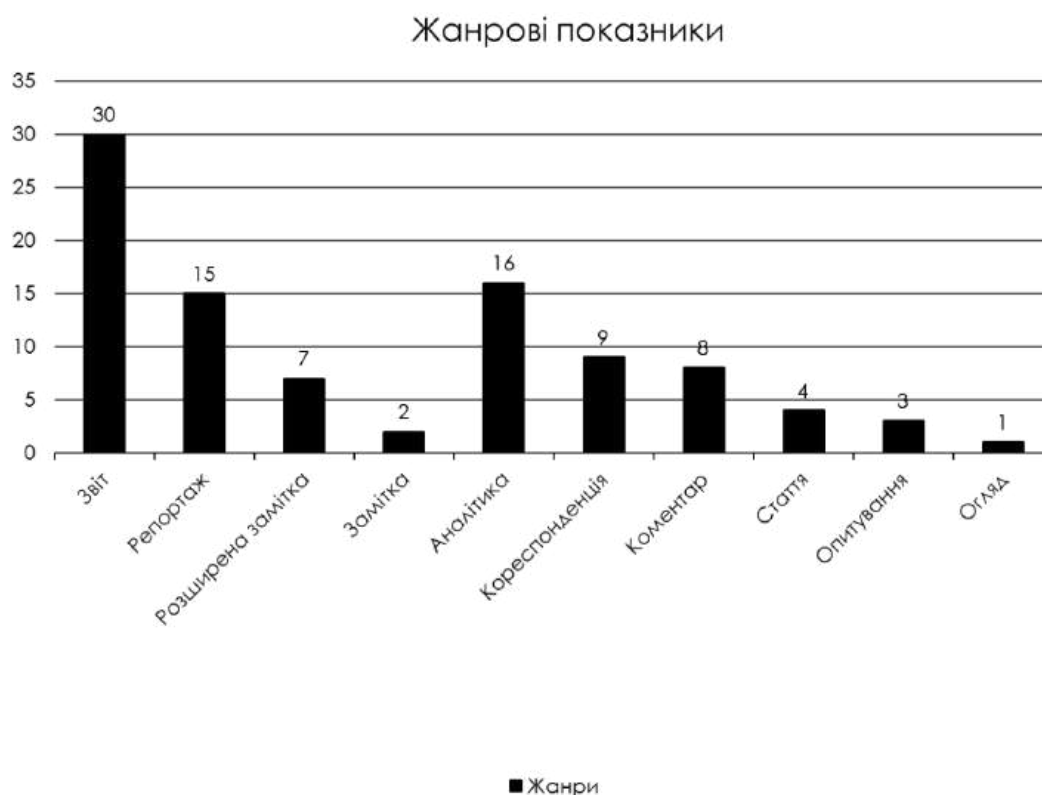
Основні тематичні блоки (діаграма 3.1.10), в який розміщувалися дотичні матеріали, такі: промисловість та енергетика (2 дописи; 2,11% від дотичних матеріалів); міжнародна політика (67; 70,53%); внутрішня політика Росії (у контексті подій в Україні) – (14; 14,74%) та економічна політика (12; 12,63%).



Діаграма 3.1.10. Результати моніторингу газети “КоммерсантЪ” (кількісні дані).

Тематичні показники.

Жанрова палітра представлена досить широко (діаграма 3.1.11). Найчастіше використовувалися інформаційні жанри: звіт (30 матеріалів; 31,58% від дотичних), репортаж (15; 15,79%), розширена замітка (7; 7,37%), замітка (2; 2,11%); інші жанри: аналітика (16; 16,84%), кореспонденція (9; 9,47%), коментар (8; 8,42%), стаття (4; 4,21%), опитування (3; 3,16%) та огляд (1; 1%).



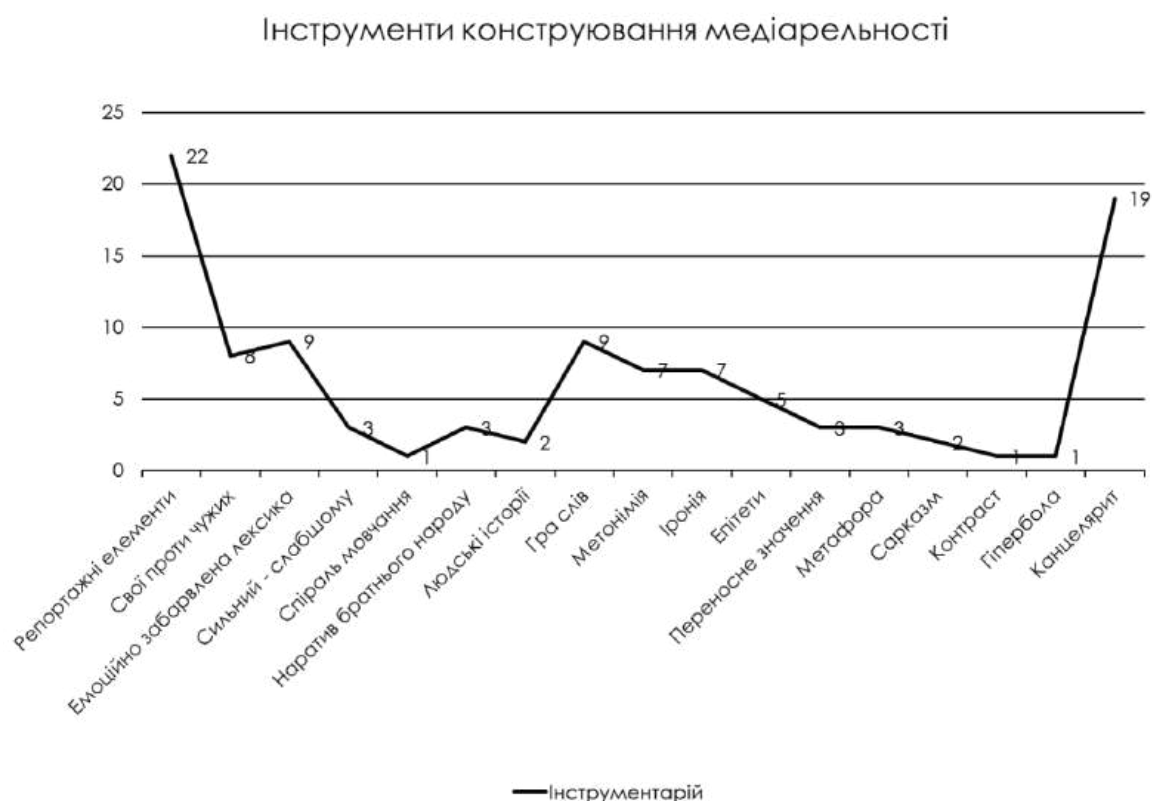
*Діаграма 3.1.11. Результати моніторингу газети “КоммерсантЪ” (кількісні дані).
Жанровий розподіл.*

Серед інструментарію конструювання медійної реальності, що був використаний у газеті «КоммерсантЪ» (діаграма 3.1.12), найчастіше використовувалися репортажні елементи – у 22 матеріалах. Хоча газета позиціонує себе як об’єктивний засіб масової інформації, у процесі моніторингу ми помітили часте використання інструментів маніпуляцій і пропаганди.

У першу чергу, в матеріалах 8 разів використовується прийом «Свої проти чужих», в якому Росія як держава стикається з «безпідставними звинуваченнями» у тискові **на** Україні, де їй доводиться протиборствувати країнам Європейського Союзу та Сполученим Штатам Америки. Ефект від цього методу досягається за допомогою вербального інструментарію та відповідного фреймінгу. У 9 матеріалах наявна емоційно забарвлена лексика, серед яких, зокрема, знижена та зневажлива лексика щодо подій Євромайдану.

Окремо треба виділити інструмент «Сильний – слабшому», який використовується тричі щодо допомоги Україні від Росії. В одному матеріалі яскраво продемонстрована концепція спіралі мовчання, коли результати одного опитування називаються думкою всіх росіян. Тричі у публікаціях з'являється наратив про «братній народ» – один із головних наративів російської пропаганди. Двічі використовується переказ людських історій для дискредитації всього руху Євромайдану.

У публікаціях широко використовується різноманітні художні засоби: гра слів (9 матеріалів), метонімія (7), іронія (7), епітети (5), переносне значення (3), метафора (3), сарказм (2), контраст (1), гіпербола (1). Досить часто зустрічається канцелярит – у 19 публікаціях.



Діаграма 3.1.12. Результати моніторингу газети «КоммерсантЪ» (кількісні дані).

Інструментарій конструювання медіареальності.

Медіарельність газети «КоммерсантЪ» характеризується використанням російських міфологем щодо Євромайдану.

У публікаціях зустрічається лейтмотив «єдиного братнього народу». Наведемо приклади: «У стран "Восточного партнерства" исторически тесные связи с Россией. Они разделяют воспоминания о трудностях советской эпохи, главными жертвами которых были сами русские, века общей истории, общий язык общения. Говорить о том, что эти страны нацелены только на то, чтобы отдалиться от России, было бы ошибочным упрощением. Такая точка зрения не учитывала бы и нахождения в общем политическом пространстве регионов — например, на востоке Украины и Белоруссии,— иногда восходящих корнями к временам Киевской Руси. Их население поддерживает идею интеграции с ЕС, но задается вопросом, почему она должна предполагать дистанцирование от восточного соседа». Утім, поруч із цим бачимо – принаймні часткове – визнання помилок держави: «Россия все еще сохраняет некоторую двусмысленность в оценке своего прошлого. Празднуя национальный праздник в день провозглашения Декларации о суверенитете, она так и не признала в полной мере независимость своих соседей, не сделала шага к инициированию признания преступлений советской эпохи. Тем не менее такие жесты, как создание Музея истории ГУЛАГа и признание катынского преступления, помогают залечить раны истории, не ставя целью поиск виновного».

Також зустрічається прийом пропаганди – “Чужі проти наших”. Зокрема, у прикладах: «ЕС, с другой стороны, все еще продолжает применять подходы и тон времен холодной войны. Евросоюз не может избавиться от призраков прошлого, понять, что, хотя Россия и является основным преемником Советского Союза, она смогла стать совершенно другой страной»; «Приверженность европейским ценностям в Брюсселе носит все более инструментальный и прикладной характер. Пример из жизни: когда нужно было не пустить русского на пост спикера ПАСЕ, в ЕС быстро поменяли правила ротации. Также ничего не стоит судьбу человека — Юлии Тимошенко, вина которой небесспорна,— поставить в зависимость от ассоциации Украины с Евросоюзом. И вот Тимошенко сидит, Украина прервала подготовку к ассоциации, а оппозиция выходит на Майдан»; «ЕС усиливает украинский

фронт. Россия не дождалась благодарности за спасение Украины ни от Майдана, ни от Запада», «Инициатором активизации политики ЕС на украинском направлении с целью переиграть Москву неожиданно стала Германия, один из самых близких партнеров России на Западе», «Одним из самых жестких стал выпад нового главы МИД Германии Франка-Вальтера Штайнмайера. Он обвинил Москву в попытках воспользоваться экономическими трудностями Украины, чтобы помешать ей подписать соглашение об ассоциации с ЕС» тощо.

Зустрічаються і приклади маніпуляції «Сильний – слабшому»: «Украине показан московский подарок»; «На братскую помощь из ФНБ пока удалось выделить меньше обещанного»; «...чтобы дать понять Украине: жизненно важный для нее кредит получит то украинское правительство, к которому не будет вопросов у российского».

Досить часто журналісти «КоммерсантЪ» вдавалися до видів комічного (у тому числі іронії та сарказму), іноді навіть не зовсім коректних. До прикладу: «Студенты у костров, ряженые казаки, экзальтированные подростки, похожие на футбольных фанатов, да суровые усатые мужики с красно-черными бандеровскими флагами, которые на фоне знамен Евросоюза смотрелись нелепо и провокационно»; «Украину спустили с ЕС на землю»; «США и ЕС стало лучше слышно (про злив аудіозаписів дипломатів – прим. авт.)», «...результатами победы Евромайдана воспользовалась "оранжевая принцесса" (про Юлію Тимошенко – прим. авт.) тощо. Як бачимо, навіть відносно “якісне” медіа не змогли не сконструювати свою, російську версію медіареальності навколо подій Революції Гідності та Євромайдану.

«Le Monde diplomatique» – французький щомісячник, присвячений міжнародній політиці. Як зазначається на сайті газети: «Це головна і справді незалежна міжнародна газета, яка бачить світ свіжим поглядом. Ми пропонуємо зрозумілий, продуманий погляд на конфлікті інтереси та складності сучасного глобалізованого світу» [198]. Оскільки газета виходить лише один раз на місяць, для більшої точності дослідження ми **посунули** хронологічні рамки цього

видання до жовтня 2013 – березня 2014 рр. Важливо також додати, що ми аналізували англomовну версію архіву. За обраний період було представлено 6 випусків (всього – 104 матеріали). З них щодо подій Революції Гідності в Україні – 3 (або 2,88%).

Звернемо увагу на теми, які висвітлювалися у публікаціях. Грудневий матеріал був аналітикою щодо приєднання України до одного з союзів – Європейського чи Митного разом із короткою ретроспективою щодо історичних подій нашої держави та довідкою щодо поточного її стану. Ще один матеріал – «Ukraine, Russia and the EU» представлений у рубриці «Блоги», стосувався вразливості України перед тиском Росії. Матеріал березневого випуску (теж аналітичний) стосувався радикальних та ультраправих рухів в Україні та їх ролі у Революції Гідності та політичному майбутньому держави. Його було розміщено на першій шпальті газети. На нашу думку, такий вибір теми (враховуючи хронологічні рамки) є дещо маніпулятивним: у матеріалі за березень 2014 року не було жодного слова про загиблих на Євромайдані, проте досить детально аналізувалися політичні рухи, що брали участь у подіях Майдану. Більше того, використання заголовку «Ультранаціоналізм в Україні» у контексті подій Євромайдану є прикладом ярликування (за У. Ліппманом), оскільки реальний, хаотичний світ Революції Гідності журналісти намагалися укласти у кілька категорій політичних рухів.

Вважаємо такий підхід некоректним, оскільки обраний медійниками фреймінг міг вплинути на дискредитацію руху в очах аудиторії.

Серед вербального інструментарію, який був присутній у щомісячнику «Le Monde diplomatique», присутні такі елементи: метонімія (3); описові елементи (3); ретроспектива (3); репортажні елементи (3); епітети (3); метафора (2); іронія (2).

Ми помітили кілька порушень журналістських стандартів у цих матеріалах. Так, в одному матеріалі не була надана повна інформація щодо подій Євромайдану, а також не було збережено балансу сторін – зокрема, не

надано можливості прокоментувати позицію незаангажованим учасникам Революції Гідності.

Медіарельність **Le Monde Diplomatique** частково пов'язана із прикладами фреймінгу та ярликування, що яскраво помітно з аналітичного матеріалу «Ukraine beyond politics» (на першій шпальті газети).

У першу чергу, звернемо увагу на те, що присутня різниця перекладів. Так, у французькій версії заголовок виглядає як «En Ukraine, les ultras du nationalisme» (Ультранаціоналізм в Україні), в іспанській – «Ultranacionalismo en Ucrania» та есперанто відповідно – «En Ukrainujo, la ekstremistoj de naciismo». Наголосимо також і на тому, що самі тексти матеріалів дещо відрізняються.

Підзаголовок «Who was who in Kiev's independence square» (Хто був хто на Київському Майдані Незалежності) є дещо маніпулятивним, оскільки далі у матеріалі розглядаються лише кілька груп, що брали участь у Революції Гідності.

Якщо в англійській версії лід радше узагальнює інформацію про завершення Революції Гідності та про початок нового політичного життя, у тому числі і з ультра правими групами у його складі, то у французькій версії лід одразу заявляє про те, що в Європі набирають обертів численні радикальні й екстремістські рухи, роль яких у Революції Гідності в Україні теж була значною. Окрім цього, французька версія багатша на художні деталі. До прикладу, «mais aussi Lougansk et Donetsk, ces grandes villes de l'Est industriel dont le cœur a toujours battu du côté de la Russie» («...але також Луганськ та Донецьк, ці великі міста промислового Сходу, чиє серце завжди билося на боці Росії») порівняно з англійським «but also from Lugansk and Donetsk, the big cities of the industrial east, which have always felt close to Russia» («...але також Луганськ та Донецьк, ці великі міста промислового Сходу, які завжди відчували себе близькими до Росії»). Деякі репортажні елементи у французькій версії, у свою чергу, пропущені.

Детально розбирається історія націоналістського руху в Україні: «The far right is largely modelled on the nationalist movement that developed from the 1920s, when most of what is now Ukraine was divided between Poland and Soviet Russia» (початок композиційного елемента про історію).

Окремий структурний елемент композиції – блок «Anti-Semitic roots» було присвячено розгляду проявів антисемітизму серед різних політиків, що брали участь у Євромайдані (у тому числі аналіз заяв десятирічної давнини).

У матеріалі подається мало інформації про ситуацію на Євромайдані, про загиблих і порушення прав людей, натомість дуже детально розбирається націоналістичний рух і вплив радикальних груп на події Революції Гідності, що свідчить про ярикування й узагальнення.

Німецький журнал «Der Spiegel» виходить один раз на тиждень і присвячений суспільно-політичним подіям Німеччини та міжнародній політиці. Ось як коментує видання «Der Spiegel» свою журналістську позицію: «Члени редакційної групи Spiegel – найбільші прихильники журналістських стандартів. Вони надають незалежну та незаангажовану політичну, економічну, ідеологічну, релігійну інформацію, відділяючи приватні інтереси від суспільних. Основними принципами роботи є правдивість та повнота інформації» [161].

Всього за визначений хронологічними рамками період у журналі було представлено 903 матеріали, з них про події в Україні – 19 (2,1% від загальної кількості). Всі публікації пов'язані з міжнародною політикою.

Жанрові показники розподілилися таким чином: аналітика (8), інтерв'ю (3), репортаж (3), замітка (2), огляд (1), нарис (1) та портретний нарис (1).

Серед інструментів конструювання медійної реальності, до яких зверталися журналісти «Der Spiegel», виділимо конфлікт, який знайшов відображення у кількох формах: 1. Німеччина (як країна-представниця Європи) проти Росії; 2. Конфлікт влади та мітингарів; 3. Конфлікт минулого та теперішнього в історії; 4. Конфлікт олігархів і бідного народу тощо).

Окрім цього, використовувалися: метод селекції, що представлений у виборі конкретних тем або дійових осіб; часте використання ключових фігур. У кожному матеріалі була представлена історична ретроспектива – для глибшого розуміння подій в Україні німецькими читачами.

Серед інших вербальних інструментів творення медіареальності були представлені: іронія (11), порівняння (10), історична паралель (8), метонімія (5), репортажні елементи (5), метафора (5), приклеювання ярликів (3), фразеологізми (3), гіперболізація (1), парцеляція (1), сарказм (1), контраст (1). Як виняток, звернемо увагу на один графічний інструмент конструювання медіареальності, використаний у випуску № 51. На обкладинці цього журналу було розміщено карикатуру на В. Путіна, що свідчить про ярликування та формування відповідного сприйняття реальності подій Євромайдану.

Ключові фігури, представлені у матеріалах про Україну: В. Кличко, В. Янукович, В. Путін, А. Меркель, Б. Обама, О. Кваснєвський. У п'яти матеріалах була вживана позитивна тональність щодо В. Кличка, де його розглядали як сильного політика, наставника борців за свободу й улюбленця народу. У свою чергу, В. Янукович (у 7 матеріалах) і В. Путін (у 4 матеріалах) представлені виключно у негативній тональності.

Якісний аналіз журналу показав, що при висвітленні подій Євромайдану представники «Der Spiegel» у цілому дотримувалися базових стандартів журналістики. Журнал **Der Spiegel** подає свою медіареальність подій Євромайдану та Революції Гідності як приклад протиставлення Німеччини як Європейської країни Росії у підтримці України.

Завважимо, що подібне протиставлення актуальне й щодо описів політиків. Так, на шпальтах журналу часто засуджувалися дії президента Росії В. Путіна, зокрема, щодо України. До прикладу, він зображується як «Холоднокрівний, недобросовісний – успішний?» (16.12.2013) політик, який «...зовсім нещодавно, сильним тиском, змусив свого українського колегу Віктора Януковича скасувати угоду про асоціацію з Європейським Союзом, яка

готувалася роками, лише за кілька днів до того, як вона була підписана на саміті глав держав та урядів ЄС. Наразі він повернув Україну до сфери впливу Росії» (так само); «...з іншого боку, Путін – це людина, яка править у стилі 19 століття, яка відчуває себе не прихильною до європейської політичної моделі, а феодальної» (так само). В якості виключення звертаємо увагу також і на карикатури В. Путіна (рис. 3.1.1), розміщені на обкладинці 51 номеру (2013 року) та 48 номеру (2014 року), в яких чітко простежуються конфлікт і протиставлення:



Рисунок 3.1.1. Обкладинки номерів «Der Spiegel»

У цілому, позицію журналістів видання щодо подій в Україні можна назвати обережною підтримкою та визнанням часткової відповідальності ЄС за події в Україні. Це простежується у таких цитатах: «Увага всього світу притягнена до картин з повстання в Україні. Боротьба за свободу проходить через країну»; «Чи було правильним, що ЄС потребував від України зробити вибір між Росією та Європою? Хіба європейська політика не несе відповідальності за ескалацію?» (запитання в інтерв'ю з міністром закордонних

справ Франком-Вальтером Штайнмаєром); «Але хіба Європа теж не допустила серйозних помилок? Переговорник ЄС Кваснієвський щойно сказав SPIEGEL, що вони були наївна. Гюнтер Ферхойген, колишній комісар з питань розширення Союзу, говорив про "велику помилку" ЄС...» (запитання в інтерв'ю з Віталієм Кличком) тощо.

Загалом у ході моніторингу виявлено кілька позитивних факторів: журналісти обирали актуальні теми для написання матеріалів щодо Євромайдану та Революції Гідності, досить оригінальними були повідомлення на соціальні теми та художньо-публіцистичні матеріали. Серед негативних тенденцій виокремимо порушення журналістських стандартів та використання маніпуляцій і пропаганди. У цілому, цей моніторинг вказав на те, що тема була досить актуальною та цікавою як для працівників медіа, так і для читачкої аудиторії не тільки в Україні, а й у світі. Згідно з даними кількісного й якісного аналізу, було сформовано щонайменше 5 різних версій медіареальностей Революції Гідності.

3.2. Конструювання медійної реальності навколо соціальних рухів за зміни: кейс-стаді видатних зарубіжних публікацій

У цій частині дослідження ми зосередимо увагу на тому, як часто та яким чином представлені соціальні рухи за зміни у світових медіа. Зокрема, до нашої вибірки увійшли видатні міжнародні публікації. Під словом “видатні” ми маємо на увазі ті матеріали, які визнані такими професійною спільнотою: аналізуватимемо роботи переможців Пулітцерівської премії у галузі журналістики. Хронологічні рамки вибірки включають у себе матеріали, що увійшли до списку робіт переможців з 1995 по 2024 роки (часові рамки пояснюються тим, що цифровий архів робіт переможців/иць Пулітцерівської премії почав діяти саме з 1995 року).

Нагадаємо, що ця частина нашого дослідження базується на методі, застосований британською дослідницею К. Валь-Йоргенсен у статті

“Стратегічний ритуал емоційності: кейс стаді статей, які отримали Пулітцерівську премію”. Авторка зазначає: “Статті, які отримали нагороди, не обов’язково дають нам уявлення про те, що є типовим для рутинної практики подання новин. Крім того, ці історії точно не відображають широкого розмаїття практики журналістики в глобальному контексті, але їх вивчення може допомогти визначити практики, які розглядаються як зразкові та моделі для наслідування” [251]. На нашу думку, апелювання до тих публікацій, що можуть стати зразком для наслідування, і формування висновків із цього кейс-стаді допоможуть нам якісніше сформувати гайдлайни для роботи журналістів/ок під час висвітлення протестних рухів.

Пулітцерівська премія – одна з найпрестижніших нагород, якою відзначають журналістів і журналісток. Вона має понад сторічну історію, адже вперше її почали вручати у 1917 році. Автори видання Телекритика зазначали про цю премію: “Майже сто років поспіль вона залишається найбільш бажаною винагородою для журналістів друкованої преси у Сполучених Штатах. Хоча, перефразуючи зауваження одного класика – найвища винагорода для журналіста – це, коли його читають. І чим більше читають, тим краще” [73]. Цифровий архів робіт, відзначених у рамках Премії, доступний з 1995 року.

Пулітцерівську премію у журналістиці присуджують за такі категорії: за служіння суспільству (англ. Pulitzer Prize for Public Service); за висвітлення новин з місця подій (англ. Pulitzer Prize for Spot News Reporting), з 1998 - за висвітлення надзвичайних подій (англ. Pulitzer Prize for Breaking News Reporting); за розслідування (англ. Pulitzer Prize for Investigative Reporting); за роз'яснювальну журналістику (англ. Pulitzer Prize for Explanatory Journalism); за висвітлення вузькоспеціалізованої інформації (англ. Pulitzer Prize for Beat Reporting), з 2007 року – За розкриття локальної тематики (англ. Pulitzer Prize for Local Reporting); за розкриття національної теми (англ. Pulitzer Prize for National Reporting); за висвітлення міжнародних подій (англ. Pulitzer Prize for International Reporting); за напис (англ. Pulitzer Prize for Feature Writing); за

коментар (англ. Pulitzer Prize for Commentary); за критику (англ. Pulitzer Prize for Criticism); за редакційний матеріал (англ. Pulitzer Prize for Editorial Writing); за карикатури (англ. Pulitzer Prize for Editorial Cartooning), з 2022 – за ілюстровані репортажі та коментарі (англ. Pulitzer Prize for Illustrated Reporting and Commentary); за новинну фотографію з місця подій (англ. Pulitzer Prize for Spot News Photography) та за художню фотографію (англ. Pulitzer Prize for Feature Photography). З 2020 року також додали номінацію за аудіо матеріали (англ. Pulitzer Prize for Audio Reporting). Саме ці номінації стали основою для нашого аналізу категоріальної (жанрової та/або тематичної) специфіки матеріалів про рухи за зміни.

Усього до вибірки увійшли 437 відзначених матеріалів за 30 років присудження Пулітцерівської премії [219]. Зазначимо, що у деяких номінаціях у деякі роки було два помережці, а у деяких роках і номінаціях нагорода не була вручена.

У першу чергу, варто зазначити, що більшість із проаналізованих матеріалів розкривали гострі соціальні проблеми (як в США, так і глобальні): війни, порушення прав людини, нерівність, масові вбивства та пограбування тощо. Деякі матеріали є зразками адвокаційної та правозахисної журналістики. Чимало з проаналізованих нами публікацій призводили до важливих соціальних змін: як-от, впровадження реформ, прийняття нових або перегляд старих законів, покарання злочинців тощо. Однак, незважаючи на те, що ці матеріали межують з тими, що підтримують соціальні рухи за зміни, ми не включали їх у вибірку, оскільки вони репрезентували скоріше наслідки проблем, проти яких потенційно могли виступати люди, а не самі соціальні рухи за зміни.

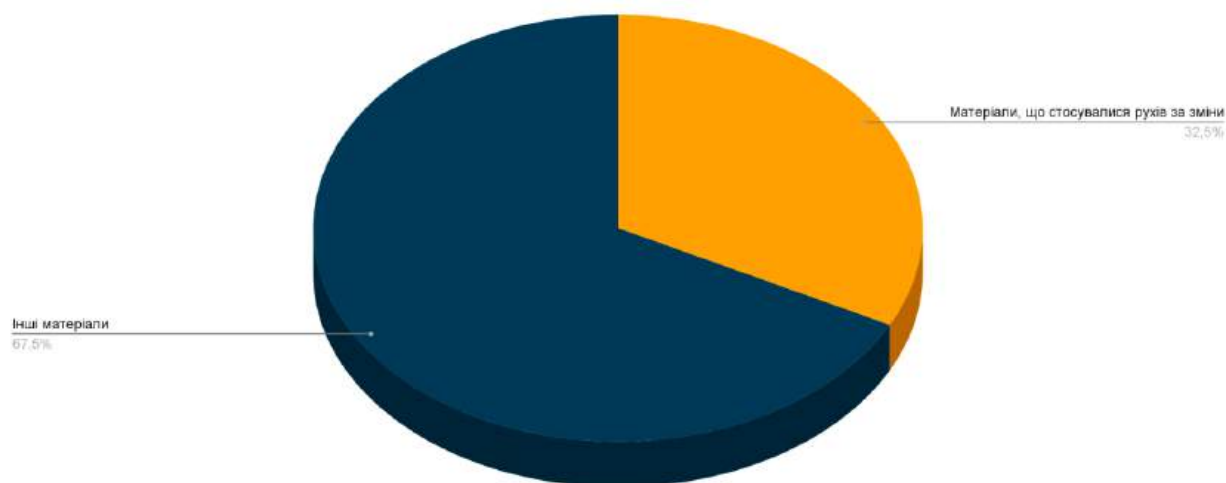
Окрім цього, у деяких матеріалах журналісти/ки представляли інтереси малорепрезентованих і позбавлених голосу людей (наприклад, людей з інтелектуальною інвалідністю, жінок, що зазнали домашнього насильства, представників/ць ЛГБТІК+ спільноти чи афроамериканців), - однак, це теж не є прикладом висвітлення протестних рухів. Серед одного з найяскравіших

прикладів можна назвати матеріал “Доки смерть не розлучить нас”, як зазначає головний редактор видання “The Post and Courier” М. Пух: “...спонукала до швидких і потенційно масштабних дій, щоб зменшити приголомшливу кількість смертей у нашому штаті від домашнього насильства. Обидві палати законодавчого органу швидко приступили до розробки комплексних реформ до законів штату про домашнє насильство, які передбачають посилення покарань і заборону на вогнепальну зброю для засуджених кривдників. Законодавці прискорили розгляд цих законопроектів і пообіцяли довести їх до голосування «за» або «проти»” [219].

Усі проаналізовані нами відзначені роботи складались з серії текстових матеріалів, аудіо або зображень, що доводить застосування журналістами інструмента побудови сюжетних ліній, про який ми попередньо згадували у другому розділі.

За результатами нашого дослідження вдалося виявити, що усього у 14 номінаціях (з 2020 року – у 15) за 30 років було відзначено Пулітцерівською премією 437 матеріалів. З них майже третину (142 матеріали або 32.5%) нагороджених публікацій склали публікації, що так або інакше висвітлювали рухи за зміни (діаграма 3.2.1). Цей показник свідчить про загальну зацікавленість журналістів/ок у висвітленні теми рухів за зміни, готовність досліджувати ці теми детальніше, інтерв’ювати людей, що беруть участь у цих рухах та/або апелювати до історичних даних, пов’язаних із протестними рухами.

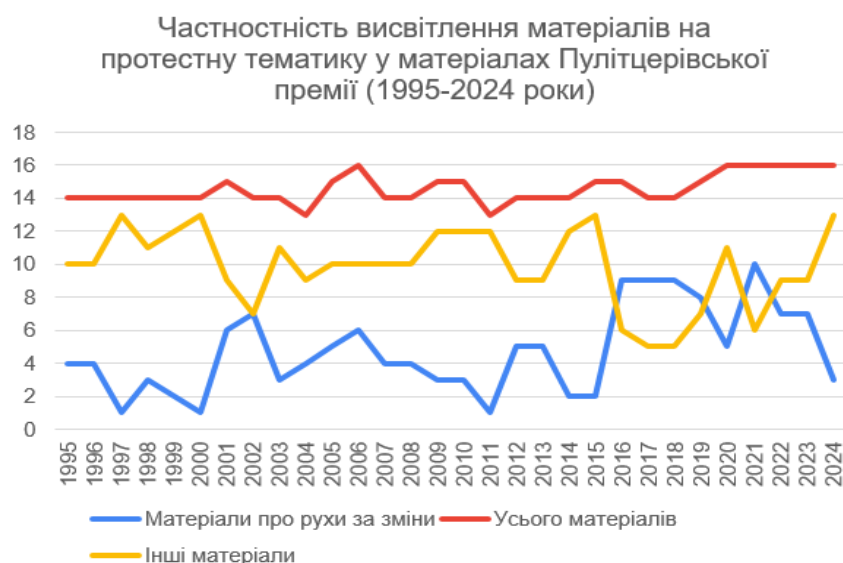
Кількість матеріалів, відзначених Пулітцерівською премією (1995-2024 роки)



Діаграма 3.2.1. Результати кейс-стаді матеріалів, нагороджених Пулітцерівською премією з 1995-2024 рр. (кількісні дані). Відсоткове співвідношення матеріалів, що стосувалися рухів за зміни, до загальної кількості публікацій.

Проведене нами дослідження також продемонструвало частотність, з якою тематика соціальних рухів за зміни висвітлювалась у переможних матеріалів (графік 3.2.2). У цілому, за допомогою графіка можна простежити, що висвітлення протестних рухів у матеріалах було актуальним протягом усіх 30 років нагородження Пулітцерівською премією. Окрім цього, за допомогою графіка нам вдалося помітити різкий **всплеск** підвищення інтересу до протестних рухів у засобах масової інформації з 2016 по 2021 роки з повільним зменшенням висвітлення цієї теми з 2022 року. Так, до прикладу, у вказані 5 років частка матеріалів, що стосувалась рухів за зміни, перевищувала частку матеріалів на іншу тематику. Це цікава тенденція, яка, на нашу думку, пов'язана з кількома факторами: по-перше, зростанням напруження в американському суспільстві расових протиріч (зокрема, вбивство поліцейським беззбройного 18-річного афроамериканця Майкла Брауна та вбивство 18-річного афроамериканця Ентоні Волкера, які стали причинами протестів у багатьох

американських містах); по-друге, порушенням стигми у суспільстві публічних заяв щодо згвалтувань та непристойної поведінки (у тому числі, пов'язане з рухом #metoo); по-третє, з президентською кампанією Д. Трампа (що включала у себе багато неполіткоректних і дискримінаційних заяв щодо раси, мігрантів і представників/ць мусульманської спільноти) у 2016 році із подальшим його обранням президентом США. Окрім цього, на нашу думку, підвищенню уваги до теми рухів за зміни сприяв загалом розвиток демократії та розбудова більш активного громадянського суспільства, члени та членкині якого знають про свої права та можуть захищати їх у різний спосіб.



Графік 3.2.2. Результати кейс-стаді матеріалів, нагороджених Пулітцерівською премією з 1995-2024 рр. (кількісні дані). Співвідношення матеріалів, що стосувалися рухів за зміни та інших матеріалів до загальної кількості публікацій.

Що стосується останнього – інструментарію захисту громадянських прав, у проаналізованих нами матеріалах присутні згадки про найрізноманітніші форми та методи боротьби. Серед них, зокрема, ненасильницькі (мирні протести, об'єднання для спільної боротьби за просування конкретних ідей, мистецькі та культурні акти, страйки, марші, демонстрації, спільні судові позови або заяви, петиції, флешмоби, мітинги, меморіали, медіазаходи та публічні виступи на теми, які хвилюють ту або іншу групу тощо) та

насильницькі (бунти, партизанська боротьба, збройні повстання, акти тероризму тощо).

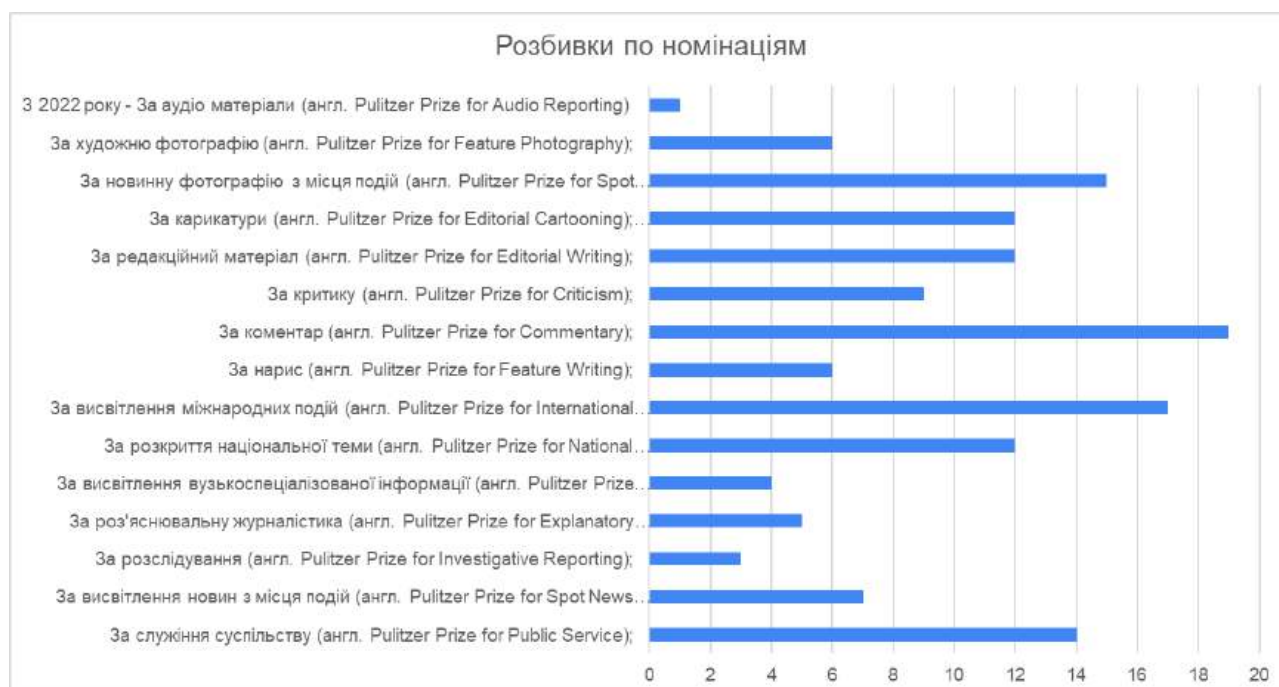
Окремо хочемо привернути увагу до опису у журналістських матеріалах насильницьких форм ведення протестної діяльності, особливо питанням тероризму як радикальної насильницької форми соціальних протестів. Висвітлення тероризму у медіа є дискусійним явищем. З одного боку, у медіаспільноті існує негласне етичне правило, що терористам не можна давати майданчик для поширення їхніх думок і впливу. Але з іншого боку, саме журналістам доводиться поширювати інформацію про найбільш жорстокі випадки тероризму, які трапляються у суспільстві, бути на місцях подій, опитувати жертв і близьких тих, хто постраждали від рук терористів тощо. Окрім цього, всебічне дослідження цих явищ може допомогти для формування державних політик громадської безпеки та протидії тероризму.

Дослідник С.Е. Демм застерігає: “Терористи залежать від оприлюднення, яке вони отримують, і засоби масової інформації набувають від терористів своєї основної продукції в новинах: подія, яка заслуговує на висвітлення, несподівана та насильницька, яку громадськість хоче почути, побачити та прочитати. Є докази того, що терористи влаштовують драматичні інциденти, щоб максимізувати свій пропагандистський вплив. <...> Поінформованість засобів масової інформації про спроби терористів маніпулювати ними в терористичних цілях має насторожити засоби масової інформації, щоб вони не стали пропагандистським засобом тероризму” [26]. Не можемо не погодитися з думкою автора, однак, навіть враховуючи її, ми усе одно переконані, що суспільний інтерес щодо висвітлення цієї тематики переважає над потенційним негативним ефектом. Однак, додамо, що журналістам варто все-таки чутливо, етично та збалансовано подавати матеріали, що стосуються **терорестичних** атак. Для розуміння основних принципів роботи з такою чутливою темою звертаємося до правил, про які згадуються у посібнику для журналістів від ЮНЕСКО: “Надавайте чітку, точну, швидку та відповідальну інформацію;

підтвердіть обов'язок інформувати; пояснити - це не виправдати; тримайте критичну дистанцію; враховуйте вплив інформації на гідність і безпеку; будьте ознайомлені з поняттями тероризм, боротьба з тероризмом, законами; обережно орієнтуйтеся на **відносини з влади**; контролюйте «фреймінг» тероризму; остерігайтеся непідтверджених теорій, безапеляційних і попередньо ухвалених рішень, упереджень, оцініть антитероризм у контексті міжнародного прав і прав людини; уникайте нагнітання страху; прийміть плюралістичний, збалансований і інклюзивний кут подання інформації; розглядайте тероризм, **накого б** він не був спрямований, як напад на всіх; думайте глобально та уникайте «інформаційного націоналізму» [додаток I].

З огляду на проведений якісний аналіз матеріалів, можемо пересвідчитися у тому, що журналісти, які отримали Пулітцерівські премії, використовували чутливий і етичний підхід до висвітлення тематики. У цих роботах наявний фактаж, виважений тон подачі інформації; про жертв і близьких постраждалих від тероризму написано зі співчуттям та емпатією. Окрім цього, важливим показником дотримання правил висвітлення тероризму є те, що у матеріалах не стигматизуються представники/ці етнічних чи расових спільнот, пов'язаних з терористичними атаками за допомогою балансу сторін. До прикладу, у матеріалах, які розповідають про масштабну терористичну атаку 9/11 журналісти The New York Times взяли коментарів у експертів з дослідження ісламу для того, щоб уникнути стигматизації всіх мусульман за релігійною ознакою: “Коран встановлює суворі обмеження щодо того, коли і як вести священну війну. Але Жиль Кепель, провідний французький дослідник **сучасного ісламу**, сказав, що афганські ветерани керувалися власною радикальною інтерпретацією священних мусульманських текстів. «Одурені перемогою мусульман в Афганістані, — сказав він, — вони вважали, що її можна відтворити деінде — що весь світ дозрів для джихаду, що суперечить ісламській традиції» [237].

Ми також проаналізували кількісний розподіл матеріалів про протестні рухи серед переможців Пулітцерівської премії за категоріями. У цьому аналізі ми спиралися на розподіл премії за номінаціями. Зауважимо, що частково категорії цього дослідження можуть вказувати на жанрову приналежність матеріалів (як-от, до прикладу, номінації: розслідування, новини з місця подій, роз'яснювальна журналістика, нарис, коментар, критичний матеріал, редакційні матеріали, новинне та художнє фото); частково — на географічний розподіл матеріалів (розкриття локальної, національної та міжнародної тематики); частково — на рівень впливу й ефект, створений журналістами (номінація “Служіння суспільству”). Проаналізувавши кількісні показники (діаграма 3.2.3), ми можемо помітити, що превалювали у висвітленні протестних рухів такі жанри: коментарі (усього 19 переможних матеріалів, що складає 13% від загальної вибірки); новинні фотографії (усього 15 серій фотографій, що становить 11 від загальної вибірки); редакційні матеріали та карикатури або ілюстровані репортажі (кожні з яких налічують по 12 матеріалів або ж 8% відповідно). Якщо аналізувати географічні категорії, переважають висвітлення міжнародних протестів (17 матеріалів — 12% від загальної вибірки). Матеріали, що потрапили у категорію “За служіння суспільству” також були досить популярними і налічують 14 публікацій або ж 10%.



Діаграма 3.2.3. Результати кейс-стаді матеріалів, нагороджених Пулітцерівською премією з 1995-2024 рр. (кількісні дані). Кількісні показники матеріалів, що стосувалися протестних рухів, за категоріями.

Результати цього кількісного аналізу вказують на те, що журналісти, відзначені Пулітцерівською премією, надавали перевагу тим жанрам, які: по-перше, давали більший простір авторському “Я” та експеривним, суб’єктивним засобам вираження власних поглядів на ситуацію (про це свідчить домінування жанру “Коментарі”, адже ці коментарі надавали власне журналісти, а не опитані експерти); по-друге, вони часто вдаються до жанрів, які дозволяють створити “ефект присутності” (а саме: новинна фотографія, ілюстровані репортажі). По-третє, не менш важливе: географічний контекст у висвітленні протестної тематики важить, адже багато переможних матеріалів стосувалися міжнародної та національної тематики (17 і 12 публікацій відповідно). Це ще раз підтверджує зроблені у попередніх розділах висновки про те, що рамкування протестних рухів за допомогою жанру є одним із інструментів досягнення впливу.

Також досить промовистим є той факт, що майже половина проаналізованих публікацій, що вибороли золоту медаль Пулітцерівської премії за служіння суспільству, складають матеріали, що описують соціальні рухи за зміни (14 із 31). Саме ця номінація вважається найпрестижнішою для медіа і видається за виключно суспільно корисні матеріали із високим рівнем впливу. Це свідчить про те, що висвітлення протестних рухів не закінчується лише на публікаціях, а несе за собою довгострокові результати та позитивний ефект на суспільство; допомагає підсилити протестний рух або ж, якщо цей рух є потенційно небезпечним, вжити відповідних регуляторних чи безпекових заходів. У деяких випадках журналістські роботи стають каталізаторами протестних рухів.

Для розуміння впливу таких матеріалів на протестну тематику наведемо кілька цитат, які обґрунтовують вручення премії саме за них і позитивні наслідки після публікацій: “2001: The Oregonian (Портленд, штат Орегон), за

детальний і непохитний аналіз систематичних проблем у Службі імміграції та натуралізації США, включаючи жорстоке поводження з іноземцями та інші широко поширені зловживання, які спонукали до різноманітних реформ” [219]; “2002: The New York Times, «за спеціальний розділ, який регулярно публікується після терористичних атак на Америку 11 вересня, у якому послідовно та всебічно висвітлюються трагічні події, описуються жертви та відстежується розвиток історії на місцевому та глобальному рівнях [219]; “2003: The Boston Globe за сміливе, всебічне висвітлення сексуальних насильств священиків, зусилля, яке пробило таємницю, сколихнуло місцеву, національну та міжнародну реакцію та спричинило зміни в Римо-Католицькій Церкві” [219]; “2008: The Washington Post, За роботу Дани Пріст, Енн Халл і фотографа Мішеля дю Сіль у викритті жорстокого поводження з пораненими ветеранами в госпіталі Уолтера Ріда, яка викликала національний резонанс та спричинила реформи, прийняті федеральними чиновниками” [219], “2009: Las Vegas Sun і, зокрема, Олександра Берзон, за викриття високого рівня смертності серед будівельників на Лас-Вегас-Стріп на тлі слабого дотримання правил, що призвело до змін політики та покращення умов безпеки” [219] тощо.

Що стосується аналізу тематичного розподілу проаналізованих матеріалів, його дані можна побачити на таблиці 3.2.4. Для цього аналізу ми закодували теми відповідними символами: персоналії = П; тероризм = Т; збройні повстання = ЗП; спільні судові позови = ССП; дисиденти = Д; раса = Р; права жінок = ПЖ; публічний розголос = ПР; карикатури = К; права мігрантів = ПМ; антиамериканський рух = ААР; громадські об'єднання = ГО; права етнічних груп = ПЕР; громадянські права = ГП; природні катастрофи = ПК; мистецтво = М; політичні права = ПП; захист права на зброю = ЗПЗ; ВІЛ/СНІД = ВС; ультраправий рух = УР; медицина = МЕД; непротестні матеріали = НП. Виключні категорії та ті, що мають підкатегорії, залишилися незакодованими.

Ці результати також є промовистими, оскільки вони свідчать про широку репрезентацію найрізноманітніших форм протесту (як-от, насильницьких:

тероризм, збройні повстання, воєнні повстання, спроби державного перевороту та громадянські війни; ненасильницьких: демонстрації, спільні судові позови, публічний розголос, відкриті листи, спільні звернення та банери тощо); направленостей протестних рухів (права мігрантів, протести проти расової дискримінації, боротьба за права жінок, права ув'язнених, права на здоров'я тощо). Цікавим є те, що з усіх тем превалювали: расові протиріччя (21 матеріал); права жінок (11 матеріалів); персоналії (9 матеріалів); збройні повстання (9 матеріалів) та карикатури (9 матеріалів).

1995	ВП	П	пропайф ерський рух	харчовий бунт	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	
1996	Т	ПР	культурн ий протест	марш	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	
1997	ЗП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	
1998	К	П	ПМ	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	
1999	ССП	Т	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	
2000	ПЖ	Р	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	
2001	ПР	ПМ	ВС	ЛГБТІК+	ПМ	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	
2002	ЗП	Т	К	Т	ААР	ЗП	Т	ЗП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	
2003	П	партизан ський рух	К	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	
2004	ГО	П	Д	громадянс ька війна	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	
2005	ПЕР	ПР	ААР	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	
2006	ПК	ПК	спільні заяви	екологічні протести	ЗП	М	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	
2007	права ветеранів	П	виборчі права	право на здоров'я	П	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	
2008	М	К	ЗП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	
2009	умови праці	ПП	ПП	право на інформаці ю	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	
2010	ПЖ	містобуді вництво	ЗП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	
2011	Д	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	
2012	спільні заяви	ПЖ	П	К	Т	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	
2013	Д	М	право на здоров'я	демонстр ації	ЗП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	
2014	насильницькі форми протесту (religia)	К	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	
2015	Р	безпекові виклики	Р	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	
2016	Т	ГО	Р	Р	ПЖ	Р	Р	Р	К	НП	НП	НП	НП	НП	НП	
2017	ССП	ГО	ПЖ	Д	псевдобр соціальні протирічч я	псевдобр соціальні протирічч я	М	ССП	К	НП	НП	НП	НП	НП	НП	
2018	ПЖ	УР	ПМ	псевдопро тестний рух	банери	ПЖ	М	МЕД	Р	НП	НП	НП	НП	НП	НП	
2019	ГО	Т	ПЖ	Д	ПЖ	ПЖ	К	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	
2020	спільні звернення	Р	відкритий лист	громадськ і свободи автономія	громадськ і свободи автономія	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	
2021	насильницькі форми протесту (Р)	Р	Р	Р	Р	Р	Р	прав а ув'яз нення х	ЗПЗ	Р	НП	НП	НП	НП	НП	
2022	спроба державног о переворот у	спільні заклики	П	Р	П	ЗП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	
2023	опір окупації	Р	МЕД	критика у соцмереж ах	ПЖ	ГП	Р	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	
2024	ЗПЗ	Д	Д	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	НП	

Таблиця 3.2.4. Результати кейс-стаді матеріалів, нагороджених Пулітцерівською премією з 1995-2024 рр. Аналіз тематичних показників матеріалів за роками.

Тематичні категорії “Персоналії” (П) та “Дисиденти” (Д) повністю побудована на сторітелінгу та зверненні до архетипу самотнього героя. Так, до

прикладу, у матеріалі Business Insider “Як я втекла з китайського табору інтернованих” [139] у вигляді ілюстрованого репортажу наводиться історія жінки, що представляє уйгурів — дискриміновану групу у Китаї. За допомогою прийомів: введення реальної дійової героїні, подачі від першої особи, деталей (іноді навіть тих, що містять сцени насильства та жорстокості), навіть форми обрання візуальної подачі (коміксу) досягається ефект емоційного залучення в історію, емпатії до персонажки та групи, яку вона представляє. Докладніше з фрагментами коміксу для глибшого розуміння можна ознайомитись у додатку І.

З огляду на гостру проблему расової дискримінації у Сполучених Штатах Америки, **не викликадає** протиріч той факт, що результати дослідження вказують на те, що це найпопулярніша та найбільш резонансна тема у проаналізованих матеріалах. Ці матеріали відображають гострий біль представників/ць афроамериканців, приклади расової несправедливості, поліцейського свавілля, злочинів на ґрунті ненависті та тривалої історії та тягlosti сегрегації та переважання представників/ць білої раси. Для занурення у контекст публікацій, що стосувалися цієї тематики, наведемо кілька цитат з матеріалів: “...чоловік, який тримав картонну табличку з кількома видряпаними словами: «Поліція Фергюсона щойно стратила мого беззбройного сина!!!» [242]; “Ахмауд Арбері, судячи з усього, любив бігати, але не називав себе бігуном. Це недолік культури бігу. Те, що біг Мод зробив його мішенню для гегемонів білих сил, є певним провалом Америки. Перевірте книжки — перепустки для рабів, закони про бродяжництво, Гарвардського Скіпа Гейтса, заарештованого біля власного ліжечка — чорні ніколи не мали такої ж свободи пересування, як білі” (термінологія, вжита у цій цитаті, залишилась незміненою та перекладеною дослівно: “black”, “white” — прим. авт.) [242]; “Після смерті Майкла Брауна минулого літа в громадських дебатах вибухнула стурбованість щодо расизму в поліції, зокрема, чи застосовують білі офіцери надмірну силу, коли мають справу з меншинами, і чи захищає система кримінального правосуддя права жертв. Реп-музикант Кіллер Майк написав пісню, щоб увічнити смерть цього афроамериканського юнака від рук білих офіцерів,

порівнявши його вбивство зі «мрією Кінга, коли снайпер позбавив його життя» [242]. Примітно також те, що більшість авторів, що публікували матеріали на цю тему, самі є представниками/цями спільноти афроамериканців.

Не менш потужним засобом у висвітленні протестів на ґрунті расової дискримінації є фото, з прикладами яких можна ознайомитися у додатку Й. Зауважимо, що для більшого впливу фотографії користувалися такими інструментами, як: контраст, конфлікт, деталі, дальний кадр для відтворення масовості протесту та формування ефекту присутності, репортажну зйомку для відтворення найбільш емоційних моментів з протестів тощо.

Насамкінець, пропонуємо звернути також увагу **на двох цікавих**, на наш дослідницький погляд, кейсів, які увійшли до категорії виключень і залишилися незакодованими. Одним із них є матеріал про псевдопротестний рух. Він розповідає про російський вплив на перебіг виборів у США, зокрема про інформаційну кампанію у соцмережах, що імітує інформаційний протест. Для глибшого розуміння наведемо цитату: “Іноді міжнародний наступ починається з кількох пострілів, які не привертають уваги. Так було минулого року, коли Мелвін Редік із Гаррісберга, штат Пенсільванія, доброзичливий американець у бейсболці на задні ходу та з маленькою донькою, опублікував у Facebook посилання на абсолютно новий веб-сайт. «Ці хлопці показують приховану правду про Гіллари Клінтон, Джорджа Сороса та інших лідерів США», — написав він 8 червня 2016 року. «Відвідайте сайт #DCLeaks. Це справді цікаво!»” [243]. За допомогою методів OSINT журналісти The New York Times з’ясували, що такої особи не існує та з’ясували, що сотні тисяч фейкових акаунтів з російським слідом на платформах Twitter та Facebook публікували анти-Клінтонівські повідомлення. Цей матеріал привернув нашу увагу, оскільки він є прикладом того, як сучасні інформаційні технології, використовуючи протестні меседжі, можуть впливати на суспільство.

Не менш цікавими і, на перший погляд, не зовсім очевидними у контексті соціальних рухів за зміни є переможна серія робіт у номінації “Редакційний

матеріал” за 2009 рік. Це рубрика редакції The Post-Star “Відкритий уряд”, в якій публікувалися вимоги виконувати право громадян на публічну інформацію та наочні приклади, як цим правом **користатися**. На нашу думку, такі серії публікацій є корисними, адже дозволяють громадянам скористатися ненасильницьким і юридичним способом досягти бажаного у рухах за зміни. Вони також сприяють розвитку відповідального громадянського суспільства.

Підсумовуючи результати кейс-стаді матеріалів Пулітцерівської премії, варто зазначити, що тема протестних рухів справді є не лише впливовою та потенційно цікавою темою для аудиторії, але і відповідальною роботою. Якісний аналіз матеріалів, а також рішення про присудження Премії від поважних журі вказують на те, що обрані медійники послуговувалися у своїй роботі базовими стандартами журналістики, емпатійністю й етичністю та власною (хоча й обмеженою) залученістю. Нестандартні підходи, різні кути зору на ситуацію, широка палітра інструментарію, використаного для побудови матеріалів, — усе це є фундаментом, завдяки якому журналістам вдалося досягти не тільки визнання у професійній сфері, але й суспільного впливу (зокрема, прийнятті певних законів, прискоренні реформ, покаранні злочинців тощо). Таким чином, засоби масової інформації та побудова медіареальності відіграють справді важливу роль у протестних рухах.

3.3. Конструювання медійної реальності навколо соціальних рухів за зміни: кейс-стаді видатних українських публікацій

За аналогією до попереднього дослідження, ми простежимо, яким чином представлені соціальні рухи за зміни в українських медіа на прикладі видатних публікацій. Нагадаємо, що критерій щодо того, чи відноситься публікація до “видатних” визначається визнанням журналістської спільноти. Тому для аналізу українського контексту ми обрали роботи переможців премії “Честь професії” в Україні. Хронологічні рамки вибірки включають у себе матеріали, які виходили

з 2014 по 2023 роки (на момент написання дослідження результати премії у 2024 році ще не були оголошені).

Премія “Честь професії” – одна з найпрестижніших нагород, якою відзначають журналістів і журналісток в Україні. Вважаємо цей конкурс релевантним для нашого дослідження, адже, як зазначають самі організатори, він “побудований на тих принципах, що й найкращі професійні журналістські конкурси в світі такі як Пулітцерівська премія” [121]. На головній сторінці премії вказано: “Цілі конкурсу: виявити та заохотити визнанням журналістські матеріали високої професійної якості; зробити акцент на важливій соціальній ролі та необхідності поваги до якісної журналістики” [121]. Цифровий архів зі списками робіт, відзначених у рамках Премії, збережено з 2010 року. Однак, на жаль, під час проведення дослідження ми з’ясували, що архів збережено лише частково. Так, на сайті Честі професії можна переглянути списки з іменами переможців і назвами їх матеріалів з гіперпосиланнями, а також фіналістів в основних номінаціях і публікації, відзначені спецпризами, але, на жаль, деякі гіперпосилання не працюють, бо видалені з вебсайтів або ж (у випадку відео) на Youtube. Чимало з них навіть не мають архівної версії сторінки на платформі WayBackMachine. На нашу думку, це негативне явище, оскільки через це не тільки з’являються перешкоди для подальших досліджень, але і не зберігається історія української журналістики. На жаль, лише з 2014 року більшість матеріалів були або доступні, або їхні архівні копії ще можна було віднайти завдяки WayBackMachine. Саме тому часові рамки нашого дослідження охоплюють 2014-2023 роки.

Базові (від 2010 року) категорії, в яких відзначають українських журналістів і журналісток у цьому конкурсі, такі: найкращий матеріал з громадянською позицією; найкраще подання складної теми; найкраще подання резонансного матеріалу; найкраще журналістське розслідування та надія журналістики. Однак, згодом додавалися нові категорії та присуджувалися спецвідзнаки і додаткові номінації: Спеціальний приз від компанії “Емвей

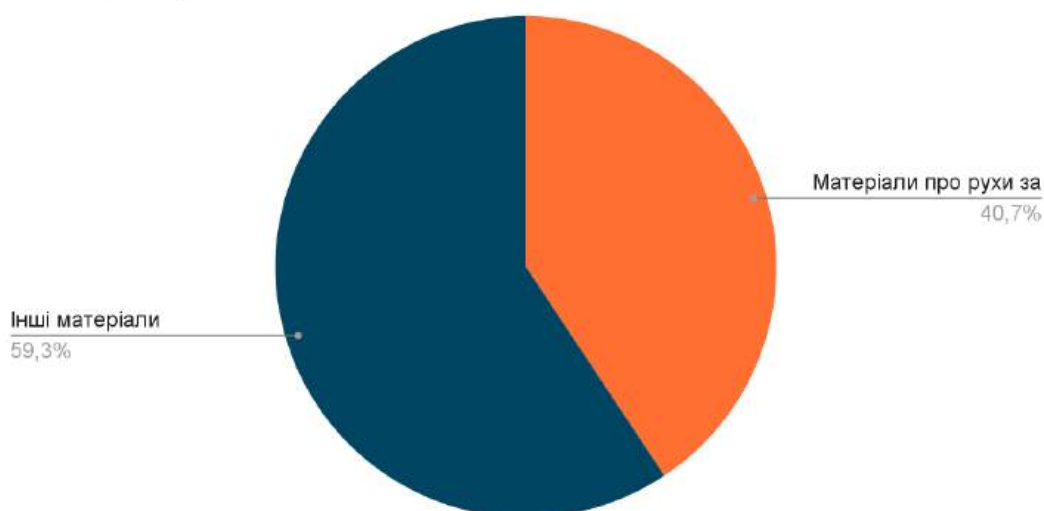
Україна”; Спеціальна відзнака від Комісії журналістської етики та Проєкту Ради Європи “За етичне висвітлення складних питань у кризовий час”; Спеціальна номінація від Програми розвитку ООН в Україні “Краще висвітлення теми «Цілі розвитку тисячоліття: майбутнє, якого ми прагнемо»”; Спеціальна номінація від Програми розвитку ООН в Україні “Будуємо нову Україну разом”; Найкращий репортаж (з 2018); Спеціальна номінація від Наглядової ради “Конструктивна журналістика» (2018)”; Спеціальна номінація від проєкту “Взаємодія” “Зарядись проти корупції; (2018); Спецприз у номінації “Найкращий матеріал з громадянською позицією; на локальну тематику; Спецприз у номінації “Найкраще подання резонансного матеріалу” на локальну тематику; Спецприз у номінації “Надія журналістики” локальної тематики; Найкраща публіцистика; Спеціальний приз від організаторів конкурсу “Найкращий аудіоматеріал” (2020); спеціальний приз у номінації “Найкраща публіцистика у локальному медіа”; Найкраща аналітика; Спеціальна номінація від Наглядової ради конкурсу “Пояснювальна журналістика в часи пандемії” (2021); Спеціальна номінація від платформи HelpSmi “Експерт-знахідка” (2021); Спеціальна номінація від Комісії з журналістської етики “Найкращий матеріал на тему дотримання професійних стандартів, журналістської етики та саморегуляції”; Спеціальний приз у номінації “Найкраще інтерв’ю в локальному медіа”; Спеціальний приз у номінації “Найкраще новинне висвітлення резонансної події у локальному медіа”; Спеціальний приз від організаторів конкурсу “Надія журналістики” (2021); Найкраще інтерв’ю; Спеціальний приз у номінації “Найкращий репортаж у локальному медіа”; Спеціальна номінація від Bihus.Info “Одним фронтом”; Спеціальна номінація “За відданість професії за найтяжчих умов”. Таким чином, можна простежити не тільки розвиток і розширення рамок конкурсу, а і його відповідність актуальним викликам сьогодення: післямайданним реформам, пандемії, повномасштабній війні тощо.

На відміну від Пулітцерівської премії, в українській версії переважно нагороду отримувало одне видання з одним (лише у декількох виключних

випадках – з серією) матеріалом. Таким чином, усього до вибірки ввійшли 118 відзначених матеріалів за 10 років присудження премії “Честь професії”.

З них більше третини (48 матеріалів або 40.7%) нагороджених матеріалів так або інакше висвітлювали рухи за зміни (діаграма 3.2.5). Так само, як і у попередній частині цього дослідження, такі високі показники свідчать про інтерес журналістів і журналісток до висвітлення протестів у будь-яких його формах і впливу цих процесів на громадську думку та суспільний лад.

Кількість матеріалів, відзначених "Честью професії" (2014-2023 роки)

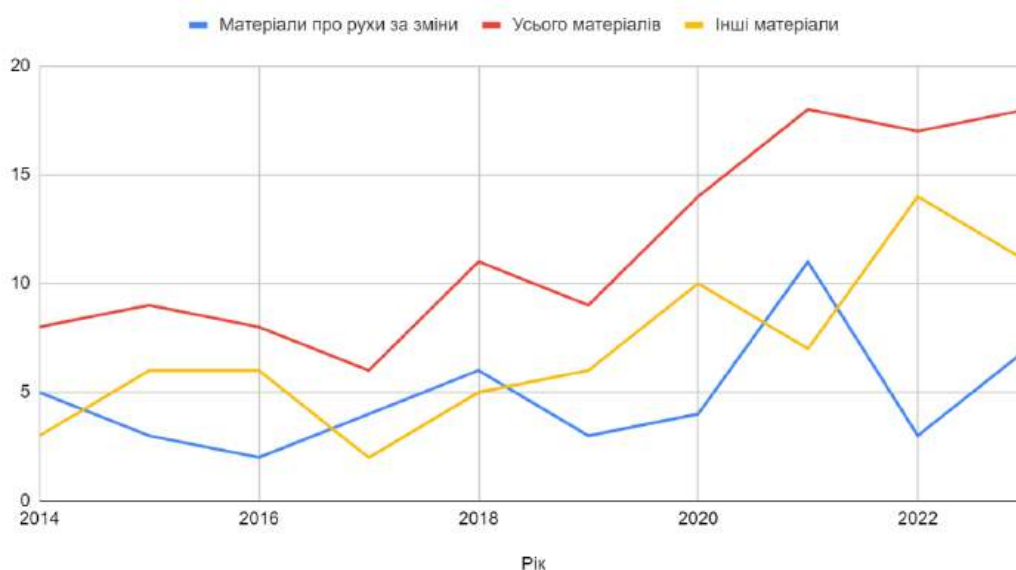


Діаграма 3.2.5. Результати кейс-стаді матеріалів, нагороджених премією “Честь професії” з 2014 по 2023 рр. (кількісні дані). Відсоткове співвідношення матеріалів, що стосувалися рухів за зміни, до загальної кількості публікацій.

Щоб краще зрозуміти частотність висвітлення протестних рухів, ми побудували графік 3.2.6. На відміну від результатів попереднього дослідження, на цьому графіку ми не спостерігаємо різких всплесків чи падінь у висвітленні протестної тематики (за винятком 2021 року, коли кількість матеріалів про протести перевищила кількість матеріалів на іншу тематику (11 матеріалів протестної тематики з 18 матеріалів усього) і також – у випадку 2022 року – різкого падіння у кількості матеріалів, що стосувалися згадок про соціальні рухи за зміни, коли співвідношення матеріалів протестної тематики та інших

матеріалів склало 3 проти 14). Така різниця може пояснюватися кількома чинниками: по-перше, це кейс-стаді відрізняється від попереднього часовими рамками, адже у цьому випадку ми аналізуємо лише 10, а не 30 років роботи премії, що заважає спостерігати тенденції та сплески у довгостроковій картині. По-друге, також це може пояснюватися історичним контекстом і більш активним громадянським суспільством в Україні, яке часто готове вимагати змін за допомогою протестів або організованих дій. Окрім цього, не виключатимемо з чинників впливу війну Росії проти України, що почалась з 2014 року та викликала чимало спротиву проти окупації українських міст, що і знайшло відображення у переможних матеріалах.

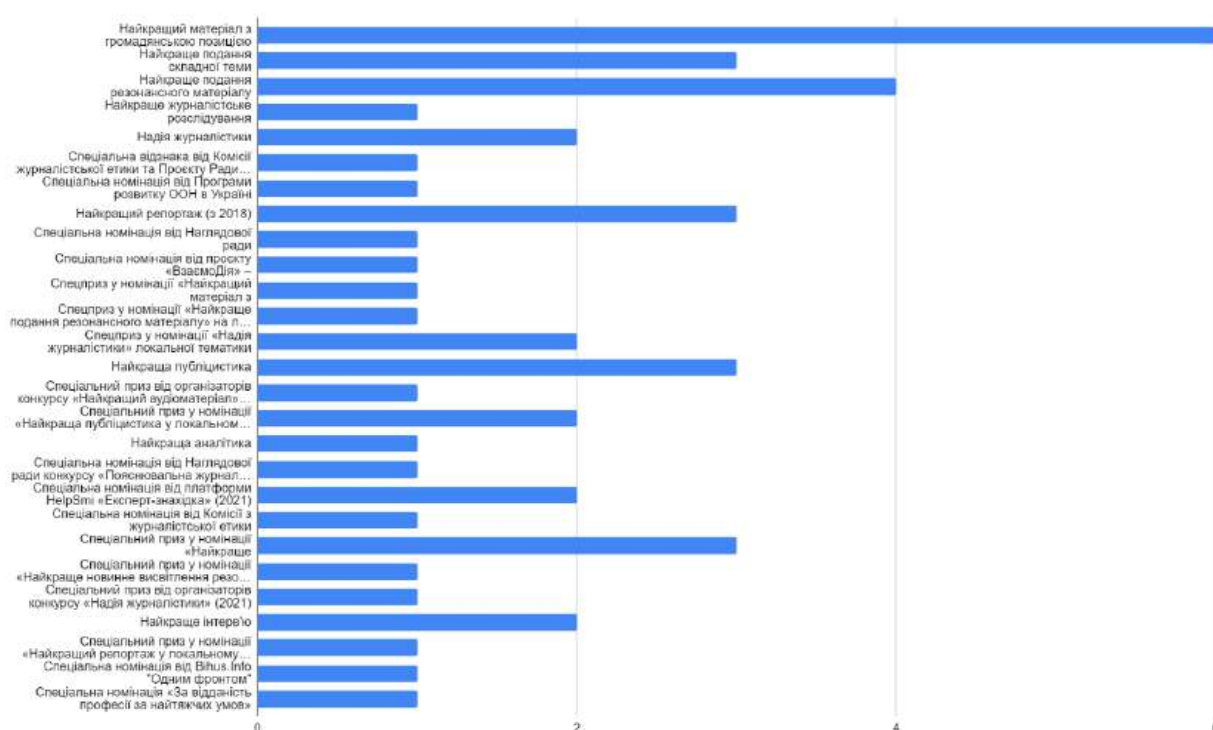
Частотність висвітлення матеріалів про рухи за зміни



Графік 3.2.6. Результати кейс-стаді матеріалів, нагороджених премією “Чесť професії” з 2014 по 2023 рр. (кількісні дані). Співвідношення матеріалів, що стосувалися рухів за зміни та інших матеріалів до загальної кількості публікацій.

Досліджуючи форми протестів, про які згадувалося у проаналізованих матеріалах, ми помітили такі: мирні протести; мітинги; дисидентський рух; громадські рухи; інформаційні кампанії; публічний розголос і критика у соціальних мережах; перекриття доріг; волонтерський рух і рух добровольців тощо, а також – насильницькі форми спротиву: революція; захоплення адміністративних будівель; збройні протистояння; акти тероризму тощо.

Аналізуючи розподіл переможних матеріалів про протестні рухи за жанровою складовою та рівнем впливу, ми спиралися на номінації “Честі професії”. Так само, як і у випадку з Пулітцерівською премією, в українській версії частина номінацій одразу вказує на жанр (наприклад, кращі інтерв’ю, журналістські розслідування, публіцистика тощо), регіональний показник (до прикладу, краще інтерв’ю у локальному медіа) та рівень впливу – найкращий матеріал із громадянською позицією чи найкращення висвітлення резонансної теми.



Діаграма 3.2.7 Результати кейс-стаді матеріалів, нагороджених премією “Честі професії” з 2014 по 2023 рр. (кількісні дані). Кількісні показники матеріалів, що стосувалися протестних рухів, за категоріями.

Як можна побачити з діаграми 3.2.7, переважали матеріали у номінації “Найкращий матеріал із громадянською позицією” (таких було 6, що становить 12,50% від усієї кількості матеріалів на протестну тематику); “Найкраще подання резонансного матеріалу” (із 4 матеріалами, що становить 8,33% від вибірки публікацій про рухи за зміни) та “Найкращий репортаж”, “Найкраща публіцистика” і “Спеціальний приз у номінації «Найкраще інтерв’ю в

локальному медіа»” (по 3 матеріали у кожній номінації, відповідно, по 6,25% кожен).

Такі показники цілком зрозумілі, адже найкращі матеріали із громадянською позицією часто ставали відображенням громадських настроїв або висвітлювали безпосередньо протести: так, до прикладу, було з матеріалами: “Як вставав Донецьк: три дні протистояння” (який відображав проукраїнський і антиукраїнський мітинги у Донецьку); “На фарбу?” (згадка про Майдан і його роль у формуванні нового українського суспільства); “Добровільці” (фільм, який, відповідно, розповідає про добровольчий рух у Збройних Силах України); “Толі у вогні. Форма пожежних - прогорає за секунди” (у розслідуванні згадується про те, як пожежники прийшли протестувати під стіни Верховної Ради проти неякісної форми для пожежників (після пожежі на нафтобазі БРСМ) та публічний розголос цієї історії); “«Генічеськ» (2017). Фільм Б. Кутєпова про корабель, екіпаж і командира-бандерівця” (у ньому – про героїчний спротив старшого мічмана українського флоту Олександра Бойчука, який не тільки не перейшов на бік Росії, а спробував зі своїм екіпажем утекти й угнати мінний тральщик) та “Серійна бездіяльність, або Особливості слідства у справі Гандзюк” (про активістів і різні форми протесту у справі “Хто замовив Катерину Гандзюк?”, а також згадки про проросійські мітинги Кирила Стремоусова).

Також логічно пояснюється переважання публікацій у номінації “Найкраще подання резонансного матеріалу”, адже зазвичай мітинги і їх результати або проблеми викликають широкий резонанс і суспільний запит на пошук новин на цю тему. У цій номінації переможними стали такі журналістські роботи: “Хто холоднокровно розстрілював” (про розстріл майданівців і збройні протистояння під час Революції Гідності); “Бабуся померла?” (це матеріал, який містить аналіз історичного контексту, в якому згадуються про народні повстання, порівняння з ситуацією у Криму); “Гра в імітацію || Сергій Андрушко | СХЕМИ №104” (аналіз однієї з постмайданних

реформ – реформи державної служби, імітування її та висвітлення протестів активістів проти таких імітацій) та “Війна, яка гвалтує” (інформаційна кампанія про сексуальне насильство під час конфлікту). Справді, всі згадані журналістські матеріали (а це були як тексти, так і відео та аудіо) містять інформацію про події, які спричинили сильну суспільну реакцію та викликали резонанс.

Не випадковим є також порівняно часте звернення журналістів і журналісток до жанру інтерв’ю, публіцистики та репортажу. Перший, до прикладу, допомагає сконструювати образ самотнього героя (чи антигероя), борця проти системи та звертається до методів сторітелінгу для сильнішого емоційного залучення. До прикладу, у матеріалі “Поговори зі мною. ПостРОЗМОВА із Русланою з луцького автобуса з терористом” взагалі вимальовується конфлікт героїні (жінки, яка змогла подзвонити журналістці із захопленого терористом автобусу тричі, щоб задокументувати історію та передати інформацію про подію) та антигероя (власне терориста, який використовує цей насильницький акт для боротьби проти системи: “... «Він зразу назвався. Наголосив, що він - Максим Плохой, що «сьогодні такий день». Він вважав, що то особливий день, так як свято. Називав це «днем антисистеми», «днем правди». Мовляв, всім треба цього дня говорити правду. Тому 21 липня він обрав навмисне»” [59]). Інтерв’ю “Або ти кидаєшся на амбразуру, або пробуєш пристосуватись”. Як живе Херсонщина під окупацією” змальовує історію героя, який є своєрідним “збірним образом” усіх жителів Херсонщини, які виходили на мітинги проти окупації та чинили інші види спротиву проти російських загарбників: “«Досі все населення на окупованих територіях каже оркам в очі, що ми переможемо, і деякі з них навіть погоджуються із цим. Чи є у мешканців Херсонщини розуміння, що буде далі? Немає. Чи є надія? Величезна. Херсонщина – не ватна»” [16]. У його фінальні слова ніби закладено думки усього регіону, який він представляє. Останнє інтерв’ю “Володимир Вакуленко: вбивство і спадок письменника – інтерв’ю з колишньою дружиною” у форматі відео змальовує героя культурного протесту –

вбитого російськими окупантами письменника В. Вакуленка. Через слова його колишньої дружини змальовано образ культурного діяча як патріота, людини з чіткою громадянською позицією, який не йде на компроміси з окупантами і до останнього чинить спротив у вигляді боротьби за розвиток української літератури. Маючи можливість переїхати до західної частини України, Володимир відмовився, оскільки зауважив, що це його земля. І якщо у Львові, до прикладу, розвинена українська сучасна культура, то на Харківщині її треба розвивати. І саме це він вбачав своєю місією.

Вибір жанру репортажу теж не випадковий, адже дозволяє створити ефект присутності та сконструювати медіареальність подій протестних рухів. У матеріалі “Чотири терабайти болю” змальовано діяльність активіста, який самостійно “зібрав величезну базу даних про воєнні злочини на Донбасі” [101]. Журналіст детально переповідає історію активіста та змальовує деякі моменти з протестної діяльності чоловіка з точністю, яка дозволяє відчутти “присутність” на місці подій: “Проукраїнські мітинги в Луганську тоді не обходились без провокацій та насильства з боку опонентів. Попри це, Щербачи не думали кидати громадську активність. Більше того — купили намет, щоб у ньому проводити на місцевому Євромайдані богослужіння. “Ми віруючі люди, прихожани “Слова життя”. Це протестантська харизматична церква, — пояснює Геннадій. — І по вечорах на мітингу збирали людей на молитву — всіх, у тому числі й католиків із православними. В наметі хотіли облаштувати для цього краще місце” [101]. У репортажі “Позивний «Домовина». Історія арештантки” спостерігаємо схожу історію, в якій журналісти вдаються до детального оповідання життя «дисидентки та політв’язненої Ванди Горчинської — зв’язкової та медсестри ОУН, арештованої та засудженої за антисоветську діяльність, учасниці Норильського повстання. У цій публікації — майже хронологічний переказ подій і значна кількість деталей, описових конструкцій, дієслів, що посилюють ефект присутності: «Горчинская, к следователю!». На ватяних ногах 22-річна Ванда поволоклася до дверей. Тіло боліло. Сьомий день, як її затримали. Йшла темним коридором, потім східцями. До чого готуватись?

Попередні рази ставили до стіни, били в голову, накидали на шию зашморг. Слідчий впирався ногою в живіт, а його помічник – у спину, душили. «Бандеровская с***, все нам расскажешь. Где кривки, где кривки???» – відлунювало в голові. Переступила поріг кімнати для допитів. «Мы тебе шутку организуем, — погрозово скалився гебешник Бровін, — раздевайся!». Влупив нагайкою»» [57]. Наратив репортажу “Ми повернемося до Маріуполя. Стратегія єпископа Геннадія Мохненка та його капеланів” [117] побудований навколо капелана Геннадія Мохненка. Журналіст проводив із ним день, виїжджає на волонтерські місії, говорить про його плани на деокупацію Маріуполя, участь у волонтерському руху та його соціальний проєкт “Пілігрим” для безпритульних дітей. У цьому тексті також присутня деталізація, описові елементи, використовується велика кількість дієслів.

Ми вважаємо, що публіцистика є одним із жанрів, який дає найбільшу свободу та простір для вираження авторського “Я” журналіста чи журналістки, а тому є одним із способів відобразити власну медіареальність протестних рухів у матеріалі. Це можна простежити на прикладі переможного матеріалу у номінації “Найкраща публіцистика” 2023 року. Так, автор публікації “Війна з Богом. Як Росія здійснює церковну окупацію на захоплених територіях” вживає багато емоційно забарвленої лексики, дає оцінку діям окупантів, дещо іронізує над ними і проводить власні історичні паралелі: “Під гаслами про "десатанізацію" України російські окупанти оголосили війну Богу. <...> Сьогодні можна сказати, що в цьому місті мучениками за віру стали не тільки православні, а й мусульмани. Ще один свіжий тренд – рейдерські захоплення майна протестантських громад. LIGA.net спробувала розібратися, як відбувається церковна окупація і що спільного у церковних поплічників путінізму і псевдохристиян фашистської Німеччини” [116]. У публікації “Убивство Гонгадзе – 20 років у пошуках правди” колектив авторів теж дає власну оцінку акції “Україна без Кучми”, вдаються до метафор і художніх зворотів: “Смерть Георгія не була даремною. Суспільство змінилося. Пробудилося тоді в 2000 році. Воно відчуло, що треба боротися за

справедливість. Це були лише перші кроки. Акція «Україна без Кучми» була першим кроком, потім були протести, потім Помаранчева революція. Згодом діти, які прийшли зі своїми батьками, чи на спинах своїх батьків, зробили Революцію Гідності» [24]. Навіть сама назва матеріалу сприяє посиленню героїзації ролі журналістів як борців за справедливість у справі Гонгадзе. В описі до Фільм Богдана Кутєпова для Hromadske.doc «Хроніки анексії» сам автор визнає суб'єктивність поданої інформації: «Фільм «Хроніки Анексії» – це не повна картина окупації, а суб'єктивно пережиті її фрагменти. Упродовж майже тижня Богдан стрінив і знімав від Євпаторії – до Феодосії. Мітинг українських патріотів у Ялті та облога морпхів у Бахчисараї. Кримськотатарська родина з Ісмаїл-Бею та фейкова капітуляція офіцерів у севастопольському штабі ВМС України. Цей фільм не викриває всього трагізму вторгнення з Півночі, але це його власні Хроніки анексії» [181].

Результати аналізу тематичного розподілу переможних матеріалів на протестну тематику ми відобразили на таблиці 3.2.8. За аналогією до попереднього дослідження, для цього аналізу ми закодували теми відповідними символами: ППО = протести проти окупації; М = Майдан; ДР = добровольчий рух; ПЗ = протести загалом; П = персоналії; А = активізм або активісти; ПР = публічний розголос; Д = дисиденти; НА = активізм у науці; НД = насильницькі дії проти учасників протестів; ПРР = проросійських рух; ІК = інформаційна кампанія; Е = екологія; ССП = спільні судові позови; К = культурна діяльність як протест; І = історичний контекст; ПЖ = боротьба за права жінок; ЛГБТІК = спільнота відповідно; ВР = волонтерський рух; ГР = громадський рух; ЗП = збройні протистояння; ПЗЗ = протести закордонні; Т = акт тероризму. Оскільки одна з категорій дуже специфічна, ми залишили її незакодованою.

Рік	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
	ППО	М	ДР	ПЗ	П	А	ПР	Д	НА	П
2	НД, ПРР	І, ЗП	мобільні групи боротьби з контрабандою у зоні АТО	ІК	П, ППО	П, А, Е	ППО	ПР, ССП	П, ППО	П, К
3	М, НД	М		М, ПЗ	ПЖ, ПР	ПР	ІК	ПЗ	ВР	П
4	ГР			ПЗ	П, А		ППО, НД, ПРР	П, ПР		П
5	ППО, ПРР, НД				П			ЗП		ПЗ
6					ПЗ			П, Е		ППО
7								ПЗЗ		ППО
8								Т		
9								ПЗ		
10								Д		
11								ПЖ, ЛГБТІК		

3.2.4. Результати кейс-стаді матеріалів, нагороджених премією “Чесність професії” з 2014 по 2023 рр. Аналіз тематичних показників матеріалів за роками.

Так само, як і у попередньо проведеному нами дослідженні Пулітцерівської премії, матеріали “Честі професії” у тематичній категорії “Персоналії” (П) та “Дисиденти” (Д) засновані на сторітелінгу та зверненні до архетипу самотнього героя. Частково про них уже згадано вище, але також додамо інформації про ще кілька не згаданих публікацій. Однією з тих, що чітко викликає асоціації з архетипом самотнього героя, є матеріал Новинарні “Рома не хотів би, щоб ми плакали. Він хотів би, щоб ми перемогли”. Зацитуємо яскравий приклад: “Цю надію подарував нам усім юний, але неймовірно харизматичний хлопець. Цього хлопця звали Роман Ратушний. І він не лише вірив у те, що мафію й корупцію можна перемогти законними методами, а й спромігся згуртувати навколо себе потужну громаду, якій це справді вдалося!” [126]. Також показовим для формування образу самотньої героїні, яка бореться проти системи, є матеріал Слідства.Інфо “Справа честі”, який розповідає про некорумповану суддю Ларису Гольник, яка стикається з мобінгом з боку колег і залякуваннями зі сторони підсудних. Не можемо не згадати і про фільм “ІГРЕНЬ”, який оповідає історію про Василя Сірого та про центр каральної

психіатрії в Дніпрі – практику, яку застосовували по відношенню до дисидентів. Постать Василя Сірого у фільмі теж змальована як героїчна, патріотична і така, що бореться проти тоталітарної системи.

Категорія “Протести загалом” свідчить про громадську активність українців та українок, адже теж зустрічається у матеріалах досить часто. Це найрізноманітніші протести. До прикладу, у матеріалі “Голі у вогні” згадується протест пожежників проти неякісної уніформи, яка може коштувати їм життя. До речі, це розслідування також відзначається нестандартним журналістським рішенням у вигляді експерименту: для того, щоб на власні очі пересвідчитися у неякісності та небезпечності пожежної форми журналістка Bihus.info Надія Бурдей підпалила костюми трьох виробників і порівняла результати. Інший кейс – розслідування “Схем” “Гра в імітацію”, в якій група активістів з Миколаєва протестує проти імітації реформи державної служби, які протестують проти того, що результати конкурсу на обрання чиновника на посаду відомі заздалегідь. Показовим з точки зору громадської активності та солідарності є матеріал “Люстратора” “Винний без вини?!” Як судять неповнолітніх”, в якому, зокрема, продемонстровані кадри, як жителі Кам'янки протестують проти засудження старшокласника Ігоря Слабенка, якого звинувачують у вбивстві 13-річного Дмитра Артеменка. Цікавим з точки зору локального контексту є випадок протестів проти незаконної забудови на території історичних пам'яток на Полтавщині, висвітлений у матеріалі Суспільного Полтава “Правда: Культурна столиця чи райцентр у Кременчуцькій області?”.

Проведене дослідження ще раз підкреслює важливу роль Майдану та Революції Гідності, адже у матеріалах до теми Майдану неодноразово звертаються і після 2014 року. Так, у вже згаданому матеріалі “Гра в імітацію” наголошується, що реформа державної служби – це одне з досягнень Майдану. Показовими є матеріали “На фарбу?” та “Не стріляй!”. У першому журналістка “Дзеркала тижня” Юлія Мостова підбиває підсумок: “Найголовніше, що дав Майдан, – це дуже серйозний злам багатовікового стереотипу про те, що

допомогти тобі можуть тільки рідні й куми. Не тільки. Кожен, хто там був, кожен, хто ним жив, зміг намацати плече, зміг знайти очі, зміг розділити принципи, зміг прозоро задекларувати мету і з незнайомими людьми її досягти. Зламано стіну, що багато років залишала нам лише лазівку для громадянських ініціатив. Майдан нікуди не розійшовся. І тільки приростатиме. Він – кузня громадян. На Майдані, в широкому значенні цього слова, викристалізувався авангард суспільства. Але поки що він затиснутий між байдужими масами й байдужою владою” [71]. У другому – автор того ж “Дзеркала тижня” Сергій Рахманін говорить про роль медіареальності у турбулентні для держави часи: “Саме зараз, коли країна потребує нас (упевнений у цьому) більше, ніж до Майдану, нагальніше, ніж під час Майдану, ми уповільнюємо наближення миру своїми маленькими війнами. Країна бачить те, що відбувається, нашими очима. Зараз, коли суспільство тоне в інформації, журналістика смислів має бути затребувана. Але її витісняє журналістика емоцій” [88]. На нашу думку, цей матеріал – блискучий приклад виваженої та глибинної рефлексії про місію журналістики та її вплив на суспільно-політичні процеси.

Окремо хочеться звернути увагу на матеріал, який потрапив до категорії “активізм у науці” – “В Україну покликали мертві, але не чули живі. Яким був Джеймс Мейс?”. Це – нестандартний приклад журналістики, що висвітлює протестні рухи, однак, це саме приклад матеріалу, в якому одна людина, науковець бореться за зміни. Він про науковця, історика, журналіста та громадського діяча Джеймса Мейса, який в Сполучених Штатах Америки виступав проти війни у В’єтнамі, організовував мітинги. А вже в Україні він боровся за збереження національної пам’яті про жертв Голодомору та поширення інформації про це у світі. Наведемо кілька цитат з матеріалу: “Він сказав, що прийшов покаятися від імені всіх американців за те, що світ знав і промовчав. У людей в залі мороз по шкірі пішов від цих слів, – згадує дружина історика” [100]; “У четверту суботу листопада в Україні запалюють у вікнах свічки. Вшановувати пам’ять жертв Голодомору так тихо й інтимно – свічкою – Джеймс Мейс запропонував 2003 року” [100].

У зв'язку з повномасштабною війною Росії проти України чимало текстів і відео присвячені спротиву проти окупації, зокрема, на Донбасі, Херсонщині та у Криму. Про якість відзначених робіт із цієї категорії свідчить той факт, що журналісти також згадували і про проросійські мітинги, які могли відбуватися паралельно – тобто, цей факт не замовчувався і було дотримано балансу сторін.

Не можемо не згадати про матеріал “Духовна війна і загроза «майдану». Як змінилася білоруська пропаганда після приходу російських журналістів” (категорія ПЗЗ), оскільки він є цікавим з дослідницької точки зору у контексті цього дослідження. Про медіареальність, яку створювали провладні менеджери телеканалів і російські залучені пропагандисти, згадує журналістка Юлія Чаргінець: “...пішли до директора Івана Ейсмонта, чоловіка прес-секретарки Лукашенка. – Ми вимагали збалансованого висвітлення протестів, – пригадує Юля. м А Ейсмонт сказав, що ми відірвані від реальності, а незгодні мають годину на звільнення. Пішли троє президентських операторів, що знімали спецрепортажі” [87]. Про роботу російського Sputnik у Білорусі згадує інша журналістка під зміненим ім'ям Марина: “Московське керівництво не контролювало, як журналісти писали про саму Білорусь, хоча більшість матеріалів стосувалися саме її. А от для міжнародної повістки контент часто створювали в Москві – наприклад, спецпроекти про Сирію або Курили, – розповідає жінка. – Sputnik нейтрально висвітлював вибори. У перші дні протестів говорили, що Лукашенко зайшов задалеко, але риторика різко змінилася за кілька днів і на всіх державних медіа, і в агентствах, і в мережі Sputnik, і в проросійських регіональних виданнях <...> Тон публікацій змінився, – каже Марина. – Приблизно через тиждень після виборів з'явився матеріал про побитих ОМОНівців, але інтерв'ю у побитих протестувальників не брали. Також зняли сюжет про цькування «провладних активістів»” [87]. Інша журналістка Ксенія Луцкіна також коментує змінену реальність навколо протестних подій, нав'язану московськими редакторами: “...нашими журналістами керують з Москви. Для одного з маніпулятивних роликів, наприклад, надіслали звукову доріжку з Москви. А місцеві виконавці знайшлися

– оплата за кількість зробленого, і простір для кар’єрного росту тепер є” [87]. Наостанок, зачитуємо свідчення журналіста під зміненим ім’ям Коля: “...росіяни почали в нас займатися тим, що роблять у себе: підміна понять, недомовленості, множинність версій, напівправа, вирвані з контексту слова. Прилетіли, насправді, не тільки техніки. Є версія, що деякими сюжетами на державному телебаченні займаються винятково росіяни, білорусів задіюють тільки у кадрі” [87].

Інший матеріал, про який хочеться згадати у контексті творення медіарельності навколо подій протестних рухів, – “Бабуся померла?”. У ньому згадується історичний контекст і порівнюються події так званого референдуму у Криму з подіями у Польщі, коли нібито сілезькі націоналісти напали на радіостанцію в Глейвіці. Цей напад, зауважує журналіст, був імітований для того, щоб збурити населення. Автор розмірковує про те, як можна змінити медіареальність та зняти постановочні кадри про напад нібито українських “терористів” на мирне населення напередодні так званого референдуму: “А тут ми маємо "населення, що збунтувалося проти терористів". А якщо ці "терористи" замахнуться на їхнє життя? А якщо прямо 16 березня, у день кримського референдуму? Причому, хоч як гірко це визнати, від нападу "націоналістів" на мирні мітинги захиститися практично дуже важко. Та й, до того ж, якщо не вийде організувати реальний напад, можна його зняти заздалегідь і показати на ТБ тоді, коли треба. І відразу обурений російський народ на чолі з діячами культури просто заблагає: "Та вони ж уже вбивають! Та треба ж щось робити!"” [62].

Отже, проведений нами аналіз матеріалів “Честі професії” за 2014-2023 роки демонструє не тільки високий рівень зацікавленості журналістів у висвітленні тематики, а і доволі обширний інструментарій для відображення рухів за зміни, нестандартні підходи та різноманіття тем. І вкотре підтверджують тезу про те, що медіареальність навколо подій протестів може

використовуватися як допомога у підсиленні та поширенні меседжів рухів за зміни, так і руйнівним інструментом у веденні інформаційної війни.

3.4. Що потрібно пам'ятати медіа, які висвітлюють протестні рухи: гайд

Мета цього дисертаційного дослідження полягає не тільки у спробі аналізу ролі медіареальності як складника протестних рухів, а й створенні практичного інструмента для журналістів/ок, що планують висвітлювати протестні рухи. На нашу думку, такий гайд буде особливо корисним для журналістів-початківців, а також для викладачів у закладах освіти, які готують майбутніх медійників (результати гайду були частково апробовані в тезах Бут К.О., Чернявська Л.В. Висвітлення протестних рухів у медіа: виклики безпеки. Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції «Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі» (м. Запоріжжя, 2 листопада 2022 р.) та в тезах Бут К. Медійна реальність та об'єктивність: точки зіткнення в етичному просторі журналістики. Людина в українському суспільстві в системі цінностей прав людини: сучасний вимір медіадіяльності : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (Київ, 14 травня 2021 р.). К. : Інститут журналістики, 2021. С. 35–40.).

1. У першу чергу, важливо пам'ятати про **правила безпеки**. Готуючись до роботи на події, що стосується рухів за зміни, медійники/ці мають володіти заздалегідь не тільки знаннями поточної ситуації, здібностями до критичного аналізу, але і базовими принципами самозахисту та роботи у неконтрольованому середовищі. Навіть більше: глобальні медіакампанії, до прикладу, BBC вимагають від журналістів, “...пройти курси з охорони громадського порядку, перш ніж їх відправлять на заворушення або ситуацію, яка може перерости в них” [160]. У багатьох пунктах гайдлайнів BBC наголошується на командній роботі під час висвітлення протесті: зокрема, вимога, щоб на події були присутні щонайменше дві особи; тримати зв'язок і

координуватися з командою впродовж роботи на місці подій; у разі необхідності — залучати професійних охоронців. Також журналістам нагадують про базові знання конфліктного менеджменту, що може бути корисно для медіації у випадках конфліктів під час протестів. На нашу думку, такий докладний звід правил є гарним показником для редакції, оскільки він враховує ризики та демонструє турботу про своїх працівників.

З огляду на активність громадянського суспільства в Україні, вітчизняні медійники/ці теж мають бути усвідомлені про порядок висвітлення інформації про протестні рухи, зокрема, безпекову складову. Для того, щоб забезпечити це, Інститут масової інформації створив пам'ятку “14 практичних порад щодо поведінки на акціях протесту. Пам'ятка для журналістів”. Серед визначених експертами ІМІ такі рекомендації: попередній план роботи на події та знайомство з локацією, засоби, які допомагають ідентифікувати журналіста як представника медіа, зв'язок із редакцією щодо особливостей і умов роботи на події, координація з іншими журналістами, комфортний одяг та захист для очей, наявність аптечки та мінімальних запасів їжі та води тощо [130].

На нашу думку, важливо також зауважити, що журналіст/ка має володіти хоча б базовими знаннями з основ самозахисту, особливо у натовпі. Окрім цього, у посібнику “Медсанбат: Посібник для журналіста. Hostile Environment Awareness Training (HEAT) Тренінг з перебування у ворожому середовищі” згадується про необхідність страховки на випадок виїздів у потенційно ризиковане місце зйомки, а протестні рухи можуть стати саме такими. У зв'язку з повномасштабним вторгненням чимало медійних громадських організацій проводять тренінги з фізичної безпеки журналістів/ок, ознайомитися з якими можна на сайтах Інституту масової інформації, Інституту розвитку регіональної преси, Internews Ukraine, Накипіло тощо.

Підсумовуючи перше правило, хочемо наголосити: журналіст/ка завжди має пам'ятати та нести відповідальність за власну безпеку під час висвітлення громадських рухів за зміни: це має бути пріоритетним. На жаль, не завжди

навіть ідентифікація як представників/ць засобів масової інформації може врятувати на місці події, оскільки чимало випадків побиття вбивств журналістів/ок траплялися саме під час роботи на акціях протесту (кейси Євромайдану, акцій протесту проти поправок до земельного законодавства 2016 року у Казахстані, протестів в Ірані у 2022 тощо). Тому обов'язковим перед прийняттям рішення про роботу у полі є оцінка й зваження всіх потенційних ризиків.

2. Описуючи протестні рухи, журналіст/ка має спиратися на **станданти журналістики**. Нагадаємо, до цих стандартів входять: баланс думок і точок зору, достовірність, відокремлення фактів від коментарів, точність, повнота й оперативність. Однак, дотримання всіх стандартів одночасно не завжди можливе, а почасти і взаємовиключне. До прикладу, якісний аналіз публікацій про Євромайдан і Революцію Гідності вказав на те, що оперуючи стандартом оперативності, журналісти порушували стандарт повноти та достовірності інформації.

На нашу думку, досить дискусійним є стандарт об'єктивності. Враховуючи попередні результати цього дослідження, ми дійшли висновків, що медіареальність – це “побічний ефект” журналістики, який виникає у зв'язку з необхідністю ретранслювати події людиною, що спричиняє інтерпретації. Таким чином, журналіст чи журналістка не можуть уникнути суб'єктивності при передачі інформації, особливо під час висвітлення резонансних подій чи контексту, який є для них близьким.

Яскравим прикладом підтвердження цієї тези є слова авторки переможного матеріалу Честі професії у номінації “Найкращий матеріал з громадянською позицією” “Як вставав Донецьк: три дні протистояння” Катерини Завади з молодіжної інформаційної спільноти “Сіль”. Журналістка написала постскриптом до свого матеріалу: “Дуже не просто зберігати об'єктивність, коли йдеться про власну родину чи місто. Хотіла б звернутися до всіх донеччан. Вибачте мене друзі, за те, що сумнівалася у Вас. На якусь мить

мені здалося, що Донецьк не зможе піднятися на захист територіальної цілісності України. Відчай та злість почали мною керувати, коли я побачила триколори напроти ДОДА та Донецького драмтеатру. На щастя, я була не права. Донеччани змогли захистити своє місто. Гасло: «Донецьк – це Україна!» відтепер для мене не просто слова. Завдяки останнім подіям я усвідомила серед яких мужніх, справедливих, інтелігентних, толерантних, освічених та гарних людей я живу. Дуже не просто жити серед мороку і нести світло. Ті події, що відбувалися в Донецьку дуже схожі на боротьбу відповідального світла і дезінформованої темряви” [34]. Так, в основному тексті, як і в постскрипті очевидно, що авторка не може бути об’єктивною, коли йдеться про її місто. Однак, вона дотримується інших стандартів: балансу сторін, повноти у наданні інформації, тому ця суб’єктивність не несе загрози. Авторка не приховує, що у Донецьку збиралися не тільки проукраїнські, а і проросійські мітинги, відтак, не створює спотворену картинку медіареальності. Крім того, він (постскриптом – прим. авт.) додає матеріалу емоційності та більшого рівня залученості, що, власне, і дає змогу відобразити громадську позицію авторки. Відтак, це порушення стандарту об’єктивності стає в окремо взятому матеріалі не тільки можливим і допустимим, а і цілком виправданим.

Говорячи про принцип об’єктивності, І. Михайлин зазначає: “Головним принципом журналістики є не об’єктивність, а правда. Критерієм правди в журналістиці є справедливість, сприйнята як дотримання норм загальнолюдської моралі й орієнтація на ідеал повноцінного національного розвитку” [67]. На нашу думку, хоча й саме поняття правди теж може бути маніпулятивним і суб’єктивним, у контексті правил висвітлення протестних рухів варто пам’ятати про цю цитату журналістикознавця І. Михайлина. Адже чесність журналіста перед аудиторією та самим собою, дотриманням загальної моралі та орієнтування на інтереси нації є важливими при висвітленні протестних рухів. Усі ці чинники мають бути ретельно зваженими, коли йдеться про тематику висвітлення рухів за зміни.

3. Принцип невторчання. Основні завдання представників/ць медіа на події — фіксувати дійсність, завважувати деталі, аналізувати процеси, опитувати свідків. Однак, журналісту не варто самому бути учасником подій. Хоча у попередньому правилі ми говорили про неможливість повної об'єктивності при створенні матеріалу, все ж є різниця між висвітленням процесу з точки зору спостерігача і з точки зору безпосереднього учасника. Другий позбавляє людину прагнення висвітлити незручні факти, шукати неочевидні зв'язки та дотримуватися балансу сторін.

Саме тому у деяких глобальних редакцій наявні заборони щодо участі у будь-яких формах демонстрацій та/або протестів. Так, до прикладу, у BBC “Генеральний директор BBC Тім Деві <...> ввів заборону репортерам новин мовника брати участь у «публічних демонстраціях або зібраннях щодо суперечливих питань», навіть якщо вони не марширують під банером BBC. У керівних принципах зазначено, що «потрібне судження щодо того, які питання є «спірними» щодо маршів чи демонстрацій, хоча слід припустити, що більшість маршів тією чи іншою мірою є суперечливими» [254]. У статті The Guardian про ці заборони також зазначено, що журналісти/ки не зможуть відвідувати такі заходи, як ЛГБТІК+ прайди, навіть якщо це особиста ініціатива людини.

С. Дж. Адлер, головний редактор Reuters, говорячи про протестні рухи та соціально важливі теми, наголошував: “Журналістські виклики такої історії величезні. Фотографи не можуть ігнорувати лихо, але вони також не можуть бути гуманітарними працівниками. Оскільки вони записують життя, позбавлене конфіденційності, вони не повинні вторчатися. Якщо запитують дорогу, вони можуть допомогти, але вони не повинні пропонувати транспорт. «Фотозйомка мігрантів була найвищим випробуванням, щоб не потрапити в історію», — каже фотограф Reuters Бернадетт Сабо. «Немає способу позбутися емоційного впливу... Щоб залишатися людиною, потрібно дозволити цій історії пронизати вас» [219].

Цю ж думку розділяє і грузинська журналістка Маргарита Ахвледіані [переказ цитати з тренінгу]: “Я знаю журналістку, яка мала медичні навички. І на одному з виїздів вона передала камеру колегам, вдягнула медичні рукавички – і почала допомагати. І це її вибір. А інша журналістка в схожій ситуації зробила сюжет, який переглянула велика кількість людей, і сюжет вплинув на те, щоб ситуація в регіоні змінилася. Журналіст або робить свою роботу, або виконує іншу роль. І це нормально. Просто це тоді не роль журналіста”. Тобто, важливо пам’ятати, що представник/ця ЗМІ усе-таки має залишатися не залученим в історію на персональному рівні. І хоча, говорячи про соціально складні теми, розуміємо, що це може бути складно, однак необхідно для того, щоб історія була позбавлена зайвих персональних трактувань.

4. **Будьте людьми, залишайтеся у межах етики та емпатії.** Це не викликає протиріч із попереднім пунктом, адже етика й емпатія має бути фундаментом роботи у медіа. Висвітлюючи протестні рухи, журналісти/ки можуть публікувати сенситивні дані, графічні матеріали та чутливу інформацію. Тому, говорячи про роботи з цими даними, важливо пам’ятати про доцільність і потенційний вплив на аудиторію. Згадаємо якісний аналіз публікацій, який висвітлював події Євромайдану та Революції Гідності: вони містили деякі елементи “зnelюднення” горя (використання крупних планів плям крові, крупним планом обличчя постраждалих у крові, нецензуровані тіла загиблих; некоректна лексика (“В Києве нашли ещё два трупа”). Готуючи такі матеріали чи сюжети, важливо зважувати межу між суспільним інтересом, потенційним впливом і приватним життям конкретної людини.

Окрім того, зауважує журналістка, експертка з прав людини і співзасновниця громадської організації “Бути” Ірина Виртосу, зауважує про чутливий підхід під час спілкування з людьми, які зазнали травматичного досвіду або втрат: “Говорячи зі свідками або постраждалими у конфліктних ситуаціях, важливо пам’ятати про усвідомлену згоду на інтерв’ю. Також не залишайте людину з почуттям, що її використали. Завершіть розмову,

попрощайтесь <...> Не слід впадати в жалість: це принижує людину. Співчуття так, вияв емпатії - так, але не жалість” [124].

Важливо загалом не виходити за рамки цінностей прав людини, Кодексу етики українського журналіста та окремої редакційної політики, зокрема, під час відео/фотофіксації дітей (особливо без згоди батьків та опікунів), людей з інвалідністю та інших вразливих категорій, а також роботи у зонах бойових дій, прифронтових містах і селах.

5. Верифікація даних. Збираючи інформацію на місці події, варто завжди пам'ятати про необхідністю додаткової верифікації її опісля. Завжди варто пам'ятати, що навіть якщо ви знаходитесь на однаковій вісі ціннісних координат з протестувальниками, усе-таки вони представляють опозицію, а саме тому можуть надавати неперевірену або неправдиву інформацію щодо представників влади (і навпаки). Для того, щоб забезпечити максимальну достовірність інформації, отриманої у коментарях, варто її додатково перевіряти.

Згідно з посібником “Визначний гід з верифікації цифрового контенту”, існує чимало способів перевіряти інформацію. Але найважливішими автори посібника виділяють такі правила: “Створіть план та процедури на місці, перш ніж станеться катастрофа та привід для термінових новин; налагоджуйте зв'язки з людьми; зв'яжуйтеся з людьми, говоріть із ними; будьте скептичними, коли щось виглядає, звучить чи здається надто гарним, щоби бути правдою; консультуйтеся з перевіреними джерелами; ознайомтеся із новими методами пошуку та вивчення інформації, а також із новими інструментами; контактуйте і співпрацюйте з іншими професіоналами; підтвердження інформації - це командна гра” [13]. Не можемо не погодитися: не зважаючи на сучасні інструменти верифікації за допомогою засобів цифрової комунікації, все-таки актуальною для перевірки інформації залишається побудова власної мережі перевірених джерел й експертів, а також якісно виконана робота на місці події.

6. Попередньо ми уже згадували про фізичний вимір безпеки роботи журналістів на місці подій протестних рухів, однак, окремо важливо згадати

про **правила цифрової безпеки**, зокрема, збереження даних. Для того, щоб уникнути втрати важливих даних, необхідно зберігати копії відео, фото та записів у безпечних місцях. Крім цього, не зайвим буде ділитися з редакцією деякими матеріалами для збереження резервних копій. Також не варто нехтувати базовими правилами цифрової безпеки: встановлювати різні паролі для різних платформ, використовувати у них щонайменше кілька цифр, символів і поєднань великих і малих літер, не переходити за сумнівними посиланнями тощо. Варто не забувати вмикати двофакторну автентифікацію: це ускладнить завдання щодо зламу акаунтів журналістів/ок. Центр демократії та верховенства права закликає медійників не нехтувати цими правилами попри їхню складність: “Так, це незручно, потребує певних зусиль та зміни поведінки, проте значно підвищує рівень захисту, який напряду впливає на нашу репутацію, гроші й найважливіше – життя. Слідкувати за змінами в темі цифрової безпеки можна на профільних сайтах, наприклад, bezpeka.media, thehackernews.com, cybersecurity-insiders.com та інших” [89]. Долучимось до рекомендацій ЦЕДЕМ і теж наполегливо рекомендуємо досліджувати додаткові джерела на тему цифрової безпеки.

7. Говорячи про **інструментарій**, яким варто послуговуватися під час **висвітлення протестів**, звернемося до результатів нашого кейс-стаді. У першу чергу, зауважимо, що варто відходити від традиційного підходу до висвітлення подій за усталеними сценаріями. На цьому зауважують і в пам’ятці автори ІМІ: “З точки зору об’єктивності і всебічного висвітлення новин журналістам не обов’язково великою компанією «атакувати» представників міліції, приставляючи об’єктиви камер мало не до їхніх облич. При цьому, завдяки «колективному інстинкту» неохопленими лишаються інші події на території мітингу” [130].

Кейс-стаді проаналізованих нами матеріалів вказало на те, що теми, які стосуються матеріалів, можуть виходити за рамки стандартного загального висвітлення за мотивами запитань: “Що? Де? Коли? Чому? Як”. Згадаємо, що

відзначені в обох різних преміях публікації висвітлювали такі незвичайні теми, як: активізм у науці як приклад боротьби за зміни; спортивний біг як форма протесту; приклади культурної діяльності як форми протесту; висвітлення історій дисидентів; історичні паралелі з протестами минулого та сучасності.

Окрім цього, не варто обмежувати розуміння самого поняття “протесту” чи “рухів за зміни”, адже вони не обов’язково означають залучення великої кількості людей (протест може проводитися й однією особою). Плакати, гасла, натовпи людей – це лише можливі форми протестів. Окрім цього, можуть бути і менш “видовищні” форми рухів за зміни: спільні судові позови, флешмоби у соцмережах, діяльність громадських об’єднань, відкриті листи, петиції тощо. І хоча вони позбавлені такої динаміки, яку можуть дати більш “активні” форми рухів за зміни, вони теж можуть нести суспільну цінність та бути цікавими для аудиторії.

До того ж, нагадаємо, що великою популярністю у сучасній журналістиці відзначаються прийоми сторітелінгу. Тому важливою рекомендацією для медійників/ць при висвітленні протестів є розуміння ситуації, виокремлення лідерів/ок або потенційно цікавих героїв/нь протесту, та у подальшому – інтерв’ю з ними та (за необхідності) побудова свого наративу навколо них.

Жанрове різноманіття матеріалів, в яких може бути представлений протестний рух, теж широке: інтерв’ю, публіцистика, журналістське розслідування, нарис, коментар, редакційний матеріал, стаття, репортаж або ілюстрований репортаж, замітка, відеосюжет, новинна або художня фотографія, лайфстрім тощо.

Висновки до розділу 3

У цій частині дослідження ми відстежили, з якою частотою журналісти висвітлюють протестні рухи, які теми та жанри обирають, а також – якими

нестандартними інструментами користуються. Для дослідження було відібрано 7 різних видань (українських і міжнародних), які відтворювали події Євромайдану та Революції Гідності і, відповідно, визначено особливості цих медіареальностей. Також ми провели кейс-стаді журналістським матеріалів, відзначених Пулітцерівською премією та українською премією “Честь професії” з метою виявлення поширеності матеріалів протестної тематики у відзначених матеріалах, тематичного та жанрового різноманіття цих публікацій. Окрім цього, в усіх випадках ми зверталися до якісного аналізу дотримання журналістських стандартів.

За результатами дослідження, протестна тематика досить часто поширена у засобах масової інформації. Так, до прикладу, це підтверджують такі ключові знахідки: 1. У підрозділі 3.1.1 усього було переглянуто 21159 матеріалів, з них дотичними до подій Революції Гідності виявилися 6905 (третина від усіх публікацій). 2. За результатами кейс-стаді у частині 3.2. вдалося виявити, що усього за 30 років було відзначено Пулітцерівською премією 437 матеріалів. З них майже третину (142 матеріали або 32.5%) нагороджених публікацій склали публікації, що так або інакше висвітлювали рухи за зміни. 3. До вибірки дослідження у частині 3.3 визначних українських матеріалів ввійшли 118 відзначених матеріалів за 10 років присудження премії “Честь професії”. З них більше третини (48 матеріалів або 40.7%) нагороджених матеріалів так або інакше висвітлювали рухи за зміни.

Аналіз жанрової специфіки матеріалів ще раз підтвердив, що використання того або іншого жанру впливає на формування медійної реальності та сприйняття подій аудиторією. Так, до прикладу, у деяких матеріалах щодо Євромайдану та Революції Гідності (зокрема, у газеті “Факты” чи в УНІАН) часто використовувалися жанри, які формують офіційний та знеособлений образ подій, що може знижувати емпатію аудиторії до учасників протесту. А у відзначених нагородами журналістських публікацій, у свою чергу, навпаки – присутні жанри, що створюють ефект присутності та залучення: до прикладу, публіцистика та репортажі.

Якісний аналіз матеріалів показав, що журналісти оперативно публікували інформацію та шукали оригінальні способи подачі новин щодо протестних рухів: зокрема, історії героїв, ілюстровані репортажі, карикатури, комікси, коментарі та редакційні матеріали, публіцистику тощо. Однак, під час аналізу матеріалів, що стосувалися Євромайдану та Революції Гідності, ми з'ясували, що було місце порушень базових стандартів журналістики й професійної етики, зокрема, не завжди вказувалися джерела інформації, порушувалися вимоги до висвітлення чутливої інформації та графічних матеріалів.

Однак, розмірковуючи про базові стандарти журналістики та їх роль у висвітленні протестних рухів, ми дійшли висновків, що об'єктивність у журналістиці є дискусійним стандартом, оскільки медіареальність є «побічним ефектом» журналістики, який виникає через необхідність ретранслювати події з певною суб'єктивністю та банальний людський фактор. Порушення стандартів оперативності та повноти інформації були часто помітними під час висвітлення подій Євромайдану і Революції Гідності. Крім цього, як зауважує дослідниця Н. Стеблина, говорячи про дотримання стандартів у мережевих ЗМІ, «Низький ступінь ексклюзивності викликає зниження якості усіх професійних стандартів, не тільки балансу думок. Страждає також точність, повнота. І, як бачимо, навіть оперативність. Адже ЗМІ залежать тепер не від повідомлень власних журналістів, а від прес-служб. Відповідно, їм доводиться «притримувати» певні повідомлення, аби завжди мати чим заповнити стрічку новин» [104].

Ми також склали короткий перелік рекомендацій для журналістів, які прагнуть висвітлювати у своїй діяльності рухи за зміни. У ньому йдеться про:

1. Безпеку під час роботи (як фізичну, так і цифрову). Окремо наголошуємо на тому, що важливо оцінювати та зважувати всі потенційні ризики перед початком роботи на акціях протесту.

2. Варто дотримуватися стандартів журналістики, однак, підходити до їх застосування раціонально: не жертвувати дотриманням одного стандарту для того, щоб відповідати іншому.

3. Не бути учасником/цею процесу: це формує упередженість та непотрібну емоційну залученість, яка спричиняє заангажованість. Бути журналістом чи учасником протестних рухів – це питання особистого вибору кожного медійника. Однак, пов'язувати ці дві ролі все ж не варто.

4. Емпатія та професійна етика під час висвітлення чутливих матеріалів. Пам'ятайте, що ви можете транслювати потенційно сенситивні дані чи кадри, а також мати спілкування з потенційно травмованими людьми. Для того, щоб зробити ваш матеріал чутливішим, пам'ятайте про емпатію та співчуття, але не жалість.

5. Верифікація даних – обов'язковий процес, який має слідувати одразу за роботою в “полі”.

6. Не варто обмежувати себе стандартними підходами і робити матеріали за тим самим принципом, що і ваші колеги. Шукайте нові кути зору, непересічних героїв, нові теми: це цінується як аудиторією, так і професійною спільнотою.

Таким чином, ці висновки підкреслюють важливість відповідального підходу до висвітлення протестних рухів, акцентуючи увагу на необхідності дотримання журналістських стандартів та безпеки під час роботи.

ВИСНОВКИ

Феномен медіареальності та її впливу на соціокомунікаційний дискурс є одним із ключових галузей досліджень наукової галузі «Журналістика». Це зумовлено тим, що медіареальність є невід'ємною частиною журналістської діяльності, що пояснюється людським фактором у роботі медійників, особливостями виробничого процесу та запитів аудиторії та/або власників засобів масової інформації. Формуючи реальність другого порядку, журналісти мають безпосередній вплив на актуальні суспільні, культурні, політичні й економічні процеси — як на локальному, так і глобальному рівнях. Особливості й інструменти конструювання медіареальності визначають механізми поширення інформації і сталість її подальшого відтворення в контексті протестних рухів.

Результати проведеного дисертаційного дослідження дають змогу зробити декілька висновків відповідно до поставлених мети та завдань.

1. Було вивчено стан наукових розробок щодо медійної реальності та з'ясовано, що початок досліджень медіареальності як феномену соціальних комунікацій було покладено у XX столітті. Науковці у сфері соціальних комунікацій ще у минулому столітті розділили реальність та медійну реальність, вказавши, що це «це реальність спостережень другого порядку». Серед основних теорій, в яких розглядалася медійна реальність як окреме соціокомунікаційне явище, такі: теорія соціального конструктивізму; теорія П. Бурдьє; конструювання реальності за Н. Луманом; концепція У. Ліппмана; гіпотеза «agenda-setting».

2. Авторка цього дослідження запропонувала авторське визначення поняття медіареальності – це сконструйована соціальнокультурна реальність, віртуальний простір, сукупність явищ і процесів, відображених або викривлених у медіа, яка впливає на сприйняття, розуміння та спосіб взаємодії людей з реальним світом, формує громадську думку та впливає на зміну поведінки споживачів.

3. Новітні тенденції досліджень медіареальності та впливу медіа на споживачів включають у себе: поглиблене вивчення того, як засоби масової комунікації змінюють поведінку різних соціальних груп (розглядаються такі фактори, як гендер, вік, соціальний статус, етнічне походження тощо); розуміння зв'язків між медіареальністю та ідентичністю особи або групи; медіарепрезентації; вплив медіареальності та медіа на психіку людини або колективів/суспільства; VR та AI як частини новітньої медіареальності; політичні й економічні наслідки кібератак, інформаційних “зливів” і витоків даних; специфіка Інтернет-комунікації у світлі формування сприйняття реальності, цифровий етикет та явище кібербулінгу.

4. При аналізі ролі медіареальності в історичних процесах ми спирались на періодизацію історії розвитку журналістики за К.Л. Ендерс, яка включала у себе такі етапи: найдавніша історія журналістики та найдавніші інформаційні листки; технологічні досягнення у друкарстві (віха 1 та виробництво паперу); занепад журналістики на Заході; технологічні досягнення у друкарстві (віха 2); технологічна революція 19-го століття (що включає у себе епохи: фотографії, телеграфу, розвиток друку, інші технологічні покращення); радіо; телебачення; Інтернет. Вдалося з'ясувати, що конструювання медійної реальності навколо історичних подій почалося паралельно з процесом виникнення журналістики. Відтак, в огляді кейсів були наведені приклади медіареальності часів пражурналістських явищ Давньої Греції, Давнього Риму та Давнього Китаю (стосувалися переважно військових подій та/або впровадження диктатури та жорсткої цензури). Особливо відзначили кейс ведення Цезарем війни проти Галлії, адже він якнайповніше відображає творення паралельної реальності засобами масової комунікації. Середньовічна медіареальність пов'язана зі специфікою того часу: по-перше, впливом релігійної ідеології на дійсність, по-друге, зі способом поширення інформації (рукописні інформаційні листки, створені переписувальниками, що часто призводило до дезінформації та викривлення новин). Серед визначних кейсів впливу медіареальності на історичні події у Середньовіччі ми виділили Хрестові походи та вплив

рукописних книжок, публічних виступів і перформансів на мотивацію населення доєднуватися до них.

Досліджуючи роль медіа в історичних процесах доби раннього модерну, ми виділили кейс Мартіна Лютера та реформаторського руху. Примітним є те, що Мартін Лютер використовував протосоцмережі та віральний контент для поширення своїх ідей. Окрім цього, розвиток друкарства сприяв популяризації реформаторства серед населення. Окрім цього, в епоху раннього модерну починається конструювання образу Європи, формування спільного європейського руху новин і уніфікованої європейської аудиторії. Про те, яку роль зіграли у цьому медіа, свідчить дослідження Дж. В. Купманса.

Технологічна революція XIX століття спричинила справжній розквіт феномену медіареальності (особливо у контексті винаходів фотографії та телеграфу) та значно підвищила її роль в історичних процесах. Зокрема, у дослідженні згадується про мистецький фотопротест І. Байярда у вигляді постановочного фото «Автопортрет утопленика»; приклади фотожурналістики “Долина тіней смерті” (Р. Фентон, 1855); фотороботи О. Гарднера, зокрема, замальовки з Громадянської війни в США та “Спина, яку бичували” (В.Д. Макферсон і Дж. Олівер, 1863). Згадується про перші випадки маніпуляцій і спроб створити іншу версію реальності фотожурналістами. Винахід телеграфа, у свою чергу, сприяв серйозним трансформаціям на полях ведення бойових дій.

У подальшому розвиток технологій передачі інформації на велику відстань призвів до винаходу радіо та його золотої доби. Вплив радіо на сприйняття реальності та зміни в історичних процесах був особливо помітним під час Другої світової війни. У дослідженні згадані важливі промови, що транслювалися засобами радіо: принцеси Великобританії, майбутньої королеви Єлизавети II; А. Гітлера, В. Черчіля, Й. Сталіна та Ф.Д. Рузвельта, адже всі вони впливали на зміну поведінки аудиторії та, відповідно, на мотивацію народу щодо участі у війні, підвищенню їх морального духу.

Телебачення як інструмент масової комунікації ще більше сприяло створенню у медіа реальності другого порядку. Зокрема, у дослідженні на це вказують кейси радянського телебачення як засобу формування «радянської людини»; вестернізація телебачення як засіб впливу на поведінку споживачів; демонстрацію засобами телебачення війни у В'єтнамі (1955–75 рр.), президентські теледебати 1960 року між Річардом Ніксоном і Джоном Ф. Кеннеді; трансляцію висадки на Місяць у 1969 р. та висвітлення тележурналістами теракту 11 вересня 2001 р.

Не перебільшенням буде сказати, що Інтернет став майданчиком паралельної реальності завдяки творенню “інформаційних бульбашок” та можливості швидко просувати фейкові або пропагандистські матеріали. На нашу думку, це особливо помітно у контексті війни Росії проти України та загалом — глобальному поширенню російського впливу у світі. Подальший вплив новітніх інструментів творення медіареальності на порядок денний потребує детальнішого ознайомлення та вивчення.

5. Те, що медіареальність була присутня у ході становлення та розвитку українського суспільства, нам вдалося довести у підрозділі 2.2. Зокрема, були проаналізовані випадки конструювання медіареальності навколо Революції на граніті, страйків шахтарів Донбасу, акції “Україна без Кучми”, Помаранчевої революції та протестів проти окупації українських міст після 24.02.2022.

Огляд місця та ролі медіареальності в українській історії протестного руху вказав на дві основні тенденції: з одного боку, до конструювання медійної реальності навколо рухів за зміни могли вдаватися для того, щоб дискредитувати це явище, але з іншого боку – навпаки – щоб його посилити (яскравим прикладом є Помаранчева революція). Окремими формами й інструментами творення засобами медіа реальності другого порядку щодо подій протестів ми визначили: усну комунікацію, соціальне мережування, організацію прес-центрів або координованих комунікаційних штабів, репортажі,

протиставлення та контрасти, художні засоби, карикатури, маніпуляції, агітації, залякування, демонізацію ворога тощо.

6. Серед інструментів конструювання медіареальності ми виділили такі: стереотипи, фреймінг, метод селекції, маніпуляції думками, використання конфліктів, використання дій/дійових осіб, акцент на порушенні норм, методи пропаганди, преференційність, жанрова специфіка, репортажні елементи, образний інструментарій тощо. Подальше емпіричне дослідження допомогло нам утвердитися у коректності гіпотези щодо відібраних інструментів.

7. Метою нашого емпіричного дослідження було відстеження того, якими інструментами користувалися журналісти при відтворенні подій Євромайдану, вирахувати частоту їх використання, виокремити основні тенденції медіа щодо висвітлення Революції Гідності і, відповідно, визначити особливості цих медіареальностей. Для практичного підтвердження або спростування теоретичних висновків ми звернулися до методу моніторингу та якісного аналізу дотримання журналістських стандартів.

Всього було переглянуто 21159 матеріалів, з них дотичними до подій Революції Гідності виявилися 6905 (третина від усіх публікацій). Це свідчить про значний інтерес як вітчизняних, так і зарубіжних медіа до цих визначних подій. Переглянувши та проаналізувавши усі видання, ми з'ясували: журналісти представили принаймні 5 різних медіареальностей Євромайдану.

Найпопулярнішими темами матеріалів про Євромайдан були такі: політика (внутрішня/міжнародна щодо України), економіка, інциденти, порушення прав людей, порушення прав журналістів, ключові фігури, соціальна сфера, судова система, медицина, релігія, культура й інше. Це свідчить про відповідний фреймінг ситуації. Візьмемо до прикладу матеріали щомісячника «Le Monde Diplomatique», які, висвітлюючи лише політичний аспект подій Євромайдану, порушили стандарт повноти інформації і навіть свідомо чи несвідомо ярликували учасників Євромайдану. Примітно, що у деяких виданнях (як-от, «Дзеркало тижня», «День») присутні матеріали на тему медицини,

освіти, релігії та культури, що свідчить про прагнення журналістів представити широкий кут зору на Революцію Гідності.

У теоретичному розділі ми визначилися із тим, що жанрова специфіка теж може бути одним із інструментів конструювання медіарельності. Моніторинг підтвердив, що обрана система жанрів впливає на відповідне формування уявлення про певні події. Як зразок згадаємо газету «Факты», в якій превалювали замітки, звіти та заяви, що призводить до сприйняття серед аудиторії подій Євромайдану як чогось офіційного, далекого та навіть знеособленого. На противагу цьому, у виданнях на зразок «День», «Дзеркало тижня», «Der Spiegel» та «Коммерсантъ» переважають публіцистичні та аналітичні матеріали, що створюють більш живу «картинку» і, відповідно, сильнішу емоційну реакцію. У свою чергу, матеріали інформаційного агентства «УНІАН» (переважно замітки) можна брати за основу для побудови детальної хроніки подій Євромайдану.

На нашу думку, найважливіша роль в інструментарії конструювання медійної реальності у досліджених нами вітчизняних матеріалах належить репортажним елементам, людським історіям і художнім засобам, оскільки саме вони створюють ефект присутності, «долучають» читача до подій Євромайдану та формують відповідний емоційний резонанс. Серед російських публікацій найбільш яскраво помітне використання ярликування, фреймінгу та міфологем як складових елементів пропаганди, а також інструменти маніпуляції та просування стратегічних наративів («Сильний – слабшому», «Братній народ» тощо). Німецькі журналісти найбільше користувалися конфліктом як рушійною силою композиції, історичною ретроспективою й іронією у контексті висвітлення Євромайдану, а от французькі медійники – ярликуванням, описовими елементами та ретроспективою.

Якісний аналіз показав, що здебільшого працівники ЗМІ обирали актуальні теми при висвітленні Євромайдану, шукали нові кути подачі інформації та оперативно реагували на зміну подій у часі. Гарним прикладом

виконання українськими засобами масової інформації інтеграційної функції було дотримання балансу сторін між протестувальниками та силовими структурами, а також порівняно однакова критика як і влади, так й опозиції (газети «Дзеркало тижня», «День»). Примітно, що зарубіжні медіа здебільшого дотримувалися базових стандартів журналістики.

Утім, незважаючи на позитивні фактори, у процесі моніторингу ми зіштовхнулися і з низкою порушень професійних й етичних стандартів, таких як незбалансоване висвітлення, подання неповної та/або неточної інформації, приклади замовних матеріалів із позитивною тональністю, засилля «паркетних» матеріалів, використання некоректної лексики та мови ворожнечі. Більше того, ми зіштовхнулися із порушеннями правил журналістики в умовах конфлікту.

З огляду на те, що Революція Гідності ще і досі знаходить відображення у сучасних матеріалах медіа, хочемо звернути увагу на те, що знання про інструментарій конструювання медійної реальності цих подій є досить важливим для розвитку медіаграмотності аудиторії; розуміння того, коли читачами намагаються маніпулювати, просуваючи певні наративи і міфи. Перспективу ж подальших досліджень вбачаємо у можливості більш детального розгляду окремих інструментів і розширенні вибірки моніторингу.

8. Кейс-стаді матеріалів Пулітцерівської премії вказав на те, що протестна тематика є досить популярною в американській журналістиці. Так, з 437 проаналізованих переможних матеріалів за 30 років нагородження майже третину (142 матеріали або 32.5%) склали публікації, що повністю або частково стосувалися тем рухів за зміни.

За допомогою аналізу матеріалів ми також виявили різкий пік інтересу ЗМІ до протестних рухів з 2016 по 2021 рік, із подальшим поступовим зменшенням покриття починаючи з 2022 року. Наприклад, протягом цих п'яти років пропорція матеріалів, пов'язаних із рухами за зміни, перевищила пропорцію інших тем. Вважаємо, що такий всплеск інтересу до протестів корелює з кількома факторами: підвищенням напруги в американському

суспільстві через расові конфлікти, зокрема вбивства афроамериканських підлітків Майкла Брауна і Ентоні Волкера, які спровокували протести у багатьох містах США. По-друге, вона співпадає з послабленням соціальної стигми навколо публічних виявів сексуальних нападів і непристойної поведінки, як це проілюстровано рухом #metoo. По-третє, вона перетинається з президентською кампанією Дональда Трампа у 2016 році, відзначеною численними політично некоректними та дискримінаційними заявами щодо раси, мігрантів і представників мусульманської спільноти.

Результати кейс-стаді також вказують на те, що журналісти, відзначені Пулітцерівською премією, віддають перевагу жанрам, які: по-перше, забезпечують більшу емоційність і суб'єктивність (про це свідчить переважання жанру "Коментарі", оскільки ці коментарі створені саме журналістами, а не опитаними експертами); по-друге, часто звертаються до жанрів, які створюють "ефект присутності" (зокрема: новинна фотографія, ілюстровані репортажі). По-третє, важливо враховувати географічний контекст у висвітленні протестної тематики, оскільки багато переможних матеріалів стосувалися міжнародної та національної тематики (17 і 12 публікацій відповідно). Це ще раз підтверджує висновки про те, що рамкування протестних рухів через жанри є одним із інструментів впливу.

Варто згадати, що майже половина проаналізованих публікацій, що отримали Пулітцерівську премію за внесок у суспільство, складають матеріали, які описують соціальні рухи за зміни (14 з 31). Такі показники вказують на те, що висвітлення протестних рухів у медіа має довгострокові наслідки та позитивний вплив на суспільство; воно допомагає підтримати рухи у випадку необхідних змін або, якщо такі рухи є насильницькими та потенційно небезпечними, сприяють застосуванню регуляторних або безпекових заходів. Іноді публікація журналістських матеріалів стає стартовою точкою протестів.

Аналіз тематичних показників нагороджених матеріалів демонструє варіативність і креативність підходів до висвітлення протестів, готовність шукати та транслювати різноманітні точки зору на ситуацію, а також

застосування широкого спектру інструментів, використаних для створення матеріалів. Саме завдяки цьому журналістам вдалося не лише отримати одну з найпрестижніших премій у сфері, але й спричинити значні зміни у політичних та/або соціальних сферах життя.

9. Кейс-стаді матеріалів, що були відзначені премією “Честь професії” вказало на те, що популярність протестної тематики в українських медіа теж значима. Усього було проаналізовано 118 відзначених матеріалів за 10 років присудження премії “Честь професії”, з них — понад третину (48 матеріалів або 40.7%) нагороджених матеріалів становили публікації, присвячені рухам за зміни. На відміну від попереднього кейс-стаді, у цій вибірці не були присутні значні коливання висвітлення протестної тематики (за винятком 2021 та 2022 років).

У ці роки спостерігався значний сплеск публікацій, що відображали протестні настрої, які були зумовлені соціальними та політичними подіями в Україні, такими як масові акції протестів проти корупції та порушень прав людини, а також реакції на загострення військових дій на сході країни. Це свідчить про те, що українські медіа активно реагують на суспільні виклики та намагаються висвітлювати актуальні питання, які хвилюють громадськість. Важливим є те, що протестна тематика не лише відображається у нагороджених матеріалах, але й значно впливає на журналістські стандарти та етичні принципи, підвищуючи професійний рівень журналістів, які прагнуть об'єктивно та глибоко висвітлювати суспільно значущі події.

Окремо варто виділити те, що тематика публікацій, нагороджених «Честью Професії», є різноманітною: включаючи від висвітлення акцій протесту у невеликих громадах, закінчуючи науковим активізмом як формою протесту, розслідуваннями проти зловживань влади із залученням фрагментів протестів і навіть створення інфокампаній як форми протесту.

Перспективи для подальших досліджень ми вбачаємо у більш глибокому опрацюванні української протестної тематики, зокрема, більш детального

контент-аналізу щодо кожної події, яка відбувалась в українській історії, а також – у залученні додаткових методів дослідження, зокрема, експертних інтерв'ю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Артимишин П. Помаранчева революція в Україні та Росія (до питання наявності російського чинника під час українських президентських виборів 2004 року). *З історії західноукраїнських земель*. № 12-13. С. 179–200.
2. Бердянск, Херсон, Каховка. Как прошли проукраинские митинги 20 марта - BBC News Русская служба. *BBC News Русская служба*. URL: <https://www.bbc.com/russian/media-60814719> (дата звернення: 08.05.2024).
3. Білоус С. Перший мітинг проти окупації РФ у Херсоні: як це було. *Суспільне* | *Новини*. URL: <https://suspilne.media/kherson/404462-persij-miting-proti-okupacii-rf-u-hersoni-ak-c-e-bulo/> (дата звернення: 08.05.2024).
4. Брудницька Л. Символістичність рекламної реальності як змодельованого сновидіння. *Культура народів Причорномор'я*. 2004. Т. 2, № 49. С. 37–38.
5. Булінг та кібербулінг у підлітковому середовищі. *UNICEF*. URL: <https://www.unicef.org/ukraine/bullying-cyberbylling-teens-Ukraine> (дата звернення: 11.02.2024).
6. Бурдє П. Про телебачення і журналістику. «І». 2009. № 59. URL: <https://vpered.wordpress.com/2010/02/23/про-телебачення-і-журналістику/> (дата звернення: 04.09.2023).
7. Бут К. Медіаподії як інструмент конструювання медіареальності (на прикладі російської пропаганди). *Образ*. 2023. Випуск 3 (43). С. 93-101.
8. Бут К. Медіареальність як засіб впливу на громадську думку (на прикладі тимчасово окупованих територіях Запорізької області). *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2023. № 3 (55). С. 17–29.
9. Бут К. "Одін народ, єдина вера" та інша російська пропаганда на території Запорізької області - Медіаграмотність у регіонах України. *Медіаграмотність у регіонах України*. URL:

<https://milukraine.net/2022/08/odyn-narod-edynaya-vera-ta-insha-rosijska-propaganda-na-terytoriyi-zaporizkoyi-oblasti/> (дата звернення: 28.04.2024).

10. Бут К. Пропаганда та медіареальність як інструменти ведення інформаційної війни: локальний вимір. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2022. No 4 (52).С. 24–33.

11. В. Азаров, О. Чернова, Т. Столярова. Шахтарські протести. Шлях до Незалежності. *Українська правда*. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2021/10/16/7310383/> (дата звернення: 01.05.2024).

12. В. Думанська. Привид нацизму в Україні: як кремлівська влада десятиліттями працювала з колаборантами. *Українська правда*. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2022/04/13/7339061/> (дата звернення: 07.05.2024).

13. Визначний гід з верифікації цифрового контенту : посібник з верифікації / Крейг Сільверман, Мерілл Перлманн, Ріна Цубакі та ін. Київ : Укр. асоціація видавців періодичної преси, 2016. 130 с. URL: http://verificationhandbook.com/downloads/verification.handbook_ua.pdf/ (дата звернення: 10.04.2024).

14. Виступ І. В. Сталіна по радіо 3 липня 1941 р. *АВП - Академія Української преси*. URL: <https://aup.com.ua/upd/app1.pdf> (дата звернення: 27.04.2024).

15. В. Медяний, О. Гмирянська, Л. Донцова. "Помаранчева революція" та українські ЗМІ – DW – 05.12.2004. *dw.com*. URL: <https://www.dw.com/uk/помаранчева-революція-та-українські-змі/a-2476976> (дата звернення: 03.05.2024).

16. Водняк О. "Або ти кидаєшся на амбразуру, або пробуєш пристосуватись". Як живе Херсонщина під окупацією». *ZAXID.NET*. URL: https://zaxid.net/abo_ti_kidayeshsya_na_ambrazuru_abo_probuyesh_pristosuvatis_n_1539116 (дата звернення: 23.05.2024).

17. Воробйова Т. Л. Етапи політичного протестного руху в незалежній Україні. Актуальні проблеми політики. 2016. Вип. 58. С. 167–179.
18. Гаврилюк Е. Як працювало радіо під час Другої світової війни. *Суспільне* | *Новини*. URL: <https://suspilne.media/culture/32189-ak-pracuvalo-radio-pid-cas-drugoi-svitovoi-vijni-suspilne-videonovini/> (дата звернення: 27.04.2024).
19. Газета «День»: щоденне всеукраїнське видання. Електронний архів. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/archivenewspaper> (дата звернення: 24.04.2024).
20. Гарасим А., Кельм Н. Мирний спротив на окупованих територіях. *Texty.org.ua - статті та журналістика даних для людей – Тексти.org.ua*. URL: <https://texty.org.ua/articles/106481/myrnyj-sprotyv-na-okupovanyh-terytoriyah-zahopeni-mista-nikoly-ne-znaly-takyh-chyslennyh-mitynhiv/> (дата звернення: 08.05.2024).
21. Глибинні інтерв'ю, як метод збору інформації в соціологічному дослідженні: Що потрібно знати «не-соціологу»? URL: <https://bit.ly/394aAil> (дата звернення: 24.12.2023).
22. Глушко О. Журналістське розслідування: історія, теорія, практика. К., 2006. 144 с.
23. Горlach П. Висадка на Місяць чи Супербоул-2024: яку трансляцію подивилося більше людей. *Суспільне* | *Новини*. URL: <https://suspilne.media/culture/683740-visadka-na-misac-ci-superboul-2024-aku-translaciupodivilosa-bilse-ludej/> (дата звернення: 28.04.2024).
24. Гуменюк Н., Каменєв М., Цигима А. Убивство Гонгадзе — 20 років у пошуках правди. *Public Interest Journalism Lab*. URL: <https://youtu.be/8JPERukSGpA> (дата звернення: 23.05.2024).
25. Дворак Я., Н. Стеблина. «Гумор на війні як інструмент спротиву (на матеріалі популярних українських телеграм-каналів)». *Прикладні аспекти сучасних міждисциплінарних досліджень*, Грудень 2022, с. 24-26, <https://jpasmd.donnu.edu.ua/article/view/12903>.

26. Демм С. Е. Media and Terrorism. *Journal of Security Administration*. 1982. Vol. 5, no. 1. P. 7–18.
27. Дзеркало тижня: міжнародний громадсько-політичний тижневик. Електронний архів. URL: <https://dt.ua/gazeta/archive> (дата звернення: 24.04.2024).
28. Дослідження професійних стандартів. Архів публікацій "Білого списку ІМІ". *Інститут масової інформації*. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/doslidzhennya-profesijnyh-standartiv> (дата звернення: 09.05.2024).
29. Ерман Г. Дебати, які змінили історію - BBC News Україна. *BBC News Україна*. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-47820637> (дата звернення: 28.04.2024).
30. Ерман Г. Черчилль, де Голль, Маннергейм: як відомі лідери програвали вибори і поверталися до влади - BBC News Україна. *BBC News Україна*. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-48019928> (дата звернення: 27.04.2024).
31. Єсельчик С. Революція без фейсбука. *Збруч*. URL: <https://zbruc.eu/node/109084> (дата звернення: 04.05.2024).
32. Жители Мелитополя рассказали об искажении истории на Украине. *Известия*. URL: <https://iz.ru/1311176/2022-03-27/zhiteli-melitopolia-rasskazali-ob-iskazhenii-istorii-na-ukarine> (дата звернення: 08.05.2024).
33. Журналист «Известий» рассказала о ситуации в Мелитополе. *Известия*. URL: <https://iz.ru/1300480/2022-03-04/zhurnalist-izvestii-rasskazala-o-situacii-v-melitopole> (дата звернення: 08.05.2024).
34. Завада К. Як вставав Донецьк: три дні протистояння. *Молодіжна інформаційна спільнота "Сіль"*. URL: https://web.archive.org/web/20140313013135/http://soli.com.ua/2014/03/08/yak-vstavav-donetsk-try-dni-protystoyannya/#.UyL-gT9_umF (дата звернення: 22.05.2024).

35. Загородній М. Революція на граніті: архівні фото газети «Вечірній Київ». *Вечірній Київ*. URL: <https://vechirniy.kyiv.ua/news/45441/> (дата звернення: 30.04.2024).

36. Захарченко А. Маніпуляції та оманливий вплив: проблеми розрізнення. *Інформація, комунікація, суспільство 2021* : Матеріали 10-ї Міжнар. наук. конф. ICS-2021, м. Львів. Львів, 2021. С. 126. URL: https://ics.skid-lp.info/ics_2021.pdf#page=127 (дата звернення: 08.05.2024).

37. Захарченко А. Феномен сюжетних ліній в інформаційному просторі українських медіа та соціальних мереж. У В. Е. Шевченко (Ред.), Кросмедіа: контент, технології, перспективи. Колективна монографія. Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Київ, 2017. С. 92.

38. Звіт з моніторингу журналістських стандартів. Січень 2014 року. *Інститут масової інформації*. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/zvit-z-monitoringu-jurnalistskih-standartiv-sichen-2014-roku-i28521> (дата звернення: 09.05.2024).

39. Звіт Kroll про розслідування справи Гонгадзе. *Wayback Machine*. URL: <https://web.archive.org/web/20090924121721/http://www.nbu.gov.ua/polit/01kroll.htm> (дата звернення: 02.05.2024).

40. Зернецька, О.В. (2017) З історії глобальної комунікації. In: Зернецька О.В. Глобальна комунікація: монографія /Ольга Василівна Зернецька. Київ, Наукова думка, с. 9-33.

41. Зернецька О. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини. НАН України. Ін-т світ. економіки і міжнар. відносин. К. : Освіта, 1999. 352 с.

42. Іванова О., Мойсеєва О., Стеблина Н. Місцева преса: посібник для ЗМІ. Як регіональним журналістам працювати за часів нових медіа та кризи демократії : посібник / ред. О. Іванова. Київ : ТОВ «Бізнесполіграф», 2019. 232

с. URL: http://www.ualocal.media/wp-content/uploads/2019/09/tutorial_print.pdf (дата звернення: 01.10.2023).

43. Інформаційна бульбашка. Як не стати овочем. URL: <https://www.facebook.com/inforules/videos/176267984640547/> (дата звернення: 28.04.2024).

44. Інформаційне агентство УНІАН. Електронний архів. URL: <https://www.unian.ua/news/archive> (дата звернення: 24.04.2024).

45. Історична правда. Помаранчева революція: 20 відео, які запам'яталися. *Історична правда*. URL: <https://www.istpravda.com.ua/articles/2010/11/21/5446/> (дата звернення: 04.05.2024).

46. Історія протестного руху України: від Революції на граніті до «кредитного майдану». *Слово і Діло*. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2016/11/24/infografika/suspilstvo/istoriya-protestnoho-ruxu-ukrayiny-vid-revoljucziyi-na-hraniti-do-kredytnoho-majdanu> (дата звернення: 29.04.2024).

47. Кальба Я. Мас-медіа й ідентичність: проблеми та виклики сьогодення (суб'єктно-вчинковий вимір). *Vector of modern pedagogical and psychological science in Ukraine and EU countries*. 2020. Р. 287–304. URL: <https://doi.org/10.30525/978-9934-588-37-2.1.17> (date of access: 03.12.2023).

48. Капустіна Н. Б. Час симулякрів: теоретичні конструкції Ж. Бодрієра. *Актуальні проблеми держави і права*. 2009. № 48. С. 34–37.

49. Квіт С. Масові комунікації: Підручник. К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. С. 78-80.

50. Кловєр і ICTV фальсифікували причетність США до Кучмагейту. *Українська правда*. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2002/03/18/2987610/> (дата звернення: 02.05.2024).

51. Коммерсантъ. Электронный архив. URL: <https://bit.ly/2xMsAjz> (дата обращения: 20.04.2024).

52. Костюк Д. **Роль громадянського суспільства в русі "Україна без Кучми"**. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Історичні науки. 2019. Т. 30(69), № 1. С. 17-23. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/UZTNU_istor_2019_30%2869%29_1_6 (дата звернення: 02.05.2024).

53. Кочетков О., Виговська Н. Телеграм-канали як засоби ведення інформаційної війни. *DSpace at ZNU: Home*. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/12345/12691/Kochetkov%202023.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 08.05.2024).

54. «Краще вмерти, аніж жити в Радянському Союзі». До річниці Революції на граніті – Центральний державний архів громадських об'єднань та українців. *Центральний державний архів громадських об'єднань та українців*. URL: <https://tsdahoo.archives.gov.ua/arhiv-vystavkovykh-proyektiv/vystavkovi-proyekty-czdago-ukrayiny/krashhe-vmerty-anizh-zhyty-v-radyanskomu-soyuzi-do-richnyczi-revolucziyi-na-graniti/> (дата звернення: 01.05.2024).

55. Кужель Р., Бурмагін О. Президентські і парламентські вибори 2019 Україна. Методологія Моніторингу ЗМІ. URL: <https://bit.ly/2Soym2o> (дата звернення: 20.04.2024).

56. Кужель Р., Бурмагін О. Президентські і парламентські вибори 2019 Україна. Методологія Моніторингу ЗМІ. URL: <https://bit.ly/2Soym2o> (дата звернення: 24.12.2023).

57. Кутєпов Б., Коціра Х. Позивний «Домовина». Історія арештантки. *hromadske.ua*. URL: <https://hromadske.ua/posts/pozivnij-domovina-istoriya-areshtantki> (дата звернення: 23.05.2024).

58. Листівка "Три сорти українців". *Чесно*. URL: <https://www.chesno.org/political-ads/4136/> (дата звернення: 08.05.2024).

59. Лівіцька О. Поговори зі мною. ПостРОЗМОВА із Русланою з луцького автобуса з терористом. *Перший канал соціальних новин*. URL:

<https://pershyj.com/p-pogovori-zi-mnoyu-postrozmova-iz-ruslanoyu-z-lutskogo-avto-busa-z-teroristom-44567> (дата звернення: 23.05.2024).

60. Літвінова Ю. М. Телебачення як соціокультурний феномен. URL : https://ukrsocium.org.ua/wp-content/uploads/2006/11/39-45__no-6__vol-17__2006__UKR.pdf (дата звернення: 17.06.2023)

61. Літінська Н. В. Телебачення як інструмент трансформації свідомості сучасної людини. *Грані*. 2019. Vol. 22, no. 6. Р. 31–41. URL: <https://doi.org/10.15421/171961> (date of access: 28.04.2024).

62. Макаров О. Бабуся померла?. *Зеркало недели | Дзеркало тижня | Mirror Weekly*. URL: https://zn.ua/ukr/internal/babusya-pomerla-_.html?fbclid=IwAR36fkaOWf172IBVe4I9sP2ztuKTlaRriINDLb2-Ye6P0jbgEEqC93X7KPI (дата звернення: 23.05.2024).

63. Медіалінгвістика : словник термінів і понять / Л.І. Шевченко, Д.В. Дергач, Д.Ю. Сизонов / за ред. Л.І. Шевченко. Вид. 2-ге, випр. і доп. Київ : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2014. 326 с.

64. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / ред.: В. Іванов, О. Волошенюк. Київ : Центр вільн. преси, 2012. 352 с.

65. Медіапсихологія: на перетині інформаційного та освітнього просторів: монографія / [О. Т. Баришполець, О. Л. Вознесенська, О. Є. Голубєва, Г. В. Мироненко, Л. А. Найдьонова, Н. О. Обухова Н. І. Череповська] ; за наук. ред. Л. А. Найдьонової, Н. І. Череповської ; національна академія педагогічних наук України, інститут соціальної та політичної психології. Київ, Міленіум. 2014. 348 с.

66. Мешканці Енергодара влаштували мирний мітинг проти окупації російськими військами. *Суспільне Запоріжжя*. URL: <https://suspilne.media/zaporizhzhia/222478-meskanci-energodara-vlastuvali-mirnij-miting-proti-okupacii-rosijskimi-vijskami/> (дата звернення: 08.05.2024).

67. Михайлин І. Об'єктивність і правда в журналістиці. *Культура народів Причорномор'я*. 2007. № 101. С. 131-134.

68. Мой Д., Ордольфф М. Телевізійна журналістика: Практична журналістика, том 62 / За загал. ред. В. Ф. Іванова; Пер. з нім. В. Климченка. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. 234 с.
69. Москвич О. Медіа-реальність як сучасний соціокультурний простір. *Соціологічні студії*. 2014. № 2 (5). С. 52–56.
70. Москвич О. Феноменологія сучасної медіареальності: експлікація понять. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2014. Серія "Філосо. науки", №18 (295). С. 68–73.
71. Мостова Ю. На фарбу?. *Зеркало недели | Дзеркало тижня | Mirror Weekly*. URL: <https://zn.ua/ukr/internal/na-farbu-.html> (дата звернення: 23.05.2024).
72. Назар Р. Парцеляція як засіб експресивізації репортажу. *Науковий вісник Південноукраїнського педагогічного університету ім. К. Д. Ушинського*. Серія: Лінгвістичні науки. 2012. № 14. С. 214-220.
73. Найвищі нагороди у журналістиці. Пуліцерівська премія. *Телекритика*. *Архівна сторінка The Wayback Machine*. URL: https://web.archive.org/web/20130113222400/http://www.telekritika.ua/daidzhest/2006-09-05/7456?theme_page=50& (дата звернення: 10.05.2024).
74. Найєм М. Гаразд, давайте серйозно. Ось хто сьогодні до півночі готовий вийти на Майдан?. *Mustafa Nayyem*. URL: <https://www.facebook.com/Mustafanayyem/posts/10201177280260151> (дата звернення: 07.05.2024).
75. Наших дітей виховують блогери. *Освіторія*. URL: <https://osvitoria.media/opinions/nashyh-ditej-vyhovuyut-blogery/> (дата звернення: 06.09.2023).
76. Овчаров М. Риторика британської королеви. *Інститут риторики імені Д. Кеннеді*. URL: <https://rhetoric-hall.com/rytoryka-brytanskoyi-korolevy> (дата звернення: 27.04.2024).

77. Павлів В. Репортаж: між фактами та емоціями. Практичний посібник для журналістів. Львів : Видавництво Українського католицького університету, 2015. С. 8.

78. Павло Солодько. КучмоЗМІ. *detector.media*. URL: <https://detector.media/withoutsection/article/42179/2008-11-24-kuchmozmi/> (дата звернення: 02.05.2024).

79. Петяк Ю. Методика опитування експертів для виявлення факторів інформаційної безпеки мобільних пристроїв. Наукові записки Української академії друкарства. Серія : Технічні науки. 2015. № 1. С. 23-29.

80. Підопригора І. Ефект інформаційного вакууму як чинник впливу на організацію інформаційно-пропагандистського забезпечення Військово-Морських Сил Збройних Сил України у лютому - березні 2014 року. *Військово-історичний меридіан. Електронний науковий фаховий журнал*. 2018. № 5 (19). С. 64–77. URL: http://vim.gov.ua/pages/_journal_files/09.04.2018/pdf/VIM_19_2018-64-78.pdf (дата звернення: 08.09.2023).

81. Полінкевич О. Критерії вибору виду експертного оцінювання інноваційного розвитку підприємств. Актуальні проблеми економіки. 2016. № 3. С. 186–190.

82. Поліщук Ю., Гнатюк С., Сєйлова Н. Мас-медіа як канал маніпулятивного впливу на суспільство. Безпека інформації. 2015. Т. 21, № 3. С. 301-308. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bezin_2015_21_3_13 (дата звернення: 24.04.2024).

83. Правила репортажу Ігора Мечіка: «Ви не зможете вигадати краще, ніж вигдав Бог». URL: <https://bit.ly/2PL28Nb> (дата звернення: 24.04.2020).

84. Прасюк О. В. Вплив теледебатів на формування електоральної громадської думки під час президентських виборів. *Грані*. 2012. № 4 (84). С. 119–122.

85. Протести, перемоги і репресії в Україні. *Cedos*. URL: <https://cedos.org.ua/> (дата звернення: 30.04.2024).

86. П. Солодько. Вибори-2004: агітпроп за Януковича. *Історична правда*. URL: <https://www.istpravda.com.ua/artefacts/2010/11/21/5476/> (дата звернення: 07.05.2024).

87. Расулова О. Духовна війна і загроза «майдану». Як змінилася білоруська пропаганда після приходу російських журналістів. *LB.ua*. URL: https://lb.ua/world/2020/10/22/468706_duhovna_viyna_i_zagroza_maydanu_yak.htm (дата звернення: 23.05.2024).

88. Рахманін С. Не стріляй!. *Зеркало недели | Дзеркало тижня | Mirror Weekly*. URL: <https://zn.ua/ukr/internal/ne-strilyay-.html> (дата звернення: 23.05.2024).

89. Рекомендація Незалежної медійної ради № 20: Цифрова безпека журналістів (і не тільки) в умовах війни - Центр демократії та верховенства права. *Центр демократії та верховенства права*. URL: <https://cedem.org.ua/library/tsyfrova-bezpeka-zhurnalistiv/> (дата звернення: 24.05.2024).

90. Репортажний диявол у деталях. URL: <https://bit.ly/2sbUaUq> (дата звернення: 24.04.2024).

91. Ривліна В. М. Медіатизація культури: термінологічний аналіз. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2018. № 3 (35). С. 22–26.

92. Різун В., Скотникова Т. Методи наукових досліджень у журналістикознавстві : навч. посіб. 2-е вид., перероб. і доп. Київ : Преса України, 2008. 144 с.

93. Різун В., Скотникова Т. Моніторинг у системі методів журналістикознавства: основні засади. *Електронна бібліотека Інституту журналістики*. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1670> (дата звернення: 05.04.2024).

94. Різун В., Хилько М, Скотникова Т. Соціологічні методи дослідження в журналістикознавстві. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. Київ: ВПЦ "Київський університет", 2014. С. 22–26.

95. Роль мас-медіа у формуванні ціннісної системи суспільства. Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. К., 2009. Вип. 16. С. 242-248.
96. Романенко К. Штучний інтелект в Україні: як розвивається галузь і яку користь для країни приносить. *CASES*. URL: <https://cases.media/article/shtuchnii-intelekt-v-ukrayini-yak-rozvivayetsya-galuz-i-ya-ku-korist-dlya-krayini-prinosit> (дата звернення: 05.12.2023).
97. Романчук О. Штучний інтелект в епоху нових медій. *Вісник Львівського університету. Серія "Журналістика"*. 2018. Вип. 44. С. 179–188.
98. Романюк Р. Символи Майдану. URL: <https://bit.ly/3eZEeYY> (дата звернення: 25.04.2024).
99. Российские военные вошли в Мелитополь. *РИА Новости*. URL: <https://ria.ru/20220226/melitopol-1775190449.html> (дата звернення: 08.05.2024).
100. Семенченко М. В Україну покликали мертві, але не чули живі. Яким був Джеймс Мейс?. *Локальна історія*. URL: <https://localhistory.org.ua/texts/interviu/v-ukrayinu-poklikali-mertvi-ale-ne-chuli-zhivi/> (дата звернення: 23.05.2024).
101. Семиноженко А. Чотири терабайти болю: як волонтер зібрав базу даних злочинів на Донбасі. *The Insider / Wayback Machine*. URL: <https://web.archive.org/web/20230617214251/http://www.theinsider.ua/politics/59523d2acd712/> (дата звернення: 23.05.2024).
102. Сидорук А. Випробування теледебатами. *ms.detector.media*. URL: <https://ms.detector.media/media-i-vlada/post/5857/2012-10-25-vyprobuvannya-teledebaty/> (дата звернення: 28.04.2024).
103. Сирінська О. "УКРАЇНА БЕЗ КУЧМИ" – кампанія нар. протестів в Україні 2000–01. URL: http://www.history.org.ua/?termin=ukrajina_bez_kuchmy (дата звернення: 02.05.2024)
104. Стеблина Н. Новини чи піар, або Чи можливо дотримуватися професійних стандартів у мережевих ЗМІ? *Діалог*. 2015. Вип. 21. С. 36-48. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/dialog_2015_21_6 (дата звернення: 07.05.2024).

105. Суденко Ю. Булінг як один із факторів вчинення самогубства. *KELM (Knowledge, Education, Law, Management)*. 2021. Т. 2, № 8. С. 199–203. URL: <https://doi.org/10.51647/kelm.2020.8.2.31> (дата звернення: 11.02.2024).

106. Суспільне Дніпро. “ІГРЕНЬ” фільм про каральну психіатрію в Дніпрі, 2020. *YouTube*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=9njnozXwj2M> (дата звернення: 23.05.2024).

107. Суспільне Новини. Шахтарські протести. Д/ф «Чуєш гуркіт касок?» | НАШІ 30, 2021. *YouTube*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=cyzpiY7md6k> (дата звернення: 01.05.2024).

108. «Телекритика». Останнє десятиліття ЗМІ. Головні події в історії українських медіа 2000-2009 років. *detector.media*. URL: <https://detector.media/withoutsection/article/50530/2010-01-19-ostannie-desyatylittya-zmi-golovni-podii-v-istorii-ukrainskykh-media-2000-2009-rokiv/> (дата звернення: 03.05.2024).

109. Ткачук Г., Стеценко В. ТЕХНОЛОГІЯ ДОПОВНЕНОЇ РЕАЛЬНОСТІ: ПОНЯТТЯ, ОСОБЛИВІСТЬ, КЛАСИФІКАЦІЯ. *Věda a perspektivy*. 2022. № 10(17). URL: [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-10\(17\)-115-126](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-10(17)-115-126) (дата звернення: 03.12.2023).

110. Тот, хто стрелял: Манифест. *Вільний форум Майдану / архів Wayback Machine*. URL: <https://web.archive.org/web/20041215045312/https://maidan.org.ua/static/mai/1093437956.html> (дата звернення: 04.05.2024).

111. Українська правда. Оригінальні темники на “Українській Правді”. *Українська правда*. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2007/03/7/3215614/> (дата звернення: 02.05.2024).

112. У Мелітополі містяни виходять на мітинги попри погрози військових РФ застосувати щодо них зброю. *Суспільне Запоріжжя*. URL: <https://suspilne.media/zaporizhzhia/215321-u-melitopoli-mistani-vihodat-na-mitingi->

popri-pogrozi-vijskovih-rf-zastosuvati-sodo-nih-zbrou/ (дата звернення: 08.05.2024).

113. У Херсоні також люди вийшли на мирний мітинг. Вже зібралось кілька тисяч містян. *Суспільне Херсон*. URL: <https://t.me/suspilnekherson/9623> (дата звернення: 08.05.2024).

114. Факты и комментарии: всеукраинская ежедневная газета. Электронный архив. URL: <https://fakty.ua/archive> (дата обращения: 20.04.2024).

115. Федько В. Звернення Адольфа Гітлера до німецького народу у зв'язку з початком війни проти Радянського Союзу. *Народний Оглядач*. URL: <https://www.ar25.org/article/zvernennya-adolfa-gitlera-do-nimeckogo-narodu-u-zvyazku-z-pochatkom-viyny-proty-radyanskogo> (дата звернення: 27.04.2024).

116. Фіонік Д. Війна з Богом. Як Росія здійснює церковну окупацію на захоплених територіях. *LIGA*. URL: <https://www.liga.net/ua/society/articles/voyna-s-bogom-kak-rossiya-sovershaet-tserkovnyuyu-okkupatsiyu-na-zahvachennyh-territoriyah?fbclid=IwAR0bnrBJiZHGthW6dxRyUbe0x91e0ewS1gY15CC6Z7n-IQ5Z-DLanpA60oc> (дата звернення: 23.05.2024).

117. Фіонік Д. "Ми повернемося до Маріуполя". *Liga.net*. URL: <https://projects.liga.net/we-will-return-to-mariupol/> (дата звернення: 23.05.2024).

118. Фрагменти українською. Наші громадяни повинні відчувати себе в небезпеці – Янукович, 2023. *YouTube*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=vVddpicKxfs> (дата звернення: 04.05.2024).

119. Чернявська Л. В. Комунікаційна модель медіапростору України: дис.... докт. наук із соціальних комунікацій: 27.00.01. Київ, 2020. 445 с.

120. Чернявська Л. Комунікаційна модель медіапростору України : автореф. дис. ... д-ра наук із соц. комунікацій : 27.00.01. Київ, 2020. 39 с. URL: https://scc.knu.ua/upload/iblock/72a/aref_Cherniavska%20L.%20V..pdf (дата звернення: 03.10.2023).

121. Честь Професії - Головна. *Честь Професії - Головна*. URL: <https://journalismaward.in.ua/> (дата звернення: 10.05.2024).

122. Чорнобаївка та насіння соняшника в кишені: меми війни про Херсонщину – Генічеськ.City. *Генічеськ.City*. URL: <https://henichesk.city/articles/222052/chornobaivka-ta-nasinnya-sonyashnika-v-kishe-ni-memi-vijni-pro-hersonschinu> (дата звернення: 08.05.2024).

123. Чорнокондратенко М. Інтернет як дишло... *ms.detector.media*. URL: <https://ms.detector.media/mediaanalitika/post/2397/2013-11-14-internet-yak-dyshlo/> (дата звернення: 28.04.2024).

124. Чутливе висвітлення втрати у медіа. Платформа "Бути": Провідник у досвіді проживання втрати on Instagram. URL: <https://www.instagram.com/p/C5EbJnyNAfa/?igsh=eTF2YXgxcW1pZGx1> (дата звернення: 25.05.2024).

125. Шапар В. Сучасний тлумачний психологічний словник : близько 2500 термінів. Харків : Прапор, 2007. 640 с.

126. Шовкун Л., Лиховій Д. "Рома не хотів би, щоб ми плакали. Він хотів би, щоб ми перемогли". Письменниця Світлана Поваляєва – про свого сина Романа Ратушного. *Новинарня – новини України, що воює*. URL: <https://novynarnia.com/2022/07/05/roma-ne-hotiv-by-shhob-my-plakaly-vin-hotiv-by-shhob-my-peremogly-pysmennyczya-svitlana-povalyayeva-pro-svogo-syna-romana-ratushnogo/> (дата звернення: 23.05.2024).

127. Штучний інтелект: досягнення в розробці та ризики подальшого розвитку. *Головна*. URL: https://nbuviap.gov.ua/index.php?Itemid=183&catid=23&id=157:struktura-14&option=com_content&view=article (дата звернення: 05.12.2023).

128. Юридична енциклопедія : в 6-ти томах. Київ : Укр. енциклопедія ім. М.П. Баж., 2001. Т. 3 : К-М. 792 с.

129. Якісні методи. Центр соціального моніторингу. URL: <https://bit.ly/2MosPFy> (дата звернення: 24.12.2023).

130. 14 практичних порад щодо поведінки на акціях протесту. Пам'ятка для журналістів. *Інститут масової інформації*. URL:

<https://imi.org.ua/advice/14-praktichnih-porad-schodo-povedinki-na-aktsiyah-protestu-pamyatka-dlya-jurnalistiv-i2340> (дата звернення: 25.05.2024).

131. 5 канал. Людмила Янукович, наколотые апельсины и американские валенки - 30.11.2004, 2007. *YouTube*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=oicOHnK9ihM> (дата звернення: 07.05.2024).

132. Adoni H., Mane S. Media and the social construction of reality. *Communication research*. 1984. Vol. 11, no. 3. P. 323–340. URL: <https://doi.org/10.1177/009365084011003001> (date of access: 07.02.2023).

133. Agrawal Chitralekha & Dey Sayan (2023) Reel Merging into Real: A Study of Media Induced Hyper-reality Among University Students Introduction.

134. Akidones. Газета "Правда Украины" 1990 год № 237. *Сайт для колекціонерів в Україні* *Violity*. URL: <https://violity.com/ua/114778553-gazeta-pravda-ukrainy-1990-god-237> (дата звернення: 01.05.2024).

135. Anthony A. A history of television, the technology that seduced the world – and me. *the Guardian*. URL: <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2013/sep/07/history-television-seduced-the-world> (date of access: 28.04.2024).

136. April 1, 1968: Address to the National Association of Broadcasters | Miller Center. *Miller Center*. URL: <https://millercenter.org/the-presidency/presidential-speeches/april-1-1968-address-national-association-broadcasters> (date of access: 28.04.2024).

137. A Sharpshooter's Last Sleep. *Museum of Hoaxes*. URL: https://hoaxes.org/photo_database/image/a_sharpshooters_last_sleep/ (date of access: 27.04.2024).

138. Augmented Reality and Mobile Edge Computing Transforming Communication Networks. *Utilities One*. URL: <https://utilitiesone.com/augmented-reality-and-mobile-edge-computing-transforming-communication-networks#anchor-1> (date of access: 03.12.2023).

139. Azim F., Col A. D., Adams J. How I escaped a Chinese internment camp. *Business Insider*. URL: <https://www.businessinsider.com/comic-i-escaped-a-chinese-internment-camp-uyghur-2021-12#-13> (date of access: 21.05.2024).
140. Barthes R. Rustle of language. Blackwell Publishers, 2006. 308 p.
141. Barthes R. The pleasure of the text. New York : Hill and Wang, 1975. 67 p.
142. Baudrillard J. America. London : Verso, 2010. 138 p.
143. Baudrillard J. Evil demon of images. Left Bank Books, 1987. 53 p.
144. Baudrillard J. Simulacra and simulations. *The new social theory reader*. 2020. P. 230–234. URL: <https://doi.org/10.4324/9781003060963-37> (date of access: 03.09.2023).
145. Baudrillard J. Simulacra and simulations. *The new social theory reader*. 2020. P. 230–234. URL: <https://doi.org/10.4324/9781003060963-37> (date of access: 03.09.2023).
146. Berger P. L., Berger P. L. The social construction of reality: a treatise in the sociology of knowledge. Garden City : Doubleday, 1967. 219 p.
147. Birkett H. News in the Middle Ages: News, Communications, and the Launch of the Third Crusade in 1187–1188. *Viator*. 2018. Vol. 49, no. 3. P. 23–61. URL: <https://doi.org/10.1484/j.viator.5.119573> (date of access: 22.04.2024).
148. Bolter J. D., Engberg M., MacIntyre B. Media studies, mobile augmented reality, and interaction design. *Interactions*. 2013. Vol. 20, no. 1. P. 36–45. URL: <https://doi.org/10.1145/2405716.2405726> (date of access: 24.09.2023).
149. Boorstin D. J. The image: A guide to pseudo-events in America. New York : Vintage Books, 1992. 319 p.
150. Bourdieu P. On television. New York : New Press, 1998. 104 p.
151. But K. Медіареальність як засіб впливу на громадську думку (на прикладі тимчасово окупованих територій Запорізької області). *State and Regions. Series: Social Communications*. 2023. № 3(55). С. 17. URL: [https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2023.3\(55\).3](https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2023.3(55).3) (дата звернення: 28.04.2024).

152. Cambridge V. Journalism and Mass Communication: The Making of Meaning. *Journalism and Mass Communication*. Volume 1. P. 137–158. URL: <https://www.eolss.net/ebooklib/ebookcontents/E6-33-ThemeContents.pdf> (date of access: 17.04.2024).

153. Caswell D. AI and journalism: What's next?. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/ai-and-journalism-whats-next> (date of access: 05.12.2023).

154. Chellew P. Медсанбат: Посібник для журналіста Hostile Environment Awareness Training (HEAT) Тренінг з перебування у ворожому середовищі. *Медсанбат для медиків и підтримка тыла - Медсанбат*. URL: <https://www.medsanbat.info/download/Медсанбат%20посібник.pdf> (дата звернення: 24.05.2024).

155. Cherniavska L. Трансформація медіареальності в умовах війни в Україні. *State and Regions. Series: Social Communications*. 2022. № 2(50). С. 78. URL: [https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2022.2\(50\).9](https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2022.2(50).9) (дата звернення: 08.05.2024).

156. Cherniavska L. Communication Model of the Ukrainian Media Space : extended abstract of dissertation . . . of Doctor of Sciences of Social Communications : 27.00.01. Kyiv, 2020. 39 p. URL: <http://surl.li/ltlfn> (date of access: 01.10.2023).

157. Cherniavska L., Kutova A. Інтернет-мем як складник медіареальності. *State and Regions. Series: Social Communications*. 2022. № 4(48). С. 69. URL: [https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2021.4\(48\).10](https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2021.4(48).10) (дата звернення: 04.05.2024).

158. Chesebro J. W. The media reality: epistemological functions of media in cultural systems. *Critical studies in mass communication*. 1984. Vol. 1, no. 2. P. 111–130. URL: <https://doi.org/10.1080/15295038409360024> (date of access: 11.02.2023).

159. Clinton D. Defining the Future of Human Information Consumption | Deepwater Asset Management. *Deepwater Asset Management*. URL:

<https://deepwatermgmt.com/defining-the-future-of-human-information-consumption/>
(date of access: 25.11.2023).

160. Demonstrations, Protests, and Crowds. BBC Safety. URL:
<https://bbc.in/3MyMINj>

161. Der Spiegel. Titelbilder Und Heftarchive. Available at:
<https://bit.ly/3ax4lCX> (viewed on 20.04.2024).

162. Dewey J. Public & its problems. Swallow Press, 1954. 242 p.

163. Dyer G., Goldberger B., Drehle D. V. 100 photographs: The most influential images of all time. 2015. 235 p.

164. Endres K. L. Evolution of Journalism and Mass Communications. *Journalism and Mass Communication*. Volume 1. P. 32–56. URL:
<https://www.eolss.net/ebooklib/ebookcontents/E6-33-ThemeContents.pdf> (date of access: 17.04.2024).

165. Enli G. Mediated authenticity: how the media constructs reality. Lang Publishing, Incorporated, Peter, 2015. 164 p.

166. "Experts Available to Discuss White House Aims To Limit WikiLeaks Damage; Post-WikiLeaks Information 'Big Chill'." Information Technology Newsweekly, 14 Dec. 2010, p. 46. Gale Business: Insights, link.gale.com/apps/doc/A244746278/GBIB?u=umuser&sid=bookmark-GBIB&xid=1e77bc97. Accessed 2 Apr. 2024.

167. Fornieles R. The Concept of News in Ancient Greek Literature, Berlin, Boston: De Gruyter, 2023. URL:
<https://doi-org.proxy.lib.umich.edu/10.1515/9783111022376> (date of access: 17.04.2024).

168. Fraser, Matthew. In Truth : A History of Lies from Ancient Rome to Modern America, Globe Pequot Press, The, 2020. ProQuest Ebook Central. URL:
<https://ebookcentral-proquest-com.proxy.lib.umich.edu/lib/umichigan/detail.action?docID=6141080> (date of access: 17.04.2024).

169. Gage J. P. Icons of Cruelty. *New York Times*. URL: <https://archive.nytimes.com/opinionator.blogs.nytimes.com/2013/08/05/icons-of-cruelty/> (date of access: 27.04.2024).
170. Gálik Slavomír (2019) On ontological definition of media truth and the role of media *European Journal of Science and Theology* 15 1.-8.
171. Gastón P. Thinking about Social Movements Sociologically. *U-M Canvas*. URL: https://umich.instructure.com/courses/658342/files/34077826?module_item_id=3496586 (date of access: 28.04.2024).
172. Gerbner G. Wilbur Schramm. Mass media and national development: the role of information in the developing countries. pp. xiv, 333. stanford: stanford university press, 1964. \$7.50. *The annals of the american academy of political and social science*. 1965. Vol. 360, no. 1. P. 204. URL: <https://doi.org/10.1177/000271626536000147> (date of access: 06.09.2023).
173. Gies, M., Boykoff J. Beyond Bullets: The Suppression of Dissent in the United States. *Hum Rights Rev* 10, 2009. P. 192
174. Guo L., Vu H. T. Media vs. reality. *The agenda setting journal*. 2018. Vol. 2, no. 1. P. 3–24. URL: <https://doi.org/10.1075/asj.16020.guo> (date of access: 27.02.2023).
175. Gupta C., Sharma M. Communal constructions: media reality vs real reality. *Race & class*. 1996. Vol. 38, no. 1. P. 1–20. URL: <https://doi.org/10.1177/030639689603800101> (date of access: 27.02.2023).
176. Gupta M. S. Five Ways Radio Changed The World. *Augustman*. URL: <https://www.augustman.com/my/entertainment/music/five-ways-radio-changed-the-world/> (date of access: 27.04.2024).
177. Hand R. J. 22 The Sound of War: Audio, Radio and the First World War. *The Edinburgh Companion to the First World War and the Arts*. 2017. P. 354–368. URL: <https://doi.org/10.1515/9781474401647-025> (date of access: 27.04.2024).
178. Hotsur O., Popil D. CRISIS PERIODS OF THE PRINTED MEDIA MARKET OF UKRAINE (2000-2022). *Bulletin of Lviv Polytechnic National*

University: journalism. 2022. Vol. 2, no. 4. P. 38–45. URL: <https://doi.org/10.23939/sjs2022.02.038> (date of access: 02.05.2024).

179. "How Luther went viral." *The Economist*, vol. 401, no. 8764, 17 Dec. 2011, p. 94(US). Gale In Context: Biography, link.gale.com/apps/doc/A274966566/BIC?u=umuser&sid=summon&xid=80fee10a. Accessed 25 Apr. 2024.

180. How Netflix affects what we watch and who we are -- and it's not just the algorithm. *The Conversation*. URL: <https://theconversation.com/how-netflix-affects-what-we-watch-and-who-we-are-and-its-not-just-the-algorithm-169897> (date of access: 03.12.2023).

181. hromadske. Хроніки анексії (2019). Фільм Богдана Кутєпова | Hromadske.doc, 2019. *YouTube*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=0FCVXM5Bybs> (дата звернення: 23.05.2024).

182. Jones S. Ask.fm pledges cyberbullying reform after Hannah Smith death. *the Guardian*. URL: <https://www.theguardian.com/society/2013/aug/19/ask-fm-cyberbully-hannah-smith-death> (date of access: 11.02.2024).

183. Journalism during WWI. *The National Museum of the Marine Corps*. URL: https://www.usmcmuseum.com/uploads/6/0/3/6/60364049/nmmc_journalism_during_wwi.pdf (date of access: 27.04.2024).

184. justanotheryoutubeprofile. Perestroika from Below / Перебудова знизу, 2012. *YouTube*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=9TqNkFSB3YY> (дата звернення: 01.05.2024).

185. Kahanov Y. «Ostankino syringe» and a Ukrainian viewer: the influence of TV on shaping a «homo Sovieticus». *Scholarly Works of the Faculty of History, Zaporizhzhia National University*. 2018. Vol. 50. P. 185–196. URL: <https://doi.org/10.26661/swfh-2018-50-017> (date of access: 28.04.2024).

186. Katz E., Dayan D., Motyl P. Communications in the 21st century: in defense of media events. *Organizational dynamics*. 1981. Vol. 10, no. 2. P. 68–80. URL: [https://doi.org/10.1016/0090-2616\(81\)90033-4](https://doi.org/10.1016/0090-2616(81)90033-4) (date of access: 27.02.2023).
187. Katz E., Lazarsfeld P. F. Personal influence. Routledge, 2017. URL: <https://doi.org/10.4324/9781315126234> (date of access: 06.09.2023).
188. Klein E. I Didn't Want It to Be True, but the Medium Really Is the Message (Published 2022). *The New York Times*. URL: <https://www.nytimes.com/2022/08/07/opinion/media-message-twitter-instagram.html> (date of access: 24.09.2023).
189. Knowledge Unlatched - KU Select : B. From Mutual Observation to Propaganda War / ed. by M. Griesse. transcript-Verlag, 2014. URL: <https://doi.org/10.14361/transcript.9783839426425> (date of access: 25.04.2024).
190. Kobleva Z., Gubzhokova N. The influence of mass media on the formation of family social and cultural values. *Vestnik Majkopskogo Gosudarstvennogo Tehnologiceskogo Universiteta*. 2021. Vol. 13, no. 2. P. 108–114. URL: <https://doi.org/10.47370/2078-1024-2021-13-2-108-114> (date of access: 03.12.2023).
191. Komarov E. N. Media vs. social reality. *The humanities and social sciences*. 2020. Vol. 80, no. 3. P. 87–95. URL: <https://doi.org/10.18522/2070-1403-2020-80-3-87-95> (date of access: 27.02.2023).
192. Koopmans J. W. Early Modern Media and the News in Europe: Perspectives from the Dutch Angle. BRILL, 2018.
193. Kosmály P. Authenticity, reception and media reality. *Creative and knowledge society*. 2012. Vol. 2, no. 1. P. 118–128. URL: <https://doi.org/10.2478/v10212-011-0021-5> (date of access: 06.02.2023).
194. Kratz J. Vietnam: The First Television War. *Pieces of History*. URL: <https://prologue.blogs.archives.gov/2018/01/25/vietnam-the-first-television-war/> (date of access: 28.04.2024).

195. Langer E. AR and VR in the Media Context. *Media Innovations AR and VR*. Berlin, Heidelberg, 2023. P. 35–49. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-662-66280-9_4 (date of access: 03.12.2023).
196. Lasswell H. D. Propaganda technique in the World War. New York : Peter Smith, 1938.
197. Lee L. History and Development of Mass Communications. *Journalism and Mass Communication*. Volume 1. P. 158–184. URL: <https://www.eolss.net/ebooklib/ebookcontents/E6-33-ThemeContents.pdf> (date of access: 17.04.2024).
198. Le Monde Diplomatique. English edition. Digital archive. Available at: <https://mondediplo.com/date> (viewed on 20.04.2024).
199. Leonardo Bursztyn & Davide Cantoni, 2016. "A Tear in the Iron Curtain: The Impact of Western Television on Consumption Behavior," *Review of Economics and Statistics*, vol 98(1), pages 25-41.
200. Lippman. Public opinion. Free Press, 1965. 272 p.
201. Litvinova Y. M. Television as a socio-cultural phenomenon. *Ukrainian Society*. 2006. Vol. 17, no. 6. P. 39–45. URL: <https://doi.org/10.15407/socium2006.06.039> (date of access: 28.04.2024).
202. Luhmann, N. The Reality of the Mass Media. Translated by Cross, K. Stanford University Press, 2000. P. 60-61.
203. Luthra R. Journalism and Mass Communication: The Making of Meaning. *Journalism and Mass Communication*. Volume 1. P. 1–32. URL: <https://www.eolss.net/ebooklib/ebookcontents/E6-33-ThemeContents.pdf> (date of access: 17.04.2024).
204. Mangrum, Khaliah N. Picturing Slavery: Photography and the U.S. Slave Narrative, 1831-1920. 2014.
205. Marshall McLuhan - Topic. The medium is the message (side B), 2014. *YouTube*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=wfDS5YsasYw> (date of access: 06.09.2023).

206. MATYKIEWICZ-WŁODARSKA A. Efekt Lutra. Skutki reformacji w sferze mediów drukowanych i komunikowania. *Napis Pismo poświęcone literaturze okolicznościowej i użytkowej*. 2019. Vol. 1. P. 180–195. URL: <https://doi.org/10.18318/napis.2019.1.12> (date of access: 25.04.2024).
207. McLuhan M. Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man. University of Toronto Press, 1962.
208. McLuhan M. Understanding Media: The Extensions of Man. Sphere, 1970. 384 p.
209. Mediation And Protest Movements. Intellect (UK), 2012.
210. Micali A. Leak Early, Leak (More Than) Often: Outlining the Affective Politics of Data Leaks in Network Ecologies. *Media and Communication*. 2018. Vol. 6, no. 3. P. 48–59. URL: <https://doi.org/10.17645/mac.v6i3.1440> (date of access: 15.02.2024).
211. Morris E. Believing Is Seeing: Observations on the Mysteries of Photography. Penguin Books, 2014. 336 p.
212. Of Chickens, Eggs, and Cannonballs: Roger Fenton's Valley of the Shadow of Death (1855). *The Public Domain Review*. URL: <https://publicdomainreview.org/collection/roger-fenton-valley-of-the-shadow-of-death/> (date of access: 26.04.2024).
213. Patz R. Just the TTIP of the Iceberg? Dynamics and Effects of Information Leaks in EU Politics. *European Journal of Risk Regulation*. 2016. Vol. 7, no. 2. P. 242–246. URL: <https://doi.org/10.1017/s1867299x00005614> (date of access: 03.04.2024).
214. Paul N. L. A Warlord's Wisdom: Literacy and Propaganda at the Time of the First Crusade. *Speculum*. 2010. Vol. 85, no. 3. P. 534–566. URL: <https://doi.org/10.1017/s0038713410001284> (date of access: 21.04.2024).
215. Postman N. Amusing Ourselves to Death. New York : Penguin USA, Inc., 2009.

216. Print and Power in Early Modern Europe (1500–1800) / ed. by N. Lamal, J. Cumby, H. J. Helmers. BRILL, 2021. URL: <https://doi.org/10.1163/9789004448896> (date of access: 25.04.2024).
217. Propaganda, Communication and Public Opinion / G. W. Hartmann et al. *The American Journal of Psychology*. 1947. Vol. 60, no. 1. P. 152. URL: <https://doi.org/10.2307/1417342> (date of access: 06.09.2023).
218. Pryor J. H. Twoexcitationesfor the Third Crusade: the letters of brother Thierry of the Temple. *Mediterranean Historical Review*. 2010. Vol. 25, no. 2. P. 147–168. URL: <https://doi.org/10.1080/09518967.2010.536676> (date of access: 21.04.2024).
219. Pulitzer Prize winners by year. *Pulitzer Prize*. URL: <https://www.pulitzer.org/prize-winners-by-year> (date of access: 10.05.2024).
220. Radio on the Frontlines: WWI and WWII. *Digital Public Library of America*. URL: <https://dp.la/exhibitions/radio-golden-age/radio-frontlines> (date of access: 27.04.2024).
221. Reedy G. E. The First Great Communicator - Betty Houchin Winfield: FDR and the News Media. (Urbana, IL: University of Illinois Press, 1990. Pp. xiv, 276. \$34.95.). *The Review of Politics*. 1992. Vol. 54, no. 1. P. 152–155. URL: <https://doi.org/10.1017/s003467050001723x> (date of access: 27.04.2024).
222. Riendeau P. Risk and AR/VR. *Pressbooks Create – Your partner in open publishing*. URL: <https://pressbooks.pub/augmentedrealitymarketing/chapter/risk-and-arvr/> (date of access: 03.12.2023).
223. Ruddock A. Exploring Media Research: Theories, Practice, and Purpose. SAGE Publications, Limited, 2017.
224. Sacco P. L., Arenas A., De Domenico M. The political economy of big data leaks: Uncovering the skeleton of tax evasion. *Chaos, Solitons & Fractals*. 2023. Vol. 168. P. 113182. URL: <https://doi.org/10.1016/j.chaos.2023.113182> (date of access: 15.02.2024).

225. Sanakuiev N. Медіафілософія як нова галузь філософського знання. *Гілея*. 2014. № 89. С. 199–202.
226. Satia P. War, Wireless, and Empire: Marconi and the British Warfare State, 1896–1903. *Technology and Culture*. 2010. Vol. 51, no. 4. P. 829–853. URL: <https://doi.org/10.1353/tech.2010.0074> (date of access: 27.04.2024).
227. Schafer S. B. Exploring the Collective Unconscious in the Age of Digital Media. IGI Global, 2016.
228. Schiller, H. Mind managers. Beacon Press Boston, 1974. P. 151.
229. Schramm W., Christians C. G., Rivers W. L. Responsibility in mass communication. HarperCollins Publishers, 1981.
230. Schramm W. The effects of mass communications: a review. *Journalism quarterly*. 1949. Vol. 26, no. 4. P. 397–409. URL: <https://doi.org/10.1177/107769904902600403> (date of access: 04.09.2023).
231. Schramm W. The process and effects of mass communication. Ed. by W. Schramm and D. F. Roberts. Chicago : University of Illinois Press, 1971. 997 p.
232. Schulz W. Book review: mediated authenticity: how the media constructs reality. *The international journal of press/politics*. 2016. Vol. 22, no. 1. P. 136–137. URL: <https://doi.org/10.1177/1940161216675458> (date of access: 08.02.2023).
233. Sebastián Valenzuela, Teresa Correa & Homero Gil de Zúñiga (2018). “Ties, Likes, and Tweets: Using Strong and Weak Ties to Explain Differences in Protest Participation Across Facebook and Twitter Use.” *Political Communication*, 35:1, 117-134
234. Smith A. D. Myths and Memories of the Nation. Oxford University Press, 2000.
235. Takeshita T. Exploring the media's roles in defining reality: From issue-agenda setting to attribute-agenda setting. *Academia.edu - Share research*. URL: https://www.academia.edu/2530987/Exploring_the_medias_roles_in_defining_reality_From_issue_agenda_setting_to_attribute_agenda_setting (date of access: 05.12.2023).

236. Tarde G. D. On communication and social influence: selected papers. Chicago ; London. 324 p.
237. The 2002 Pulitzer Prize Winner in Explanatory Reporting. *The Pulitzer Prize*. URL: <https://www.pulitzer.org/winners/staff-53> (date of access: 10.05.2024).
238. The 2009 Pulitzer Prize Winner in Editorial Writing. *The Pulitzer Prize*. URL: <https://www.pulitzer.org/winners/mark-mahoney> (date of access: 10.05.2024).
239. The 2015 Pulitzer Prize Winner in Breaking News Photography. *The Pulitzer Prize*. URL: <https://www.pulitzer.org/winners/photography-staff-1> (date of access: 10.05.2024).
240. The 2015 Pulitzer Prize Winner in Public Service. *The Pulitzer Prize*. URL: <https://www.pulitzer.org/winners/post-and-courier> (date of access: 10.05.2024).
241. The 2016 Pulitzer Prize Winner in Breaking News Photography. *The Pulitzer Prize Winners*. URL: <https://www.pulitzer.org/winners/photography-staff-reuters> (date of access: 10.05.2024).
242. The 2016 Pulitzer Prize Winner in National Reporting. *The Pulitzer Prize Winners*. URL: <https://www.pulitzer.org/winners/washington-post-staff> (date of access: 10.05.2024).
243. The 2018 Pulitzer Prize Winner in National Reporting. *The Pulitzer Prize Winners*. URL: <https://www.pulitzer.org/winners/staffs-new-york-times-and-washington-post> (date of access: 10.05.2024).
244. The 2021 Pulitzer Prize Winner in Feature Writing. *The Pulitzer Prize Winners*. URL: <https://www.pulitzer.org/winners/mitchell-s-jackson-freelance-contributor-runners-world> (date of access: 10.05.2024).
245. The Impossible Photograph: Hippolyte Bayard's Self-Portrait as a Drowned Man. *Project MUSE*. URL: <https://doi.org/10.1353/mfs.1994.0007> (date of access: 26.04.2024).

246. The role of AI-powered Virtual Tutors in Enhancing E-learning Experiences – Learning Experience Design Blog. *eLearning Widgets and AI tools for Articulate Storyline and Adobe Captivate | Custom Learning Solutions*. URL: <https://cluelabs.com/blog/the-role-of-ai-powered-virtual-tutors-in-enhancing-e-learning-experiences/> (date of access: 05.12.2023).

247. Tilly C. Social Movements as Politics. *Social Movements, 1768–2004*. 2019. P. 1–15. URL: <https://doi.org/10.4324/9781315632063-1> (date of access: 28.04.2024).

248. Understanding media and culture: an introduction to mass communication. University of Minnesota Libraries Publishing, 2016. URL: <https://doi.org/10.24926/8668.2601> (date of access: 25.11.2023).

249. Vengattil M. Facebook, Twitter fall as they face U.S. Congress. *Reuters*. URL: https://www.reuters.com/article/us-twitter-stocks/facebook-twitter-fall-as-they-face-u-s-congress-idUSKCN1LL28N?feedType=RSS&feedName=politicsNews&utm_source=Twitter&utm_medium=Social (date of access: 24.09.2023).

250. Virginia Woolf. The Diary of Virginia Woolf, Volume 1: 1915–19 (Harmondsworth: Penguin, 1979), pp. 84–5.

251. Wahl-Jorgensen K. The strategic ritual of emotionality: A case study of Pulitzer Prize-winning articles. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*. 2012. Vol. 14, no. 1. P. 129–145. URL: <https://doi.org/10.1177/1464884912448918> (date of access: 05.04.2024).

252. Wallace E. How early photography changed the world | CNN. *CNN*. URL: <https://www.cnn.com/style/article/eye-of-sun-national-gallery-photos/index.html> (date of access: 26.04.2024).

253. War Communication during WWI. *The National Museum of the Marine Corps*. URL: https://www.usmcmuseum.com/uploads/6/0/3/6/60364049/nmmc_wwi_military_communication_resource_packet.pdf (date of access: 27.04.2024).

254. Waterson J. BBC 'no bias' rules prevent staff joining LGBT pride marches. *the Guardian*. URL: <https://www.theguardian.com/media/2020/oct/29/bbc-no-bias-rules-prevent-staff-joining-lgbt-pride-protests> (date of access: 24.05.2024).
255. We Shall Fight on the Beaches. *International Churchill Society*. URL: <https://winstonchurchill.org/resources/speeches/1940-the-finest-hour/we-shall-fight-on-the-beaches/> (date of access: 27.04.2024).
256. Whipple M. The Dewey-Lippmann debate today: communication distortions, reflective agency, and participatory democracy. *Sociological theory*. 2005. Vol. 23, no. 2. P. 156–178. URL: <https://doi.org/10.1111/j.0735-2751.2005.00248.x> (date of access: 10.02.2023).
257. White B. C. The new ad media reality: Electronic over print. Westport, Conn : Quorum Books, 1993. 236 p.
258. Willis J. The Shadow World: Life Between the News Media and Reality. Praeger Publishers, 1991. 272 p.
259. Woo E. Neil Postman, 72; Author Warned of Technology Threats. *Los Angeles Times*. URL: <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-2003-oct-12-me-postman12-story.html> (date of access: 24.09.2023).
260. Working With Victims and Survivors. *Dart Center*. URL: <https://dartcenter.org/content/working-with-victims-and-survivors#.UZ0S6Cv70aU> (date of access: 28.04.2024).
261. Workshop G.-F. V. Virtuelle und erweiterte Realität: 1. Workshop der GI-Fachgruppe VR/AR. Aachen : Shaker, 2004. 408 p.
262. Wylie F. W. FDR and the news media. *Public Relations Review*. 1991. Vol. 17, no. 3. P. 311–313. URL: [https://doi.org/10.1016/0363-8111\(91\)90028-j](https://doi.org/10.1016/0363-8111(91)90028-j) (date of access: 27.04.2024).
263. Zemliakova T. Types of cultural wars: formalization, media reality, audience reactions. *Integrated communications*. 2017. No. 3. P. 53–58. URL: <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2017.3.9> (date of access: 27.02.2023).

264. Zhao, Y., & Sun, P. (2018). *A History of Journalism and Communication in China* (1st ed.). Routledge. URL: <https://doi-org.proxy.lib.umich.edu/10.4324/9781315720555> (date of access: 17.04.2024).

ДОДАТКИ

Додаток А: Висвітлення Революції на граніті на сторінках газети “Вечірній Київ”



Київський «гайд-парк»

ПОЛОТНЯНИЙ ЛАГЕРЬ НА ГРАНИТЕ

«Ніколи в цьому світі
Не спалим ненависті,
Не зникне Та ворожнеча,
Не зникне у собі свою...»

Ети строки із стихотворення депутата Львівського горсовета Юрія Волошка, одного з голодаючих лагерьня, мне кажутся володінням духа маленького полотняного городка, який на очах у удивлених київлян показався на холодній граніті центральної площини міста. І студентський палаточний лагерь, і пам'ятник вождю мають свою охорону. Студентська територія лагерьня. І потім —

на головах. Однак вона, в отличие от сусідньої на пам'ятнику, цілком беззбройна. І це — той же символ. Її призначення — слідити, щоб не порушували кордони на латянутой вулиці лагерьня. А на випадок провокації їм нападіння отрядів міліції особого призначення (і така можливість передбачалася), звинувачення за руки, сдерживать захватчиков на останніх силах. Не якось досі не учиняли подібних дій. Наоборот, по словам лагерьня, більшість міліціонерів отримали в них благожелательство.

Удостоверення працівників «ВК» відкрило мені дорогу на територію лагерьня. І потім я —

среди десятков молодых юношей и девушек: из Львова, Киева, Стрия, Сум, Днепротропольска... Осознание собственной причастности к судьбе Украины и нашего народа привело их сюда. И разве можно отнести к простой дерзости карбонариев или к стечению обстоятельств, что перечень политических требований представителей Союза студентов Украины полностью совпадает со списком, составленным стачковцами? Здесь — требование отставки главы правительства Украины, переизбрания Верховного Совета Украины, отказ от кабали нового Союзного договора, национализация имущества КПУ

и ЛКСМУ, возвращение всех, кто проходит военную службу за пределами Украины, на родину.

Вместе с созданием лагерьня, с утра 2 октября многие студенты объявили голодовку. На вчерашний вечер — 138 человек. Голодовка продлится до тех пор, пока правительство примет решение об удовлетворении требований, или пока истощение достигнет предела, за которым будет стоять неотложная медицинская помощь. При нынешних холодах это неделя две. А если принять во внимание, что голодовку начали без необходимости, то, по мнению лагерьня, это — пошлость, и мен-

ный гранит, исполнены той неспешной, непоказной решимости, которая говорит о твердых убеждениях. И они ощущают постоянную поддержку київлян: жители столицы передают лагерьням теплые вещи, дарят цветы.

Уже по ту сторону веревки и бросил последний взгляд на белые повязки голодающих, на полусотню нагроможденных на маленьком пятчке палаток и подумал, что никакой гранит — ни музейный, ни крепостной — не устоит против убеждения этого полотняного городка.

Роман МІХАЙЛОВ
Фото: Ігор ГРИГОРІЙ
КУБЛАНОВА

Из политической жизни города

ВЛ
АР
ГЮ?

ря, трезво
и не вери-
как можно
ается, при-
идушие во-
ементарной
тому смыс-
одном из
что «ни-
подчина-
стоящим».

Павлычко,
ными-фило-
что слова
«вишестоя-
украински-
чат нормам
и предло-
вариант ко-
изменит со-
ается прави-
ления язы-
он был
шинство про-

ОБИДЕЛИСЬ?
НЕ СЛЫШАТ?

У них у всех есть дети. И у депутатов Верховного Совета республики, и у работников аппаратов ЦК КПУ и горкома партии, и у министров правительства Масола. Именно к ним адресуют свои требования студенты, голодающие на площади. Возможно, они чересчур, порой жестоко максималисты, но они искренни. Девушки и ребята хотят помочь народу Украины, по-



Кравчук, который приехал в товы были отдать жизнь. А

Так мож-
зацию Укра-
тинской асса-
сия которой
прошлое вос-
конференции
этому случа-
исполкома
заявил о
парламентск-
за независи-
мнению руко-
к ней относ-
тические гру-
знающие гос-
ктур и прав-
начиная с
вать госуда-
ным путем,
украинского
торого «опи-
кую саблю».
идет об орга-
торин Укра-
ной Советам
нов власти
комитетов, а
Национально
торый замен-
Совет УССР
основы новы
предлагается
явочным по-
рабочие коми-
бегнуть к э-
ственности.



Как уже сообщала газета, состоялся митинг на Крещатике, возле палаточного городка голодающих студентов. Наш фотокорреспондент Петр ВДОМІЧ запечатлел это событие.

Место события: площадь
Октябрьской революции

СЫТЫЙ ГОЛОДНОГО НЕ ПОНИМАЕТ

Без преувеличения скажу: центр политической жизни города переместился именно сюда, на парадно-торжественную площадь, которая сооружалась явно не для таких акций. Ну кто бы мог предвидеть, что у подножия монументально строгого Ильича когда-нибудь расположится голодающий народ, для которого мало дела тем, кто «воплощает» его идеи!

Скажете, что это не так? Но наши политические. На улицах ведь сверху вниз компромиссы не пойдём. — Вы верите, что добьетесь своего?



под контролем постоянно — делаем анализы, проводим взвешивания, постоянно дежурит на площади «скорая помощь».



ПАЛАТКИ СНЯТЫ, ГОЛОДОВКА ОКОНЧЕНА...

Фото Петра ВДОВИЧА.

Додаток Б: Сторінки видання Київської крайової організації УРП «Київський час» з повідомленнями про голодування студентів.

17 жовтня 1990 р.

ЦДАГО України, ф. 271, оп. 2, спр. 4, арк. 35 та зв., 36зв.



**Додаток Г: Висвітлення шахтарських страйків в архівах Укрінформу,
УНІАН та ЦДКФФА України ім. Г. С. Пшеничного**









Додаток Г: Висвітлення протестів “Україна без Кучми”

web.archive.org/web/20010220202117/http://www.maidan.org.ua/

INTERNET ARCHIVE WayBackMachine 640 captures 20 лют 01 - 14 лип 11

СІЧ ЛЮТ БЕР 2000 2001 2002 Close X Help ?

Майдан :: maidan.org.ua

Інформаційний сервер акції "Україна без Кучми"

Заяви :: Фотоархів :: Огляд Преси :: Вільний Форум
Технічна Допомога та Відгуки :: Контакт maidan@maidan.org.ua



Останні Новини

- Запрошення Л.Кучми на засідання Народного трибуналу.**
Майдан-Інформ, 20-02-2001 20:58
Громадянський комітет захисту Конституції "За Україну без Кучми!" надіслав президенту України запрошення на засідання Народного трибуналу. ...[далі...](#)
- Подальші плани акції "Україна без Кучми!".**
Майдан-Інформ, 20-02-2001 20:40
Громадянський комітет захисту Конституції "За Україну без Кучми!" не збирається пасивно чекати народного трибуналу над Кучмою. ...[далі...](#)
- Пікетування литовського посольства.**
Майдан-Інформ, 20-02-2001 19:55
21 лютого о 15.00 учасники акції "Україна без Кучми!" передадуть до посольства Литви прохання відмовити Л.Кучмі у візиті до цієї країни. ...[далі...](#)
- Завтра - пікетування Верховної Ради.**
Майдан-Інформ, 20-02-2001 19:48
21 лютого о 10.00 учасники акції "Україна без Кучми!" пікетуватимуть Верховну Раду. ...[далі...](#)
- ФНП ЗАКЛИКАЄ ВР ПРИЙНЯТИ ЗАКОНИ ПРО ІМПІЧМЕНТ ПРЕЗИДЕНТА.**
Майдан-Інформ, 20-02-2001 13:47
Форум національного порятунку закликає Верховну Раду внести у порядок денний та прийняти закони, які регламентують початок процедури імпічменту Президента. ...[далі...](#)
- БЖЕЗИНСЬКИЙ НЕ ВИКЛЮЧАЄ ВИНИКНЕННЯ АВТОРИТАРИЗМУ В УКРАЇНІ.**
Майдан-Інформ, 19-02-2001 20:13
Американський політолог висловив переконання, що Вашингтон тепер чіткіше, ніж за часів президентства Джорджа БУША-старшого, покаже, що США "виявляють зацікавленість у незалежній Україні". ...[далі...](#)
- ГРОМАДСЬКИЙ КОМІТЕТ "УКРАЇНА БЕЗ КУЧМИ" ВИКЛИКАЄ ЛЕОНІДА КУЧМУ НА ТРИБУНАЛ.**
Майдан-Інформ, 19-02-2001 17:33

Наша кнопка



Цікаві сайти




Правда, ничего кроме правды




today 10
hosts 10
total 66780694
UA TOP 100

Додаток Г: Помаранчева революція: візуальні протести ("бігморди")

додано: 25-08-2004

Тот, кто стрелял: Манифест

Великий форум Майдану

Версия для печати / Редактировать / Страница 0 URL: <http://manifest.org.ua/statements/1183401656.html>

Биг-морд - это моё персональное средство массовой информации.

Клякса на морде Януковича - мой короткий и понятный для всех мессидж.

Я не могу доказать в их суде что "бигморд" как то слишком много для скромного бюджета избирательной кампании г. Януковича.

Я не могу заявить в ток-шоу или в новостях о том, что я думаю про этого кандидата и как я его на самом деле поддерживаю.

У них есть телевидение, радио и газеты. У меня есть интернет и краска в руке.

Я вижу по лицам людей, которые видят результат моего действия и улыбаются, что это именно то, что они хотели сделать, но не решились.

Я вызываю своим действием чувства, наиболее близкие к тому что называется единством - люди едины в неприятии уголовного, который рвется к власти.

Можно называть это ребячеством, дурачеством, провокацией и т.д.

На самом деле, все просто: биг-морд - это моё персональное средство массовой информации.

Гаряче отлучення до емоцій дописувача, Майдан-Інформ усвідомлює моральний обов'язок попередити: умисне пошкодження будь-яких бігбордів, які є власністю рекламної компанії, є дією формально протизаконною.

[фотографії по темі](#)



bigmord6

Viewed: 244 times.

Повертаючись до теми бігморд та "маніфеста"

09/08/2004 | Майдан-ІНФОРМ

На пошту "Майдану" надійшов лист з [лінком на відеоролик](#). Якись шибайголови, що можливо мають відношення до такої собі ініціативи "Варто!", зняли міні-фільм, чи інструкцію на тему "покращення" бігморд, та на тему "маніфеста", який нещодавно був розміщений одним з наших відвідувачів. (схоже, людям він сподобався - а можливо хтось з них і є автором тексту)

Розмір файла - 4.5 Мбт, доступ буде припинено через тиждень (такі умови хостингу, якщо вірити листу).

Знято аматорськи, але досить прикольно. Головне - динамічно. Єдине, що можна зауважити по суті - досить швидко прокручується текст з "маніфесту" - але в усіх плеєрах є кнопка "пауза", тому це не дуже великий, на нашу думку, недолік.

Ще раз нагадуємо - використовуйте їх досвід на свій страх та ризик. До того ж, для нової серії бігбордів під кодовою назвою "дівчатка за Я.", які вже з'явилися в Києві, потрібний, на нашу думку, інший підхід - але це тема окремої розмови.

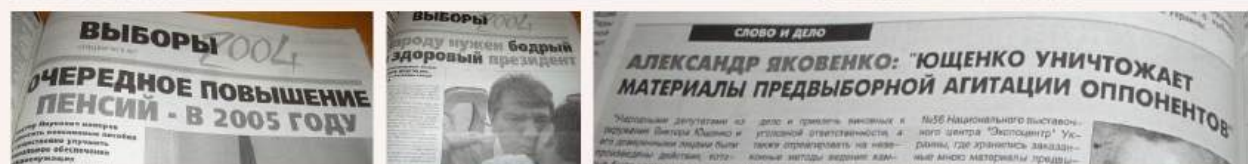
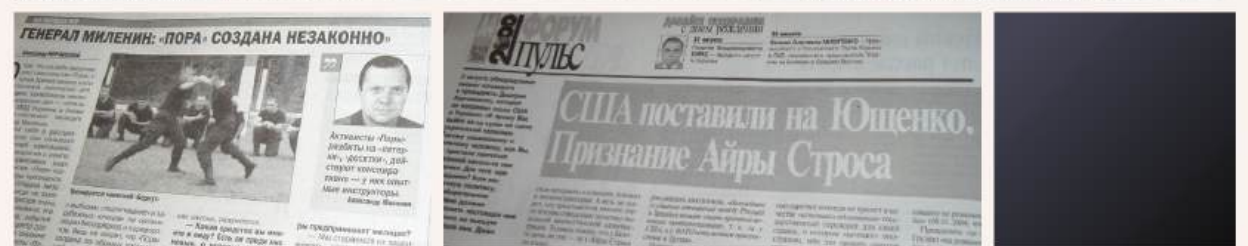
P.S. Хтось може сказати, що за музика використана для зйомок?

P.P.S. Люди в листі питають, чи не підкаже хтось безкоштовний хостинг, куди можна заливати невеликі (до 10 Мбт) відеофайли. Мабуть, у них в планах на майбутнє є інші "фільми" :)

Додаток Д: Помаранчева революція: антиреклама проти В. Ющенка (за матеріалами [86] та [58])

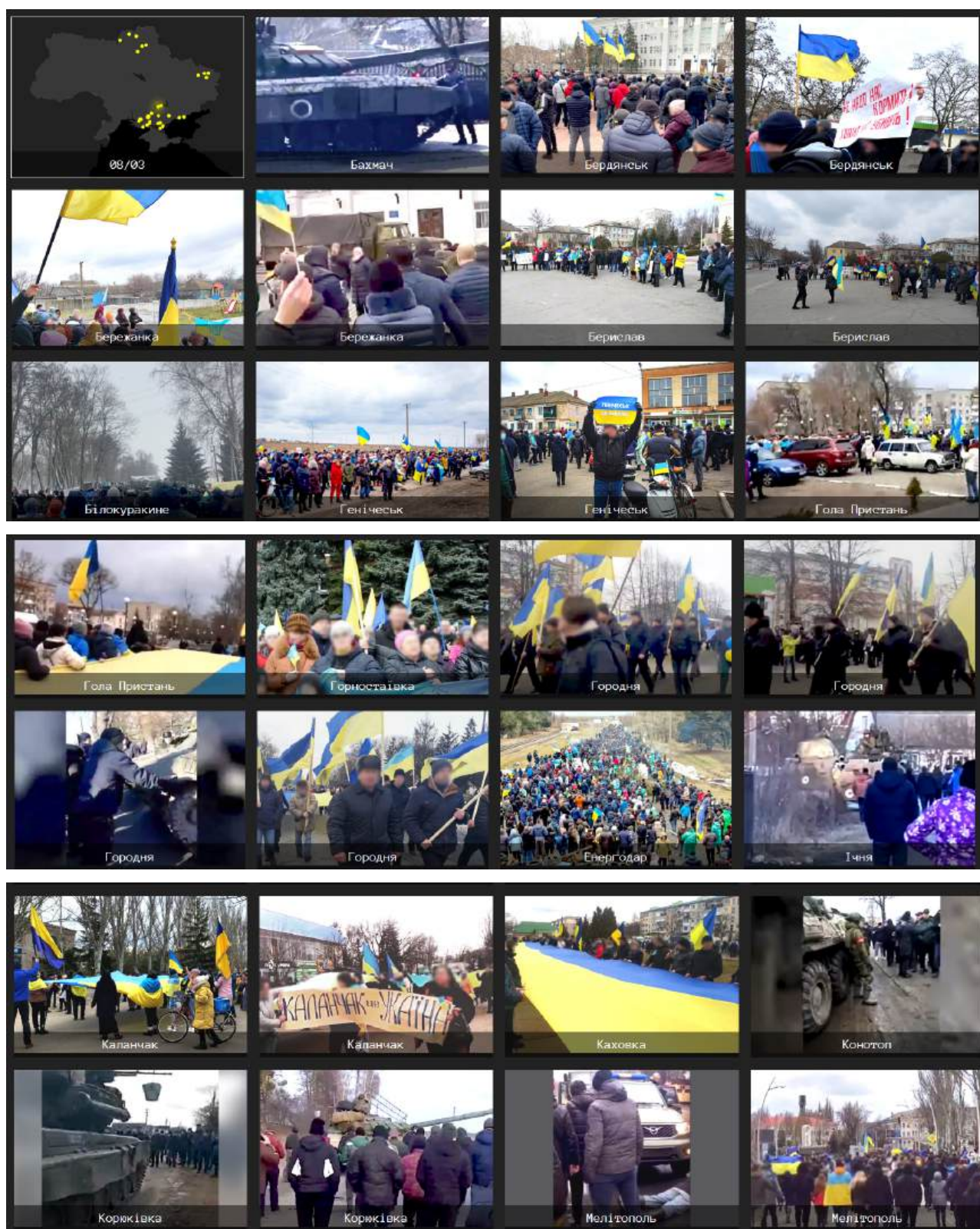


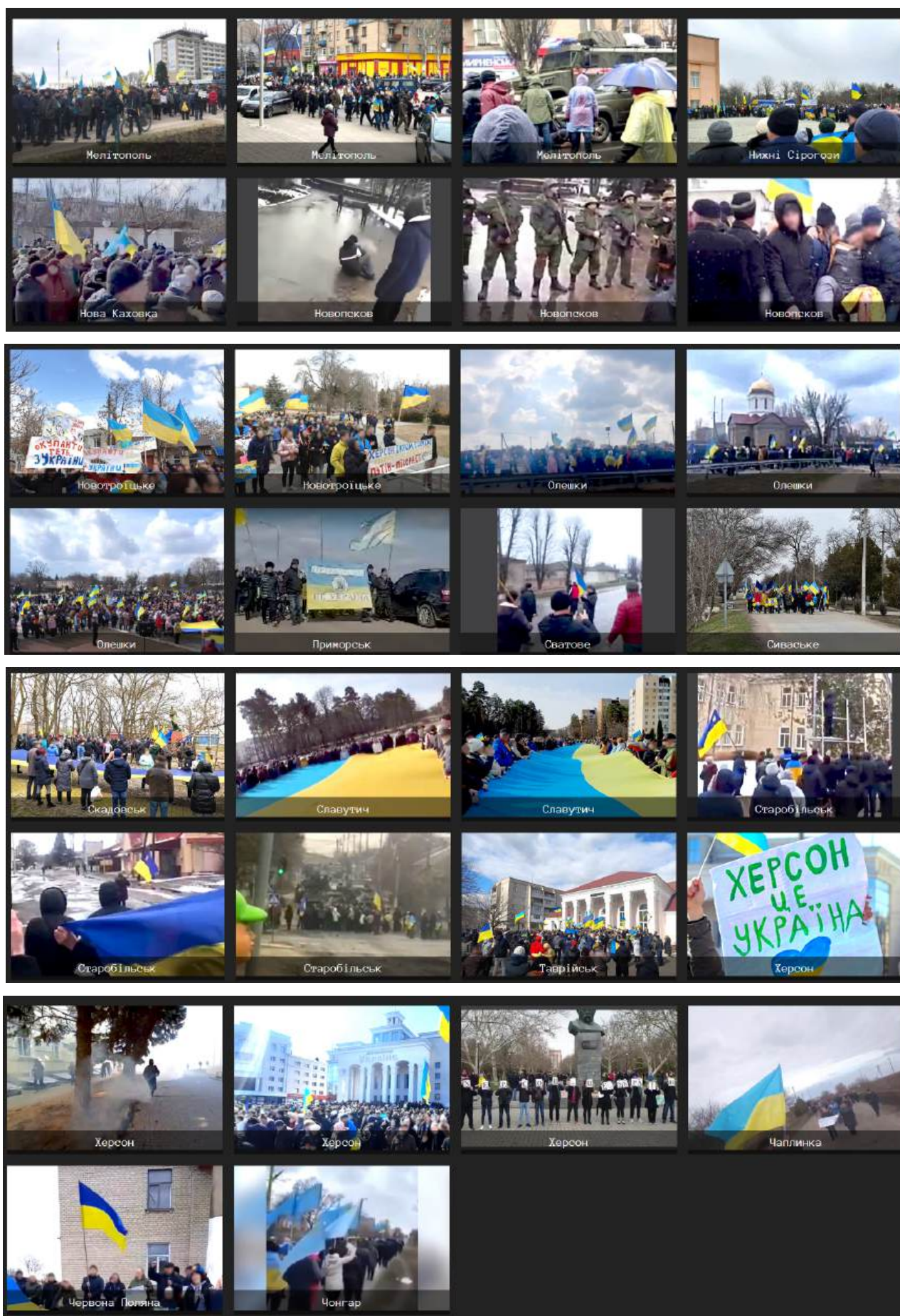
Додаток Е: Помаранчева революція: агітація проти В. Ющенка та за В. Януковича на шпальтах газет (за матеріалами [86])





Додаток Є: Фотографії з акцій мирного спротиву українських міст проти окупації (архів відібрано Texty.org.ua [20])



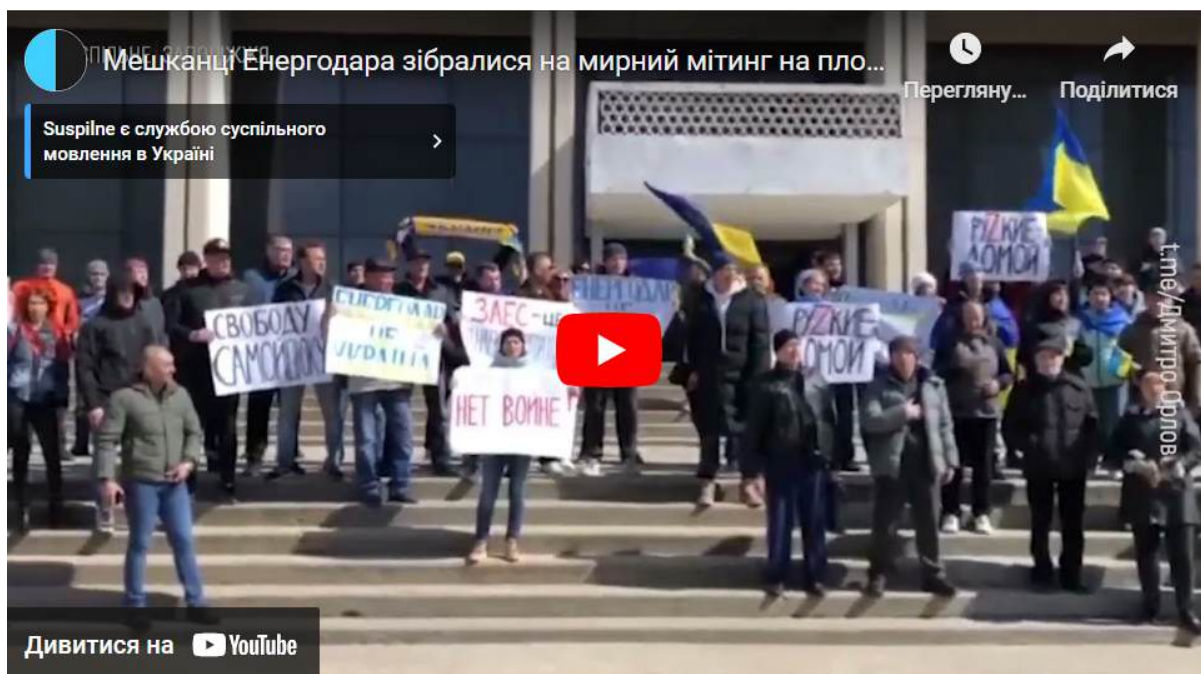


Додаток Ж: Плакати та транспоранти учасників/ць протестів у Херсоні, Мелітополі та Енергодарі (архів Суспільного [3], [112], [66])



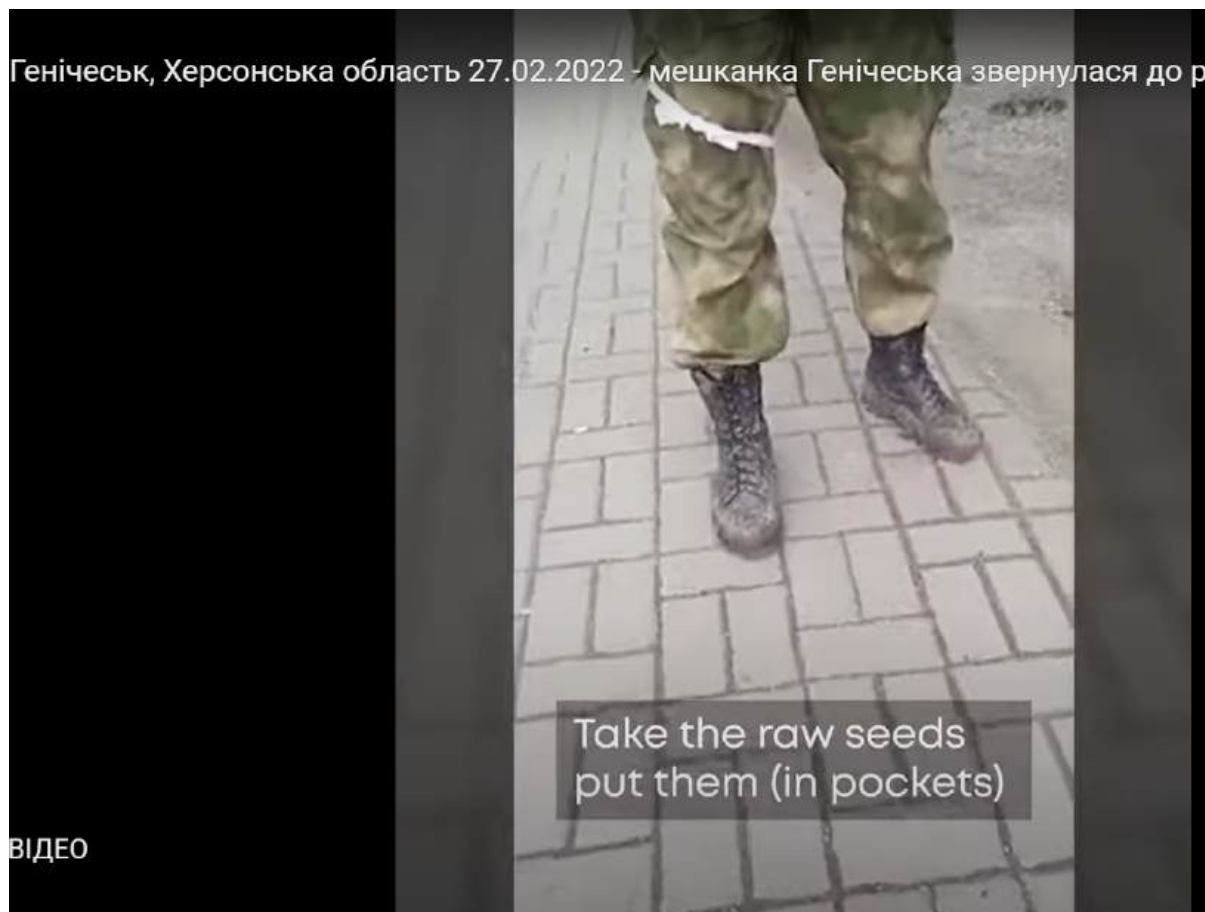








Додаток 3: Мемі періоду початку окупації українських міст після 24.02 (за [122], [25])







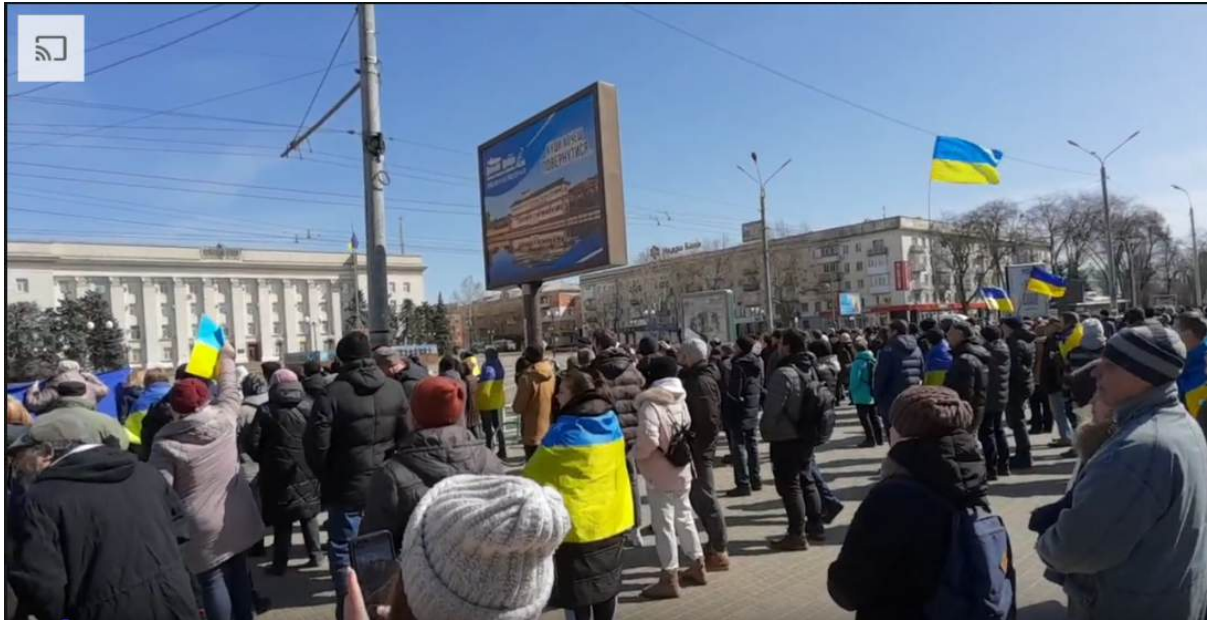
Оновлення Google Maps





Додаток І. Кількатисячний мітинг жителів Херсона проти окупації 20 березня 2022 року (Суспільне Херсон) [113].





Додаток І. Ключові правила роботи медійників з темою тероризму (Посібник ЮНЕСКО для журналістів “Тероризм і медіа”).

Key points

- Provide clear, precise, rapid and responsible information
- Affirm the duty to inform
- To explain is not to justify
- Keep a critical distance
- Take into account the impact of information on dignity and security
- Be familiar: terrorism, counter-terrorism, laws
- Carefully navigate relations with authorities
- Control the “framing” of terrorism
- Be wary of unsupported theories, peremptory judgements and pre-held biases
- Evaluate anti-terrorism in the context of international human rights law
- Avoid fostering fear
- Adopt a pluralistic, balanced and inclusive vision of information
- Consider terrorism, however targeted, as an attack against everyone
- Think globally and avoid “information nationalism”

Додаток І. Фрагменти коміксу про жінку, якій вдалося втекти з китайського табору інтернованих (Business Insider) [139].

I soon realized that the women were taking it in turns: Half were lying, and half were standing, and they changed every three hours.



There they cut my hair.



*As they beat me, I accidentally
mentioned the name of Allah...*



*...and they
beat me harder.*

*She tried to kill herself that night.
But since she didn't have access to any
rope, she tried to chew her own wrists.*



*I started talking
about my ordeal.*



The Chinese government has made threatening calls asking me to stay silent and to "cherish my days with my children."

I am 100% convinced that the Chinese government mentally or physically abused my father and caused his death.



**Додаток Й. Приклади робіт переможців Пулітцерівської премії у номінації
“Найкраще фото з місця подій” [239].**



