

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. Н.  
КАРАЗІНА СОЦІОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

**Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій**

**Пояснювальна записка**

до кваліфікаційної роботи на тему:

**«ВПЛИВ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ НА ТРАНСФОРМАЦІЮ СУЧАСНОЇ  
ЖУРНАЛІСТИКИ»**

Виконала: студентка 4 курсу групи ЗСМК- 42

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

спеціальності 061 Журналістика

Кравченко М. В.

Керівник: доктор соціологічних наук, професор кафедри

прикладної соціології та соціальних комунікацій

Хижняк Л. М.

Харків – 2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА

Соціологічний факультет  
Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій  
Рівень вищої освіти (освітньо-кваліфікаційний рівень)  
перший (бакалаврський)  
Спеціальність 061 - Журналістика

**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
**Завідувачка кафедри прикладної**  
**соціології та соціальних комунікацій**

\_\_\_\_\_ **Ірина СОЛДАТЕНКО**  
підпис

“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2024 року

**З А В Д А Н Н Я**

**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ (ПРОЄКТ)**

\_\_\_\_\_ Кравченко Марії Вікторівни

(прізвище, ім'я, по батькові студента)

1. Тема роботи \_\_\_\_\_ «Вплив інтернет-комунікацій  
\_\_\_\_\_ на трансформацію сучасної журналістики»

керівник роботи доктор соціологічних наук, професор кафедри прикладної  
\_\_\_\_\_ соціології та соціальних комунікацій

\_\_\_\_\_ Хижняк Лариса Михайлівна

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом по університету від «08» квітня 2024 року №1006-5/772  
(для денної форми)

затверджені наказом по університету від «01» квітня 2024 року №1006-5/747  
(для заочної форми)

2. Строк подання студентом роботи \_\_\_\_\_ 22.05.2024

### 3. Перелік питань, які потрібно розробити

- 1) Висвітлення історії та еволюції інтернет-журналістики: дослідження коренів та розвитку цієї галузі журналістики в Інтернеті;
- 2) Виявлення основних принципів інтернет-журналістики: аналіз методів та прийомів, що використовуються в цій сфері;
- 3) З'ясування впливу інтернет-журналістики на формування громадської думки та громадянської активності;
- 4) Окреслення особливостей роботи журналіста в сучасному інтернет-просторі та зокрема під час російсько-української війни. Виявлення чинників, які впливають на рівень якості інтернет-видань;
- 5) Класифікація інструментів, які допомагають виявляти неправдиву інформацію в інтернет-середовищі та сприяють створенню професійних стандартів у сфері інтернет-журналістики та підвищують рівень медіа грамотності користувачів Інтернету.

#### 4. План роботи

№ з/п	Назви етапів роботи
1	Вибір теми кваліфікаційної роботи та обґрунтування її актуальності
2	Збір та аналіз матеріалів, що стосуються теми впливу інтернет-комунікацій на трансформацію сучасної журналістики
3	Формування мети та завдань кваліфікаційної роботи
4	Розробка методології кваліфікаційної роботи
5	Збір та обробка емпіричних даних
6	Проведення вторинного аналізу, представленого медіаплатформою «Детектор Медіа»
7	Формування висновків кваліфікаційної роботи
8	Внесення правок до основної частини роботи
9	Оформлення роботи відповідно до вимог

**Студент**



підпис

Марія Кравченко

ім'я, прізвище

**Керівник роботи**



підпис

Лариса Хижняк

ім'я, прізвище

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	4
1 ІНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛІСТИКА В МЕДІЙНОМУ ПРОСТОРИ: ТЕОРЕТИЧНИЙ КОНТЕКСТ.....	7
1.1 Історія та еволюція інтернет-журналістики.....	7
1.2 Основні характеристики та особливості сучасної медійної комунікації.....	12
1.2.1 Поняття та ознаки інтернет-журналістики. Характеристика інтернет- ЗМІ .....	12
1.2.2 Особливості інтернет-журналістики: переваги, обмеження та недоліки.....	16
1.2.3 Жанри онлайн –журналістики.....	17
1.2.4 Вплив інтернет-журналістики на громадську думку та інформаційне середовище.....	19
Висновки до розділу 1 .....	24
2 ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ В РОБОТІ ЖУРНАЛІСТА ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ .....	25
2.1 Динаміка медіа-споживання після повномасштабного російського вторгнення. Значущість, роль та особливості роботи журналіста під час війни.....	25
2.2 Соціальні-мережі як інструмент журналіста для отримання та поширення інформації.....	32
2.3 Фактчекінг як інструмент створення якісного контенту.....	32
2.4 Дослідження «Детектору Медіа» в ході спецпроекту «Аналіз соціальних мереж».....	38
2.5 Інструменти перевірки текстових, фото та відео-повідомлень на російські, пропагандистські наративи.....	45
2.6 Поради щодо поведінки журналіста в соціальних-мережах.....	49
Висновки до розділу 2 .....	51

ВИСНОВКИ.....	52
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	53
ДОДАТКИ.....	56

## ВСТУП

Сучасний медійний ландшафт переживає революційні зміни завдяки розвитку та поширенню Інтернету. Інтернет-комунікації стали невід'ємною частиною професійної діяльності журналістів. Соціальні мережі та інші онлайн-платформи стали не тільки джерелом інформації та публікації матеріалів, вони відкрили нові можливості для збору, обробки, розповсюдження та споживання інформації. Споживачів дедалі менше цікавлять телевізійні програми, коли за допомогою смартфона можна у вільну хвилину проглянути стрічку новин в будь-якому місці.

Інтернет-журналістика, відзначаючись динамікою, інтерактивністю та швидкістю поширення інформації, перетворила традиційний підхід до журналістики і відкрила безмежні можливості для журналістів та читачів. Зважаючи на зростаючий вплив інтернет-комунікацій на сучасну журналістику, це дослідження спрямоване на поглиблене розуміння їх функцій, особливостей та впливу.

З іншого боку, з появою інтернет-комунікації з'явилася велика кількість неперевіреної та недостовірної інформації, яка швидко розповсюджується через соціальні мережі, месенджери, блоги та інші онлайн-платформи. Це стало наслідком доступності публікування для кожного користувача Інтернету без обов'язкового проходження редакційного або журналістського контролю. Зловживання цією свободою часто призводить до поширення фейкових новин, маніпулятивної інформації та конспірологічних теорій.

Ця неперевірена інформація може мати серйозні наслідки для суспільства, може негативно вплинути на політичні процеси, міжнародні відносини та громадську думку, особливо під час війни в Україні. Тому це дослідження спрямоване на виявлення чинників, які впливають на рівень якості інтернет-видань, висвітлення інструментів в журналістській роботі для покращення професійних стандартів та визначення етичних особливостей в умовах російсько-української війни.

*Актуальність теми:* полягає у тому, що з поширенням Інтернету відбуваються значні зміни в медійному просторі, які впливають на способи поширення інформації. Цифрові технології та інтернет-комунікації визначають майбутнє журналістики. Інтернет-журналістика здатна адаптуватися до цих змін і забезпечити дуже швидкий доступ до актуальної інформації. Завдяки інтернет-комунікаціям, журналістика має можливість використовувати інтерактивність, мультимедійність, соціальні мережі та інші інструменти для створення більш інформативного, змістовного контенту.

Сфера інтернет-журналістики та інтернет-комунікацій потребує адекватного регулювання та захисту прав журналістів і користувачів. Дослідження може сприяти розробці ефективних стандартів медіа-сфери та росту медіа грамотності.

*Ступінь наукового дослідження обраної теми:* Теоретична і методологічна основи роботи – праці українських вчених в інтернет-журналістиці: Здоровеги В.Й., Потятиника Б.В., Захарченко А.П., Чабаненко М.В., Городенко Л.М.; медіатексту: Крецу І. Н., Гузун М., Василик Л. та ін. Матеріали досліджень української громадської організації «Детектор Медіа» та компанії inMind.

*Мета роботи* полягає в аналізі, вивченні та розумінні сутності та впливу інтернет-комунікацій на трансформацію сучасної журналістики та її впливу на медіапростір та громадську думку. Робота спрямована на виявлення особливостей та недоліків, які з'явилися з появою інтернет-комунікації, дає змогу відстежувати актуальні тенденції та протидіяти негативному дезінформаційному впливу. *Задачі роботи* включають:

- 1) висвітлити історію та еволюцію інтернет-журналістики: дослідження коренів та розвитку цієї галузі журналістики в Інтернеті;
- 2) виявити основні принципи інтернет-журналістики: аналіз методів та прийомів, що використовуються в цій сфері;
- 3) з'ясувати вплив інтернет-журналістики на формування громадської думки та громадянської активності;

4) окреслити особливості роботи журналіста в сучасному інтернет-просторі та зокрема під час російсько-української війни. Виявити чинники, які впливають на рівень якості інтернет-видань;

5) класифікувати інструменти, які допомагають виявляти неправдиву інформацію в інтернет-середовищі та сприяють створенню професійних стандартів у сфері інтернет-журналістики та підвищують рівень медіа грамотності користувачів Інтернету.

*Об'єктом дослідження* є сучасний медійний комунікативний простір, в якому функціонує інтернет-журналістика. а також інтернет комунікації, як інструмент сучасної журналістики.

*Предметом дослідження* є інтернет комунікації, як інструмент сучасної журналістики.

*Методи дослідження.* Застосовано такі основні методи дослідження: аналіз і синтез (для визначення понятійного апарату щодо інтернет-комунікацій в журналістиці; значущості, ролі та особливостей роботи журналіста під час війни); описовий (для розкриття історії та еволюції інтернет-журналістики; інструментів перевірки текстових, фото та відео-повідомлень на російські, пропагандистські наративи); компаративний метод (для виявлення особливостей, сильних та слабких сторін, обмежень інтернет-журналістики); системний підхід (для визначення динаміки медіа-споживання під час російсько-української війни та ролі інтернет-комунікацій у розвитку журналістики).

В дослідженні «Детектор медіа» використовувався метод контент-аналізу.

# 1 ІНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛІСТИКА В МЕДІЙНОМУ ПРОСТОРИ: ТЕОРЕТИЧНИЙ КОНТЕКСТ

## 1.1 Історія та еволюція інтернет-журналістики

Сьогодні складно уявити засоби масової інформації без Інтернету.

За дослідженнями InMind на замовлення міжнародної організації Internews за останнє майже десятиріччя відбулися глобальні зміни у споживанні медіа для отримання новин – зменшилося споживання ТБ, радіо, преси (рис. 1.1).

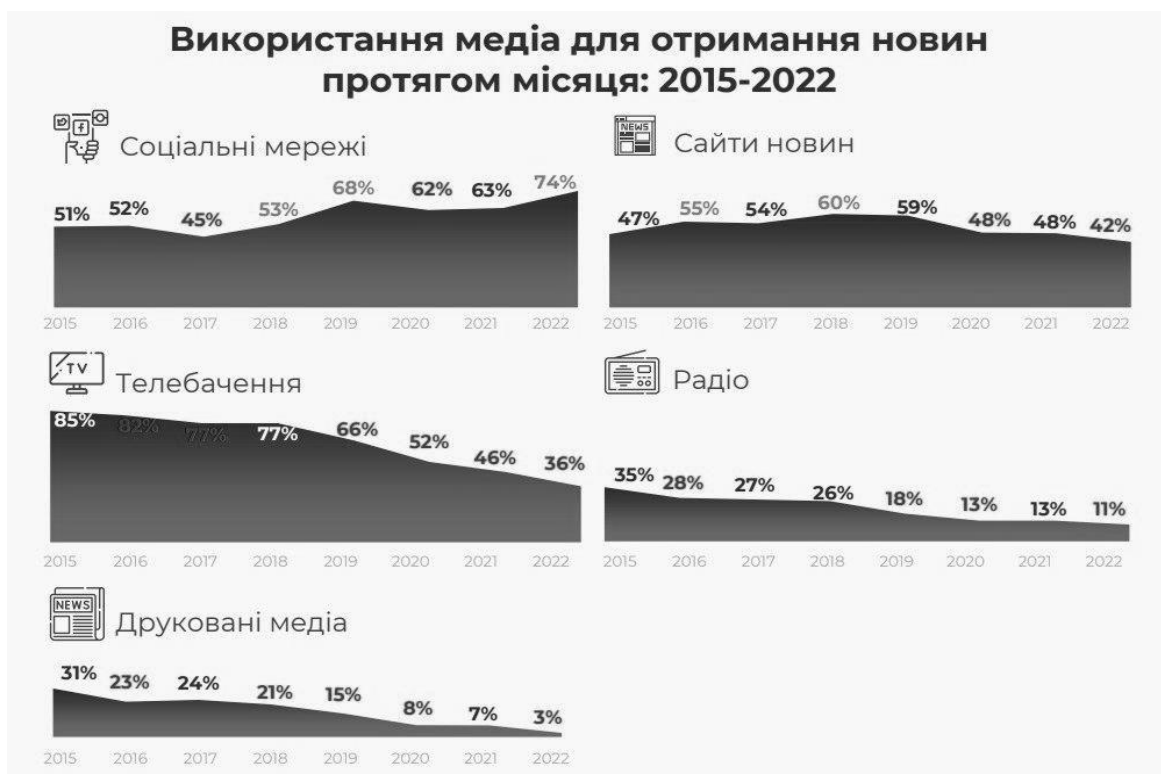


Рис 1.1 Використання медіа для отримання новин протягом місяця: 2015-2022

Показник кількості людей, які щодня користуються Інтернетом зростає з кожним роком, у 2023 загалом цей показник досягнув 89%, а серед молоді віком від 18 до 35 років – 98% [21].

Мережа завдяки своїм можливостям випереджає загальновідому тріаду ЗМІ: друкована преса, радіо та телебачення, оскільки їй притаманні можливості кожного із її елементів. Однак Інтернет має важливу перевагу у конкурентній боротьбі – можливість користувача зробити свій внесок у формування та розвиток ЗМІ. Звідси з'являється особлива значна властивість Інтернету та мережевих засобів масової інформації – високий рівень маніпулятивності. У порівнянні з традиційними ЗМІ мережеві мають набагато вищі ресурси управління інформаційними потоками з наміром контролю великої аудиторії та її думками.

Феноменом інтернет-журналістики займалися такі українські вчені як В. Здоровега, Б. Потятиник, А. Захарченко, М. Чабаненко, Л. Городенко та зарубіжні дослідники С. Аллан, Ж. Доминик, Г. Перро, Р. Ферручі та інші.

На думку Полумисної О. О., інтернет-журналістика – це «форма застосування новітніх технологій відбору, отримання, обробки, транслявання та зберігання масової інформації» [5, с. 12].

Проте за ідентифікації поняття інтернет-журналістики було б занадто легко і неправильно зупинитися на поширеному визначенні даного терміна лише як різновиду журналістики, який використовує останні технологічні ресурси та можливості. Спочатку інтернет став причиною появи інтернет-журналістики, а вже після журналістика почала вивчати мережевий простір як сферу своєї професійної діяльності.

Варто також відзначити, що існують і різні погляди на комунікативну сутність світового павутиння. Ряд експертів дотримуються думки, що сам собою Інтернет вже є засобом масової інформації, тому що надає можливість популяризувати дані на безмежну кількість одержувачів [2, с. 14]. Є й ті, хто вважають, що світова павутина – це незліченна кількість сайтів, що мають свою аудиторію, а саме тому вона результативна тільки як спосіб групової комунікації [18].

У свою чергу інтернет-журналістику можна віднести до частини журналістики загалом, що є органічною складовою системи соціальних

комунікацій. При цьому відокремити інтернет-журналістику від журналістики та від усього, що відбувається в Інтернеті, неймовірно важко.

Крецу І. Н., Гузун М., Василик Л. зазначають, що в цьому разі автори розділилися: перші вважають інтернет-журналістикою все, що було опубліковано в Інтернеті, а другі навпаки дотримуються точки зору, що Інтернет-журналістики як особливого виду немає. На їхню думку, існує звична журналістика, яка використовує Інтернет [4, с. 60].

Такі протиріччя пов'язані з тим, що велика кількість положень, які були розроблені в науковій галузі офлайн-журналістики, по відношенню до інтернет-журналістики неможливо застосувати.

Слід зазначити, що інтернет-журналістика є важливою частиною сучасного медійного ландшафту, і її історія та еволюція охоплюють кілька десятиліть.

Розглянемо етапи розвитку інтернет-журналістики, для цього необхідно врахувати основні етапи створення та розвитку всесвітньої мережі. Каталізатором появи Інтернету стала гонка озброєнь між СРСР та США. Тоді у середині ХХ ст. в рамках міністерства оборони США було створено Агентство передових дослідницьких проєктів (ARPA), у його завдання входила розробка технології, яка б завадила руйнуванню системи передачі інформації у разі війни. В результаті була створена мережа - ARPANET, яка забезпечувала зв'язку між військовими та дослідницькими центрами. Спочатку вона складалася з взаємопов'язаних комп'ютерних мереж чотирьох університетів США, а потім стала міжнародною.

Завдяки винаходу електронної пошти з'явилися списки розсилки, які стали прообразом мережеских видань. Наприкінці 1980-х у Європейській раді з ядерних досліджень (ЦЕРН) зародилася ідея Всесвітньої павутини, що дозволяє поєднувати в одному документі (Web-сторінці) різну інформацію, включати посилання на довільні місця у мережі. Технологію винайшов британський вчений сер Тім Бернерс-Лі, він же розробив гіпертекстовий протокол передачі даних (НТТР) для зв'язку між документами, гіпертекстову

мову розмітки (HTML), універсальну систему адрес документів (URL) та інтернет-браузер, тобто все те, що суттєво змінило світ.

Винахід Інтернету зробив можливим передачу інформації на будь-якій відстані, минаючи будь-які перешкоди. Таким чином, серед етапів розвитку інтернет-журналістики слід виокремити наступні:

1. Початки інтернет-журналістики (1990-ті роки): Інтернет-журналістика виникла на початку 1990-х років, коли Інтернет став доступним для широкої громадськості; перші інтернет-видання були текстовими інформаційними ресурсами, які поширювали новини та інформацію в електронному форматі; однією з перших інтернет-публікацій був «Cleveland Free-Net», створений в 1986 році, який надавав можливість обміну новинами та інформацією.

2. Поява перших онлайн-засобів масової інформації (середина 1990-х років): у середині 1990-х років з'явилися перші онлайн-версії традиційних видань, таких як газети та журнали; створилися перші інтернет-редакції, які забезпечували високоякісне публікування контенту в мережі.

3. Розвиток мультимедійних можливостей (початок 2000-х): у 2000-х роках із розвитком швидкого Інтернету стали популярними мультимедійні елементи в інтернет-журналістиці, такі як відео та аудіо; з'явилися інтерактивні елементи, які дозволяють читачам брати активну участь у формуванні контенту.

4. Ера соціальних медіа (початок 2010-х): соціальні мережі, такі як Facebook, Twitter, Instagram, стали важливими платформами для поширення новин та інформації; журналісти активно використовують соціальні мережі для залучення аудиторії та спілкування з читачами.

5. Зростання фейкових новин і боротьба з дезінформацією: із ростом впливу Інтернету з'явилися проблеми з поширенням фейкових новин та дезінформації; журналістика активно працює над розробкою інструментів для виявлення та боротьби з фейками.

6. Інтернет-журналістика в мобільному форматі: із ростом популярності мобільних пристроїв інтернет-журналістика стала більш адаптованою до

мобільних платформ; створення мобільних додатків та оптимізація веб-сайтів для смартфонів стали стандартними практиками.

7. Подальший розвиток технологій та зміна підходів: сучасна інтернет-журналістика використовує розуміння аналітики даних, використовує штучний інтелект та інші інноваційні технології для аналізу та поширення інформації.

В історії і еволюції інтернет-журналістики можна побачити вплив технологій і зміни споживацьких звичок аудиторії. Ця сфера постійно змінюється і адаптується до нових умов, включаючи вплив соціальних мереж, мобільних пристроїв та інших факторів.

Галушко О.І. та Петкевич А.В. вважають що «еволюцію переходу класичних ЗМІ до Інтернет-медіа можна відобразити наступними чином» (рис. 1.2):

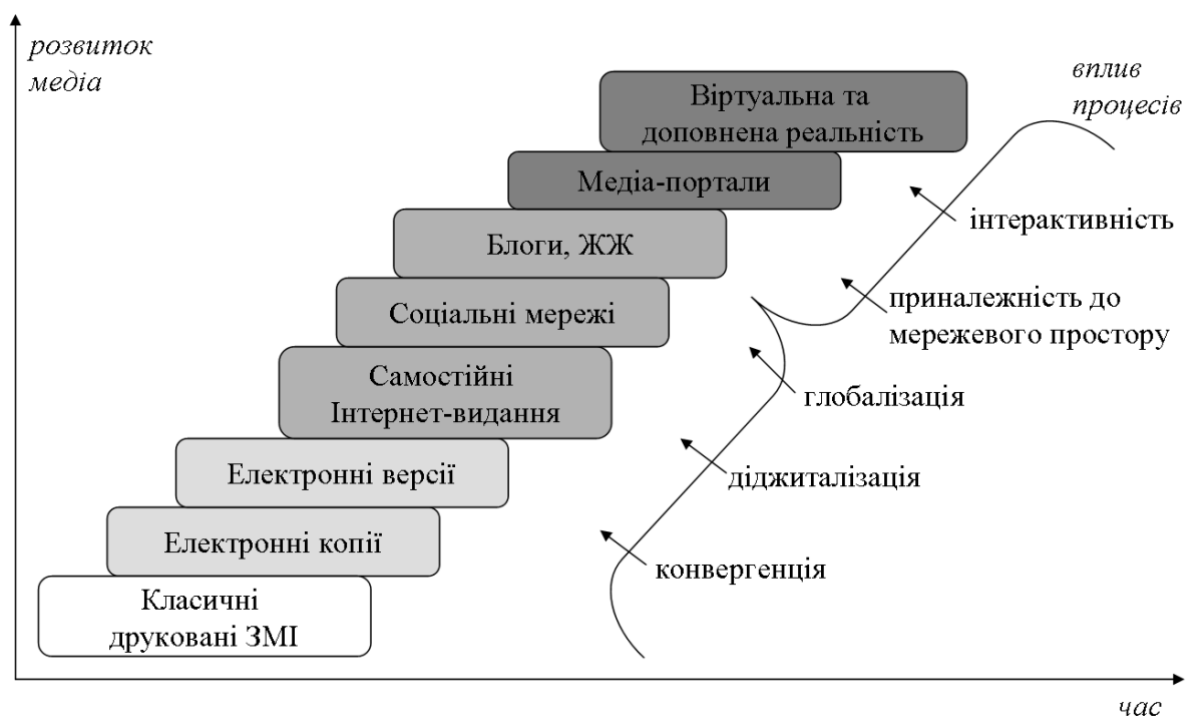


Рис. 1.2 Еволюція класичних ЗМІ та їх перехід до Інтернет-медіа [13]

Отже, галузь журналістики виникла як результат росту впливу Інтернету на сучасні масові комунікації, вона проходила через численні етапи розвитку, включаючи ранні експерименти, формування нових жанрів та стилів, а також вплив соціальних мереж і мультимедійних ресурсів. Інтернет-журналістика

стала невід'ємною складовою сучасних медійних платформ і почала відігравати важливу роль у поширенні інформації та формуванні громадської думки.

## **1.2 Основні характеристики та особливості сучасної медійної комунікації**

### **1.2.1 Поняття інтернет-журналістики**

Інтернет-журналістика (Internet Journalism) є широким поняттям, яке охоплює всі аспекти журналістики, які здійснюються через Інтернет. Її можна визначити як різновид журналістської діяльності, що полягає у зборі, обробці та поширенні суспільно-важливої інформації через мережу Інтернет. Незважаючи на деяку розбіжність у значенні і походженні, часто той самий комунікаційний феномен позначають термінами: мультимедійна журналістика, мережева журналістика, онлайн-журналістика.

Онлайнова-журналістика (Online Journalism), за визначенням Б.В. Потятиника – «...увиразняє інтерактивність цього виду журналістики: ви - «на лінії» і щохвилини отримуєте гарячі новини й аналітику, маючи змогу відреагувати коментарем чи реплікою. «Інтернет-журналістика», «мережева журналістика», «веб-журналістика» нагадують, що цей вид журналістики існує у всесвітній комп'ютерній мережі, зокрема в середовищі WWW. «Мультимедійна журналістика» - наголошує на можливості одночасного та інтегрованого використання тексту, графіки, фото, аудіо- і відеоматеріалів» [6, с.12].

Мережева журналістика, онлайн журналістика і мультимедійна журналістика часто вони використовуються взаємозаміно, але все ж такі мають невеликі відмінності:

Мережева журналістика - концепція, що акцентує на співпраці між журналістами, редакціями та громадськістю в мережевому середовищі; вона відзначається відкритістю для співпраці, взаємодії з аудиторією та використанням соціальних мереж для залучення нових джерел інформації; її основна ідея полягає в тому, щоб перетворити журналістську практику з ізольованого процесу в суспільний діалог, залучаючи до співпраці як можна більше учасників.

Онлайн журналістика є формою журналістики, яка використовується для створення та розповсюдження інформації через Інтернет; може включати в себе різні жанри та формати такі як блоги, новини, статті, аудіо, відео, тощо, і надає можливість швидкого оновлення інформації.

Мультимедійна журналістика - це форма журналістики, яка використовує різноманітні мультимедійні елементи, такі як текст, зображення, аудіо та відео, для створення багатопланових та інтерактивних матеріалів; дозволяє журналістам використовувати різноманітні формати для ефективного представлення інформації та залучення аудиторії.

Отже, мережева журналістика ставить акцент на співпрацю та взаємодію, онлайн журналістика - на розповсюдженні інформації через Інтернет, а мультимедійна журналістика - на використанні різноманітних мультимедійних засобів для створення контенту.

Якщо розглядати поняття інтернет-журналістики у вузькому значенні, то це - матеріали, які публікуються у мережевих версіях традиційних ЗМІ, або в окремих онлайн-виданнях. А якщо розглядати це поняття у широкому значенні, то до інтернет-журналістики можна віднести також і блогінг та соціальні медіа. [16].

«Окрім того, значного поширення набула так звана громадянська журналістика, коли у процесі створення, обробки і поширення інформації беруть участь не лише професійні журналісти, а й звичайні користувачі» [7, с. 10].

Отже, інтернет-журналістика об'єднує в собі різні аспекти сучасної журналістики, які використовують Інтернет як основний інструмент для своєї діяльності, а також дозволяє журналістам швидко реагувати на події, надавати оновлену інформацію в режимі реального часу та використовувати різноманітні мультимедійні формати для привертання уваги аудиторії. Вона забезпечує можливість взаємодії з читачами, слухачами та глядачами через соціальні мережі, коментарі та форуми. Таким чином, інтернет-журналістика є важливим інструментом для розвитку сучасної журналістики, який дозволяє забезпечити швидкий доступ до інформації та залучення широкої аудиторії.

В умовах стрімкого розвитку та трансформації мережі дуже важко відокремити інтернет-журналістику від усіх інших інтернет-ресурсів.

Сучасні науковці, зокрема М. Чабаненко, виділяють такі ознаки інтернет-журналістики: наявність редакції; інформація на сайті організована професійно, відчувається рівняння на кращі зразки світової журналістики; повідомлення мають соціально-значущий характер і можуть зацікавити масову аудиторію; більша частина повідомлень є власними матеріалами; передруки з інших видань оформлені належним чином; використання різних журналістських жанрів; помітні партнерські зв'язки сайту з іншими Інтернет-ЗМІ; медіаконтент сайту оновлюється не рідше, ніж рази на тиждень; достатній рівень відвідуваності або, якщо сайт новий, помітною є турбота про його підвищення [8].

Інтернет - ЗМІ - засіб повідомлення інформації, що охоплює значну аудиторію та діє на регулярній основі. Розрізняють друковані ЗМІ (газети, журнали) та електронні (телебачення, радіо, інтернет-ЗМІ). Інтернет має цілу низку специфічних властивостей, серед яких доступність, географічна незалежність, оперативність, можливість повторного використання інформації, вимірність, персональний підхід. В електронному просторі може бути розміщена інформація будь-якого типу, обсяг якої не обмежений. Уся інформація може бути миттєво підтверджена або уточнена користувачем в залежності від його потреб за допомогою переходу за гіперпосиланнями. У

процесі такої нелінійної навігації можлива активна взаємодія між виробником та споживачем інформації.

Оригінальними властивостями інтернет-ЗМІ є такі: миттєва передача даних на відстані, широке охоплення аудиторії, нефіксованість обсягу інформації, мультимедійність, інтерактивність, гіпертекстуальність, невелика фінансова витратність.

У кожній статті автора інтернет-ЗМІ можна підрахувати рейтинг популярності на основі кількості переглядів, щоб з урахуванням цих даних сформулювати чергові випуски, які би повніше відповідали запитам передплатників.

У зв'язку з цим А. Захарченко розглядає інтернет-журналістику як принципово новий вид, який відрізняється від класичної журналістики, тим що має «суто мережеву характеристику – соціальність видання. Вона показує, яка частка аудиторії включена у створення контенту. Над одними інтернет-ресурсами працює лише обмежене коло осіб – редакція. У цьому випадку користувачі можуть, найбільше, коментувати новини і тільки так долучатися до створення контенту інтернет-ЗМІ. В іншому випадку читачам надано можливість вільне модерування певних розділів сайту, блогів.» [2, с. 14].

Одна з причин згасання інтересу до традиційних ЗМІ у тому, що в них редактори вирішують, що може бути цікаво читачам, а в Інтернеті такий вибір читач робить сам.

К. Афанасьєва поділяє електронні ЗМІ на мережеві видання, що функціонують тільки в рамках світового павутиння, та на інтернет-версії традиційних засобів масової інформації, серед яких друковані видання, радіо- та телевізійні програми [11]. У зв'язку з цим існують корінні відмінності у зовнішньому вигляді та структурі мережевого видання. Так, ЗМІ може просто надавати для користувачів електронну копію видання або ж може наголосити на інтерактивні та інших можливостях web-сайту.

### **1.2.2 Особливості інтернет-журналістики: переваги, обмеження та недоліки**

Інтернет-журналістика, на відміну від традиційних ЗМІ, має свої переваги, основними з яких є такі: 1) *оперативність*: в порівнянні з випуском газети чи телевізійної програми, розташування матеріалів в Інтернеті займають декілька секунд; 2) *широке охоплення аудиторії*: інтернет не має ні географічних, ні часових обмежень; 3) *можливість розмістити необмежену кількість інформації*; 4) *економічність*: невисока плата проекту або взагалі безкоштовна; 5) *інтерактивність*: двосторонній зв'язок між журналістом та читачами; 6) *зручність та практичність*: за допомогою мобільного телефону або комп'ютеру в будь-яку вільну хвилину можливо прочитати новину та інше; 7) *гіпертекстуальність*: можливість перегляду на комп'ютері або мобільному пристрої зав'язків з іншими документами; 8) *мультимедійність*: сучасні медійні комунікації використовують різноманітні мультимедійні елементи, такі як текст, зображення, аудіо та відео, щоб ефективно передавати інформацію та створювати враження; 9) *орієнтованість матеріалу на персонального користувача*.

Виокремимо основні обмеження та недоліки інтернет-журналістики: По-перше, зовсім не кожен громадянин України має доступ до глобальної мережі: якщо у людини немає комп'ютера або мобільного телефону у нього немає доступу до матеріалів інтернет-ЗМІ, це найбільш стосується людей похилого віку, які зазвичай отримують інформацію з телебачення та радіо; є місця, де немає доступу до Інтернету.

По-друге, виникають питання щодо рівня грамотності статей в Мережі, адже мова йде, з одного боку, про матеріали, які підготовлено професійними журналістами, а з іншого – тими, у кого відсутня фахова журналістська підготовка.

По-третє, не завжди високий рівень медіаграмотності інтернет-користувачів, що позначається на ефективності комунікацій.

По-четверте, в інформаційно-комунікативному просторі існують різні види дезінформації, які можуть вводити в оману споживачів контенту.

По-п'яте, є проблеми, пов'язані з питаннями правового регулювання та етики інтернет журналістики.

Сьогодні однією з головних проблем Інтернет-ЗМІ є правові питання у сфері інформаційного права. Такі вітчизняні вчені, як М. Чабаненко, О. Баранов, Р. Романов, В. Горобцов та багато ін. зробили вагомий вклад у вирішення цієї проблеми. Хоча чимало питань правового регулювання діяльності Інтернет-ЗМІ ще потребують вирішення.

Також залишається проблема приналежності матеріалів, які розташовані в інтернеті: чи є вони журналістськими, чи звичайними щоденниковими записами. Ця проблема донині залишається невирішеною.

Варто зазначити, що манера викладу інформації в інтернет-ЗМІ відрізняється. Це пов'язано з тим, що аудиторія при отриманні інформації в мережному просторі поводиться інакше, ніж в традиційних ЗМІ. Велика частина користувачів в мережі віддає перевагу швидкому перегляду тексту, вважають за краще частіше читати короткі інформаційні нотатки, не замислюючись над докладним вивченням деталей.

### **1.2.3 Жанри онлайн-журналістики**

Межі жанрових форм інтернет-ЗМІ є досить розмитими та рухомими. Спостерігається поява гібридних жанрів, які не мають відповідників у друкованих ЗМІ, тому що є продуктом інтернет-технологій. Аналіз наукових досліджень підтверджує, що пошук спільних ознак для класифікації жанрів в інтернеті ще триває.

Більшість українських дослідників стверджують, що майже усі традиційні жанри журналістики використовують в Мережі. Поряд з ними активно функціонують нові жанрові форми, появу яких спровокував саме інтернет-простір. І. Тонкіх стверджує, що «усі без винятку інтернет-видання публікують новини-хроніки,... у більшості видань наявні репортажі, переважно мультимедійні, також бліц-опитування та інформаційні інтерв'ю.

Натомість жанр звіту використовують нечасто. Серед жанрів аналітичної групи переважають коментарі, огляди і статті, тоді як рецензії та кореспонденції можна знайти лише у спеціалізованих виданнях або тільки у деяких тематичних рубриках. Художньо-публіцистична група представлена переважно нарисами та есе, зрідка використовують замальовки, а фейлетонів і памфлетів немає взагалі» [7, с.56]. Але деякі дослідники вважають, що публікації на «Обкомі» або на «Дурдом.ua» цілком задовольняють рамки фейлетонів та памфлетів.

У «Підручнику з крос-медіа», створеному міжнародними та українськими науковцями, жанри інтернет-журналістики розподілені на дві категорії: традиційні жанри (інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні) і ті, що еволюціонували у нові форми. Найбільш поширені такі жанри: *веб-новина* (коротке повідомлення); *веб-огляд* (інформація з інтернет-порталів проаналізована); *онлайн-хроніка* (максимально коротке повідомлення); *онлайн-репортаж* (можуть вести безпосередньо з місця події – стрім); *онлайн-конференція* (інтернет-інтерв'ю з відомими людьми, де кожен може приєднатися до дискусії); *стрічка заголовків* (рухома стрічка, в якій подаються заголовки матеріалів); *мультимедійна стаття* (текст супроводжується ілюстраціями, відео, презентаціями, інфографікою, аудіо, слайд-шоу); *фотогалерея* (фото можуть розміщуватися за принципом слайд-шоу); *подкаст* (звуковий файл, програма, діалог чи сюжет); *аудіослайд-шоу*; *інфографіка* [4, с.64].

Усі форми інтерактивного зв'язку можна розділити на дві групи: такі, що вже використовувалися традиційними ЗМІ (листи, опитування, рейтинги) і специфічні саме для інтернет-ЗМІ (форуми, блоги, чати, FAQ, коментарі) [7, с. 58].

Отже, жанри мережевої журналістики стрімко розвиваються, трансформуються, взаємодіють та орієнтуються на різноманіття і динамічність мережевого простору й сучасного споживача інформації. Тому є

потреба у створенні єдиної концепції в українській жанрології щодо класифікації веб-жанрів.

#### **1.2.4 Вплив інтернет-журналістики на формування громадської думки та інформаційного середовища**

Сьогодні ми живемо в епоху, коли доступ до новин, аналітичних матеріалів та публікацій став легким та швидким завдяки цифровим медійним платформам. Всі ми щодня стикаємось із потоком новин, статей, блогів, відеоконтентом та іншими формами інформації, які визначають наше уявлення про світ навколо нас.

Ця доступність і швидкість розповсюдження інформації надає інтернет-журналістиці потужний вплив на формування громадської думки та культурного середовища. Журналісти працюють в онлайн-виданнях, пабліках, на платформах соціальних мереж, на інтернет-порталах, ведуть власні блоги.

Також величезної ролі набула громадянська журналістика, коли у процесі створення, обробки і поширення інформації окрім професійних журналістів беруть участь і звичайні інтернет-користувачі. В зв'язку з цим трапилися зміни у спілкуванні між комунікатором і реципієнтом: замість вертикальної моделі виникла горизонтальна модель, де учасники діалогу стають рівноправними.

Користувачі мережевих видань завдяки інтерактивності беруть участь у процесі інформаційного обміну нарівні із журналістами. Спільність Інтернет-користувачів створює інтерактивне середовище, де кожен може висловити свою думку та взяти участь у громадському обговоренні. Таким чином, інтернет-журналістика впливає на створення інформаційного середовища, в якому відбуваються активні дискусії, формується світогляд і приймаються важливі рішення.

Ще однією перевагою стало те, що тематику та проблематику матеріалів можуть визначати самі читачі, тоді як в традиційних ЗМІ це роблять журналісти. Це дозволяє скоріше реагувати на запити читачів та пристосовуватися до їх інформаційних потреб.

Усі ці фактори свідчать про те, що інтернет-журналістика має великий вплив на формування громадської думки та інформаційного середовища. Важливо враховувати цей вплив при аналізі та сприйнятті інформації в мережі.

Наведемо приклад впливу інтернет-журналістики на формування громадської думки та інформаційного середовища. Його можна побачити в руслі розповсюдження важливої інформації і подій.

Тобто, коли виникає велика глобальна подія: природна катастрофа, політична криза або війна, як зараз в Україні, традиційні медіа доволі часто несуть обмежену кількість інформації через обмежений часовий обсяг новин або цензуру, в той час як інтернет-журналістика може не тільки забезпечити достатньою кількістю інформації, а і вплинути на перебіг подій.

Одними із перших яскравих прикладів цього стали події Євромайдана у 2013 році, коли на заклик у соцмережах журналіста Мустафи Найєма виходити на Майдан Незалежності в знак протесту на рішення Кабінету Міністрів України про зупинення процесу підготування до підписання Угоди про асоціацію між Україною та Євросоюзом відгукнулося багато людей. Одну з ключових ролей в цих подіях відіграла інтернет-журналістика, тому що завдяки їй не тільки українське суспільство і весь світ міг спостерігати і брати участь у подіях на Майдані, які переросли в Революцію гідності.

Наведемо ще один приклад: так 6.03.2023р. в мережі з'явилося відео, де російські військові розстрілюють полоненого українського солдата після слів «Слава Україні». Це відео було супроводжене гіперпосиланням на X-акаунт Ігоря Лаченкова із закликом: «Прошу максимальний ретвіт та поширення. Це повинен побачити кожен на Заході» (Лачен пише.06.03.2023) так це відео набуло широкого розголосу у всьому світі та посприяло соціальній активності українських та зарубіжних громадян.

Також інтернет-журналістика може формувати громадську думку через аналіз та коментарі. Багато новинних веб-сайтів та блогів надають можливість громадянам висловлювати свої думки та давати коментарі щодо статей і новин. Це сприяє обговоренню важливих питань та формуванню різних точок зору[3].

Варто зазначити, що інтернет-ЗМІ також слугують ефективним полем для поширення фейків та дезінформації. Ці інструменти та методи дозволяють маніпулювати також свідомістю, настроями та поглядами громадян. Тож важливо дбати про свою інформаційну безпеку та вчитись протидіяти маніпуляціям медіа. Серед основних усталених, поширених і відпрацьованих методів маніпуляцій, що довели свою ефективність, слід виокремити дезінформацію (умисно розповсюджена неправдива інформація, що створена аби нашкодити соцгрупам, організаціям чи державам), хибну інформацію (неточна інформація, що може призвести до непорозумінь), шкідливу інформацію (правдива інформація, яку використовують, щоб нашкодити особам, соцгрупам, організаціям чи державам) [18]. Інститут Масової Інформації та Internews щоквартально проводять моніторинги онлайн-медіа. У серпні-вересні 2023 р. в Білий список увійшли такі медіа: Суспільне, Громадське, «Ліга», «Українська правда», Укрінформ, ZN.ua, «Бабель» НВ, «Еспресо» [20].

Професійна етика та відповідальність інтернет-журналістів грають важливу роль у забезпеченні якості інформаційного вмісту, дотриманні стандартів журналістської практики та збереженні довіри аудиторії. Ось детальніше про ці аспекти:

1) об'єктивність і точність: інтернет-журналісти повинні забезпечувати об'єктивність у своїх матеріалах та дотримуватися точності інформації. Вони повинні ставити істину на перше місце і не використовувати брехню чи маніпуляції для досягнення своїх цілей;

2) незалежність: інтернет-журналісти мають залишати бокові інтереси та впливові фактори поза межами своєї роботи. Незалежність від політичних, комерційних чи інших впливів допомагає зберегти об'єктивність;

3) свобода слова та преси: журналісти повинні підтримувати свободу слова та преси і захищати право громадян на інформацію. Вони не повинні бути обмежені в своїх дослідженнях та публікаціях;

4) конфіденційність джерел: інтернет-журналісти повинні бути готові захищати конфіденційність своїх джерел і не розголошувати їхні особисті дані без дозволу;

5) відповідальність за інформацію: журналісти повинні нести відповідальність за те, що вони публікують. Це означає перевірку інформації перед публікацією, виправлення помилок та надання можливості належного права відповісти на обвинувачення;

6) повага до приватності: інтернет-журналісти повинні бути обережними у використанні особистої інформації індивідів і поважати їхню приватність;

7) боротьба з дезінформацією: інтернет-журналісти мають активно протидіяти поширенню дезінформації і фейків, надаючи достовірну інформацію та роблячи перевірку фактів;

8) етика використання соціальних мереж: враховуючи широке використання соціальних мереж для поширення новин, інтернет-журналісти повинні дотримуватися етичних стандартів у взаємодії з аудиторією та використанні соціальних мереж для збору інформації;

9) самоосвіта та професійний розвиток: інтернет-журналісти повинні постійно підвищувати свою кваліфікацію.

## Висновки до розділу 1

У першому розділі дослідження розглянуто важливі аспекти інтернет-журналістики в контексті її історії, еволюції та основних характеристик у сучасному медійному оточенні. Цей розділ становить теоретичну базу для подальших досліджень і визначає основні напрямки аналізу інтернет-журналістики в сучасному світі.

Розглянуті історія та еволюція інтернет-журналістики вказують на те, що ця галузь стала не тільки невід'ємною частиною сучасних масових комунікацій, а і найбільш розвиваючим та найбільш пристосованим до життя у сучасному світі засобом передачі інформації. Від початкових стадій розвитку інтернет-журналістики до її сучасного стану, спостерігається постійна зміна та адаптація до технологічних, соціокультурних та економічних змін, що є важливим контекстом для розуміння поточних тенденцій та викликів, з якими стикається журналістика в інтернет-середовищі.

Основні характеристики та особливості сучасної медійної комунікації висвітлені в розділі дозволяють зрозуміти сутність та роль інтернет-журналістики у сучасному медійному ландшафті. Інтернет-журналістика значно скоротила дистанцію між ЗМІ та читачами, користувачі мережевих видань завдяки інтерактивності беруть участь у процесі інформаційного обміну нарівні із журналістами. Вона розвиває громадянське суспільство та стимулює дискусії навколо актуальних тем. Вона надає доступ до різноманітної інформації та різнобічних поглядів, але також може призводити до фільтрації, де користувачі вибирають інформацію, що відповідає їхнім власним переконанням.

Для подальшого успішного розвитку мережевої журналістики потрібно вирішити багато питань, серед яких важливими є правові, етичні а також питання достовірності та відповідального використання інформації та

джерел. А в суспільстві важливо розвивати медіаграмотність для критичного сприйняття інформації в інтернет середовищі.

## 2 ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ У РОБОТІ ЖУРНАЛІСТА ПІД ЧАС ВІЙНИ В УКРАЇНІ

### 2.1 Динаміка медіа-споживання після повномасштабного російського вторгнення

За дослідженням inMind, повномасштабні військові дії кардинально збільшили потребу у новинах в українському суспільстві – фактично виникла потреба постійно перебувати в інформаційному потоці. Контроль за новинами став життєвою необхідністю, але споживання ТБ, радіо та преси суттєво скоротилося.

Опитування USAID-Internews у 2023 показало, що переважна більшість респондентів споживала новини із соціальних мереж – 76%, при цьому кожний третій українець використовував виключно соціальні мережі. Близько 40% респондентів дізнаються новини із інтернет-сайтів. Споживання новин у соціальних мережах за допомогою смартфона стрімко набирає популярності, та витісняє усі інші засоби (рис. 2.1) [21].



Рис. 2.1 Статистика медіаактивності за 2023 рік [21].

Процес збільшення ваги інтернет-ресурсів та скорочення споживання медіа за допомогою телебачення, газет та радіо та почався близько десятиріччя тому, але його прискорила повномасштабна війна. Це пов'язано з тим, що багато українців не мали доступу до ТБ-новин з різних причин, тому вони масово почали використовувати соціальні мережі для отримання інформації. Українським ЗМІ довелося стрімко опановувати різні діджитал-платформи, а українське телебачення масово почало опановувати Youtube.

Після 24 лютого 2022 року характер медіа-споживання зазнав таких змін: зростання інтересу до суспільно-політичних новин; відмова від споживання російськомовного контенту; в перші декілька тижнів війни втрата популярності розважального медіа-контенту, але згодом повернення, в менших об'ємах; збільшення інтересу до патріотичного контенту, що формує національну ідентичність [21].

З початком війни в Україні вітчизняна журналістика пережила найбільший струс за роки свого існування: велика кількість засобів масової інформації припинили свою роботу, сотні журналістів виїхали за кордон, рятуючи своє життя та життя своїх близьких, сотні стали внутрішньо переміщеними особами, інші вступили до ЗСУ та вже більше 60 журналістів загинули. Українська медійна сфера, як і вся країна, зіштовхнулася з такими проблемами як: фінансова криза, відсутність електропостачання, постійні обстріли, які стали загрозою не тільки роботі, а і життю. З іншого боку, саме війна збільшила громадське усвідомлення важливості журналістики у суспільстві, ваги слова, коли від якісної роботи журналіста залежить безпека і життя громадян [14].

Зміни, що відбулись в роботі журналіста за останні два роки:

- 1) Перехід на цілодобовий режим роботи.

Журналісти задовольняють потребу суспільства у цілодобовому отриманні інформації про можливі ракетні удари та їхні наслідки.

2) Цензура. Головною особливістю журналістики в період воєнного стану є цензура. І хоча в Україні не була запроваджена воєнна цензура, 3 березня 2022 року Головнокомандувачем ЗСУ Валерієм Залужним був виданий Наказ №73, «який регулює порядок акредитації представників ЗМІ під час воєнного стану, та визначає перелік інформації, яку не можна розголошувати, встановлює порядок роботи журналістів в зоні ведення бойових дій» [17].

Правила висвітлення війни стосуються даних про позиції українського війська, видів озброєння, захисних споруд, місця потрапляння ворожих снарядів. Від конфіденційності цієї інформації залежить безпека країни та її національні інтереси, тому професійні журналісти дотримуються цих правил.

Також у період воєнного стану журналісти мають обмеження вільного доступу до деяких зон, або допускаються туди лише у супроводі військових. Це призводить до обмеження можливості отримання об'єктивної інформації та свідчень про події на місці.

3) Самоцензура. Журналісти повинні правдиво висвітлювати усі важливі події в суспільстві, але зараз вони іноді стримують себе, не підіймаючи деякі теми корупційних скандалів, щоб не розхитувати ситуацію в країні та не підірвати довіру до політичного та військового керівництва. Також люди втомилися від поганих новин і бажання скорішої перемоги змушує журналістів замовчувати про поразки на фронті, хоча це явище може бути небезпечним для свободи слова та демократії.

4) Зменшення спектра тем. В умовах постійної фізичної загрози, деякі раніше популярні теми: просвітницькі, культурні, побутові - втратили свою актуальність.

5) Надання слово обом сторонам конфлікту не має тепер права на існування.

6) Емоційність журналістського матеріалу часто стала переважати над його правдивістю.

7) Прояви контрпропаганди.

8) Погіршення матеріальний стан мас-медіа через втрати джерел фінансування.

9) Зміна законодавства – впровадження «Закону про медіа».

Український медіапростір вже давно потребував змін, але повномасштабне російське вторгнення прискорило цей процес, тому що виникла негайна необхідність у наближенні українського аудіовізуального ринку до європейських стандартів [1].

Отже головною метою закону стало: збалансування відносин між державою та медіаринком, перехід від відносин підпорядкування до відносин партнерства, охоплення нових технологій постачання контента, початок процедури створення органів співрегулювання, забезпечення рівних умови для всіх учасників медіаринку.

Зміни, які вніс «Закон про медіа»:

1) Добровільна реєстрація онлайн-медіа;

Онлайн-видання отримали можливість реєстрації. Цю можливість вже використали 86 видань, серед яких є не лише традиційні веб-сайти, а й сторінки у Facebook, YouTube та Telegram, акаунти в Instagram, TikTok, Viber та WhatsApp. Деякі компанії зареєстрували свої власні веб-сайти та соціальні медіа як окремі медіа-платформи.

2) Обов'язкове виконання законів всіх видів медіа;

Санкції за порушення - приписи та штрафи. Регулятор може застосовувати тільки найбільш просту санкцію - припис, який можна оскаржити. Кожному типу суб'єктів буде надано свій обмежений ліміт приписів (наприклад, 5 на рік). Після досягнення цього ліміту вступає в дію наступний етап реагування – накладення штрафів.

Станом на сьогодні, у соціальних мережах існує значна кількість анонімних каналів, де активно публікуються найгарячіші новини. Журналістам доводиться встигати за цим темпом соцмереж, однак при цьому дотримуватися всіх норм та принципів журналістської етики, а також нести відповідальність за точність та об'єктивність наданих матеріалів.

Принципи роботи журналістів та журналісток були затверджені 3 березня 2022 року Головнокомандувачем ЗСУ Валерієм Залужним і стосуються періоду воєнного стану в Україні. Згідно з Наказом №73, встановлено процедуру акредитації представників ЗМІ у період воєнного стану, визначено обмеження щодо розголошення певної інформації та встановлено правила для роботи журналістів у зоні бойових дій.

Однак у журналістській спільноті постає дискусія щодо використання фотоматеріалів та зображень, зроблених в українських містах, що перебувають під обороною. Журналісти прагнуть передати атмосферу подій, але одночасно вони мають страх, що розголошення будь-якої інформації може завдати шкоди як військовим, так і цивільним особам.

«У вищезгаданому Наказі ЗСУ вказано, що до переліку інформації, розголошення якої може призвести до обізнаності противника та негативно вплинути на виконання завдань належить: інформація щодо системи охорони та оборони, системи військових об'єктів та засобів захисту особового складу, озброєння та військової техніки, які використовуються. Водночас уточнюється, що не йдеться про ті об'єкти, які є видимі або очевидно виражені»[17].

У цьому контексті варто керуватися такими підставами для роботи журналістів:

1) Рекомендується показувати лише деталі руйнувань або уламки, які не розкривають географічного місця подій. Наприклад, це може бути зображення уламків або кратеру, що не дозволяє точно визначити його місцезнаходження.

2) Рекомендується демонструвати лише ті кадри, де видно повне знищення, щоб уникнути небезпеки додаткових нападів та не стати ненавмисними коректорами вогню.

3) При використанні контенту з інтернету, обов'язково варто перевіряти його достовірність та переконатися, що фото або відео належать до вказаного місця.

4) Заборонено розголошувати точні адреси, які були атаковані окупаційними військами під час обстрілу.

5) Допустимо повідомляти інформацію, якщо ворог завдав збитків важливим об'єктам цивільної інфраструктури, таким як дитячі садки, лікарні, школи, телевежі, пологові будинки та інше. Ця інформація може служити доказом російських злочинів проти України та мати важливе значення для подальшого проведення процесу перед Міжнародним кримінальним судом у Гаазі.

Відповідно до Закону України «Про правовий режим воєнного стану», передбачається тимчасове обмеження конституційних прав та свобод громадян, а також прав і законних інтересів юридичних осіб у зв'язку зі загрозою. Ці обмеження, включаючи свободу слова, мають чітко визначений термін дії і пов'язані з необхідністю запобігання ризикам для цивільного та військового населення [12].

Також варто звернути увагу на рекомендації Інституту масової інформації (ІМІ) стосовно правил поведінки журналістів у військовому контексті. Ці рекомендації вказують на небезпеку записувати або використовувати мікрофон без попередньої згоди співрозмовника, а також на те, що необхідно утриматися від зйомки обличчя бійців, їхніх позицій та озброєння. Замість цього запитувати у військових про те, що відбувається на місці їхньої дислокації.

Необхідно мати на увазі, що бійці не зобов'язані надавати журналістам інформацію - це завдання журналіста отримати її. Важливо бути привітним та спокійним всередині, навіть якщо бійці здаються загрозливими. Потрібно обережно використовувати камери, оскільки їхні об'єктиви можуть бути

сприйняті як оптичні приціли і стати потенційною мішенню. Необхідно пам'ятати, що ніколи не слід брати в руки зброю.

При виконанні професійних обов'язків журналіста, не можна носити зброю або стріляти, також варто уникати інших журналістів які при собі мають зброю або стріляють. Небезпечно брати з собою додому кулі, навіть якщо їх пропонують як сувеніри, одягати захисне спорядження або інший одяг, призначений для військових. Дозволяється ви використовувати бронежилети та каски, але вони повинні бути немілітарного кольору та мати напис PRESS [12].

Тон журналістських повідомлень, нарівні з їх надійністю, також має велике значення. Треба з повагою ставитися до людської гідності, не зменшуючи при цьому страшної реальності війни. «Має бути чітке редакційне обґрунтування для використання дуже виразних зображень війни або сцен жорстокості. Наскільки можливо, ми зробимо так, щоб найближчі родичі не довідувалися про смерть чи поранення свого родича з наших випусків новин, вебсайтів або програм.

Комісія з журналістської етики нагадує, що журналісти повинні завжди забезпечувати баланс між суспільним інтересом щодо повної і точної інформації та потребою бути співчутливими. Завжди слід поважати недоторканність приватного життя і гідність мертвих. Варто також уникати необґрунтованого показу крупним планом облич і серйозних травм, або інших матеріалів, пов'язаних з насиллям.

У всіх чутливих випадках радимо звертатися до Комісії з журналістської етики за допомогою чи порадою... Залишаємося сильними і працювати на інформаційному фронті, наближаючи перемогу нашої держави» [12].

## **2.2 Соціальні мережі, як інструмент журналіста для отримання та поширення інформації**

Протягом останнього часу соціальні мережі великою мірою доповнили робочий арсенал професійного журналіста. Розглянемо, як сучасний журналіст використовує соціальні мережі, такі як Facebook, X (Twitter), Instagram та Telegram у своїй роботі. Як вже зазначалось 76% українців використовують соціальні мережі для отримання новин. Журналісти стрімко опановують ці діджитал-платформи для професійної діяльності, це пов'язано з їхню оперативністю, зручністю та популярністю.

З їх допомогою можливі такі дії: заходити нові сюжети для репортажів; швидко дізнаватися про нові події та тенденції, що з'являються у суспільстві, та швидко набувають інтересу громадськості; збирати інформацію та свідчення очевидців; взаємодіяти з аудиторією, аналізуючи її реакцію, реагуючи на коментарі; активно використовувати інформацію з офіційних сторінок органів державної влади та місцевого самоврядування, особистих акантів урядовців ті інших представників влади, це забезпечує підвищення прозорості та доступності інформації для громадськості; співпрацювати з іншими журналістами та медіаорганізаціями (для обміну інформацією та ресурсами).

Однак при використанні соціальних мереж треба пам'ятати про головні характеристики журналістики: об'єктивність, неупередженість, критична та ретельна перевірка джерел інформації та етичні вимоги [7].

## **2.3 Фактчекінг, як інструмент журналіста для отримання та поширення інформації**

Одним з найважливіших інструментів для створення якісного контенту в інтернет-середовищі є фактчекінг. Це процес перевірки фактів, висловлювань та тверджень, що публікуються в засобах масової інформації,

на їхню точність і достовірність. Це важлива практика для журналістів, яка допомагає забезпечити передачу правдивої інформації громадськості та попереджає поширення міфів або недостовірних даних.

Механізми та інструменти фактчекінгу включають у себе різні методи та засоби перевірки достовірності інформації. Ось кілька основних принципів та складових перевірки фактів в інтернет-журналістиці:

1) Перевірка джерел. Фактчекінг включає перевірку походження інформації, щоб визначити їхню достовірність та авторитетність (перевірка офіційних заяв, даних з довірених джерел, експертних висновків, документів, наукових статей тощо).

2) Перевірка фактів в інтернеті. Журналісти перевіряють факти, що містяться у матеріалах, шляхом зіставлення їх з доступною інформацією, даними або джерелами. Сюди входить і перевірка соціальних мереж, аналіз реакцій користувачів соціальних мереж та пошук свідчень очевидців.

3) Перевірка контексту. Метод фактчекінгу, який використовується для визначення, чи правильно інтерпретована інформація та чи враховані всі необхідні аспекти при її представленні. Цей метод полягає в аналізі ширшого контексту навколо факту або події, щоб зрозуміти його повну сутність та значення.

4) Проведення інтерв'ю та додаткових досліджень. У разі необхідності журналісти можуть проводити додаткові інтерв'ю з експертами, очевидцями або іншими джерелами, щоб отримати більше інформації про певну подію або факт. Інтерв'ю зазвичай включають в себе: питання про деталі події, думки та погляди осіб, які причетні до ситуації. Додаткові дослідження включають в себе: перевірку документів, архівів, статистичних даних для з'ясування історичної або контекстуальної інформації.

5) Використання фактчекерських ресурсів. Журналісти можуть користуватися спеціалізованими веб-сайтами або звертатися до організацій, які спеціалізуються на факт-перевірці. Це такі ресурси як PolitiFact, FactCheck.org, Snopes та інші.

б) Чітке розмежування фактів та думок. Під час фактчекінгу важливо чітко відокремлювати факти від думок та оцінок, а також розмежувати інформацію, що базується на доказах, від спекуляцій або не підкріплених доказами тверджень.

Фактчекінг в інтернет-журналістиці сприяє підвищенню рівня достовірності та довіри до інформації, яка публікується в Інтернеті та допомагає читачам зробити осмислені рішення на основі об'єктивних даних.

Маючи намір перевірити інформацію важливо розуміти ознаки, які найчастіше включає в себе фейкова інформація.

Фейкова інформація: 1) часто походить з ненадійних або неперевірених джерел, таких як анонімні веб-сайти, соціальні мережі без авторитету або особисті блоги без достатньої експертизи; 2) може бути позбавлена будь-яких підтверджуючих доказів або посилань на авторитетні джерела; 3) часто містить суперечливість або непослідовність в твердженнях, що може піднімати питання про її достовірність; 4) може містити помилки в граматиці, стилістиці або використовувати нестандартну мову, що вказує на недостатню редагування та перевірку; 5) часто містить спекуляції, слухи або непідтвержені твердження, які можуть бути використані для створення сенсацій або маніпуляції аудиторією; 6) не має відомостей про автора або джерело, це може бути попередженням про її ненадійність.

З перших днів повномасштабного російського вторгнення, українські фактчекери почали потужне протистояння ворожим нападам, у вигляді хвилі нескінченних фейків та кремлівської пропаганди. Кількість роботи фактчекерів збільшилась у декілька разів і сам механізм перевірки звичайно переніс деякі зміни.

За два роки повномасштабного вторгнення стало зрозуміло, що проросійські фейки та дезінформація становлять серйозну загрозу на різних рівнях. Вони загострюються конфлікти між соціальними та етнічними групами, сіють паніку, страх та відчуття безсилля і виснаження у всіх шарах українського суспільства. Тому зараз як ніколи важливо донести до кожного

громадянина як важливо фільтрувати, перевіряти будь-які медіа повідомлення у інформаційному просторі.

Насправді зі збільшення загрози дезінформації з'явилося і більше зброї, що може їй запобігти. І зараз у кожного є можливість при бажанні докопатися до істини. Наприклад, відкрився доступ до такого сервісу як Forensically. За допомогою цього онлайн-інструменту можна провести цифровий аналіз зображень та виявити ознаки застосування «фотошопу».

В Україні існує низка фактчекерських проєктів, які мають за мету забезпечити доступ аудиторії до об'єктивної та глибоко проаналізованої інформації:

1) VoxUkraine. Фактчекерський проєкт VoxUkraine відомий своєю високою якістю та об'єктивністю у перевірці фактів і аналізі інформації. VoxUkraine, як незалежна аналітична платформа, має за мету надавати об'єктивні та професійно підготовані матеріали з економічних, політичних та суспільних питань.

2) StopFake - це незалежний проєкт, створений з метою боротьби з дезінформацією та фейками в українських та світових медіа. Його основна мета - виявлення, аналіз та спростування неправдивих або маніпулятивних інформаційних матеріалів. Проєкт був започаткований в Україні відповідно до важливості відстоювання правдивої інформації в умовах гібридної війни та інформаційної агресії. Команда StopFake проводить ретельний аналіз новин та інших медійних матеріалів, перевіряє їх достовірність, розповсюджуючи інформацію про виявлені фейки та спростування. Цей проєкт відіграє важливу роль у підвищенні медійної грамотності та захисті суспільства від маніпуляцій і дезінформації.

3) Проєкт "По той бік новин" є ініціативою, спрямованою на підвищення медійної грамотності та критичного мислення серед громадян. Основна мета проєкту - розкрити механізми формування новин та інформаційних повідомлень, а також допомогти аудиторії зрозуміти, як розпізнавати фейки та маніпулятивні техніки в медіа. У рамках цього проєкту проводяться тренінги,

вебінари, лекції, створюються навчальні матеріали та інші інформаційні ресурси, спрямовані на підвищення медійної грамотності. Крім того, "По той бік новин" може співпрацювати з медійними організаціями, школами, університетами та іншими установами для розповсюдження своїх інформаційних матеріалів та проведення навчальних заходів.

4) Проект "безБрехні" - це ініціатива, спрямована на боротьбу з дезінформацією, фейками та маніпуляціями в українських медіа. Основна мета цього проекту - аналізувати і виявляти неправдиві чи маніпулятивні інформаційні матеріали, а також забезпечити доступ до достовірних джерел інформації для громадян. Команда проекту безБрехні займається перевіркою фактів, аналізом новин та медійних матеріалів, щоб ідентифікувати можливі фейки чи маніпуляції. Після аналізу вони публікують інформацію про виявлені недоліки та спростування, щоб допомогти громадянам розпізнавати неправдиву інформацію.

5) Детектор медіа- це український незалежний медійний ресурс, який спеціалізується на аналізі медійного ландшафту, перевірці фактів, а також виявленні та розкритті маніпуляцій та фейків у медіа. Вони аналізують новини, статті, телепередачі та інші медійні матеріали, щоб забезпечити громадян достовірною та об'єктивною інформацією. Детектор медіа проводить регулярні публікації, в яких вони розглядають різні аспекти медійної сфери, викривають маніпуляції, фактичні помилки та недостовірну інформацію, що може потрапити до масової аудиторії.

Також зараз стає зрозуміло, що Росія використовує однакову пропаганду в більшості країн зарубіжжя, таких як Словаччина, Угорщина, Німеччина, Польща, Італія та Чехія. Цю інформацію з'ясували фактчекери, що аналізують ЗМІ у за кордоном, у яких згадується Україна. Це також є важливим, бо зараз значна кількість українців перебуває на кордоном і європейці мають розуміти сучасні реалії. Бо російські фейки також не стоять на місці, а еволюціонують з кожним днем ведення війни.

Серйозною перешкодою також стало те що після 24 лютого стало важче спростовувати фейки, бо виникла потреба робити це в реальному часі, а постійні екстрені відключення електроенергії роблять не можливим миттєве відстеження інформації, та оперативне спростовування дезінформації. Проблемою також є те, що з такою великою кількістю трагічних подій частину інформації практично не можливо ні спростувати, ні підтвердити. В першу чергу це стосується відео з військовими. Тому фактчекери зобов'язані пояснювати аудиторії, що наразі перевірити інформацію не можливо, але варто пам'ятати, що вона може бути хибною і щоб не дати себе обманути треба звертати увагу на джерело, мову, контекст тощо. Важливо розвивати культуру аналізу інформації у споживачів інформації.

Згідно з дослідженнями «Детектор Медіа», головним джерелом поширення російських фейкових новин в Україні і одночасно одним з найпопулярніших каналів для отримання щоденних новин є Telegram. Відмова керівників месенджера реагувати на дезінформацію перетворила цю платформу на притулок для фейкових новин та пропаганди. Важливою особливістю Telegram є повна анонімність авторів каналів, яка дає їм можливість створювати та поширювати фейки, дезінформацію та пропаганду. Маскуючись під місцеві ЗМІ, вони просувають сепаратистські ідеї та спотворену інформацію про події на тимчасово окупованих територіях.

Дослідники «Детектор Медіа» встановили, що мережа фейкових Telegram-каналів була створена для українських міст для поширення сепаратистських ідей як на тимчасово окупованих територіях, так і на вільних українських містах, під видом представлення себе місцевими ЗМІ. Українська частина Telegram вже має не менше 300 популярних каналів, які поширюють дезінформаційні наративи російської пропаганди [19].

## 2.4 Дослідження «Детектору Медіа» в ході спецпроекту «Аналіз соціальних мереж»

Українська незалежна медіаорганізація «Детектор медіа», що спеціалізується на моніторингу медіа, аналізі змісту та дослідженнях українського медіапростору, дослідила контент 700 телеграм-каналів в українському сегменті соцмережі. Результатом цього аналізу став перелік, що складається з 310 проросійських та окупаційних телеграм-каналів, які поширюють дезінформацію і маніпуляції. Над дослідженням працювали: Ірина Рябоштан, Олексій Півторак, Вікторія Наместнік, Ольга Білоусенко.

Проблема дезінформації у телеграмі зростає через відсутність реакції засновників на цей явище. Це призвело до міграції проросійських та російських пропагандистів, яких обмежили на інших платформах. Державні та недержавні ініціативи регулярно вказують на телеграм-канали, що поширюють російську пропаганду. Центр стратегічних комунікацій при Міністерстві культури та інформаційної політики оприлюднив список із 100 каналів, які мімікують українські, і називають їх частиною російської мережі дезінформації. «Детектор медіа» розширює список проросійських телеграм-каналів, щоб відслідкувати створення нових каналів з проросійським контентом та протидіяти їх впливу на український інформаційний простір.

*Методологія дослідження*

*Об'єкт дослідження* – український сегмент телеграма

*Предмет дослідження* – проросійські та окупаційні телеграм-канали.

*Проросійські телеграм-канали*, телеграм-канали, контент яких спрямований на українську аудиторію, але містить дезінформаційні повідомлення та наративи, схожі на російську пропаганду.

*Окупаційні телеграм-канали* – телеграм-канали, контент яких спрямований на тимчасово окуповані території України. Це включає канали з назвами або описами, що містять конкретні міста або регіони України, які

зазнали або продовжують зазнавати окупації з 2014 року, а також населені пункти, які Росія планує/планувала захопити.

Як «Детектор медіа» збирав і опрацьовував данні?

Для аналізу проросійських каналів «Детектор Медіа» взяв канали з геолокацією в Україні. Для окупаційних каналів враховували канали з геолокацією в Росії, але з аудиторією, що знаходиться на тимчасово окупованих територіях України. Також був проведений аналіз мережі окупаційних телеграм-каналів з назвами, що містять українські міста, які не перебувають під окупацією.

Для аналізу текстових та кількісних даних, були використані бібліотеки для статистичного аналізу, обробки природної мови та машинного навчання, засновані на мові програмування Python.

На початковій стадії аналізу команда аналітиків «Детектора медіа» користувались результати попередніх досліджень українського сегмента телеграм-каналів, а також списком каналів, якими керувалися російською розвідкою. Вони склали список вже відомих телеграм-каналів, які поширюють дезінформацію за допомогою пропагандистських наративів. Далі, за допомогою сервісу TGStat, дослідники перевірили цитування та згадки контенту цих телеграм-каналів. Це дозволило скласти розширений перелік з майже 1700 каналів для подальшого аналізу. На початковому етапі канали були відфільтровані за геолокацією, відсіявши канали російського сегмента телеграму. Далі проводився контент-аналіз цих каналів для перевірки їхньої проросійської спрямованості.

Для створення списку окупаційних каналів були використані дані з попередніх досліджень «Детектора медіа» (додаток А). Застосовуючи інструменти природної обробки мови (NLP), контент телеграм-каналів був проаналізований на предмет маркерної лексики. Слова та фрази, які характерні для російської пропаганди, були виокремлені як маркерна лексика. База для подальшого аналізу формувалася з повідомлень, що містили характерну



було проаналізовано більше 700 телеграм-каналів. Були виокремлені найпопулярніші проросійські наративи:

1) Україна — маріонетка в руках союзників. Приклади повідомлень: «Київ розмінна монета у великих держав», «США нагадали Зеленському про його місце», «Партнери США і РФ нехтують позицією України в питаннях мирних переговорів».

2) Україна програє економічно і військово у прямому конфлікті з Росією;

Приклади повідомлень: «У ЗСУ низький моральний дух», «Німці обіцяють, що Зеленський скоро попросить миру із РФ», «США не вірять у перемогу України».

3) Українці радо зустрічають російську армію. Приклади повідомлень: «Мелітополь під окупацією живе мирним, хорошим життям», «Кримчани не хочуть повернення України», «Маріуполю допомагає ДНР, поки влада втекла».

4) Корупція в Україні досягла свого піку. Приклади повідомлень: «Зеленському вигідне продовження війни», «Велика частина зброї, яку роздали на початку війни теробороні не дійшла до фронту, де вона потрібна найбільше», «Гуманітарну допомогу в Україні розкрадають».

5) Сусідні країни невдовзі загарбають західні області України. Приклади повідомлень: «Поляки хочуть окупувати Галичину», «Закарпатську область обстріляли, тому що на неї претендує Угорщина після програшу України у війні».

6) Багато людей страждає від військових злочинів українців. Приклади повідомлень: «ЗСУ відповідальні за вибух ракети в Польщі», «В Херсоні страчують за отримання російської гуманітарки», «ЗСУ вбиває мирних», «Українські військові грабують мирних українців».

7) Військову і економічну міць РФ недооцінюють. Приклади повідомлень: «Українська влада повністю здуріла, якщо припускає програш

Росії в новому році», «Західні ЗМІ применшують боєздатність РФ», «Українські військові мають здатися Росії».

«Детектор медіа» зазначає, що ці повідомлення з пропагандистським характером нерідко зустрічаються у різних варіаціях. Якщо вони надходять з телеграм-каналу, на який підписалася людина, що не може критично мислити і фільтрувати інформацію, то вона може вплинути на її свідомість, схиливши до прийняття російської точки зору.

Найбільшу загрозу на свідомість українського читача мають проросійські телеграм-канали, які входять до топсотні українського сегменту. За дослідженням «Детектор медіа», їх кількість налічує мінімум 11. Пропри регулярні проросійські наративи в постах цих каналів, вони не втрачають популярності. Від кінця літа 2022 року кількість підписників таких каналів тільки зростає:

1) Телеграм-канали з ростом підписників на більше як сто тисяч: «Анатолій Шарій» (948 тисяч підписників); «Легітимний» (864 тисячі підписників); «Резидент» (754 тисячі підписників); «Дмитро Василюк» (481 тисяча підписників).

2) Телеграм-канали з приростом приблизно на сорок тисяч підписників кожен: «Шейх Тамір» (389 тисяч підписників); «ЗеРада» (323 тисячі підписників).

3) Телеграм-канали з приростом приблизно на десять тисяч підписників: «МОНТЯН!» (518 тисяч підписників); «First Новости Войны» (635 тисяч підписників).

4) Телеграм-канали, які втратили від десяти до сотні тисяч підписників: «Новое издание» (362 тисячі підписників); «Политика Украины» (285 тисяч підписників); «Политика Страны» (263 тисячі підписників).

Зростання аудиторії проросійських телеграм-каналів може бути зумовлене збільшенням кількості читачів з Росії. Однак, варто зазначити, що збільшення підписників не завжди свідчить про підвищення інтересу до контенту каналу. Часто власники телеграм-каналів використовують мережі

ботів, що порушує правила платформи. Загалом, проросійські блогери підтверджують своїм підписникам картину світу, створену російською державною пропагандою. Це підтверджується статистикою цитування цих каналів. Наприклад, половина згадок про канал Анатолія Шарія походить від росіян, тоді як частка українців становить 41%.

Окупаційні телеграм-канали часто, але не завжди націлені на окуповані території України та діляться на дві групи: створені до 24 лютого, створені після початку повномасштабного вторгнення.

Перша група телеграм-каналів систематично поширює один і той самий контент. На території донецької області вони мають тісний зв'язок з російськими телеграм каналами, на луганській території - з обласною окупаційною адміністрацією, в Криму канали найбільше інтегровані у російське інформаційне середовище.

Друга група телеграм-каналів створена після 24 лютого націлена на новоокуповані Росією українські території, контент таких каналів лише частково занурює аудиторію у російський порядок денний, бо вони поширюють мікс з російської пропаганди і новинами про населений пункт, де цей канал існує. Кількість таких каналів, після повномасштабного вторгнення зросла на 65%.

Відкриття і закриття окупаційних телеграм-каналів не завжди пов'язане з воєнними діями. Більшість каналів, які з'явилися у березні 2022 року, перестали оновлюватися 9 липня і 20 жовтня. Хоча ці події не завжди співпадали з бойовими подіями. Наприклад, деякі канали, спрямовані на Харківщину, зникли до вигнання росіян із цієї області. У той же час на Херсонщині існують канали, що продовжують діяти навіть після відступу росіян, створюючи ілюзію благополуччя на окупованих територіях.

Часто такі канали використовуються, щоб повідомити про роботу своїх адміністрацій на окупованих територіях, тому мають у назві: «Адміністрація...області /району /міста», «Главное в... » або інші спільні частини назв, зроблені «під копірку». Такий контент відрізняється за змістом,

але не за формою. Як правило вони не надто популярні і мають від декілька сотень до декілька тисяч, хоча бувають і виключення.

Існують також ті телеграм-канали, що мімікують під медіа - поширюють міжнародні новини. Інші прославляють «народних активістів», які начебто рятують цивільних з окупованої території від «київського режиму». Іноді можна зустріти такі, що осуджують дії Росії, хоча в іншому використовують російську пропаганду. Можна зустріти канали з назвою населеного пункту і позначкою мережі «\_ru, \_rus» на кінці, та прапором Росії на основному зображенні, контент яких складається з репостів каналів цієї ж мережі або новинами про роботу російської влади (додаток Б) [19].

#### *Висновки до дослідження*

Результати дослідження свідчать про те, що російська пропаганда є гнучкою та здатною швидко адаптуватися до нових умов. Особливо вона намагається використовувати сучасні цифрові засоби масової комунікації на свою користь. Її стратегія полягає у захощенні масовості, спрямованості на емоції, висіванні сумнівів та поширенні спрощеної картини світу. Саме це робить російську пропаганду небезпечною. Практика телеграму блокувати анонімні телеграм-канали вкрай рідка й сприяє практично безкарному просуванню російської пропаганди. Умови війни, яку Росія веде проти України, надають пропагандистам телеграму майже необмежені можливості масового поширення фейків та дезінформації. Створення унікального контенту для кожного телеграм-каналу є складним завданням, тому адміністратори часто використовують тактику репостів і взаємного цитування. Вони також застосовують усталені терміни та теми для опису російсько-української війни (не називаючи її війною), української влади та внутрішніх політичних процесів.

Однак детальний аналіз дослідження демонструє інструменти відстеження проросійських телеграм-каналів, які поширюють фейковий контент. Вони використовують типовий набір методів, тактик та ключових тем що робить можливим виявляти їх та протидіяти їм.

## 2. 5 Інструменти перевірки текстових, фото- та відео-повідомлень на російські пропагандистські наративи

У цьому розділі ми розглянемо різноманітні інструменти перевірки текстових, фото- та відео-повідомлень на російські пропагандистські наративи. Використання цих інструментів допоможе журналістам зрозуміти, як розпізнавати та відфільтровувати дезінформацію, тим самим підвищуючи обізнаність та стійкість до маніпуляцій у сучасному медіапросторі. Існують такі ресурси для перевірки текстових джерел:

1) Google.com <https://www.google.com/>. За його допомогою можна шукати: конкретну фразу, взявши її в лапки; по заголовках: intitle:(ввести слово, яке треба знайти); слово в тексті: intext:(вставити необхідне слово); по формату файла: filetype:(вставити необхідний формат файлу); загублене слово у фразі можна знайти якщо замінити його такими знаками \*\*; можливо вилучати зайві слова у фразі за допомогою знаку.

2) Перекладач - Google Translate <https://translate.google.com>. За його допомогою можливо використовувати не тільки вітчизняні сайти, а і іноземні, перекладаючи інформацію, що суттєво розширює коло пошуку.

3) Who.is. Онлайн-сервіс, який надає інформацію про доменні імена та їх власників. Він дозволяє користувачам отримувати доступ до різних даних про домен, таких як власник домену, контактна інформація, дати реєстрації та закінчення терміну реєстрації, а також технічні дані про хостинг та DNS-записи. Who.is може бути корисним інструментом для визначення власників веб-сайтів, а також для виявлення потенційно сумнівних чи шахрайницьких доменів.

4 ) The Wayback Machine. Веб-сервіс, який забезпечує можливість перегляду архіву веб-сторінок з минулих років. Він зберігає копії веб-сторінок

з моменту їхнього створення та регулярно оновлює ці дані, що дозволяє користувачам переглядати те, як виглядали сайти у різні періоди часу [14].

Ресурси для перевірки фотоматеріалів:

1) Google.com - <https://www.google.com/searchbyimage>. Можливо скористатися функцією «Знайти зображення» у пошуковому двигуні Google. Для цього варто перетягнути або завантажити фото, а потім Google спробує знайти інші ресурси, що містять цю саму або подібну картинку. Пошук зображень можна уточнювати за проміжком часу, за розміром, за кольором за типом. Це може допомогти виявити, чи було зображення раніше використане в інших контекстах. Поруч зі зворотним пошуком за зображенням, можна використати ключові слова, щоб знайти статті або інші джерела, що можуть надати додаткову інформацію про зображення. Наприклад, якщо фотографія стосується певної події або місця, варто використовувати ці слова разом із словом «фото», «зображення» або «картинка» у пошуку.

2) TinEye – <https://www.tineye.com/>. Веб-сервіс, який спеціалізується на зворотному пошуку за зображенням. Цей інструмент дозволяє користувачам завантажувати або вводити URL зображення, а потім виконує пошук в Інтернеті, щоб знайти інші веб-сторінки, на яких зустрічається це саме або схоже зображення.

Основна функція TinEye - це надання інформації про те, де і як зображення використовувалось раніше в Інтернеті. Це може бути корисним для перевірки походження або автентичності зображення, а також для виявлення його контексту та можливих варіацій.

Один з основних сценаріїв використання TinEye - це виявлення використання зображень без дозволу їх авторів або виявлення фальсифікації зображень. Також TinEye може бути корисним інструментом для дослідження поширення конкретних зображень в Інтернеті або для знаходження додаткової інформації про об'єкти або події, зображені на фотографіях.

3) Jeffrey's Image Metadata Viewer. Image Metadata Viewer - це інструмент, який дозволяє переглядати метадані, пов'язані з фотографіями. Метадані - це інформація, яка зберігається в файлі зображення і містить різноманітну інформацію, таку як дату та час створення, камеру, що використовувалася для зйомки, географічні координати, параметри камери, інформація про авторство та інше.

Щоб скористатися Image Metadata Viewer, варто завантажити фотографію до інструменту, і він відобразить доступні метадані. Але варто пам'ятати, що не всі фотографії мають метадані, а також що метадані можуть бути легко змінені або видалені, тому необхідно аналізувати їх з обережністю і разом з іншими джерелами інформації.

4) Baidu - <https://www.baidu.com/>. Baidu - китайський пошуковий двигун, який також пропонує можливість виконати зворотний пошук за зображенням. Ось як ви можете скористатися Baidu для перевірки правдивості фотоматеріалів.

5) Fotoforensics - <http://fotoforensics.com/>. Онлайн-інструмент, який дозволяє аналізувати цифрові зображення для виявлення потенційних змін, редагувань або фотошопу. Він базується на різних методах обробки зображень, таких як аналіз метаданих, дослідження компресії та інші техніки, які допомагають розкрити ознаки ретуші або маніпуляції зображеннями.

6) ViewDNS - <https://viewdns.info/>. Онлайн-інструмент, який надає різноманітні сервіси для аналізу доменів і мережі. Цей інструментарій дозволяє користувачам виконувати різні види дій для дослідження доменів і інтернет-мереж.

Ресурси для перевірки відеоматеріалів:

1) Watchframebyframe - <http://www.watchframebyframe.com/>. Онлайн-інструмент для детального аналізу відео кадр за кадром. Він дозволяє відтворювати відео у повільному темпі та вручну переглядати кожен кадр. Це може бути корисним для виявлення будь-яких аномалій або монтажу у відеоматеріалах, таких як фотомонтаж, цифрові ефекти або видалення об'єктів.

2) YouTube - <https://www.youtube.com/>. За допомогою цього відеохостингу можливо перевірити відомість відео по кількості переглядів - це збільшить ймовірність, що відео є достовірним. За допомогою коментарів та відгуків до відео, можна помітити як інші користувачі виявляють недоліки чи недостовірність інформації, наданої в відео.

3) CitizenEvidence - <https://citizenevidence.amnestyusa.org/>. Онлайн-інструмент, розроблений проектом InVID, який допомагає громадянам перевіряти достовірність відеоматеріалів. Він надає користувачам ряд інструментів та можливостей для аналізу відео та перевірки його достовірності. Ось деякі способи, якими можна скористатися CitizenEvidence для перевірки відеоматеріалів:

4) InVID Project - <https://www.invid-project.eu/>. Ініціатива, спрямована на боротьбу з дезінформацією та фейками в інтернеті. Цей проект розроблений для надання журналістам та громадянам інструментів для перевірки достовірності відео та зображень в мережі Інтернет. InVID включає в себе різноманітні інструменти, такі як розширення для веб-переглядачів, веб-додатки та розширені API, які допомагають відстежувати, перевіряти та аналізувати медіа-контент. Ці інструменти дозволяють користувачам перевіряти метадані відео та зображень, шукати додаткову інформацію про джерело, перевіряти відкриті дані та використовувати інші методи для виявлення маніпуляцій та недостовірної інформації [9]. Неодмінно важливо ставити собі питання: «Чи ви дивитеся на оригінал зображення?», «Чи знаєте ви, хто, де, коли і чому зробив фотографію?»

## 2.6 Поради щодо поведінки журналіста в соціальних-мережах

Журналіст-розслідувач Майкл Гайден виділяє кілька важливих аспектів для перевірки відео: визначайте джерело відео; аналізуйте ключові слова в описі відео; використовуйте різні платформи для пошуку (YouTube, Vimeo, Bitchute, Rewtube та DTube); переконайтеся, що особа, яка заявляє, що зняла відео, дійсно була в тому місці; збирайте максимальну інформацію про відео: хто на ньому, який одяг, час і місце зйомки; встановіть час завантаження відео на платформі, ідентифікаційний номер відео, поділіть відео на скріншоти та використовуйте пошук за зображеннями.

Хибна поведінка журналіста в соціальних мережах може нести велику небезпеку, тепер значно легше сказати щось непристойне у Facebook чи в X, це може зробити кожен журналіст і над цим немає контролю. Медійники дозволяють собі в соціальних мережах вступати у публічні конфлікти, виявляти свою власну думку, щодо політичних питань, дискредитаційні вислови, а іноді й відвертий онлайн-булінг.

Експерти ІМІ розробили рекомендації для журналістів щодо поведінки в соціальних мережах:

1. Журналісти не повинні відкрито підтримувати політичних діячів чи партії на своїх сторінках, якщо їхнє видання дотримується політичної нейтральності.

2. Журналісти повинні уникати використання мови ненависті та не дискредитувати інші соціальні групи.

3. Журналіст не може фотографувати незнайомих людей у публічних місцях і публікувати їхні фото без дозволу, особливо якщо це стосується дітей, щоб не порушувати їхнє право на приватність.

4. Журналістам не слід використовувати нецензурну лексику у своїх дописах.

5. Журналісти мають ретельно перевіряти достовірність інформації, яку вони публікують у соцмережах.

6. Журналісти повинні уникати надмірно емоційних висловлювань і прагнути до неупередженості у своїх дописах.

7. Особливу увагу слід приділяти власній безпеці в інтернеті, не надаючи доступ до свого профілю різним програмам, що може поставити під загрозу конфіденційність джерел.

Варто ставитися толерантно до інших користувачів соцмереж, навіть коли вони критикують чи дискредитують вас чи ваші дописи [15].

## Висновки до розділу 2

У другому розділі висвітлені питання та зміни, які трапились у споживанні медіа після 24 лютого 2022 року. В українців виникла потреба постійно перебувати в інформаційному потоці. Контроль за новинами став життєво необхідним, а соціальні мережі стали головним джерелом інформації.

З'ясовані зміни у вітчизняній журналістиці після повномасштабного російського вторгнення. Вона пережила найбільші модифікації за роки свого існування, але вистояла и почала стрімко опановувати різні діджитал-платформи для надання якісного контенту українському суспільству.

Визначено, що соціальні мережі є важливим джерелом в роботі журналіста, бо сприяє швидкому отриманню і розповсюдженню актуальної інформації, але треба ретельно її перевіряти. Після повномасштабного російського вторгнення кількість фейків та дезінформації в українському інтернет-просторі значно збільшилась, а одним з основних засобів боротьби з недостовірною інформацією став - фактчекінг.

Виявлено чинники, які впливають на рівень якості інтернет-видань та сприяють створенню професійних стандартів у сфері інтернет-журналістики. Визначено етичні особливості роботи в умовах російсько-української війни.

Проаналізовано дослідження, проведені організацією «Детектор медіа», з метою виявлення проросійських каналів у вітчизняному секторі соцмереж, які поширюють дезінформацію. Цей аналіз дозволив продемонструвати інструменти відстеження телеграм-каналів, що поширюють проросійський фейковий контент та допоможе в майбутньому виявляти нові подібні канали та протидіяти їхньому впливу на український інфопростір.

Класифіковані інструменти перевірки інформації в інтернет середовищі, що допомагають журналістам виявляти неправдиву інформацію, а звичайному громадянину підвищити свій рівень медіаграмотності.

## ВИСНОВКИ

Це дослідження присвячене впливу інтернет –комунікацій на трансформацію сучасної журналістики. Треба визначити, що з появою Інтернету медійний ландшафт дуже змінився. Сучасна журналістика опанувала нові технічні інструменти, а інтернет-журналістика стала найбільш розвинутим та пристосованим засобом масової інформації. Інтернет комунікації дозволили зрівняти права читачів та журналістів в обміні інформацією. Також треба зауважити, що коло необхідних вмінь та навичок сучасного журналіста значно розширилися: він повинен не тільки знаходити, аналізувати інформацію, гарно писати тексти, а і володіти цифровими навичками та мультимедійними форматами.

Ці питання було розкрито в першому розділі. Також були визначені виклики, які ставлять інтернет-комунікації для подальшого успішного розвитку інтернет-журналістики, це правові, етичні, та питання достовірності інформації та медіа грамотності.

Перший розділ став теоретичною основою для другого емпіричного розділу, в якому розглядається найбільш сучасний період часу вітчизняної журналістики - це період російсько-української війни.

В другому розділі висвітлені комунікативні практики та інструменти роботи журналіста сьогодення. Досліджено, як журналісти вирішують питання етики та борються з дезінформацією в інтернет середовищі. Зібран кейс інструментів для виявлення фейкового та недостовірного контенту. Це дозволить сучасній журналістиці стати більш якісною та підвищити рівень медіа грамотності користувачів.

Сучасна журналістика пристосовується до нових інформаційних та технічних можливостей, пов'язаних з розвитком інтернет-комунікацій, а останні суттєво впливають на трансформацію самої журналістики. Це безкінечний процес еволюції і для успішного існування інтернет-журналістики треба розуміти тенденції розвитку інтернет-комунікацій.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гоцур О. Особливості функціонування медіаринку України в умовах війни. *Communications and Communicative Technologies*. Львів, 2022. Вип. 22. С. 47-53.
2. Захарченко А. Інтернет-медіа: інтерактивний навчальний посібник для курсу «Підтримка сайту» для студентів відділення «Видавнича справа та редагування». Тернопіль, «Крок». 2014. 198 с.
3. Інтернет-журналістика як нова форма універсального мультимедіа: матеріали науково-практичної конференції: збірник тез. . Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика. Миколаїв, 2019. 85 с.
4. Крецу І. Н., Гузун М., Василик Л. Підручник з крос-медіа/ Schiller Publishing Youse: Bonn / Germany – Sibiu/ Romania. 2015. 140 с.
5. Полумисна О. О. Електронна журналістика: навчально-методичний посібник для студентів за спеціальністю «Журналістика». Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2016. 66 с.
6. Потятиник Б. Інтернет-журналістика: навч. посіб. / Борис Потятиник ; ред. О. Панчишин; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка, Ф-т журналістики- Л. : ПАІС, 2010. 243 с.
7. Тонкіх І. Ю. Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті: навчальний посібник. Запоріжжя : ЗНТУ, 2017. 130 с.
8. Чабаненко М. Мультимедійність в інтернет-журналістиці: навчально-методичний посібник ля здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Журналістика». Запоріжжя: Просвіта, 2018. 80 с.
9. Чуранова А. Правила світу інформації: як українським медіа наблизитися до європейських стандартів. Посібник для журналістів. Київ, 2019. 112 с.
10. Dominick, J. R. *The Internet and World Wide Web* / Joseph R. Dominick // *The dynamics of mass communication: Media in the digital age* / Joseph R. Dominick McGraw-Hill Higher Education, 2017. P. 308.

## Електронні ресурси

11. Афанасьєва К. "Інтернет-ЗМІ в Україні: проблеми визначення нормативно-правового статусу та врегулювання діяльності". Аналітична записка від 05.03.2013 // Національний інститут стратегічних досліджень. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/informaciyni-strategii/internet-zmi-v-ukraini-problemi-viznachennya-normativno> (дата звернення 07.11.2023)
12. Аналіз базових положень Закону "Про медіа" щодо онлайн-медіа. 2022. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/analiz-bazovyh-polozhen-zakonu-pro-media-shhodo-onlajn-media-i49650> (дата звернення 07.11.2023)
13. Галушко О. І., Петкевич А. В. Сучасний стан та перспективи розвитку глобального медіа-ринку // Міжнародний науковий електронний журнал. 2019, №4. URL: <https://www.ukrlogos.in.ua/10.11232-2663-4139.04.31.html> (дата звернення 02.04.2024)
14. Головне, що сталося з українською журналістикою під час великої війни. 2023. URL: <https://glavcom.ua/digest/holovne-shcho-stalosja-z-ukrajinskoju-zhurnalistikoju-pid-chas-velikoji-vijni-932492.html> (дата звернення 02.04.2024)
15. Журналіст у соціальних мережах. Рекомендації для медіа // Інститут масової інформації. 2020. URL: <https://imi.org.ua/advice/zhurnalist-u-sotsialnyh-merezhah-rekomendatsiyi-dlya-media-i31209> (дата звернення 02.04.2024)
16. Інтернет-ЗМІ. Вікіпедія: Вільна Енциклопедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Інтернет-ЗМІ> (дата звернення 07.11.2023)
17. Комісія з журналістської етики нагадує про стандарти ЗМІ під час війни // Детектор медіа. 2022. URL: <https://detector.media/infospace/article/197628/2022-03-17-komisiya-z-zhurnalistiskoi-etyky-nagaduie-pro-standarty-zmi-pid-chas-viyny> (дата звернення 03.04.2024)

18. Конах В. К. Інтернет-ЗМІ в Україні: проблеми визначення нормативно-правового статусу та врегулювання діяльності. 2013. URL: <http://old2.niss.gov.ua/articles/1085> (дата звернення 03.04.2024)
19. «Кремлівська гидра»: 300 телеграм-каналів, які отруюють український інфопростір – Детектор медіа. 2022. URL: <https://detector.media/monitorynh-internetu/article/205954/2022-12-14-kremlivska-gidra-300-telegram-kanaliv-yaki-otruuyuyut-ukrainskyu-infoprostir/> (дата звернення 03.04.2024)
20. Онлайн-медіа, що стали найякіснішими: Білий список другого півріччя 2023 // Інститут масової інформації. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/onlajn-media-shho-staly-najyakisnishymy-bilyj-spysook-drugogo-pivrichchya-2023-i55817> (дата звернення 07.11.2023)
21. Українські медіа ставлення та довіра у 2023 р.  
URL: <https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2023/10/Ukrainski-media-stavlennia-ta-dovira-2023r.pdf> (дата звернення 20.11.2023)
22. Allan S. Online News: Journalism and the Internet. Open University Press. 2006., URL: <https://is.gd/Alwib5> (дата звернення 03.04.2024)
23. Perreault Gregory P., Ferrucci Patrick What Is Digital Journalism? Defining the Practice and Role of the Digital Journalist. Digital Journalism volume 8, 2020. Issue 10 URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2020.1848442> (дата звернення 04.04.2024)



## Додаток Б

Чому є фактом те, що «окупаційні» телеграм-канали створює Росія

На малюнку зображені тісні зв'язки «окупаційних» телеграм каналів (жовтих кіл) з «пропагандистськими» (синіми колами), що позначені як «Інші». А стрілки вказують напрямок поширення дописів, що йдуть від «пропагандистських» каналів до «окупаційних». Жовті кола однакого розміру показують мережу каналів створених за однаковим принципом, де спершу іде назва населеного пункту, а потім додаток «ги»; російській прапор на головному фото; коли, населений пункт не вдалось захопити «ги» змінюють на «иа». Ця схема показує тісній взаємозв'язок каналів в інформаційному вакуумі, тобто якщо індивідуум підпишеться на один з цих каналів, то побачить багато згадок інших каналів, але вони не будуть виходити за межі пропагандистського простору.

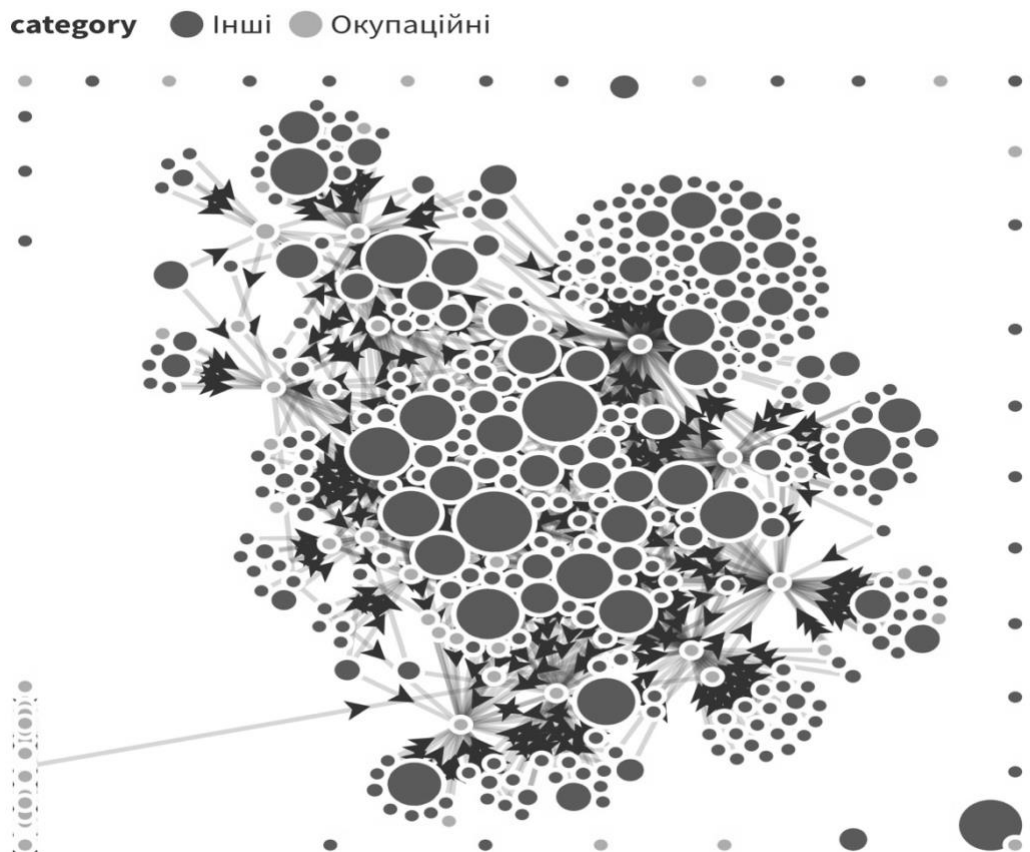


рис. Б.1 Схема взаємозв'язку «пропагандистських» і «окупаційних» телеграм-каналів

## АНОТАЦІЯ

З розвитком та поширенням Інтернету сучасний медіа-ландшафт стрімко змінюється. Інтернет-комунікації стали невід'ємною частиною професійної діяльності журналістів, вони відкрили нові можливості для збору, обробки та розповсюдження інформації. Завдяки інтернет-комунікаціям, журналістика має можливість використовувати інтерактивність, мультимедійність, соціальні мережі та інші інструменти для створення більш інформативного та змістовного контенту. Сфера інтернет-журналістики та інтернет-комунікацій потребує адекватного регулювання та захисту прав журналістів і користувачів. Дослідження може сприяти розробці ефективних стандартів медіа-сфери та зростанню медіа грамотності споживачів. Мета роботи полягає у визначенні впливу інтернет-комунікацій на трансформацію сучасної журналістики.

Завдання роботи включають висвітлення історії та основних принципів інтернет-журналістики; визначення ролі соціальних мереж у роботі журналіста<sup>4</sup> виявлення особливості роботи під час російсько-української війни. Класифікація інструментів, за допомогою яких можна перевіряти інтернет-контент на достовірність інформації, виявляти фейки та російську дезінформацію, що дозволить створювати якісні журналістські матеріали та підвищити рівень медіа-грамотності користувачів.

Об'єктом дослідження є сучасний медійний комунікативний простір, в якому функціонує інтернет-журналістика. а також інтернет комунікації, як інструмент сучасної журналістики. Предметом дослідження є інтернет комунікації як інструмент сучасної журналістики.

Методи дослідження. У роботі були використані такі методи як спостереження, порівняльний та описовий. У дослідженні використано метод контент-аналізу.

Робота складається зі вступу, 2 розділів (теоретичного та емпіричного), висновків до розділів, загальних висновків та списку використаних джерел.

**Ключові слова:** інтернет-журналістика, мережева журналістика, онлайн-журналістика, інтернет-комунікації, фактчекінг, інструменти фактчекінгу.

## ABSTRACT

With the development and spread of the Internet, the modern media landscape is rapidly changing. Internet communications have become an integral part of journalists' professional activities, opening new opportunities for collecting, processing, and distributing information. Through internet communications, journalism can use interactivity, multimedia, social networks, and other tools to create more informative and meaningful content. The field of internet journalism and internet communications requires appropriate regulation and protection of journalists' and users' rights. Research can contribute to the development of effective media standards and the growth of media literacy among consumers. The purpose of this work is to analyze the impact of internet communications on the transformation of modern journalism.

The tasks of the work include highlighting the history and main principles of internet journalism, as well as defining the role of social networks in the work of a journalist. It also aims to identify the features of working during the Russo-Ukrainian war. Furthermore, it classifies tools that can be used to verify internet content for accuracy, detect fakes and Russian disinformation, which will enable the creation of high-quality journalistic materials and enhance the media literacy of internet users.

The object of the research is the modern media communicative space in which internet journalism operates, as well as internet communications as a tool of modern journalism. The subject is internet communications as a tool of modern journalism.

Research methods. The work used methods such as observation, comparison, and description. Content analysis was also employed in the research.

The work consists of an introduction, two chapters (theoretical and empirical), conclusions for the chapters, general conclusions, and a list of used information sources.

**Keywords:** internet journalism, network journalism, online journalism, internet communications, fact-checking, fact-checking tools.