

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. Н.
КАРАЗІНА

СОЦІОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

Пояснювальна записка
до кваліфікаційної роботи
на тему
«СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ТА ГРОМАДЯНСЬКА ЖУРНАЛІСТИКА В
УМОВАХ ВІЙНИ»

Виконала: студентка 4 курсу групи СМК-47
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності 061 Журналістика
Шумейко М.І.

Керівник: канд. філологічних наук, доцент Трифонов Р.А.

Харків – 2025

ЗМІСТ

Вступ	4
1 Роль соціальних мереж і громадянської журналістики у воєнний час.....	7
1.1 Громадянська журналістика та соціальні мережі як інструменти інформування	7
1.2 Соціальні мережі як інструменти громадянської журналістики.....	11
1.3 Вплив інформаційної війни на трансформацію комунікацій.....	17
2 Громадянська журналістика у контексті воєнної інформаційної боротьби.....	21
2.1 Використання громадянської журналістики для інформування суспільства та протидії пропаганді.....	21
2.2 Дискурсивні стратегії громадянської журналістики у військових умовах.....	25
3 Аналіз комунікативних практик громадянської журналістики у воєнних умовах.....	30
3.1 Методологія дослідження.....	30
3.2 Аналіз контенту в TikTok.....	32
3.3 Контент громадянських журналістів у Telegram.....	35
3.4 Дискурсивні практики у Facebook.....	38
3.5 Інтерпретація результатів через дискурсивні теорії.....	42

Висновки	45
Список використаних джерел	48
Додатки	51

ВСТУП

Сучасні військові конфлікти суттєво трансформують не лише геополітичні реалії, а й інформаційний простір, у якому журналістика відіграє критично важливу роль. З початком бойових дій змінюється динаміка створення, поширення та споживання новинного контенту: виникає нагальна потреба в оперативній інформації, зростає емоційне навантаження на аудиторію, посилюється конкуренція між різними джерелами. У цих умовах традиційні медіа стикаються з низкою серйозних викликів: обмеження доступу до місць подій, цензура, загроза для життя журналістів, а також технічні труднощі у забезпеченні безперебійного інформування. Це, своєю чергою, відкриває простір для альтернативних форм журналістики — зокрема, для громадянської журналістики, що активно розвивається у цифровому середовищі.

Завдяки соціальним мережам звичайні громадяни — очевидці подій — отримали змогу самостійно інформувати про те, що відбувається, використовуючи мобільні пристрої, відео, фото та короткі текстові повідомлення. Telegram, TikTok, Facebook та інші платформи перетворилися на ключові канали поширення оперативного контенту, який часто випереджає традиційні медіа як за швидкістю, так і за обсягом. Громадянські журналісти стали не лише свідками, а й активними суб'єктами інформаційного процесу. Однак така медіаактивність супроводжується низкою викликів: брак професійних стандартів, відсутність перевірки фактів, ризик поширення фейкових новин, емоційна маніпуляція аудиторією, а також питання відповідальності за контент.

Громадянська журналістика у соціальних мережах виконує низку важливих функцій у воєнний час: вона сприяє оперативному інформуванню населення, мобілізує громадян до дій, підтримує моральний

дух, викликає міжнародний резонанс. Часто саме завдяки відео очевидців, хештег-кампаніям або флешмобам у TikTok чи Telegram вдається привернути увагу до гострих гуманітарних питань або злочинів війни. Разом із тим, нова інформаційна реальність вимагає переосмислення критеріїв достовірності, меж етичності, а також розробки нових підходів до верифікації контенту.

Вивчення громадянської журналістики та її ролі у висвітленні війни активно проводиться як в українському, так і в міжнародному академічному середовищі. Зокрема, у працях Н. Лісневської, О. Гриценка та І. Кононенка досліджуються трансформації медійного простору, еволюція журналістських практик, а також питання довіри до нових джерел інформації. У зарубіжному контексті дослідження таких авторів, як Г. Дженкінс (теорія колективної інтелектуальності) чи М. Кастельс (мережеве суспільство), дають ширшу оптику на цифрову участь громадян у ситуаціях кризи або збройного конфлікту. Проте питання співвідношення між громадянською та професійною журналістикою, механізмів перевірки фактів, а також впливу неконтрольованих джерел на громадську думку залишаються відкритими та потребують глибшого аналізу.

Метою даного дослідження є виявлення специфіки функціонування громадянської журналістики у соціальних мережах під час війни, її впливу на суспільство, інформаційну безпеку та традиційні журналістські практики. Задля досягнення цієї мети у роботі передбачається:

1. Визначити ключові характеристики громадянської журналістики в умовах війни;

2. Проаналізувати соціальні мережі як головні платформи поширення такого контенту;
3. Дослідити методи перевірки достовірності матеріалів;
4. Здійснити порівняльний аналіз громадянської та традиційної журналістики за критеріями оперативності, достовірності, впливу на аудиторію;
5. Оцінити ризики та перспективи розвитку громадянської журналістики у цифрову епоху.

1 РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ І ГРОМАДЯНСЬКОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ У ВОЄННИЙ ЧАС

1.1 Громадянська журналістика та соціальні мережі як ключові інструменти інформування під час війни

В умовах збройного конфлікту інформація стає не лише засобом комунікації, а й інструментом впливу, мобілізації, психологічного тиску та навіть зброєю. Традиційні засоби масової інформації (ЗМІ) стикаються з рядом обмежень, таких як державна цензура, загрози для життя журналістів у зоні бойових дій, а також контроль доступу до інформації з боку військових і державних структур. Це створює інформаційний вакуум, який заповнюють соціальні мережі та громадянська журналістика.

Громадянська журналістика передбачає участь звичайних громадян у зборі, створенні та поширенні новинного контенту. Використовуючи соціальні мережі, такі як Facebook, Twitter, Telegram, TikTok та YouTube, очевидці подій, волонтери, військові, активісти та навіть випадкові перехожі можуть фіксувати й поширювати інформацію практично в реальному часі [12]. Це дозволяє суспільству отримувати більше джерел інформації та оперативно реагувати на події, тоді як традиційні медіа можуть потребувати більше часу для перевірки фактів і підготовки репортажів.

Соціальні мережі також стали важливим джерелом для професійних журналістів, які використовують контент громадянських журналістів для створення новинних матеріалів. Наприклад, фотографії руйнувань, відео з місць бойових дій або особисті свідчення цивільних допомагають медіа деталізувати картину подій. Водночас це піднімає питання достовірності таких матеріалів, оскільки громадянська журналістика не завжди

дотримується традиційних журналістських стандартів, таких як перевірка фактів або баланс думок.

Також соціальні мережі під час війни виконують декілька ключових функцій, які суттєво впливають на інформаційний простір та суспільні настрої. Однією з основних функцій є оперативне інформування про події на фронті. Соціальні мережі дозволяють миттєво передавати дані з місць бойових дій, що дає змогу цивільному населенню, журналістам і військовим отримувати актуальну інформацію про ситуацію. Такі повідомлення можуть включати офіційні зведення Генерального штабу, оперативні відео з передової, інформацію про ракетні атаки чи обстріли. Швидкість поширення таких даних робить соціальні мережі ефективнішими за традиційні медіа, які потребують більше часу на перевірку та публікацію матеріалів.

Іншою важливою функцією є документування воєнних злочинів. Очевидці, журналісти та військові можуть фіксувати факти порушення міжнародного гуманітарного права, такі як обстріли цивільної інфраструктури, застосування забороненої зброї, знущання над військовополоненими та злочини проти мирного населення. Такий контент часто використовується міжнародними організаціями, правозахисниками та юристами для збору доказів, які можуть бути залучені в майбутніх судових процесах щодо воєнних злочинів.

Соціальні мережі також відіграють значну роль у мобілізації суспільства для підтримки армії та волонтерства. Завдяки платформам, таким як Facebook, Telegram, Twitter та Instagram, активісти, благодійні фонди та державні структури можуть організовувати збори коштів на потреби військових, забезпечувати евакуацію цивільного населення, поширювати інформацію про потреби біженців та внутрішньо

переміщених осіб. Волонтерські ініціативи швидко координуються через соцмережі, що дозволяє ефективніше реагувати на виклики війни.

Ще одним важливим аспектом є протидія ворожій пропаганді та дезінформації. У сучасній війні інформаційний простір є ще одним полем бою, де країни-агресори намагаються поширювати фейки, маніпуляції та панічні настрої серед населення противника. Офіційні державні джерела, незалежні фактчекери та громадянські журналісти використовують соціальні медіа для викриття неправдивої інформації, розвінчування міфів та нейтралізації пропагандистських наративів.

Окрім цього, соціальні мережі мають значний міжнародний інформаційний вплив. Контент, створений очевидцями війни, журналістами та громадськими діячами, активно поширюється світовими ЗМІ та політиками, формуючи міжнародну думку щодо конфлікту. Це впливає на ухвалення політичних рішень, підтримку санкційних заходів проти країни-агресора, надання військової допомоги та гуманітарної підтримки. Таким чином, інформація, поширена через соцмережі, може змінювати глобальний порядок денний та впливати на політику урядів.

Завдяки активному використанню соціальних мереж війна більше не обмежується лише бойовими діями – вона ведеться і в інформаційному просторі. Перемога в цьому просторі є не менш важливою, ніж успіхи на полі бою, оскільки контроль над інформаційними потоками визначає рівень підтримки серед громадян, стабільність держави та міжнародну реакцію. Успішна інформаційна стратегія держави та громадянського суспільства може сприяти збереженню міжнародної підтримки та консолідації суспільства, тоді як слабкий контроль над інформаційним потоком може призвести до поширення панічних настроїв, фейкових новин та інформаційних атак, що можуть негативно вплинути на хід війни.

Водночас громадянська журналістика, попри свої численні переваги, несе і значні ризики, які можуть мати серйозні наслідки як для інформаційного простору, так і для безпеки країни. Однією з головних проблем є низька достовірність інформації. Оскільки громадянські журналісти не є професійними медійниками і часто не мають відповідного досвіду та навичок роботи з інформацією, їхні матеріали можуть містити помилки, перебільшення або спотворення фактів. Крім того, у соціальних мережах відсутні редакційні перевірки, які є обов'язковими в традиційних медіа. Це сприяє швидкому поширенню маніпуляцій, неправдивих відомостей та фейкових новин. Фальсифікована або викривлена інформація може мати катастрофічні наслідки: викликати паніку серед населення, підірвати довіру до офіційних джерел, сприяти поширенню дезінформації, що активно використовується ворогом у гібридній війні.

Ще однією серйозною загрозою є витік конфіденційних або стратегічно важливих даних. Громадянські журналісти, не усвідомлюючи ризиків, можуть публікувати фотографії чи відео з місць бойових дій, координати розташування військових об'єктів, переміщення техніки або повідомлення з передової. Така інформація може бути використана ворогом для коригування артилерійських та ракетних ударів, збору розвідданих та проведення диверсій. В історії воєн неодноразово траплялися випадки, коли надмірна відкритість у медіапросторі призводила до втрат серед військових і цивільного населення. Наприклад, опубліковані фото в соцмережах із геолокацією допомагали противнику виявляти цілі для ударів.

Також важливо враховувати, що емоційний контент, який поширюють громадянські журналісти, може значно впливати на суспільну думку, але не завжди об'єктивно відображає реальну ситуацію. На відміну від професійних журналістів, які прагнуть дотримуватися балансу думок і

фактів, громадянські журналісти часто висвітлюють події з власної суб'єктивної точки зору. Це може призводити до створення інформаційних "бульбашок", коли люди сприймають лише ту інформацію, яка відповідає їхнім переконанням, ігноруючи інші погляди. Крім того, емоційний характер контенту може викликати масову істерію, страх, ненависть або навіть хаос.

Важливим аспектом є також використання громадянської журналістики у пропагандистських цілях. Як державні, так і недержавні актори можуть свідомо маніпулювати громадянськими журналістами, використовуючи їх для створення і поширення дезінформації. У воєнний час такі методи є особливо поширеними: створення фейкових відео, неправдивих свідчень очевидців, розповсюдження панічних чуток або вигаданих історій, які можуть підривати моральний дух населення та армії.

Таким чином, попри значну роль у формуванні інформаційного поля, громадянська журналістика потребує відповідального підходу як від самих її учасників, так і від аудиторії. Споживачам інформації варто критично оцінювати джерела, перевіряти факти та усвідомлювати можливі ризики, пов'язані з поширенням неперевіреної інформації. Держава, своєю чергою, повинна здійснювати ефективну інформаційну політику, спрямовану на боротьбу з дезінформацією, підвищення медіаграмотності населення та забезпечення надійних офіційних каналів комунікації.

1.2 Соціальні мережі як інструменти громадянської журналістики

Громадянська журналістика під час війни значною мірою спирається на соціальні мережі та цифрові платформи, які надають можливість оперативного поширення інформації, залучення великої аудиторії та мінімізації цензурних обмежень. В умовах воєнного конфлікту громадяни,

які фіксують події, що відбуваються навколо, та публікують їх у відкритому доступі, стають джерелами важливих новин і свідчень про реальну ситуацію на фронті та в тилу. Серед найпопулярніших платформ, що використовуються для громадянської журналістики під час війни, особливо виділяються Telegram, TikTok та Facebook, кожна з яких має власні унікальні можливості та особливості функціонування.

Telegram є одним із ключових інструментів громадянської журналістики, оскільки надає можливість створювати канали та групи з необмеженою кількістю підписників, забезпечуючи швидке розповсюдження інформації серед великої аудиторії. На відміну від традиційних ЗМІ, де публікація матеріалів потребує редакційної перевірки, у Telegram будь-який користувач може стати джерелом новин, що особливо важливо в умовах війни. Високий рівень конфіденційності та можливість анонімного адміністрування каналів робить цю платформу ефективним інструментом для незалежних журналістів, активістів і волонтерів, які поширюють оперативні новини, аналіз та свідчення про події в зоні бойових дій [19].

Під час війни Telegram виконує низку важливих функцій. Він використовується для оперативного інформування населення про ситуацію на фронті, обстріли, гуманітарні коридори, а також для поширення офіційних заяв державних органів. Багато незалежних журналістів і блогерів створюють власні канали, на яких публікують ексклюзивні матеріали, що нерідко перевершують за швидкістю та достовірністю традиційні медіа. Крім того, Telegram став платформою для волонтерських ініціатив: через канали організується збір коштів, координація гуманітарної допомоги та евакуаційних заходів.

Однією з ключових переваг цієї платформи є відсутність жорсткої модерації та алгоритмічного обмеження охоплення контенту. На відміну від інших соціальних мереж, де алгоритми можуть зменшувати видимість певних постів або блокувати публікації, Telegram дозволяє поширювати інформацію безпосередньо до підписників каналу, що забезпечує велику аудиторію для важливих повідомлень. Це особливо важливо в умовах війни, коли швидкість отримання інформації може бути вирішальною для безпеки громадян.

Водночас цей застосунок має і значні ризики. Анонімність платформи робить її осередком дезінформації та пропаганди. Відсутність централізованої модерації дозволяє поширювати фейкові новини, спотворені факти та маніпулятивний контент. Ворожі сили активно використовують Telegram для інформаційних операцій, спрямованих на дестабілізацію ситуації, посилення панічних настроїв та дискредитацію офіційних джерел інформації. Окрім цього, зловживання публікацією фото та відеоматеріалів може становити загрозу національній безпеці – необережно розміщені знімки позицій українських військових або переміщення техніки можуть бути використані противником для коригування обстрілів.

TikTok виконує унікальну функцію в екосистемі громадянської журналістики, суттєво відрізняючись від інших платформ, зокрема Telegram. Якщо Telegram орієнтований переважно на текстові повідомлення та довгі відео, то TikTok робить ставку на короткі динамічні ролики, які швидко поширюються серед користувачів завдяки алгоритмічному просуванню. Цей формат дозволяє максимально швидко передавати емоційний та візуальний контент, що робить TikTok потужним інструментом у висвітленні воєнних подій [9].

У перші дні війни TikTok став одним із головних інструментів для поширення відеозаписів бойових дій, атак на мирні міста, гуманітарної кризи та реакцій громадян на вторгнення. Завдяки простоті використання та широкій доступності мобільних телефонів звичайні люди могли фіксувати події в реальному часі та миттєво ділитися ними зі світом. Відео, зняті очевидцями, часто потрапляли у глобальні тренди, формуючи інформаційний порядок денний. Це сприяло не лише підвищенню міжнародної обізнаності про війну, а й мобілізації світової громадськості на підтримку країни, що зазнала агресії.

Алгоритми TikTok дозволяють навіть звичайним користувачам без великої кількості підписників отримати мільйонні перегляди, якщо їхній контент викликає високу взаємодію. Це дає змогу громадянським журналістам доносити важливі повідомлення до широкої аудиторії без необхідності працювати в традиційних медіа. Крім того, формат коротких відео робить інформацію більш доступною та легкою для сприйняття, особливо для молодшої аудиторії, яка часто отримує новини саме через TikTok.

Однак, як і у випадку з Telegram, використання TikTok під час війни несе певні загрози. По-перше, алгоритми платформи віддають перевагу емоційно зарядженому контенту, що може призводити до домінування шокуючих або сенсаційних відео на шкоду аналітичним та перевіреним матеріалам. Це створює ризик поверхневого сприйняття подій та маніпуляції громадською думкою. По-друге, ворожі сили активно використовують TikTok для розповсюдження маніпуляцій, відеофейків та залякування населення. Часто поширюються постановочні відео або старі записи, які видають за актуальні події, що може дезорієнтувати глядачів і спровокувати панічні настрої.

Окремою проблемою є те, що глядачі TikTok не завжди мають змогу перевірити першоджерело відео. Оскільки платформа не вимагає обов'язкової верифікації користувачів, складно визначити, хто саме розповсюджує певний контент і чи є ця інформація достовірною. Відсутність контексту та лаконічність роликів можуть спотворювати загальну картину подій, що потребує більшої медіаграмотності серед аудиторії.

Facebook залишається однією з найважливіших платформ для громадянської журналістики під час війни, надаючи простір для аналітичного висвітлення подій, глибоких дискусій та координації громадських ініціатив. На відміну від Telegram та TikTok, ця соціальна мережа має більш структуровану систему перевірки контенту, що сприяє підвищенню рівня достовірності інформації. Завдяки можливості створення груп, сторінок та спільнот, Facebook став основним інструментом для самоорганізації громадян, які прагнуть отримувати перевірені новини, брати участь у гуманітарних ініціативах або вести інформаційну боротьбу.

Однією з ключових переваг Facebook є те, що державні та громадські організації можуть офіційно спростовувати фейки та координувати інформаційну політику. Це особливо важливо під час війни, коли поширення неправдивої інформації може впливати на моральний стан населення та міжнародну підтримку. Офіційні сторінки урядових структур, зокрема Міністерства оборони, Офісу президента та інших відомств, використовують Facebook для розповсюдження актуальних даних про ситуацію на фронті, екстрені повідомлення щодо безпеки та звернення до міжнародної спільноти.

Крім того, Facebook відіграє важливу роль у мобілізації ресурсів та координації волонтерської допомоги. Завдяки зручному функціоналу збору коштів, ця соціальна мережа стала однією з головних платформ для благодійних ініціатив. Волонтерські організації, благодійні фонди та окремі активісти використовують її для залучення фінансової підтримки на потреби армії, гуманітарну допомогу цивільним та постраждалим від війни. Також тут створюються групи для пошуку житла для переселенців, координації евакуації та надання психологічної допомоги.

Водночас Facebook стикається з серйозними викликами, серед яких — проблема інформаційних бульбашок. Алгоритми платформи формують стрічку новин користувачів відповідно до їхніх уподобань та взаємодій, що може створювати викривлене уявлення про реальність. Наприклад, люди, які підписані лише на сторінки з певною ідеологічною позицією, отримують обмежену інформацію, яка лише підтверджує їхні погляди, що ускладнює доступ до альтернативних точок зору та критичного аналізу подій.

Ще однією проблемою є боротьба з ворожою пропагандою та дезінформацією. Хоча Facebook має систему модерації та фактчекінгу, алгоритми не завжди встигають швидко реагувати на поширення фейкових новин або маніпулятивного контенту. Ворог активно використовує платформу для створення паніки, зневіри та внутрішніх конфліктів через анонімні акаунти або підконтрольні інформаційні ресурси.

Таким чином, Telegram, TikTok і Facebook виконують різні, але взаємопов'язані функції в громадянській журналістиці під час війни. Telegram забезпечує швидку та анонімну передачу інформації, TikTok формує емоційний вплив на аудиторію, а Facebook стає платформою для аналізу, комунікації та організації громадянської активності. Кожна з цих

платформ має як переваги, так і ризики, що вимагає від користувачів критичного підходу до споживання інформації та ретельної перевірки джерел.

1.3 Вплив інформаційної війни на трансформацію комунікацій

Інформаційна війна кардинально змінила підходи до комунікаційних стратегій у сучасному світі. Згідно з дослідженням Пітера Померанцева у книзі "This is Not Propaganda: Adventures in the War Against Reality", сучасна війна не обмежується лише військовими діями на полі бою, а активно переміщується у цифровий простір. Тут боротьба за правду стає не менш важливою, ніж фізичні бої. Цей факт радикально змінює традиційні стратегії комунікації, адже відтепер інформація є не тільки інструментом інформування, але й потужною зброєю [15].

Однією з основних трансформацій комунікацій під впливом інформаційної війни є швидкість поширення інформації. Раніше традиційні медіа формували порядок денний через редакційну політику та контроль за змістом новин. Проте сьогодні, завдяки розвитку соціальних мереж, інформація розповсюджується миттєво, безпосередньо від користувачів до аудиторії, що значно зменшує вплив традиційних ЗМІ. Це дозволяє громадянам, незалежно від професії чи спеціалізації, ставати активними учасниками інформаційного процесу. Проте, з іншого боку, швидкість поширення інформації також збільшує ризики поширення неперевіраних новин і дезінформації, що має серйозні наслідки для соціальної стабільності.

Децентралізація інформації є ще одним значущим аспектом, який відображає зміни, що сталися завдяки інформаційній війні. Соціальні

мережі дозволяють кожному користувачеві стати репортером і вільно ділитися інформацією з широкою аудиторією. Це значно розширює коло джерел інформації, роблячи їх більш доступними та різноманітними. Проте децентралізація створює й певні ризики. В умовах війни або інших кризових ситуацій важливо не лише мати доступ до інформації, а й здатність перевіряти її достовірність. Без належного контролю над тим, що поширюється, це може призвести до зростання кількості фейків, маніпуляцій та пропаганди.

Зростання ролі відеоконтенту є ще однією важливою зміною, яку принесла інформаційна війна. Як доводить Рут Нахон у своїй роботі "Going Viral" [13], відео є одним із найефективніших способів впливу на суспільну думку, оскільки воно здатне викликати сильні емоції та швидко привертати увагу до подій. Під час війни відео, зняте на смартфони, стало ключовим інструментом громадянської журналістики. Відеозаписи бойових дій, реакцій мирних жителів та військових злочинів миттєво розповсюджуються в соціальних мережах, формуючи інформаційний порядок денний. Це дозволяє ширшій аудиторії швидко реагувати на події, однак також створює ризики для маніпуляцій, оскільки часто відео може бути вирване з контексту або відредаговане для досягнення певних цілей.

Останнім, але не менш важливим аспектом є гібридна війна та дезінформація. Сучасні війни супроводжуються не лише реальними бойовими діями, а й масованими інформаційними операціями, які спрямовані на маніпуляцію суспільною думкою. Ворожі сили активно використовують соціальні мережі для поширення фейкових новин, маніпуляцій і пропаганди. В умовах війни це ускладнює роботу журналістів і створює значні виклики для збереження достовірності новин. Боротьба з такими інформаційними загрозами вимагає не тільки впровадження нових технологій для виявлення фейків, але й розвитку

медіаграмотності серед населення для того, щоб люди могли критично ставитися до отримуваної інформації.

Загалом, інформаційна війна радикально змінює не лише характер комунікацій, але й саму природу взаємодії між людьми, державами та міжнародними організаціями. У цьому контексті необхідність розробки ефективних стратегій комунікацій, здатних впоратися з викликами інформаційної війни, стає надзвичайно важливою для забезпечення національної безпеки, стабільності та розвитку в умовах глобальних криз.

Висновки до 1 розділу:

Проведений аналіз показав, що соціальні мережі та громадянська журналістика стали невід'ємними елементами інформаційного простору в умовах війни. Вони виконують низку ключових функцій — оперативне інформування, мобілізація громадськості, документування злочинів, міжнародне привернення уваги та боротьба з дезінформацією. Саме громадянські журналісти та активні користувачі соціальних мереж часто першими повідомляють про події, публікують фото- та відеосвідчення, які згодом використовують традиційні ЗМІ, міжнародні організації та правозахисні інститути.

Проте ефективність такого інформаційного впливу супроводжується низкою викликів. Поширення недостовірної, неперевіреної або емоційно маніпулятивної інформації, а також розголошення чутливих даних створює загрози як для національної безпеки, так і для інформованості населення. Це вимагає підвищення рівня критичного мислення в аудиторії, медіаграмотності та впровадження системи перевірки фактів у цифровому середовищі.

Водночас інформаційна війна, як новий вимір сучасних конфліктів, значною мірою змінює саму природу комунікацій. Соціальні медіа трансформують роль аудиторії — від пасивного споживача до активного учасника та творця інформаційного порядку денного. В умовах війни ця трансформація набула вирішального значення: перемога в інформаційному просторі часто є запорукою перемоги на політичному або дипломатичному фронті. Таким чином, роль соціальних мереж та громадянської журналістики не просто велика — вона є стратегічно важливою для національного та міжнародного інформаційного ландшафту в умовах воєнних дій.

2 ГРОМАДЯНСЬКА ЖУРНАЛІСТИКА У КОНТЕКСТІ ВОЄННОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БОРОТЬБИ

2.1 Використання громадянської журналістики для інформування суспільства та протидії пропаганді

Громадянська журналістика у воєнний час перетворилася на ключовий механізм поширення інформації, дозволяючи кожному свідку подій стати джерелом новин. У ситуаціях, коли традиційні медіа можуть не встигати за швидкоплинними подіями або стикатися з обмеженням доступу до інформації, саме громадянські журналісти забезпечують суспільство актуальними відомостями про хід бойових дій, гуманітарну ситуацію та злочини агресора.

Одним із головних аспектів громадянської журналістики є висвітлення подій без цензури та викривлення, що особливо важливо в умовах інформаційної війни. Учасники цього процесу публікують фото, відео та текстові звіти безпосередньо з місця подій, надаючи суспільству альтернативне бачення ситуації. Це дозволяє мінімізувати вплив офіційних пропагандистських наративів та формувати об'єктивну картину реальності.

Крім того, громадянська журналістика відіграє значну роль у підвищенні рівня суспільної довіри до інформації. Люди схильні більше довіряти контенту, створеному безпосередніми очевидцями, ніж офіційним повідомленням чи традиційним медіа, які можуть мати редакційну політику або певні обмеження щодо публікацій. Завдяки цьому формується новий тип інформаційного середовища, де новини більше не контролюються виключно великими медіахолдингами, а поширюються горизонтально між громадянами.

Викриття пропаганди та спростування фейків є одним із ключових завдань громадянської журналістики у воєнний час [22; 23]. В умовах інформаційної війни ворог використовує різноманітні методи маніпуляції суспільною думкою, поширюючи неправдиву інформацію, спрямовану на дискредитацію уряду, військових і волонтерів, а також на деморалізацію населення. Дезінформаційні кампанії можуть включати фейкові новини про «поразки» на фронті, вигадані злочини з боку власних військ або перебільшені втрати серед цивільного населення. Такі повідомлення часто супроводжуються емоційно насиченим контентом, що підсилює їхній вплив на громадську свідомість.

Один із основних методів боротьби з дезінформацією – перевірка фактів (фактчекінг). Громадянські журналісти аналізують джерела інформації, зіставляють дані з офіційними повідомленнями та авторитетними медіа, а також використовують інструменти OSINT (Open Source Intelligence) для перевірки автентичності фото- і відеоматеріалів. Наприклад, геолокація та аналіз метаданих дозволяють з'ясувати, де і коли було зроблено певне відео, що дає змогу виявляти фейковий контент.

Важливу роль у викритті пропаганди відіграє співпраця громадянських журналістів із професійними фактчекінговими ініціативами, такими як StopFake, VoxCheck, Bellingcat, Центр протидії дезінформації при РНБО України. Ці організації спеціалізуються на перевірці інформації та спростуванні фейків, використовуючи наукові методи аналізу та незалежні джерела даних. Громадянські журналісти, співпрацюючи з такими структурами, допомагають виявляти маніпуляції на ранніх етапах їхнього поширення.

Ще одним інструментом боротьби з фейками є контрнаративи, тобто створення правдивого контенту, що спростовує маніпулятивні

повідомлення. Наприклад, якщо у мережі з'являється фейк про нібито «масову здачу в полон» військових, громадянські журналісти можуть оперативно оприлюднити реальні відео чи фото із протилежною інформацією, надаючи підтвержені факти. Використання авторитетних джерел, офіційних коментарів військових і незалежних експертів підвищує рівень довіри до такого контенту.

Проте, викриття пропаганди – це не лише фактчекінг, а й просвіта громадян щодо механізмів дезінформації. Громадянські журналісти часто пояснюють аудиторії, як працюють алгоритми соцмереж, які новини можуть бути маніпулятивними та як розрізнити достовірні джерела. Вони закликають користувачів перевіряти інформацію перед її поширенням, що допомагає зменшити вплив пропагандистських наративів.

Одним із потужних інструментів громадянської журналістики є застосування інтерактивних форматів комунікації, таких як стріми, короткі відео, прямі ефіри в соціальних мережах. Це дозволяє не лише оперативно поширювати інформацію, а й отримувати зворотний зв'язок від аудиторії, відповідати на запитання та роз'яснювати складні ситуації в режимі реального часу.

Окрім цього, громадянські журналісти сприяють глобальній медіапідтримці. Їхній контент часто використовується міжнародними ЗМІ, правозахисними організаціями та урядами інших країн для розуміння ситуації в зонах бойових дій. Завдяки цьому створюється потужний канал міжнародної комунікації, який дозволяє привертати увагу світової спільноти до подій, що відбуваються.

Водночас громадянська журналістика має і низку викликів. Відсутність професійної підготовки, зокрема навичок фактчекінгу, може призводити до поширення маніпулятивних матеріалів. Крім того, емоційне

забарвлення інформації може впливати на сприйняття подій, формуючи викривлене бачення ситуації. Ще одним ризиком є можливість використання контенту ворогом, адже оприлюднені фото та відео можуть допомагати агресору аналізувати ситуацію та коригувати свої дії.

До того ж волонтери та активісти відіграють ключову роль у формуванні інформаційного простору під час війни. Вони не лише координують гуманітарну допомогу, підтримують військових та постраждалих, а й активно займаються створенням та поширенням правдивої інформації. Завдяки їхній діяльності суспільство отримує оперативні та достовірні дані про ситуацію на фронті, гуманітарні ініціативи, волонтерські проекти, а також про необхідність протидії дезінформації та пропаганді.

Одним із головних завдань волонтерів та активістів у сфері інформації є документування подій. Багато з них працюють безпосередньо у зонах бойових дій або на деокупованих територіях, фіксуючи наслідки обстрілів, злочини проти цивільного населення та інші аспекти війни. Це дозволяє не лише доносити правду до міжнародної спільноти, а й створювати архів доказів для майбутніх судових розглядів щодо військових злочинів. Наприклад, волонтерські групи та правозахисні організації, такі як Bellingcat або Truth Hounds, аналізують зібрані матеріали для подальшого використання у міжнародних судах.

Ще одним напрямком є комунікація з аудиторією через соціальні мережі. Волонтери та активісти створюють контент, що включає текстові звіти, фото, відео, інфографіки та навіть аналітичні матеріали. Вони часто використовують платформи, такі як Telegram, TikTok, Facebook, Instagram, щоб оперативно інформувати громадськість про потреби військових та цивільних, успіхи волонтерських ініціатив або загрози, пов'язані з

дезінформацією. Це сприяє мобілізації суспільства, адже люди отримують можливість швидко долучитися до допомоги – перерахувавши кошти, зібравши необхідні речі чи просто поширивши важливу інформацію.

Волонтери також відіграють важливу роль у спростуванні фейків та боротьбі з ворожою пропагандою. Вони моніторять інформаційний простір, виявляють підозрілі або відверто маніпулятивні повідомлення і оперативно реагують на них. Наприклад, коли з'являється неправдива інформація про гуманітарні коридори чи евакуацію, активісти поширюють перевірені дані, щоб люди не ставали жертвами інформаційних провокацій.

Крім того, важливою частиною діяльності волонтерів є медіаосвіта та інформаційна гігієна. Багато активістів організують лекції, вебінари, пишуть статті про те, як перевіряти інформацію, розпізнавати маніпуляції та критично оцінювати контент у соціальних мережах. Це допомагає суспільству бути більш стійким до інформаційних атак та свідомо споживати новини.

2.2 Дискурсивні стратегії громадянської журналістики у військових умовах

У воєнний час громадянська журналістика відіграє ключову роль у формуванні колективного уявлення про події, що відбуваються. Її контент — від емоційних відео в TikTok до аналітичних постів у Facebook — є не лише джерелом інформації, а й активним чинником дискурсивного впливу. Тобто, громадянські журналісти беруть участь у виробництві та відтворенні «правди» — через наративи, візуальні образи та емоції, які стають частиною суспільного дискурсу.

Згідно з теорією Мішеля Фуко, дискурс — це не просто спосіб говорити про речі, а механізм влади, який визначає, що вважається істинним і прийнятним у певний історичний момент. У цьому контексті громадянська журналістика функціонує як альтернатива офіційним медіа: вона створює «свої» істини, часто базуючись на суб'єктивному досвіді, емоційності та візуальності. Відео зруйнованих будинків, особисті історії переселенців або прямі включення з фронту не просто інформують — вони емоційно залучають і створюють спільну реальність.

Теун А. ван Дейк у своїх працях наголошує, що мова і дискурс є засобом контролю над знанням. Він розглядає дискурс як структуру, що відображає владу та ідеологію [3]. В українських реаліях це проявляється, зокрема, у висвітленні війни через протиставлення: «ми» — «вони», «жертви» — «агресори», «правда» — «пропаганда». Такі бінарні опозиції створюються й транслиуються через соціальні мережі, зокрема Telegram і TikTok, що значно впливає на колективну ідентичність.

Теоретики постмодерністського дискурсу Ернесто Лаклау та Шанталь Муфф підкреслюють, що дискурс — це простір боротьби за гегемонію [10]. У соціальних мережах громадянська журналістика вступає в конкуренцію не тільки з офіційними джерелами, а й з дезінформаційними кампаніями. Особливість цього дискурсу в тому, що він базується на афективних (емоційних) стратегіях: співчуття, страх, гнів. Саме емоції, за допомогою коротких відео, фото або навіть мемів, стають інструментом мобілізації суспільства.

Значну роль у формуванні дискурсивних стратегій громадянської журналістики відіграє саме візуальний контент, оскільки він найбільш ефективно апелює до емоцій та дозволяє швидко занурити аудиторію в суть подій. На платформі TikTok візуальність набуває особливої ваги:

короткі відеоролики, зняті на смартфони, часто містять особисті історії, кадри з місця подій, зруйновані будинки, реакції людей на вибухи чи втрати. Їхній емоційний заряд — сльози, страх, злість, героїзм, — робить такий контент здатним до вірусного поширення. TikTok формує унікальний тип нарративу — швидкий, фрагментований, але глибоко емоційний, що сприяє персоналізації війни, наближенню глядача до реального людського досвіду.

У Telegram візуальний контент виконує дещо іншу функцію. Завдяки анонімності та гнучкості у форматах, платформа дозволяє поширювати оперативні повідомлення, відео з місця боїв, фото наслідків обстрілів, кадри полонених або техніки. Такий контент часто має «сирий» вигляд — без монтажу, пояснень або журналістського оформлення. Це створює ефект «внутрішньої правди» — образу інформації, яка не пройшла крізь фільтри медіа й подається «як є». Навіть якщо вона не завжди перевірена, вона сприймається як більш автентична, правдива, близька до переживань аудиторії. Саме ця емоційна та оперативна прямота дозволяє Telegram стати платформою довіри в умовах кризи.

Facebook, на відміну від TikTok і Telegram, є середовищем для триваліших дискусій, рефлексії та аналітики. Візуальний контент тут часто поєднується з текстами — особистими історіями, аналітичними роздумами, розгорнутими публічними зверненнями. Тут закріплюються довготривалі нарративи — наприклад, історії про героїзм військових, важливість національної єдності, боротьбу за цінності свободи. Через зображення, фото, меми та відео користувачі формують уявлення про колективну ідентичність, ворога, жертву, героя. Facebook також активно використовується для створення символічних образів — прапора, волонтера, матері, яка втратила дитину, що стають частиною національного нарративу.

Висновки до 2 розділу:

Аналіз діяльності громадянської журналістики в умовах війни свідчить про її стрімке посилення як джерела оперативної, емоційно забарвленої та водночас суспільно важливої інформації. В умовах, коли традиційні ЗМІ часто обмежені в оперативності, мобільності та доступі до місць подій, саме громадянські журналісти заповнюють інформаційний простір, надаючи контент із першоджерел, який має значний суспільний резонанс. Їхня участь у викритті фейків, підтримці морального духу суспільства, мобілізації допомоги та документуванні злочинів має не лише національне, а й міжнародне значення.

Водночас громадянська журналістика потребує більшої відповідальності та підвищення якості контенту. Низький рівень фактчекінгу, висока емоційність, ризики розголошення стратегічної інформації та використання її ворогом — усе це становить серйозні виклики як для авторів, так і для споживачів інформації. У цьому контексті особливого значення набуває співпраця громадянських журналістів із професійними фактчекерами, організаціями протидії дезінформації та розвиток цифрової медіаграмотності серед населення.

Розгляд дискурсивних стратегій, застосованих у контенті громадянської журналістики, підтвердив, що візуальний та емоційний компонент стає провідним способом впливу на масову свідомість. Через платформу TikTok формуються персоналізовані наративи, Telegram пропонує оперативний «сирий» дискурс, а Facebook фіксує колективну пам'ять через символічні образи та аналітику. Усі ці елементи складають багаторівневу систему формування «правди» в умовах воєнного конфлікту.

Таким чином, громадянська журналістика є не лише інформаційним інструментом, а й політичним, емоційним та ідеологічним чинником

сучасної війни, який потребує подальшого осмислення, регулювання і підтримки.

3 АНАЛІЗ КОМУНІКАТИВНИХ ПРАКТИК ГРОМАДЯНСЬКОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ У ВОЄННИХ УМОВАХ

3.1 Методологія дослідження

Метою емпіричного дослідження є виявлення основних дискурсивних стратегій, що застосовуються громадянськими журналістами у військових умовах, зокрема під час повномасштабного вторгнення Росії в Україну у 2022–2024 роках. Дослідження базується на якісному контент-аналізі матеріалів, опублікованих у трьох цифрових медіаплатформах: TikTok, Telegram і Facebook. Обрані платформи відображають різні стилі, аудиторії та формати комунікації, що дозволяє здійснити багаторівневий порівняльний аналіз.

TikTok як платформа з короткими відеоформатами дозволяє зафіксувати динамічну, емоційну та візуально виразну складову громадянської журналістики. Telegram, зі своєю специфікою анонімного та оперативного поширення контенту, дає змогу простежити неформальні й часто необроблені повідомлення без редакційного втручання. Facebook виступає простором для більш ґрунтовного обговорення, аналітики та конструювання довготривалих інформаційних наративів. Такий міжплатформовий підхід надає змогу комплексно оцінити особливості медіакомунікацій в умовах війни.

Вибірка матеріалів охоплює період із лютого 2022 року по грудень 2023 року. Вибрані облікові записи та канали належать громадянським журналістам, волонтерам, активістам, а також звичайним користувачам, які систематично публікують контент, пов'язаний з воєнною тематикою. Основними критеріями відбору стали:

1. регулярність публікацій (не менше ніж дві на тиждень);

2. фокус на подіях війни в Україні (зокрема фронтові зведення, гуманітарна ситуація, свідчення очевидців);
3. значна взаємодія аудиторії (щонайменше 1000 вподобань або 100 коментарів);
4. наявність елементів аналітики, інтерпретації або свідчень із місця подій (не лише репостування, а й авторський контент).

У межах дослідження проаналізовано:

1. 30 відео з TikTok, що включали як свідчення очевидців, так і коментарі від авторів;
2. 20 дописів із Facebook, серед яких були аналітичні пости, фото та відео з лінії фронту;
3. 15 повідомлень у Telegram з відкритих каналів, що публікують щоденні зведення, фотозвіти та заклики до дій.

Контент-аналіз здійснювався за такими параметрами:

1. Тематичний напрям:

- інформування (звіти про події, новини);
- емоційна підтримка (історії про героїзм, підтримка постраждалих);
- мобілізація (заклики до волонтерства, донатів, участі);
- викриття (дезінформація, воєнні злочини, фейки).

2. Використані дискурсивні стратегії:

- легітимація (виправдання дій, підкреслення правомірності);
- делегітимація (очорнення ворога, підрив авторитету);
- персоніфікація (використання особистих історій, образів);

- емоційне апелювання (страх, співчуття, гнів).

3. Стилїстика та мовні засоби:

- метафори ;

- наративи (оповідання про захисників, постраждалих, мирних мешканців);

- візуальні образи (закривавлені прапори, обійми військових, руїни міст).

3.2 Аналіз контенту в TikTok

TikTok відіграє важливу роль у популяризації громадянської журналістики серед молодї аудиторії. Платформа вирізняється унікальним форматом коротких відео, що дозволяє миттєво передавати візуальний і емоційний зміст. Основними характеристиками відеоконтенту є емоційність, коротка форма, акцент на візуальне враження та швидке реагування на події (Nahon, 2013). Як приклад, можна згадати акаунт @war_tiktok, де публікуються відео зруйнованих будівель у Бахмуті, озвучені гімном «Ой у лузі червона калина». Це відео, що набрало понад 2 млн переглядів, супроводжується підписом «Світ має знати правду» — приклад апеляції до глобальної аудиторії та стратегії делегітимації агресора.

Інше відео з акаунта @ua_human_rights демонструє евакуацію дітей із Запорізької області. Камера фокусується на обличчях дітей, звучить фонова музика з дитячим сміхом, а фінальний кадр — напис «Щоб кожна дитина повернулась додому» — приклад стратегії персоніфікації та емоційного апелювання (StopFake, 2022).

Таблиця 3.1 — Основні стратегії громадянської журналістики у TikTok

Стратегія	Опис	Приклад акаунта
Легітимація	Підкреслення героїзму ЗСУ	@war_tiktok
Делегітимація	Демонстрація руйнувань ворогом	@ukraine_report
Персоніфікація	Історії окремих людей	@ua_human_rights
Емоційне апелювання	Сльози, музика, діти	@save_ukraine_kids

У межах аналізу розглянуто 30 відео з TikTok, які отримали понад 100 тис. переглядів і були створені громадянськими журналістами або очевидцями подій. Основними темами стали: обстріли українських міст, життя на прифронтових територіях, повсякдення військовослужбовців, порятунок тварин, наслідки атак, історії зниклих або загиблих, а також реакції користувачів на міжнародну підтримку.

Переважна частина відео оформлена з використанням драматичних візуальних ефектів — сповільненням кадрів, чорно-білими фільтрами, саундтреками на кшталт "1984" або "Time". У текстовому супроводі

активно використовуються метафори, алегорії, цитати з віршів або Біблії. Ключову роль відіграють візуальні контрасти: діти, що малюють у бомбосховищі, протиставляються зруйнованим будівлям; усміхнені військові — сценам руйнування.

Серед дискурсивних стратегій домінує легітимація українських військових як героїв, носіїв справедливості, оборонців нації. Їх зображують як звичайних людей із глибоким внутрішнім світом — показуються кадри, де солдати обіймають родини, діляться останньою сигаретою або читають листи від дітей. Паралельно функціонує стратегія делегітимації ворога — через відео з наслідками обстрілів, зруйнованими житловими кварталами, заплаканими дітьми. Часто використовується музичний фон з похмурими тонами або народними піснями.

Окрему категорію становлять відео зі сльозами, молитвами, записами з мобільних телефонів, зняті в момент атаки або безпосередньо після неї. Цей контент є вкрай емоційно насиченим, часто знятий у стилі raw-footage (необроблене відео), що підсилює ефект присутності. У частині матеріалів простежується використання стратегій мобілізації — заклики до підтримки армії, донатів, волонтерства або поширення контенту заради інформування світової спільноти.

Значна кількість відео містить інтертекстуальні посилання на політичні заяви, міжнародні події (наприклад, промови Зеленського, реакції іноземних лідерів) та коментарі з офіційних джерел. Такий тип контенту виконує функцію альтернативної новинної платформи, що поєднує інформацію з емоційною мобілізацією (див. додаток А).

У підсумку, TikTok слугує ефективним каналом для передачі візуальних наративів, що емоційно включають глядача у контекст війни,

зміщують акцент з абстрактної інформації на конкретні людські історії та є важливим ресурсом для формування міжнародної підтримки.

3.3 Контент громадянських журналістів у Telegram

Telegram-канали є важливою платформою для поширення оперативної інформації, репортажів з місця подій, викриття фейків і мобілізації спільнот. У контексті громадянської журналістики Telegram виділяється своєю можливістю миттєво передавати інформацію без фільтрації або редагування, що дозволяє передавати її у максимально "чистому" вигляді. Платформа дає змогу не лише читати пости, а й переглядати відео, слухати аудіо, поширювати документи та отримувати сповіщення з офіційних і неофіційних джерел.

На відміну від TikTok, тут переважає текстовий контент, часто доповнений фотографіями, скріншотами або короткими відео. Повідомлення громадянських журналістів у Telegram зазвичай короткі, емоційно насичені, з частим використанням риторичних запитань, звертань до аудиторії, емодзі та крапкових списків.

Проаналізовані 15 каналів охоплюють повідомлення як із прифронтових територій (наприклад, Харків, Бахмут, Херсон), так і з тилу. Часто публікуються викриття фейкових новин — за допомогою фактчекінгу, скріншотів з російських джерел, зіставлення відео й фото, цитування офіційних осіб. Зокрема, прикладами стратегій стали:

Делегітимація: демонстрація брехливості російської пропаганди, викриття "анонімних джерел", аналіз фейкових відео.

Персоніфікація: розповіді про конкретних захисників, медиків, цивільних, з фото, цитатами та описом подій, які з ними сталися.

Мобілізація: пости із закликами донатити, допомагати, поширювати інформацію, долучатися до волонтерських ініціатив.

Також Telegram активно використовується для збору інформації з місця подій — у режимі реального часу. Багато постів містять повідомлення від очевидців, які оперативно повідомляють про обстріли, рух техніки, проблеми з евакуацією. Такі повідомлення супроводжуються хештегами (#ракета, #обстріл, #допомога), що спрощує навігацію в межах каналів.

Платформа демонструє високий рівень довіри з боку аудиторії, однак саме це створює ризики: частина контенту не проходить перевірку, що робить Telegram водночас надзвичайно потужним і потенційно небезпечним джерелом інформації. Відсутність редакційної відповідальності та контрольних механізмів створює простір для зловживань і ворожої пропаганди.

З боку України Telegram використовується для документування бойових дій, розповсюдження правдивої інформації, а також для мобілізації громадської думки. Одним із найвідоміших прикладів є канал [@DeepStateUA](#), який регулярно публікує оновлені карти бойових дій (див. додаток Б), геолокації атак, аналітичні зведення з фронту, інфографіку та фото з підтвердженнями, зокрема запис від 22.07.2023, де йшлося про наступ ЗСУ під Роботиним. Тут присутня стратегія легітимації — через деталізацію, використання термінів та фактів, погоджених із офіційними джерелами (Центр протидії дезінформації, 2023). Інший приклад — канал [@TruhaUkraine](#), де 15.02.2023 було опубліковано фото зруйнованого будинку в Харкові з підписом «Чому світ мовчить?». Це повідомлення мало понад 30 тис. переглядів і демонструє емоційний вплив та риторичну подачу.

Таблиця 3.2 — Telegram-канали та стратегії комунікації

Назва каналу	Стратегія	Приклад допису
@TruhaUkraine	Делегітимація	Фото з Харкова, 15.02.2023
@DeepStateUA	Легітимація	Карта боїв, 22.07.2023
@ZSUofficial	Мобілізація	Заклик до збору коштів, 11.03.2023

Протилежним за характером є функціонування російських "Z-каналів", що є частиною воєнної пропагандистської екосистеми. Вони систематично поширюють антиукраїнські наративи, героїзують російських військових, знецінюють українські втрати та демонізують ЗСУ. У контенті таких каналів часто використовуються методи інформаційного терору, фейкові відео, вигадані інтерв'ю, емоційно-заряджені звернення. Крім того, ворожі Telegram-канали активно маніпулюють громадською думкою всередині РФ, створюючи хибне враження про хід бойових дій та підтримку населення окупованих територій.

Telegram також став платформою для цифрових баталій: українські користувачі часто публічно розвінчують дезінформацію, викривають фейки, публікують докази злочинів РФ. Саме завдяки Telegram значна частина правди про війну доходить до міжнародної аудиторії, журналістів,

правозахисних організацій та юристів, які фіксують воєнні злочини. Водночас через децентралізованість платформи, швидкість публікацій та мінімальну модерацію — ризик поширення фейків, маніпуляцій та конфіденційних військових даних залишається високим з обох боків.

Таблиця 3.3 – Порівняння українських та російських Telegram-каналів

Характеристика	Українські канали (e.g., Deep State)	Російські "Z-канали"
Тип контенту	Аналітичні звіти, карти, новини	Пропаганда, героїзація військових
Мета	Інформування, мобілізація	Підтримка війни, деморалізація
Аудиторія	Громадяни України, міжнародна спільнота	Російське населення, проросійські користувачі

3.4 Дискурсивні практики у Facebook

Facebook зберігає роль майданчика для глибших роздумів, аналітики та документування подій, пов'язаних із війною. У межах аналізу було розглянуто 20 публікацій на цій платформі, авторство яких належить

журналістам, волонтерам, науковцям, військовим або пересічним користувачам, які систематично публікують контент на воєнну тематику.

На відміну від TikTok та Telegram, Facebook вирізняється довгими форматами дописів, високим рівнем аргументації та частими спробами інтерпретації подій у ширшому соціальному й політичному контексті. У дописах часто простежуються елементи громадянської журналістики: фіксація фактів на місцях, аналітичні роздуми, заклики до дії, а також елементи самоосмислення — роздуми про особистий внесок і роль журналістики в умовах війни.

Ключові дискурсивні стратегії включають:

Свідчення: автори подають власний досвід — опис обстрілів, евакуацій, побуту на окупованих територіях або у військових підрозділах. Часто це щоденникові записи або есеї з виразною емоційною складовою.

Інтерпретація подій: дописи супроводжуються аналізом причин і наслідків того, що відбувається — з політичними, історичними або культурними поясненнями.

Побудова історій: формуються цілі наративи — про життя однієї сім'ї в окупації, історію бійця, долю волонтера або трагедію місцевої громади. Такі пости часто ілюструються особистими фото або зображеннями архівних документів.

Таблиця 3.3 – Основні дискурсивні стратегії у Facebook

Стратегія	Приклади	Мета
Особисті наративи	Історії біженців, волонтерів	Викликати емпатію, залучити до допомоги
Аналітичні пости	Огляди подій, експертні думки	Інформувати, формувати громадську думку
Заклики до дій	Збір коштів, організація заходів	Мобілізувати спільноту до конкретних дій

Поширеним стилістичним прийомом є апеляція до історичної пам'яті — автори порівнюють сучасну війну з подіями Другої світової, Голодомору чи Майдану. У текстах з'являються алюзії, метафори («Харків — серце Слобожанщини, що б'ється попри уламки»), цитати з української літератури, Біблії або промов відомих діячів.

Також дописи на Facebook демонструють активну міжособистісну взаємодію. Користувачі залишають розгорнуті коментарі, діляться власними історіями, дискутують щодо оцінок і фактів. У цьому середовищі створюється своєрідна квазі-редакція — контент доповнюється й удосконалюється завдяки реакції інших користувачів. Це сприяє формуванню колективної журналістики та підвищує рівень довіри до інформації (див. додаток В).

Крім того, Facebook є важливою платформою для формування символічного простору війни. Користувачі активно використовують фото загиблих, прапори, меми, іконки, цитати, щоб створити емоційно й символічно насичене середовище. У таких дописах ключову роль відіграє концепт «пам'яті» — як способу спротиву, пошани до жертв і механізму національної ідентифікації.

Facebook використовується для глибших роздумів та документування. Наприклад, допис UNICEF Ukraine від 10.12.2023 із фото дитини в укритті під заголовком «Ті, хто не може втекти» став вірусним — 42 тис. реакцій, 5 тис. поширень. Тут яскраво виявляється стратегія емоційного апелювання та свідчення (UNICEF, 2023).

Активний дописувач Сергій Стерненко опублікував 20.03.2023 критичний допис щодо фейку російських ЗМІ про «здачу українських військових» у Бахмуті, додаючи скріншоти відео з фронту та посилання на офіційне спростування. Цей приклад демонструє практику контрнарративу та легітимації офіційної позиції.

Таблиця 3.4 — Facebook: дискурсивні формати

Тип допису	Приклад автора	Стратегія
Свідчення	UNICEF Ukraine	Емоційне апелювання

Контрнарратив	С. Стерненко	Делегітимація фейків
Аналітична колонка	Українська правда	Інтерпретація

Отже, Facebook відіграє роль простору для повільної, осмисленої журналістики, що доповнює короткі й оперативні формати TikTok і Telegram. Його функція — аналітична, емоційна, об'єднавча, а іноді — навіть терапевтична. Саме тут громадянська журналістика розгортається як інструмент не лише інформування, а й побудови пам'яті та колективної ідентичності.

3.5 Інтерпретація результатів через дискурсивні теорії

Результати аналізу матеріалів, зібраних на платформах TikTok, Telegram і Facebook, демонструють виразну реалізацію основних концепцій дискурсивної теорії, запропонованих такими авторами, як Мішель Фуко, Теун ван Дейк, Ернесто Лаклау та Шанталь Муфф.

Згідно з Фуко, дискурс є засобом конструювання реальності, а не її нейтральним відображенням. У цьому контексті громадянська журналістика функціонує як потужний інструмент формування суспільного бачення війни. Короткі відео TikTok, репортажі Telegram та есеї Facebook не просто повідомляють факти, а створюють смислові рамки: хто герой, хто ворог, що є правдою, а що — брехнею. Платформи не лише

документують, а й впливають на формування колективної пам'яті та уявлень про національну ідентичність.

Теун ван Дейк акцентує на ідеологічному характері дискурсу як засобу репродукції владних відносин. У контенті громадянських журналістів чітко проявляється конструювання образу «ми — вони», «свої — чужі», що транслює не просто новини, а відтворює національний дискурс спротиву. При цьому активно застосовуються стратегії делегітимації агресора (через емоційну демонстрацію страждань, руйнувань, жертв) і легітимації спротиву (підкреслення героїзму, солідарності, моральної правоти українців).

Концепція Лаклау і Муффа розглядає дискурс як арену боротьби за гегемонію — домінуючу інтерпретацію подій. У воєнний час громадянські журналісти намагаються встановити саме такий гегемонний дискурс: через візуальні образи, метафори, історії конкретних людей створюється наратив, який має емоційно й раціонально мобілізувати населення. Нові суб'єкти цього дискурсу — «волонтер», «воїн світла», «мати-героїня» — стають не лише персонажами, а символами національного спротиву.

Окрім того, інтерпретація результатів демонструє, що громадянська журналістика в умовах війни активно трансформує структури публічної комунікації. Вона підриває монополію традиційних медіа на формування порядку денного, створює альтернативну публічну сферу з низовим, горизонтальним типом поширення інформації. Такі дискурсивні практики сприяють не лише інформуванню, а й формуванню політичної суб'єктності громадян.

Висновок 3 розділу:

Дослідження підтвердило, що громадянська журналістика під час війни виступає не лише джерелом інформації, а й потужним інструментом емоційного впливу, мобілізації та формування колективної ідентичності. Кожна з платформ — TikTok, Telegram, Facebook — має свої комунікативні особливості, що впливають на стиль подачі матеріалів, характер емоційного апелювання та рівень довіри аудиторії.

У TikTok домінує короткий, візуально насичений контент з високим емоційним навантаженням. Telegram вирізняється оперативністю, акцентом на репортажність і мобілізаційний характер публікацій. Facebook, у свою чергу, забезпечує простір для глибоких особистих рефлексій, аналітики та міжособистісної взаємодії. На всіх трьох платформах спостерігається активне використання дискурсивних стратегій легітимації українського спротиву та делегітимації агресора, що підтримується через персоналізацію, емоційність та візуальні образи.

Крім того, результати показують, що громадянські журналісти виконують роль своєрідних комунікаторів між подіями на фронті та громадськістю. Їхній контент не лише інформує, а й впливає на громадську думку, сприяє мобілізації ресурсів, підтримці ЗСУ та міжнародній солідарності з Україною. Це свідчить про формування нового типу журналістики — гібридної, емоційно включеної, багатоплатформової та тісно пов'язаної з практиками цифрової активності.

ВИСНОВОК

Проведене дослідження дозволило ґрунтовно проаналізувати феномен громадянської журналістики в умовах війни, зокрема її розвиток і трансформацію під впливом цифрового середовища та соціальних мереж. У роботі доведено, що громадянська журналістика є не просто доповненням до професійної, а повноцінним соціальним інститутом, який активно формує інформаційний ландшафт сучасного суспільства. Особливо чітко ця роль проявляється у кризових умовах — таких як війна, коли традиційні джерела інформації або недостатні, або втрачають довіру населення.

У контексті повномасштабної війни в Україні громадянська журналістика стала інструментом спротиву, виживання, мобілізації та самоідентифікації. Користувачі соціальних платформ, які раніше виступали лише як споживачі новин, перетворились на активних постачальників інформації, свідків подій і навіть на неформальних аналітиків. Такий зсув змінює саму структуру журналістики, стирає межі між «журналістом» і «громадянином», і формує нову модель комунікації — горизонтальну, багатоголосну, децентралізовану.

Теоретичний аналіз у роботі засвідчив, що громадянська журналістика в цифрову епоху характеризується такими ключовими рисами, як оперативність, візуальність, емоційна насиченість і гнучкість форматів. Соціальні мережі створюють можливість для негайної публікації інформації з місця подій, обминаючи традиційні редакційні фільтри. Це дає змогу швидко реагувати на інформаційні виклики, формувати альтернативні наративи і створювати власну інформаційну реальність, у якій важливе не лише що, але й як подається.

Разом з тим, дослідження підкреслює, що така форма журналістики має значні ризики та виклики. До них належать:

- 1) поширення неперевіреної інформації (фейків), що може дестабілізувати ситуацію;
- 2) маніпуляція фактами і свідоме викривлення дійсності в інтересах певних груп;
- 3) порушення норм етики, зокрема при публікації фото загиблих, поранених, зруйнованої інфраструктури;
- 4) витік інформації, яка може мати стратегічне значення.

У рамках емпіричного дослідження проаналізовано контент трьох ключових платформ — TikTok, Telegram і Facebook, — кожна з яких має свої механізми впливу на свідомість аудиторії.

TikTok апелює до емоцій через короткі відеофрагменти, що дозволяє швидко привертати увагу до подій.

Telegram виступає як канал екстреної інформації, часто із включенням інсайдерських даних, і при цьому використовується як засіб контрпропаганди.

Facebook зберігає функції аналітичного простору для обговорення, формування експертної думки та створення довготривалого дискурсу.

Ці платформи формують інфопростір нового типу, де межі між фактами, емоціями, активізмом і журналістикою стають все менш чіткими.

Отримані в ході дослідження результати мають високе прикладне значення. Вони можуть бути використані:

- 1) у журналістській освіті для адаптації навчальних програм до нових викликів;
- 2) у стратегічній комунікації державних органів для протидії інформаційним операціям;
- 3) у діяльності НУО, які займаються розвитком медіаграмотності;
- 4) у рамках громадських ініціатив, спрямованих на підтримку інформаційної безпеки.

Загалом робота підтверджує, що громадянська журналістика в умовах війни не є маргінальним явищем, а стає важливою складовою інформаційної політики держави, засобом консолідації суспільства та зброєю у боротьбі за правду. У майбутньому її потенціал може лише зростати, особливо в контексті розвитку нових технологій — штучного інтелекту, автоматизованого фактчекінгу та децентралізованих платформ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

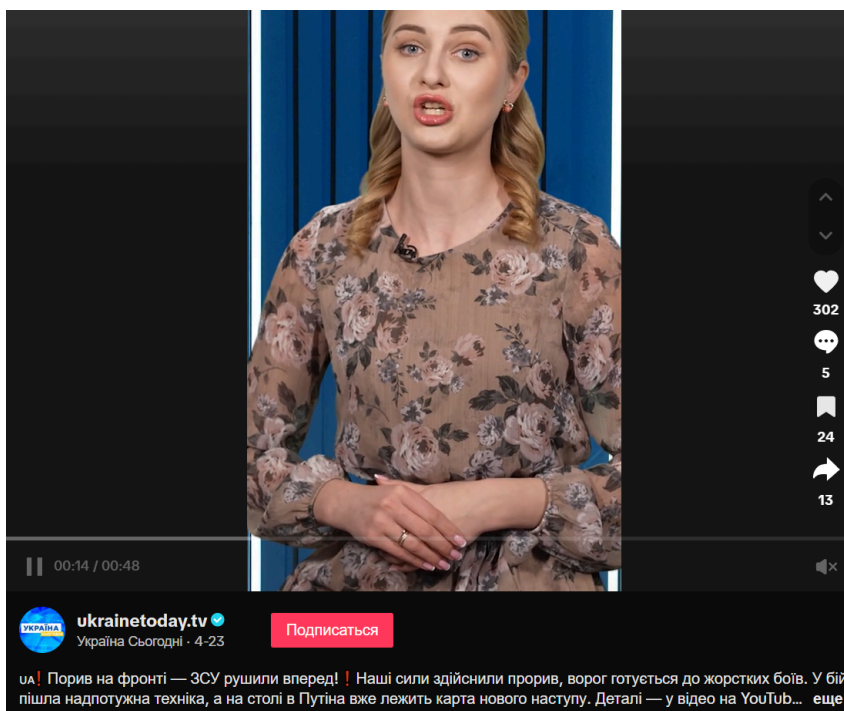
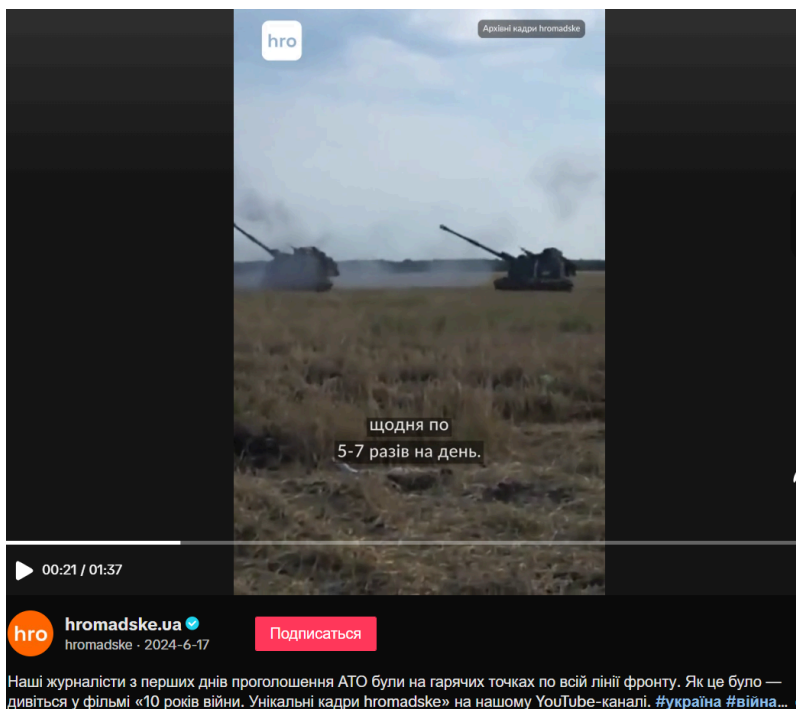
1. Андрушко О. Війна в ефірі: як змінюється українська журналістика під час війни // Детектор медіа. – 2022. – Режим доступу: <https://detector.media/>
2. Артюх В. Громадянська журналістика в умовах війни: між емоцією і фактом // Український медіа-контекст. – 2023. – № 2. – С. 42–51.
3. Dijk, J. van. De Netwerkmaatschappij: Sociale Aspecten Van Nieuwe Media. Houten: Bohn Stafleu Van Loghum, 1991. 260 с.
4. Грицак Ю. Політика пам'яті у публічному просторі України // Український тиждень. – 2022. – № 5. – С. 12–17.
5. Дубов Д. Інформаційна війна: сутність, технології, протидія. – К.: НІСД, 2016. – 84 с.
6. Жданов І. Громадянська журналістика: виклики і перспективи розвитку // Вісник Київського університету. – 2021. – № 1. – С. 78–84.
7. Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. – NY: New York University Press, 2006. – 308 p.
8. Кононенко І. Протидія російській дезінформації: роль фактчекінгу та громадських ініціатив // Media Studies. – 2022. – № 3. – С. 57–63.
9. Лісневська Н. Роль соціальних мереж у воєнній комунікації // Гуманітарний журнал. – 2023. – № 1. – С. 65–73.
10. Лаклау Е., Муфф Ш. Гегемонія та соціалістична стратегія. – К.: Критика, 2005. – 312 с.
11. Ляхович О. Інформаційна війна і стратегічні комунікації в умовах збройного конфлікту. – Львів: ЛНУ, 2021. – 102 с.

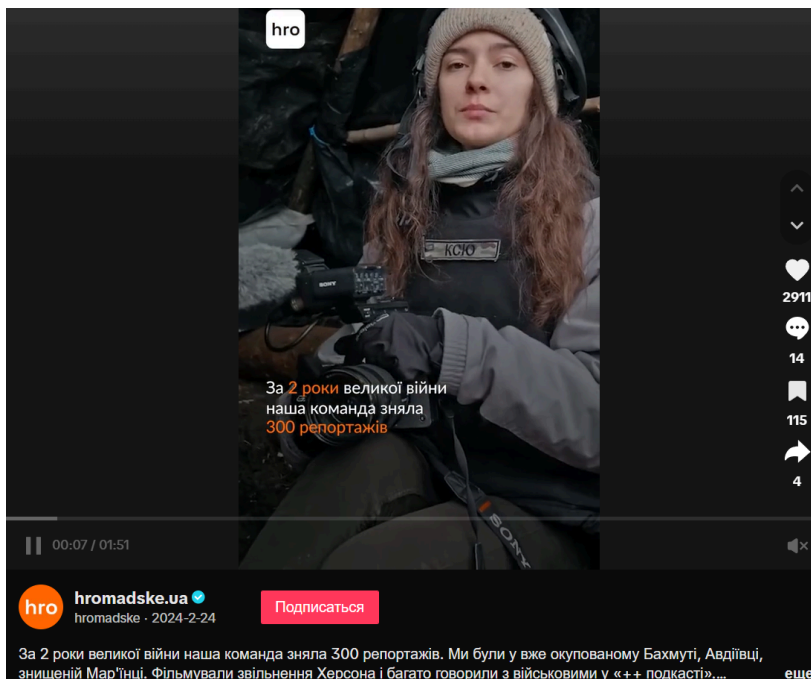
12. McNair B. An Introduction to Political Communication. – London: Routledge, 2017. – 276 p.
13. Нахон К. Ефект вірусності. Як контент стає популярним. – Харків: Vivat, 2017. – 368 с.
14. Пітоняк Я. Telegram як інструмент поширення військової інформації // Медіа та війна. – 2023. – № 2. – С. 34–41.
15. Померанцев П. Це не пропаганда. Пригоди у світі війни проти реальності. – К.: Човен, 2020. – 280 с.
16. Рід Т. Активні заходи. Таємна історія дезінформації та політичної війни. – К.: Yakaboo Publishing, 2021. – 472 с.
17. Семиволос І. Цифрова журналістика в Україні: ризики і виклики воєнного часу // Суспільство і ЗМІ. – 2022. – № 4. – С. 39–45.
18. Shirky C. Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations. – Penguin Books, 2009. – 352 p.
19. Соловей С. Telegram, TikTok і Facebook як платформи інформаційного спротиву // Журналістика і суспільство. – 2023. – № 3. – С. 20–28.
20. Центр стратегічних комунікацій. Протидія дезінформації: практичний посібник. – К.: Stratcom Ukraine, 2022. – 96 с.
21. Freedom House. Ukraine: Freedom on the Net Report 2022. – Режим доступу: <https://freedomhouse.org>
22. StopFake.org – Центр фактчекінгу. – Режим доступу: <https://www.stopfake.org/uk/>
23. VoxUkraine. Аналітичні матеріали з перевірки фактів. – Режим доступу: <https://voxukraine.org/>
24. Truth Hounds. Моніторинг і документування воєнних злочинів. – Режим доступу: <https://truth-hounds.org/>

25. @TruhaUkraine – Telegram-канал про події війни. – Режим доступу: <https://t.me/TruhaUkraine>
26. Sternenکو S. Facebook-сторінка. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/sternenko/>
27. @war_tiktok – TikTok-акаунт про війну. – Режим доступу: https://www.tiktok.com/@war_tiktok
28. @zSUofficial – Офіційний Telegram-канал ЗСУ. – Режим доступу: <https://t.me/UAarmy>
29. @DeepState – Telegram-канал з аналітикою ситуації на фронті.
– Режим доступу: <https://t.me/DeepStateUA>
30. @UA_human_rights – TikTok-акаунт про гуманітарні ініціативи. – Режим доступу: https://www.tiktok.com/@ua_human_rights

ДОДАТКИ

Додаток А Скріншоти відео з TikTok





hro

2911

14

115

4

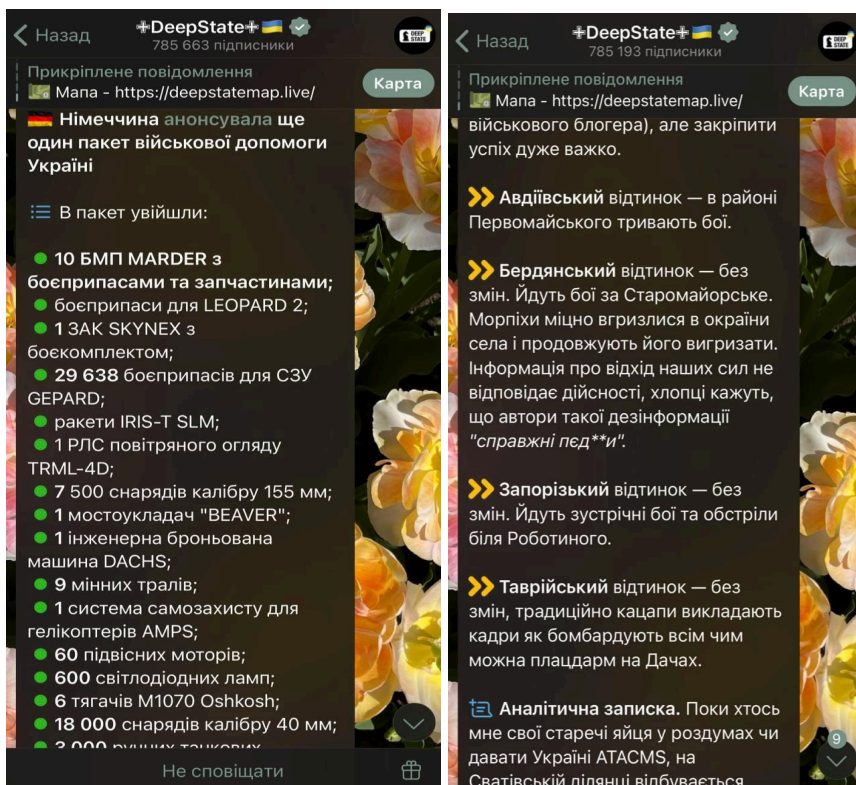
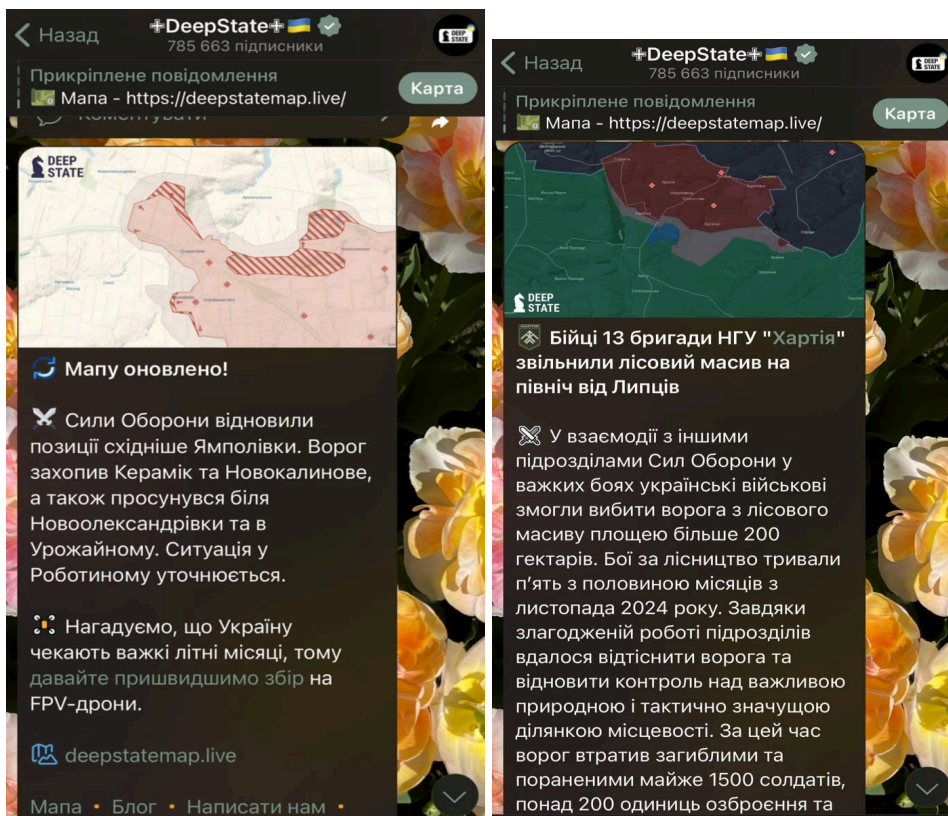
00:07 / 01:51

hro hromadske.ua
hromadske · 2024-2-24

Подписаться


За 2 роки великої війни наша команда зняла 300 репортажів. Ми були у вже окупованому Бахмуті, Авдіївці, знищеній Мар'їнці. Фільмували звільнення Херсона і багато говорили з військовими у «++ подкасті»...
еще

Додаток Б Приклади постів в телеграм каналі Deep State



Додаток В Приклад допису у Facebook на сторінці UNICEF Ukraine

ОНЛАЙН-ІНТЕРВ'Ю




127 ДЕНЬ ВІЙНИ
30.06 | 14:00

Тетяна Трошинська
голова редакторка
Громадського радіо,
ведуча

Катерина Булавінова
медичний експерт
ЮНІСЕФ в Україні



Українська журналістика: випробування війною



Українська журналістика: випробування війною

...


UNICEF Ukraine • был(-а) в прямом эфире. Подписаться ⋮

30 июнь 2022 г. •  

Як писати про чужий травматичний досвід — журналістам, публічним діячам, блогерам...


Ещё

Самые актуальные ▾

 **Oleksandra Palahitska** · 37:35

Запитання: чи на часі буде навчання у школах і ВУЗах Особливості комунікації у мультикультуральному суспільстві . (оскільки повернуться діти і вони побували у країнах і спостерігали інші культури.)

2 г.

 **Петренко Натуська** •

Я БЕЗРОБІТНИМ бути в такій ситуації? Як жити в Україні, ЯК 🤔🤔🤔🇺🇦🇺🇦🇺🇦

2 г.

Смотреть другие комментарии

2 из 8