

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА
ФІЛОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ

**ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА
ЗА КОРДОНОМ ТА ЇХ ВПЛИВ НА МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ**

Кваліфікаційна робота
студентки 2 курсу, групи ЛЗЖМ-21,
магістерського
рівня вищої освіти,
спеціальності 061 «Журналістика»
Каландарової Жанни Леонідівни

Керівник:
Блажесєвська Юлія Миколаївна,
кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри журналістики

Харків – 2024

ЗМІСТ

Вступ.....	3
Розділ I. Потенціал та особливості впливу медіа у контексті сучасних міжнародних відносин	6
1.1. Місце та роль ЗМІ в сучасному інформаційному суспільстві	6
1.2. Методи впливу медіа на громадську думку, їх роль в інформаційній війні	17
1.3. Феномен медіа у контексті міжнародних відносин	29
Висновки до розділу 1.	40
Розділ II. Специфіка роботи українських медіа за кордоном та їх вплив на міжнародні відносини	42
2.1. «Українське радіо» у країнах Європи: його особливості та потенціал у контексті міжнародних відносин.....	42
2.2. Медіа «Амаль Берлін» та його вплив на українсько-німецькі відносини	58
2.3. Концепція та суспільний потенціал українського медіа «Sestry» у Польщі.....	69
Висновки до розділу 2	76
Висновки.....	78
Список використаних джерел	81
Додатки	81

ВСТУП

Медіа відіграють важливу роль у сучасному світі, будучи потужним інструментом формування суспільної думки та впливаючи на міжнародні відносини. Завдяки широкому охопленню аудиторії та оперативності передачі інформації, засоби масової інформації здатні створювати імідж країни, транслювати її цінності, а також сприяти взаєморозумінню між народами. У цьому контексті діяльність українських медіа за кордоном набуває особливої значущості, оскільки вони виконують завдання не лише інформування, а й підтримання культурного зв'язку з діаспорою, сприяють інтеграції України в міжнародний простір, а також протидіють дезінформації.

Актуальність теми дослідження зумовлена глобалізаційними процесами, що підсилюють роль медіа як важливого інструменту у формуванні міжнародної політики та громадської думки. В умовах сучасного інформаційного суспільства ЗМІ відіграють важливу роль у розповсюдженні наративів, що формують світове сприйняття держав, особливо в умовах військових конфліктів. А з початку повномасштабної російсько-української війни, інформаційна складова боротьби набула стратегічного значення. Дезінформація та пропаганда, що активно поширюються російськими медіа, вимагають ефективних засобів протидії через створення та поширення правдивої інформації про події в Україні. Українські медіа за кордоном, зокрема «Українське радіо» в Європі, «Амаль Берлін» у Німеччині та «Sestry» у Польщі, стають важливими комунікаційними інструментами. Їх робота не лише полягає в інформуванні громадян України, які тимчасово проживають за кордоном, але й впливає на міжнародну громадську думку, формуючи позитивний імідж України як країни, що бореться за демократичні цінності.

Мета дослідження полягає у вивченні — особливостей роботи українських медіа за кордоном та їх вплив на міжнародні відносини.

Реалізація поставленої мети передбачає розв'язання таких **завдань**:

1. Вказати місце та роль ЗМІ в сучасному інформаційному суспільстві;

2. Визначити методи впливу медіа на громадську думку, їх роль в інформаційній війні;

3. Окреслити феномен медіа у контексті міжнародних відносин;

4. Проаналізувати «Українське радіо» в країнах Європи: його особливості та потенціал у контексті міжнародних відносин;

5. Вивчити особливості медіа «Амаль Берлін» та його вплив на українсько-німецькі відносини;

6. Виявити концепцію та суспільний потенціал українського медіа «Sestry» у Польщі.

Об'єкт дослідження – засоби масової інформації у контексті міжнародних відносин.

Предмет досліджень – особливості роботи медіа «Українське радіо» в Європі, онлайн-видань «Амаль Берлін» у Німеччині і «Sestry» у Польщі та їх вплив на міжнародні відносини.

У нашій роботі були використані такі наукові **методи**: аналізу наукової літератури, описовий (для опису досліджуваних явищ), тематико-типологічний (вивчення та опрацювання наукової літератури з теми). Також ми використали метод порівняння, типології й типологізації для того, щоб подати особливості та потенціал медіа «Українське радіо» у Європі, онлайн-видань «Амаль Берлін» у Німеччині і «Sestry» у Польщі у контексті міжнародних відносин.

Наукова новизна одержаних результатів. У дослідженні комплексно проаналізовано специфіку роботи українських медіа за кордоном і їхній вплив на міжнародні відносини в умовах глобальних інформаційних змін та військових конфліктів. Зокрема, досліджено особливості функціонування таких медіа, як «Українське радіо» у країнах Європи, «Амаль Берлін» у Німеччині та медіа «Sestry» у Польщі. Розширено дослідження значення «Українського радіо» в контексті його діяльності у європейських країнах (зокрема, у Польщі, Чехії, Румунії, Литві, Латвії, Грузії). Подальшого розвитку дістало дослідження впливу українських медіа на міждержавні відносини, що

проілюстровано на прикладі українсько-німецьких відносин через діяльність медіа «Амаль Берлін» та українсько-польських на прикладі медіа «Sestry».

Практичне значення одержаних результатів. Отримані результати дослідження мають практичне значення для розробки та вдосконалення ролі журналістики в міжнародних відносинах. Результати дослідження можуть бути корисними для написання курсових та дипломних робіт із журналістики.

Дипломна робота **складається** з двох розділів, вступу та висновків. У першому розділі зазначено теоретичні особливості впливу медіа у контексті міжнародних відносин. У другому – проаналізовано роботу медіа «Українське радіо» у Європі, онлайн-видань «Амаль Берлін» у Німеччині і «Sestry» у Польщі та їх вплив на міжнародні відносини. Робота супроводжується списком використаних джерел та додатками. Загальний зміст магістерської поданий на 92 аркушах, з них основний текст – 80 сторінок.

РОЗДІЛ І.

ПОТЕНЦІАЛ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ МЕДІА У КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

1.1. Місце та роль ЗМІ в сучасному інформаційному суспільстві

Засоби масової інформації відіграють важливу роль у функціонуванні сучасного інформаційного суспільства, що характеризується інтенсивним обігом інформації та впровадженням новітніх технологій. В умовах глобалізації та цифровізації, ЗМІ стають не лише важливим джерелом отримання інформації, але й цінним інструментом формування громадської думки, політичної участі та соціальних змін. Їх вплив на суспільні процеси є багатограним: від забезпечення прозорості влади та захисту демократичних принципів до підтримки національної ідентичності та культурної різноманітності.

У межах сучасного інформаційного суспільства, ЗМІ виконують важливу функцію посередника між владою та громадськістю, сприяючи підвищенню обізнаності населення щодо важливих суспільних питань, політичних і економічних процесів [46, с. 62]. Водночас вони сприяють розвитку громадянського суспільства, забезпечуючи можливість для вільного обміну думками та дискусій. Це, у свою чергу, підвищує рівень політичної культури та участі, що є необхідною умовою для зміцнення демократичних інститутів.

Термін «інформаційний простір», як стверджує В. Лизанчук [37], був запозичений соціально-гуманітарними науками з фізики, що означав можливість співіснування різних явищ і факторів. Ще один сучасний дослідник А. Ярох переконаний, що «інформаційний простір являє собою сукупність інформації, яка зберігається та циркулює в процесі соціальних комунікацій» [83, с. 76].

Інформаційний простір включає в себе такі ключові компоненти, як засоби масової інформації, соціальні мережі, електронні бібліотеки та інтернет-ресурси [39]. Ця багатогранна система постійно трансформується під впливом змін у технологіях, потребах користувачів і способах створення та обробки інформації. Її еволюція відображає взаємозв'язок між технічним прогресом і соціальними запитами, створюючи підґрунтя для нових форм взаємодії та комунікації.

Роль інформаційного простору у сучасному суспільстві є фундаментальною. Саме через нього поширюються ідеї, цінності та культурні наративи, які формують суспільну свідомість і впливають на поведінкові моделі окремих осіб і груп. Інформаційний простір також слугує платформою для політичних і економічних трансформацій, адже потоки інформації, які він генерує, здатні змінювати суспільні настрої, визначати пріоритети та спрямовувати політичні рішення.

Водночас ця система є складною та багаторівневою. Її аналіз потребує врахування як індивідуальних, так і колективних аспектів. На рівні окремої особи інформаційний простір формує унікальну інформаційну реальність, що може суттєво відрізнятися від загальної картини. На рівні соціальних груп чи державних інститутів він стає полем для стратегічного планування, співпраці або навіть конфліктів [39].

Вищим суб'єктом інформаційного простору є держава. На думку сучасної дослідниці інформаційного суспільства Г. Волошко, предметом інформаційної політики держав має стати вирішення трьох найбільш актуальних практичних завдань, пов'язаних зі стратегією інформатизації, а саме:

- «формування й розвиток інформаційного середовища суспільства
- створення системи поширення й використання інформаційних ресурсів,
- створення інформаційної інфраструктури;

- удосконалення і розвиток індустрії інформаційного обслуговування населення, системи інформаційного впливу на суспільну свідомість, основу якого становлять засоби масової інформації;
- створення правових і організаційних основ системи забезпечення прав громадян і соціальних інститутів на вільне отримання, поширення й використання інформації» [19, с. 8–9].

Вказані три завдання інформаційної політики держав, на наш погляд, відображають ключові напрямки розвитку інформаційного суспільства. Створення інформаційного середовища суспільства та інформаційної інфраструктури дозволяє забезпечити доступність та широке використання інформації, що сприяє зростанню рівня знань та розвитку креативності громадян.

Удосконалення індустрії інформаційного обслуговування та системи інформаційного впливу на суспільну свідомість може допомогти покращити якість інформаційного потоку та забезпечити об'єктивність та достовірність інформації, що сприятиме розвитку демократії та свободи слова.

І насамкінець створення правових та організаційних основ системи забезпечення прав громадян та соціальних інститутів на вільне отримання, поширення та використання інформації дозволить забезпечити право на інформацію та забезпечити конфіденційність та безпеку інформації, що є важливими аспектами розвитку інформаційного суспільства [19].

Сьогодні інформація, а відтак і інформаційний простір, яким оперує держава, розглядаються як її стратегічний ресурс. Визнається фундаментальна залежність життєдіяльності особистості, суспільства і держави від якості цього стратегічного ресурсу.

На підставі вищевикладеного можна зробити висновок, що, інформаційний простір являє собою багаторівневу ієрархічну систему, на найнижчому рівні декомпозиції якої перебувають взаємозалежні сукупності різних предметно орієнтованих інформаційних систем.

Засоби масової інформації відіграють важливу роль у формуванні та забезпеченні інформаційного простору. Вони забезпечують доступ до інформації для широкої аудиторії, передаючи новини, аналізуючи події, тлумачачи погляди на них, допомагаючи людям розуміти інформацію та ставитися до неї критично [26]. ЗМІ також є важливим інструментом для формування громадської думки, підтримки демократичних процесів, контролю за діяльністю влади та бізнесу, просування прав людини та боротьби зі стереотипами.

ЗМІ також можуть впливати на створення та розвиток інформаційного простору через свої технічні та організаційні можливості. Вони можуть використовувати різні канали та формати передачі інформації, як телебачення, радіо, інтернет, газети, журнали, соціальні мережі тощо, щоб залучити різні аудиторії [30, с. 117]. Крім того, вони можуть визначати теми для обговорення, контролювати мову та стиль дискусії, а також взаємодіяти з іншими суб'єктами інформаційного простору, такими як політики, бізнес-структури, громадські організації, активісти тощо.

Будь-яка сфера сучасного суспільного життя повинна регламентуватися на законодавчому рівні, у тому числі функціонування засобів масової інформації [39]. Дотримання законів є важливою передумовою забезпечення свободи слова та розвитку демократії у суспільстві. ЗМІ є одним з основних засобів поширення інформації та впливають на думки та поведінку людей, тому їхні дії можуть чинити значний вплив на суспільство. Якщо ЗМІ порушують законодавство, то це може мати серйозні наслідки, такі як поширення недостовірної інформації, порушення прав людей, збільшення ризику насильства та конфліктів. Такі дії ЗМІ можуть вплинути на стан демократії в країні та загрожувати безпеці громадян.

Діяльність ЗМІ повинна відповідати вимогам, що подані у законах України, це, зокрема: Конституція України, ЗУ «Про медіа» [53], ЗУ «Про інформацію» [53], Закону України «Про авторське право і суміжні права» [42] тощо.

Статус ЗМІ закріплено в Конституції України. В статті 34 говориться: «Кожному гарантується право на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань. Кожен має право вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб – на свій вибір» [23]. Крім цього, у статті 10 йдеться про те, що державною мовою в Україні є українська, тобто публікації ЗМІ, рекламні матеріали насамперед мають поширюватися українською мовою.

Закон України «Про медіа», ухвалений 2023 року, є базовим нормативним актом, який регулює функціонування сучасного медіа-простору в Україні. Основною метою закону є забезпечення прав громадян на свободу вираження думок та доступ до різноманітної, правдивої й оперативної інформації [63]. Також важливою складовою цього законодавчого документу є захист національних інтересів України, зокрема у контексті інформаційної безпеки, а також захист прав користувачів медіа-сервісів. У цілому, закон спрямований на забезпечення прозорості та справедливості медійної діяльності, що передбачає дотримання принципів неупередженості та об'єктивності.

У контексті медіа, закон визначає низку важливих термінів і категорій, таких як аудіовізуальне, друковане, онлайн-медіа тощо. Вказані поняття стосуються різних форм подачі інформації, будь-то через телебачення, радіо, друковані видання чи інтернет-платформи. Наприклад, аудіовізуальне медіа передбачає поширення програм під редакційним контролем через електронні комунікаційні мережі, а друковане медіа поширює інформацію через періодичні видання в текстовій чи візуальній формі. Окремо виділяється онлайн-медіа, що регулярно надає інформацію в цифровій формі за допомогою інтернет-ресурсів [63].

Важливо підкреслити, що закон враховує міжнародний контекст, визначаючи закордонне мовлення, що поширюється поза межами державного кордону України, тим самим підкреслюючи важливість забезпечення

інформаційного суверенітету та присутності українських медіа на міжнародній арені.

Суть та зміст поширюваної інформації, а також ті сфери, матеріали яких журналісти не можуть розголошувати, описано у ЗУ «Про інформацію» [55], який прийнято 1992 року. Закон є фундаментальним для забезпечення доступу до інформації та свободи її поширення, що є важливою характеристикою демократичного суспільства. Основні принципи інформаційних відносин, закладені в статті 2, включають гарантованість права на інформацію, відкритість і доступність інформації, а також свободу її обміну. Важливими є достовірність і повнота інформації, що забезпечує можливість її правдивого та повного використання. Крім цього, свобода вираження поглядів і переконань, також передбачена цією статтею, є фундаментальною для побудови плюралістичного суспільства, де кожна особа має право на вільне висловлення своїх думок.

Стаття 3 ЗУ «Про інформацію» [55] визначає основні напрями державної інформаційної політики, яка спрямована на забезпечення рівного доступу до інформації для всіх громадян та створення умов для формування інформаційного суспільства в Україні. Закон говорить про забезпечення відкритості та прозорості діяльності органів державної влади, що сприяє демократичному контролю над владними структурами. Крім того, в рамках цієї статті визначено важливість постійного оновлення та збереження національних інформаційних ресурсів, що є запорукою збереження культурної, наукової та історичної спадщини країни.

У статті 7 чітко закріплено право на інформацію, яке охороняється законом. Держава гарантує рівні можливості для всіх суб'єктів інформаційних відносин щодо доступу до інформації. Важливо, що ніхто не має права обмежувати доступ особи до різних форм і джерел інформації, за винятком випадків, передбачених законодавством, що забезпечує відкритий і прозорий інформаційний простір, де кожен може вільно отримувати й використовувати інформацію [55].

Крім того, закон забороняє вилучення чи знищення інформаційних ресурсів, таких як друковані видання, архівні документи або музейні експонати, якщо це не передбачено законом або не ухвалено рішенням суду (стаття 7). Вказане положення важливе у контексті збереження національних інформаційних ресурсів, що містять культурні й історичні цінності, а також для захисту наукових і освітніх фондів [55].

Засоби масової інформації (ЗМІ) виконують низку важливих функцій у сучасному інформаційному суспільстві, відіграючи ключову роль у формуванні його структури та розвитку. Як наголошують українські дослідники В. Блінцова [14, с. 128], Н. Степанюк [63, с. 124], О. Подаряща [50, с. 125] функції не тільки сприяють обміну інформацією між громадянами, а й впливають на світогляд, цінності, освіту та культуру суспільства.

Основні функції сучасних медіа – це комунікативна, організаторська, ідеологічна, культурно-освітня, рекламно-довідкова та рекреативна [36, с. 63]. Кожна з них має своє специфічне призначення та виконує критично важливу роль у функціонуванні медіапростору. Розглянемо ці функції детальніше.

Комунікативна функція є однією з базових для ЗМІ [36, с. 63], оскільки вона створює зв'язок між різними соціальними групами, інститутами та окремими особами. Не даремно Н. Степанюк пише, що «головною метою ЗМІ є оперативне інформування окремих осіб, соціальних груп населення про події та явища, що відбуваються у світі, країні, певному регіоні» [63, с. 124].

Отже, ЗМІ слугують платформою для передачі інформації, обміну ідеями, формування громадської думки та обговорення суспільно важливих питань. Тому ця функція забезпечує безперервне комунікаційне коло між суспільством і владою, створює можливості для інтерактивного діалогу та впливає на розширення суспільної участі у процесах прийняття рішень. В. Блінцова наголошує, що «в умовах глобалізації і швидкого обміну інформацією, ЗМІ стають центральним механізмом взаємодії між різними секторами суспільства» [14, с. 130]. Тому мас-медіа не тільки передають

інформацію, за їхньої безпосередньої участі створюється цілісна система інтерпретації політичної реальності.

Організаторська функція підкреслює роль медіа як «четвертої влади» у суспільстві, адже вони не лише інформують громадськість про діяльність державних органів, але й здійснюють функцію громадського контролю за ними. ЗМІ виконують роль посередника між владою і суспільством, забезпечуючи відкритість та прозорість управлінських процесів. Вони сприяють координації соціальних дій та мобілізації громадськості до вирішення важливих суспільних питань, виконуючи таким чином роль організатора суспільного життя. Водночас інформування громадян про рішення влади та оцінка їхньої ефективності сприяють зміцненню демократичних інститутів та підвищенню відповідальності влади перед суспільством.

Ідеологічна функція ЗМІ полягає у їх здатності формувати світогляд та впливати на ціннісні орієнтири аудиторії [36, с. 63]. Однак разом із тим ЗМІ є потужним інструментом ідеологічного впливу, оскільки вони можуть визначати ключові теми для обговорення, встановлювати певні культурні й моральні стандарти, впливати на масову свідомість і, таким чином, змінювати суспільні настрої. Через цю функцію ЗМІ мають можливість не тільки відображати, а й формувати суспільні уявлення про політичні, соціальні та економічні реалії, що робить їх важливим учасником процесу соціалізації індивідів і груп. Вони можуть підтримувати національні інтереси та зберігати культурну ідентичність або, навпаки, бути інструментом пропаганди і маніпуляцій.

Культурно-освітня функція ЗМІ сприяє поширенню знань, підвищенню рівня освіти та культурного розвитку суспільства. Завдяки цьому, ЗМІ стають засобом популяризації наукових досягнень, культурних цінностей, мистецтва та літератури. Вони виконують функцію не лише передачі інформації, а й її трансформації в освітні програми та культурні ініціативи, що сприяє підвищенню загального рівня культури та інтелектуального розвитку населення. ЗМІ не тільки надають інформацію, але й виконують роль

наставника, формуючи культурну та освітню самосвідомість громадян [36, с. 63].

Рекламно-довідкова функція ЗМІ полягає у задоволенні утилітарних запитів аудиторії, забезпечуючи її інформацією про товари, послуги та інші ресурси, які можуть бути необхідні для щоденного життя [36, с. 63]. Ця функція важлива як для економіки, так і для споживачів, оскільки реклама допомагає підприємствам знайти своїх клієнтів, а споживачам – отримати інформацію про товари, що відповідають їхнім потребам. Крім того, реклама підтримує фінансову стабільність багатьох медіа, що дає їм змогу виконувати інші важливі функції.

Рекреативна функція ЗМІ включає розважальний аспект, який допомагає суспільству зняти напругу, отримати задоволення та відволіктися від щоденних проблем [36, с. 63]. ЗМІ створюють контент, який сприяє відпочинку, емоційному розвантаженню та відновленню психологічного балансу, що є важливим для збереження психічного здоров'я населення. Фільми, музика, гумористичні програми та інші види розважального контенту є важливими складовими цієї функції, оскільки вони сприяють відновленню внутрішньої рівноваги людини, покращують її настрій і загальний стан.

Отже, кожна з функцій ЗМІ є необхідною для формування та розвитку інформаційного суспільства. ЗМІ виконують комплексну роль у сучасному суспільстві, забезпечуючи його інформаційними ресурсами, формуючи громадську думку, підтримуючи демократичні процеси та сприяючи культурному та освітньому розвитку. Однак тільки збалансоване виконання цих функцій дозволяє ЗМІ бути ефективним інструментом розвитку громадянського суспільства та сприяє створенню умов для активної соціальної участі та інформаційної безпеки.

Н. Степанюк слушно наголошує, що засоби масової інформації в подекуди «не сприяють формуванню в населення соціально-позитивних цінностей. Давно відомо, що в деяких випадках пристрасть людей до перегляду телепрограм приводить до розвитку в них деструктивних

орієнтацій. Зокрема, на суспільну свідомість робить інтенсивний вплив негативна інформація, яка руйнує моральні та загальнолюдські цінності й культивує ідеали індивідуалізму» [63, с. 125]. Крім цього, Україні постійно потрібно протистояти негативному впливові російській інформаційній війні проти нашої держави. А для того, аби наша країна могла боротися із негативними антиукраїнськими впливами іноземних медіа, необхідна розвинена інформаційна інфраструктура.

За визначенням О. Троянського, інформаційна інфраструктура – «комплекс програмно-технічних засобів, організаційних систем та нормативних баз, який забезпечує організацію взаємодії інформаційних потоків, функціонування та розвиток засобів інформаційної взаємодії та інформаційного простору країни або організації» [66, с. 187].

Отже, інформаційна інфраструктура – це комплекс засобів і технологій, які забезпечують поширення інформації на різних рівнях суспільства, включаючи телекомунікаційні мережі, Інтернет, обчислювальні системи, електронні бази даних та інші інформаційні технології. Вона також є ключовою складовою розвитку сучасного суспільства, оскільки забезпечує доступ до інформації для широкої аудиторії та підтримує розвиток нових інноваційних технологій.

З метою розвитку інформаційної інфраструктури у вересні 2019 року було створено Міністерство цифрової трансформації України, метою якого є формувати та згодом реалізовувати державну політику у сферах цифрової економіки та інформатизації, а також здійснювати заходи щодо розвитку інформаційного українського суспільства. Основні завдання Міністерства полягають у формуванні та реалізації державної політики з питань інформатизації, розвитку цифрової економіки, підвищенні рівня кібербезпеки, забезпеченні доступу до якісних інформаційних послуг для всіх громадян України та інше. Міністерство також відповідає за координацію діяльності інших органів влади у сфері інформаційної та кібербезпеки [66].

Створення Міністерства цифрової трансформації України має позитивний вплив на інформаційне суспільство країни, оскільки це дозволяє державі спрямовувати свої зусилля на розвиток цифрової інфраструктури, що є важливим фактором для ефективної роботи всіх галузей економіки та суспільства загалом [66].

Крім цього, правоохоронні органи України спеціального призначення повинні застосовувати відповідні заходи протидії посяганням на інформаційну безпеку нашої країни. Так, відповідно до ст. 24 Закону України «Про Службу безпеки України» [56] повинна виконувати низку завдань, які матимуть попереджувальний характер та міститимуть контррозвідувальні заходи.

Також варто згадати і про Стратегію інформаційної безпеки, що була ухвалена наприкінці 2021 року – це фундаментальний проєкт метою якого є недопущення кризових явищ в українському інформаційному просторі, а також робота над посилення інформаційної безпеки [66].

Не стоїть осторонь роботи щодо формування інформаційної безпеки України і журналістика як інститут. Для того, аби українці мали змогу дати відсіч негативному впливові інформаційної війни та збройної агресії з боку Росії професор В. Лизанчук радить формувати національну єдність. На підтвердження своєї позиції професор наводить практику закордонного дослідника: «Канадський історик з університету Вікторії Сергій Скељчик слушно зазначив, що індивідуальна практика пам'яті, яка формує приватні спогади у рамках сучасного публічного знання про минуле, – це також момент визначення себе самого, адже усвідомлення історії формує основу модерної національної ідентичності» [37, с. 379]. Тож питання зародження, розвитку українського етносу, формування нації є одним із найважливіших для усвідомлення сучасними українцями своєї ідентичності.

Подібної думки дотримується С. Вовканич, який наголошує, що нація здатна розвиватися лише за умови, якщо вона усвідомить і сформує себе як цілісну спільноту. У цьому контексті інформаційний простір, поряд із мовою, територією та релігією, виступає однією з ключових складових

функціонування держави [18]. Серед зазначених елементів, на нашу думку, особливу роль відіграє мова, оскільки саме вона стає головною мішенню в процесах русифікації, спрямованих на деформацію української ідентичності.

Отже, інформаційне суспільство є невід'ємною частиною життєздатності держави. Його пріоритетні сфери включають засоби масової інформації (телебачення, радіо, друковані видання, інтернет-ресурси та соціальні мережі), які не лише формують інформаційне середовище, але й виконують стратегічну роль у збереженні національної самобутності, сприяючи консолідації суспільства та протистоянню інформаційним загрозам.

1.2. Методи впливу медіа на громадську думку, їх роль в інформаційній війні

Медіа відіграють ключову роль у сучасному суспільстві, забезпечуючи доступ до інформації та формуючи громадську думку. Вони виконують низку важливих функцій, серед яких підтримка демократичних процесів, контроль за діяльністю влади та бізнесу, захист прав людини, а також боротьба зі стереотипами. Через передачу новин, аналіз подій і їх тлумачення медіа сприяють критичному сприйняттю інформації широкою аудиторією, допомагаючи їй орієнтуватися у сучасному світі.

Однак медійний простір залишається вразливим до зовнішніх впливів, що можуть спотворювати зміст повідомлень і маніпулювати громадською думкою. У контексті воєнних конфліктів роль медіадискурсу стає ще більш значущою. Сприйняття подій суспільством значною мірою залежить від інформаційних потоків, які акцентують увагу на перевірених і офіційних джерелах. Як зауважує О. Довженко, офіційні джерела інформації уникають публікації даних, що можуть зашкодити цивільним, військовим, волонтерам чи іншим особам, які працюють на благо країни [22].

Варто додати, що науковці А. Міщенко та В. Теремко у контексті медіа та російсько-української війни слушно відзначають, що «раніше військові події ставали надбанням преси, то тепер приховані та пропагандистськи сформульовані смисли подачі інформації широким верствам населення стимулюють конфлікти та війни» [43, с. 307].

Національний інститут стратегічних досліджень проаналізував зміни в інформаційному просторі України в період війни. Експерти інституту виявили кілька ключових особливостей, які суттєво вплинули на медіаландшафт країни. Однією з особливостей воєнного періоду стала концепція «короткого часового горизонту» [48]. Це означає, що учасники політичного процесу, експерти та медіа концентруються на подіях, що відбуваються в дуже короткий проміжок часу, зазвичай один-три тижні. Як зазначає І. Павленко, у такій ситуації те, що сталося лише позавчора, вже втрачає свою актуальність і перестає бути важливим [48].

Структура інформаційного поля також зазнала значних змін. До війни в Україні існувала конкуренція між багатьма телевізійними каналами, які належали різним олігархам. Війна призвела до того, що на телебаченні почав домінувати фактично один потік інформації (марафон «Єдині новини»), що радикально відрізняється від довоєнної ситуації. Значна активність змістилася в Інтернет, а платформи Facebook, YouTube, Telegram та TikTok стали основними джерелами інформації. Вони стали основними майданчиками для поширення новин, обміну думками та організації громадської активності, однак досі не регульовані українським законодавством.

Водночас у соціологічному опитуванні Київського міжнародного інституту соціології (4-27 грудня 2022 р.) зазначається, що довіра до українських ЗМІ за останній рік зросла з 32 відсотків до 57 відсотків (баланс зріс з 7 відсотків до +43 відсотків) [38]. Як бачимо, у період війни довіра громадян до засобів масової інформації зросла майже вдвічі, що є показовим навіть за умов обмеження медіапростору та посилення ролі альтернативних джерел інформації. Крім цього, така тенденція свідчить про суттєве зміцнення

здатності ЗМІ, державної влади та інших структур впливати на суспільні настрої.

Загалом збільшення довіри до медіа під час війни можемо пояснити кількома факторами. По-перше, в умовах кризових ситуацій люди часто звертаються до офіційних джерел інформації, які сприймаються як більш надійні та авторитетні. Влада та офіційні ЗМІ стають основними джерелами достовірної інформації, що допомагає громадянам орієнтуватися в ситуації та приймати обґрунтовані рішення. По-друге, хоча альтернативні джерела інформації, як соціальні мережі та інтернет-платформи, також відіграють важливу роль, однак політичні інститути держави вміло використовують ці канали для поширення своїх меседжів та формування громадської думки [61].

Традиційні та соціальні медіа використовують різноманітні лінгвальні (мовні) та екстралінгвальні (немовні) чинники для впливу на аудиторію. Основними екстралінгвальними чинниками, які впливають на розвиток лексичної системи мови, є різні соціально-комунікативні потреби мовних колективів, умови їх історичного існування та ідеологічні настанови. С. Бондаренко зазначає, що можливість позамовної дійсності впливати на лексико-семантичну систему мови пояснюється її відкритістю та незамкненістю [16, с. 125].

Підсумовуючи напрацювання дослідників [12; 65], варто вказати, що лінгвальні чинники (або мовні чинники) – це елементи та особливості мови, які безпосередньо впливають на комунікацію та передачу інформації. Натомість екстралінгвальні чинники (або позамовні чинники) – це фактори, які не пов'язані безпосередньо з мовною структурою, але суттєво впливають на комунікацію та розвиток мови.

З іншого боку, мова є живим організмом, який постійно змінюється та еволюціонує під впливом різноманітних чинників. Зміни відбуваються як на лінгвальному, так і на екстралінгвальному рівнях, відображаючи динаміку суспільства, в якому мова функціонує. Наприклад, початок ХХІ століття, як

пише Я. Снісаренко, характеризується низкою семантичних процесів, які відображають нову суспільно-політичну ситуацію:

- деактуалізація значень слів, тобто повернення тих термінів, які відійшли у минуле. Скажімо, це слова із літерою «г», фемінитиви тощо.

- деідеологізація суспільно-політичної лексики. Зняття пейоративного забарвлення з деяких слів або поява іронічного відтінку, наприклад, у словах «бізнесмен», «підприємець».

- політизація деяких лексико-семантичних груп, тобто перенесення слів із спортивної сфери до політики, наприклад, слово «раунд» у значенні «етап»; із військової сфери до політики перейшло слово «заручник»; слово «діалог» у політичному контексті означає «переговори» (антонімічне до «конфронтація»), «дискусія», «спілкування».

- деполітизація політичних термінів, тобто мається на увазі використання політичних термінів у неполітичних контекстах, наприклад, «диктатура» – «насилля, придушення чужої волі»; «консенсус» – «згода» [62, с. 90].

Медіа у цих процесах відіграють не останню роль. Тому К. Білик слушно відзначає, що «медіатексти провідних газет та інших джерел інформатизації є показником змін, які відбуваються в суспільстві, що проявляється через основні особливості розвитку та змін у мові на лексичному, семантичному, словотвірному рівнях» [13, с. 56].

Традиційні медіа історично були основними джерелами інформації для широких верств населення. Вони формують громадську думку, встановлюють норми мовлення та сприяють розповсюдженню нових слів і виразів. Натомість сучасні соціальні медіа мають ще більший вплив на мовні зміни завдяки своїй інтерактивності та глобальному охопленню. Соціальні платформи (Facebook, Twitter, Instagram та TikTok) сприяють швидкому поширенню нових слів, мемів і виразів. А завдяки алгоритмам, які підбирають контент на основі уподобань користувачів, нові мовні форми можуть миттєво ставати вірусними і проникати в різні куточки світу.

Розглянемо лінгвальні та екстралінгвальні чинники впливу на громадську позицію засобами традиційних та соціальних медіа детальніше. К. Білик відзначає, що важливу роль у створенні медіатекстів новин «відіграють терміни специфічної тематики, відомі імена людей чи назви компаній, країн, а також ексклюзивний заголовок, який задає тему повідомлення й виконує атрактивну функцію щодо заохочення читача до прочитання матеріалу» [13, с. 57].

Вибір слів та їх конотація мають значний вплив на сприйняття інформації. Наприклад, використання позитивно забарвлених слів (*перемога, успіх, досягнення*) сприяє формуванню позитивного ставлення до обговорюваного питання, натомість негативно забарвлені слова (*криза, провал*) можуть викликати негативну реакцію [13]. Варто вказати і що структура речень також відіграє важливу роль: складні речення можуть виглядати більш переконливо, а прості речення легше сприймаються та запам'ятовуються.

О. Климентова відзначає, що риторичні прийоми, наприклад метафори, порівняння та гіперболи, можуть робити інформацію більш впливовою та запам'ятовуваною, що своєю чергою тягне за собою вплив на реципієнта [32, с. 62].

Окремо варто говорити про стиль та тон матеріалів. Звісно, стиль та тон публікацій варіюються залежно від медіаплатформи. У традиційних медіа зазвичай використовується формальний стиль, що підвищує рівень довіри аудиторії. В соціальних медіа переважає неформальний стиль, що сприяє більшій доступності та залученості аудиторії. Тон публікації (нейтральний, позитивний або негативний) безпосередньо впливає на емоційне сприйняття інформації та може змінювати громадську позицію щодо певного питання [30].

Щодо арсеналу екстралінгвальних чинників, то посилити вплив на читача можна з допомогою аудіо- та візуальних елементів, адже зображення та відео мають великий вплив на сприйняття інформації. Наприклад, новинні

сюжети з візуалізацією подій сприймаються сильніше, ніж сухий текстовий звіт, а інфографіка допомагає зрозуміти складну інформацію швидше та ефективніше, збільшуючи вплив на аудиторію.

Отже, вплив медіа на громадську думку є комплексним процесом, який включає численні лінгвальні та екстралінгвальні чинники. Традиційні та соціальні медіа мають свої особливості та механізми впливу, що робить їх важливими інструментами у формуванні та зміні громадської позиції.

Подекуди вплив медіа на свідомість аудиторії має суто негативне значення, є продуманим, добре спланованим, тому стає основою такого глобального явища, як інформаційна війна. Більше того, останніми роками проти українців активізували інформаційну війну, що завдає напрочуд значної школи суспільству. Відомо, що російські медіа та спецслужби після розпаду СРСР чинять систематизований вплив на свідомість українців, росіян та громадян інших країн. Ворожа пропаганда докладає максимум зусиль, аби активізувати старі лозунги, відродити так званий «руський мір», створити прірву між регіонами нашої країни тощо [30].

Узагальнимо підходи дослідників до визначення поняття «інформаційна війна». У праці Д. Прокоф'єва «Інформаційна війна і інформаційна злочинність» наведено таке визначення: інформаційна війна – це дії, розпочаті для досягнення інформаційної переваги шляхом завдання шкоди інформації, процесам, що базуються на інформації та інформаційних системах супротивника при одночасному захисті власної інформації, процесів, що базуються на інформації та інформаційних системах [57]. Автор також наголошує, що важливо не тільки поширювати інформацію пропагандиста, а й блокувати канали, з яких маси можуть отримати доступ до правди.

Професорка І. Жаровська до елементів інформаційної війни зараховує: «добування розвідувальної інформації, дезінформування, психологічні операції, фізичне руйнування інформаційних ресурсів супротивника (у тому числі з використанням електромагнітного впливу), напади (фізичні, електронні) на його інформаційну структуру, зараження комп'ютерними

вірусами його обчислювальних мереж і систем, проникнення в інформаційні мережі тощо, а також відповідні заходи протидії для захисту власних інформаційних ресурсів» [25, с. 57].

Отже, під інформаційною війною ми розуміємо комплекс дій, спрямований на порушення цілісності інформаційного простору країни, кінцевою метою якого є психологічний вплив на індивідуальну і масову свідомість населення. Як правило, інформаційна війна триває паралельно з іншими конфліктами: політичним, економічним, військовим і навіть культурним, що підтверджено діями російських політиків.

Варто додати, що інформаційну війну ведуть різні сторони, включаючи державні та недержавні організації, політичні партії, військові та комерційні структури, кримінальні групи та інші. І цілі такого протистояння також можуть бути різними, включаючи зміну геополітичної ситуації, вплив на громадську думку, здобуття конкурентної переваги, поширення політичних або релігійних ідеологій, виклик хаосу та незгоди в суспільстві та інші [57].

У будь-якому випадку інформаційна війна може мати серйозні наслідки: збільшення ризику воєнних конфліктів, економічна нестабільність, соціальні розлади, порушення прав людини та інші. Тому важливо бути критичним до інформації, яку ми отримуємо, та перевіряти її на достовірність перед тим, як вірити їй та поширювати далі [57].

Отже, інформаційна війна – це сукупність заходів, спрямованих на здобуття переваги над опонентом або досягнення визначених цілей в інформаційній сфері. Її ведуть різними методами: розповсюдження дезінформації, маніпулювання громадською думкою, зміна сприйняття реальності, використання соціальних мереж та інших інтернет-ресурсів для впливу на суспільство.

У наш час поняття «інформаційна війна» поєднує два види інформаційної боротьби – інформаційно-технічний та інформаційно-психологічний. Інформаційно-технічна боротьба включає в себе використання технічних засобів для захисту важливої інформації та перешкоджання доступу

до неї з боку потенційних загроз. Такі засоби можуть включати в себе шифрування, брандмауери, антивірусні програми, захист від DDoS-атак і т.д. Інформаційно-технічна боротьба є важливою складовою інформаційної безпеки та захисту важливих даних.

Своєю чергою інформаційно-психологічна боротьба полягає в використанні психологічних методів для впливу на людей і формування їхніх думок та поведінки. Мова йде про дезінформацію, маніпулювання, пропаганду, використання соціальних мереж для поширення фейкових новин тощо. Так, фейк (вигадка, дезінформація) є досить ефективним засобом в інформаційній війні, оскільки він може спричинити значні збитки для цілей противника, спровокувати конфлікти, роз'єднання та інші наслідки [81].

Фейки можуть розповсюджуватися через різні медіа – від соціальних мереж до теленовин, і можуть бути створені як окремими особами, так і владними структурами. Доцентка кафедри журналістики М. Кіца [31] наголошує, що «фейк передбачає навмисне перекручення, вигадкування, дезінформування, а неправдива інформація може бути подана у ЗМІ випадково – через халатність журналістів, неуважність, недостатню перевірку інформації» [31]. У випадку із фейком, він має значно більший комунікативний вплив, ніж просто помилки, допущені при роботі журналістів.

Одним з прикладів широкомасштабної дезінформації можна вважати російську інформаційну кампанію щодо війни в Україні. Російські ЗМІ, керівництво та офіційні особи поширювали вигадки щодо російсько-української війни, спричиняли інформаційний шум та дискредитували українську владу та ЗМІ. Такі фейки часто мають за мету змінити погляди та поведінку людей, вплинути на громадську думку та створити певну атмосферу в суспільстві.

Прийнято вважати, що найбільше фейків можна спостерігати у соціальних мережах, однак їх сфера акумуляції значно ширша [81]. Зокрема, ЗМІ можуть навіть отримувати фейкові документи від відомих українських чи закордонних організацій з проханням поширити ту чи іншу інформацію. Такий

випадок трапився у липні 2022 року, коли медіа отримали так зване «Термінове повідомлення щодо ймовірних ракетних ударів незабаром по території України» від імені відомої компанії із розслідувань «Molfar» [71]. Фахівці цієї ж компанії згодом заявили про підроблення документу, на що вказувало, насамперед, кілька фактів. У першу чергу – це стиль, занадто канцелярський із використанням низки штампів, на кшталт «товарищ майор», які приватні структури у наш час не використовують узагалі.

По-друге, журналісти повинні були проаналізувати, чи може бюро розслідувань володіти інформацією, про яку йшлося в документі в принципі. У компанії «Molfar» це прокоментували таким чином: «Ми не володіємо інсайдерською інформацією про ракетні обстріли. Ніхто нею не володіє, якщо точніше. Та й взагалі спрогнозувати маршрути польоту ракет – це фантастика, а не OSINT» [71]. І насамкінець, російські пропагандисти, які імовірно, створили документ, використали логотип однойменної пивоварні.

Подекуди створюються навіть фейкові сайти, зокрема, у вересні 2022 року стало відомо, що російські спецслужби створили фейковий сайт для дискредитації Зеленського у Західній Європі. Як приклад, сайт <https://zestiftung.com>, німецькою мовою, який було швидко виявлено та ліквідовано українськими спецслужбами.

Зважаючи на сказане вище, розуміємо, що журналісти повинні аналізувати отриману інформацію, навіть якщо в листі вона підписана авторитетною організацією. Було розглянуто фейк про ракетні обстріли Києва, який надсилали від імені «Мольфара», що відомий в Україні розслідуваннями військових злочинів. У вказаному випадку, повідомлення вдалося спростувати через аналіз стилю листа – він був написаний із надмірною кількістю канцеляризмів, які використовують подекуди державні установи, однак не новітні приватні. Крім цього, в листі використано логотип не агентства, а однойменного пабу.

Україна на державному рівні протягом останніх років вжила низку заходів, аби покращити рівень своєї інформаційної безпеки. Як приклад, 2018

року в нашій державі було ухвалено Закон «Про національну безпеку України», де наголошено, що «державна політика у сферах національної безпеки і оборони спрямовується на забезпечення воєнної, зовнішньополітичної, державної, економічної, інформаційної, екологічної безпеки, кібербезпеки України тощо» [56]. Але незважаючи на це, рф продовжує використовувати російські та проросійські медіа як інструмент інформаційної війни.

Підсумуємо, інформаційна війна – це конфлікт між різними силами, де головна зброя – інформація. У цьому контексті мас-медіа використовують як засіб для поширення пропаганди та як метод впливу на громадську думку. Привертає увагу, що британський дослідник інформаційної агресії Росії в Україні П. Померанцев запроваджує термін «weaponization of media», що перекладається як «використання медіа як зброї» [61, с. 19]. У такий спосіб дослідник підкреслює функцію мас-медіа у сучасних інформаційних війнах: не просто передавати інформацію, а бути інструментом для досягнення політичних та ідеологічних цілей. Застосування медіа як зброї ґрунтується на методах маніпуляції свідомістю аудиторії, зокрема на приховуванні реальних подій та викиданні фраз із контексту, що викликає спотворення уявлень про дійсність та формує викривлену картину світу.

Одним з головних прийомів інформаційної агресії є створення хаосу та невизначеності, коли аудиторії стає складно відрізнити правду від брехні, друга від ворога. Померанцев зазначає, що агресор, який сам себе не визнає учасником конфлікту, часто позиціонується як миротворця [61, с. 19]. Така тактика руйнує традиційні уявлення про перемогу і поразку у війні, маніпулює свідомістю споживачів інформації.

Н. Карпчук вважає, що «weaponization of media» в Україні спровокована специфічними джерелами загроз [30, с. 46]. Насамперед це викривлення реальності, що особливо актуальне у контексті російсько-української війни, оскільки інформаційні операції Росії спрямовані на руйнування моральних і ціннісних засад суспільства через нав'язування чужих ідей і маніпулювання

громадською думкою. В основі стратегії лежать техніки маніпулювання свідомістю, зокрема нейролінгвістичне програмування (NLP), яке активно використовуються для створення уявлень, що відповідають інтересам агресора.

Друга причина – «концентрація мас-медіа в руках невеликої групи власників» [20, с. 46]. З цим складно не погодитися, адже володіння мас-медіа забезпечує контроль над громадською думкою і сприяє руйнуванню національної інформаційної безпеки. Інформація подається вибірково, що дає змогу створювати бажану інтерпретацію подій, сприяючи політичній поляризації та соціальній дестабілізації.

Ще одним важливим фактором є складне економічне становище ЗМІ [20, с. 46], що змушує їх орієнтуватися на фінансові інтереси тих, хто їх підтримує. В результаті, мас-медіа можуть формувати вигідні політичним або економічним групам уявлення, що підриває об'єктивність інформації.

Отже, використання медіа як зброї є ефективним інструментом інформаційних війн, яке дозволяє маніпулювати свідомістю та створювати альтернативну реальність для масової аудиторії. Загалом медіа-вплив спрямований на руйнування критичного мислення та деморалізацію суспільства, що ускладнює процес прийняття рішень та взаємодію між різними соціальними групами.

Інформаційна війна, як зазначає С. Гончарук, базується на створенні так званої «паралельної реальності», що поєднує елементи об'єктивної реальності та вигаданої дійсності [20, с.57]. Така концепція війни є надзвичайно ефективною в сучасному інформаційному середовищі, адже засоби масової інформації, зокрема телебачення, відіграють ключову роль у формуванні громадської думки. Як результат, медіа стають інструментом, через який «стирається межа між реальним і вигаданим», що створює сприятливі умови для пропаганди та маніпуляції суспільною свідомістю в умовах гібридних війн. Як бачимо, російська інформаційна агресія використовує цей механізм для створення таких фальшивих наративів, як «Кримська ейфорія» чи «Боротьба з

фашизмом на Донбасі», які не мають під собою об'єктивної реальності, але завдяки медійному впливу сприймаються як істинні.

Особливість паралельної реальності полягає в тому, що вона не просто спотворює сприйняття дійсності, а й впливає на прийняття рішень та здійснення реальних операцій. Медіа підтримують та розвивають ці уявлення, що вже існують у суспільстві, створюючи видимість реальних подій там, де їх насправді немає.

Розглянемо інструменти, які дають змогу маніпулювати об'єктивністю:

1. Одним з основних інструментів маніпуляції є «маніпуляція соціологією», у ході якої результати опитувань не відображають реальну картину настроїв суспільства, але, під впливом медіа, сприймаються як об'єктивна істина [39, с. 292].

2. Маніпуляція темами [39, с. 292]. Засоби масової інформації мають можливість визначати, які теми стануть центральними у суспільному дискурсі, а які залишаться на периферії. Вибір тем, що обговорюються у прайм-тайм або висвітлюються у провідних медіа-програмах, значно впливає на уявлення громадськості про важливість тих чи інших питань. Таким чином, медіа можуть штучно створювати або збільшувати значущість певних проблем, маніпулюючи суспільною увагою.

3. Ще одним ефективним інструментом медіа-впливу є маніпуляція порядком обговорення теми та гостями дискусій [39, с. 293]. Важливим є не лише те, яка тема обговорюється, але й як саме це відбувається. Для того, аби штучно створити ажіотаж вдаються до різних важелів впливу: від часу виходу програми до підбору експертів чи лідерів думок. Якщо в обговоренні беруть участь оратори, що викликають симпатію чи антипатію аудиторії, це автоматично формує певне ставлення до подій та людей, що дає змогу медіа не лише інформувати, але й приховано нав'язувати аудиторії певні погляди.

4. Маніпуляція часом також є важливим інструментом впливу на громадську думку [39, с. 293]. Відведення більше або менше часу для висловлювання певної думки може значно впливати на те, як вона буде

сприйнята аудиторією. Наприклад, якщо одному з учасників обговорення дасться більше часу для виступу без переривань, його позиція може здатися більш аргументованою або переконливою, тоді як позиції опонентів будуть маргіналізовані.

Підсумуємо, що медіа в умовах гібридної війни виступають не лише як джерело інформації, але й як засіб формування альтернативної реальності, що використовується для досягнення політичних і військових цілей. Маніпуляції з темами, порядком обговорення, гостями та часом є ключовими інструментами, за допомогою яких відбувається вплив на суспільну свідомість. У цьому контексті медіа стають не просто трансляторами новин, а потужною зброєю, яка визначає перебіг подій у сучасному інформаційному просторі.

1.3. Феномен медіа у контексті міжнародних відносин

Феномен медіа у контексті міжнародних відносин набуває все більшого значення в умовах глобалізації, адже інформаційні технології та комунікаційні платформи стають основними інструментами впливу на політику, економіку та безпеку країн. Засоби масової інформації не лише виконують роль передавачів інформації, але й формують міжнародні наративи, впливають на дипломатію та навіть сприяють розвитку конфліктів.

Зміна ролі ЗМІ в міжнародних відносинах почала набирати обертів із появою телебачення, а згодом – інтернету, що значно пришвидшило передачу інформації та дало можливість широкій аудиторії отримувати доступ до новин майже в режимі реального часу. Як зазначає Р. Логар, сучасні медіа відіграють роль не лише інформаторів, але й учасників процесу ухвалення політичних рішень. Ця роль ЗМІ перетворюється на частину «медіадомінованих систем», де політики не можуть ігнорувати те, що транслюється в медіапросторі [78, с. 85], тому змушені адаптувати свої рішення до того, як їх сприйматимуть

глядачі чи користувачі інтернет-ресурсів, оскільки ЗМІ мають можливість формувати громадську думку не лише в межах однієї країни, але й на глобальному рівні.

Один із яскравих прикладів впливу медіа на міжнародні відносини – це події під час В'єтнамської війни, коли репортажі з поля бою, що транслювалися по американському телебаченню, стали причиною значного суспільного тиску на уряд США, змусивши його переоцінити свої військові дії. Вказаний феномен описаний в дослідженнях CNN і BBC; він доводить, що ЗМІ не лише повідомляють про події, але й формують громадську думку, що може суттєво вплинути на результати політичних рішень [78, с. 85]. З цього часу роль медіа в міжнародних відносинах лише зростала, і зараз вона є невід'ємною частиною дипломатії та політики.

Важливим є те, що ЗМІ стають інструментом впливу не лише у періоди війни, але й у повсякденному житті. Сучасна «медіадипломатія» стає засобом контролю громадської думки та важливим фактором у міжнародних перемовинах. Наприклад, як зазначено у дослідженні Е. Поттера, ЗМІ можуть використовувати для формування негативних образів певних країн чи політичних лідерів, що ускладнює дипломатичні відносини [78, с. 85]. Важливість таких інструментів полягає в тому, що вони дають змогу державам контролювати інформаційний простір, а отже, і громадську думку на міжнародному рівні.

Однією з основних характеристик сучасних ЗМІ є здатність трансформувати події у «подвійні реальності», у якій факти переплітаються з вигаданими наративами. У такий спосіб медіа можуть створювати викривлені інтерпретації подій, що можуть використовуватися як зброя у міжнародних конфліктах.

Крім цього, феномен медіа в контексті міжнародних відносин пройшов значну еволюцію, трансформуючись від інструменту, який обслуговував інтереси правлячої еліти, до незалежного і впливового гравця, що безпосередньо впливає на формування політичних рішень. Якщо звернутися

до оцінки ролі засобів масової інформації у зовнішньополітичній діяльності держави, то дослідник Б. Коен ще до 60-х років XX століття зазначав, що преса слугувала «служницею уряду», виконуючи роль пропагандистського рупора. ЗМІ у той період не були незалежними і використовувались правлячою елітою для поширення лише вигідної інформації. Основною причиною такого становища був низький громадський інтерес до міжнародної політики, що дозволяло урядам легко маніпулювати інформаційними потоками [85, с. 22].

І. Блозовська, співзасновниця Товариства україно-угорської дружби, засновниця International Media Group «Diplomat» наголошує на важливості співпраці посольств та медіа: «В Америці, наприклад, американська дипломатія і медіа ресурси об'єднані в одну структуру, аби влюбий момент мати спроможність захистити імідж своєї держави. Ця структура досить у швидкий спосіб може зреагувати на недостовірну, або не бажану інформацію щодо Америки, по всьому світі» [15].

Для порівняння, В. Вудвард відзначає, що «успішні зусилля щодо використання глобальних медіа для покращення місцевого життя залежать від організаційного навчання та творчих відповідей на виклики управління технологічними інноваціями» [10].

У свою чергу Г. Щедрова вказує, що роль медіа у міжнародних відносинах останніми роками тільки посилюється: «Світові ж тенденції свідчать, що ЗМІ є не лише засобом та інструментом впливу на міжнародну політику, але й мають політичну владу, уособлюючи її «четвертий щабель». Зокрема, йдеться про владу створювати події, представляти моделі й альтернативи політичного розвитку, називати та інтерпретувати факти політичної реальності» [78, с. 108].

У нових умовах медіа набули здатності значно впливати на громадську думку, а отже — і на політичні рішення урядів. Особливо це проявляється в часи кризи, коли інформація стає вирішальним фактором у формуванні колективних уявлень і реакцій на події. Такий вплив медіа на суспільні процеси робить їх потужним інструментом у глобальній політиці, здатним як

формувати підтримку, так і ставати каталізатором змін на рівні міжнародних відносин.

У цьому контексті важливо звернути увагу на міжнародні механізми регулювання діяльності ЗМІ. Важливу роль у цьому процесі відіграє Організація Об'єднаних Націй (ООН), яка ще в 1979 році на 34-й сесії Генеральної Асамблеї створила Комітет ООН з інформації. Основними завданнями цього комітету були сприяння встановленню нового міжнародного інформаційного порядку, який би забезпечував більш справедливий і збалансований обмін інформацією, а також розробка рекомендацій щодо політики ООН у галузі інформації [35, с. 355].

Проте, навіть попри існування таких міжнародних механізмів, реальність залишається складною. Незалежність ЗМІ часто є умовною, оскільки вони все ще залежать від економічних інтересів власників, рекламодавців або урядів. Тому у наш час дослідники визначають два основних підходи до визначення впливу медіа на міжнародні відносини. Перший має назву ефекту, або кривої CNN [7, р. 85] і був сформульований у 1990-х роках на прикладі висвітлення гуманітарних криз у світі. Суть цього ефекту полягає в тому, що засоби масової інформації, особливо такі глобальні гравці, як CNN, отримали можливість цілодобового транслявання новин з гарячих точок світу, що змусило політиків реагувати на ці події швидше, ніж вони могли б зазвичай.

Крім цього, вказана концепція тісно пов'язана з тим, що медіа стали посередниками між політичними лідерами та громадськістю, що впливає на ухвалення політичних рішень. Як вказує Дж. Нойман, экс-редактор USA Today, CNN та інші інформаційні гіганти, створили новий інформаційний контекст, де політики не мають іншого вибору, окрім як звертати увагу на кризи, що транслюються у прямому ефірі [7, с. 85].

Ефект CNN характеризується низкою властивостей, на яких засновано його вплив. Як зазначає С. Саддікі, CNN відрізняється такими рисами, як цілодобове мовлення, трансляція в режимі реального часу, доступність

сигналу у будь-якому куточку світу, а також переважання інтерактивних подій і заголовків, що зосереджують увагу на найбільш важливих аспектах ситуації [5, с. 94]. Тобто поєднання цих чинників призводить до створення інформаційної напруги, яка може серйозно вплинути на політику держав у міжнародному контексті.

У той же час, варто зазначити, що феномен ефекту CNN має і свої недоліки. Інформаційний шум, створений постійним потоком новин, може призводити до поверхневої оцінки ситуації як громадськістю, так і політиками. Відповідно, політичні рішення приймаються під впливом короткотермінових медіакампаній, що вимагають негайної реакції, але не завжди дозволяють провести ретельний аналіз проблеми. У результаті, це призводить до поспішних дій, що не завжди є виправданими в довгостроковій перспективі.

Таким чином, ефект CNN показує, як медіа можуть безпосередньо впливати на міжнародні відносини та ухвалення політичних рішень. Проте цей вплив не є однозначним: з одного боку, засоби масової інформації сприяють прозорості й мобілізації суспільств а на вирішення важливих глобальних проблем, але з іншого – вони можуть створювати інформаційний тиск, що змушує політиків приймати швидкі рішення, не завжди маючи для цього достатньо часу або інформації.

Другий підхід, відомий як «виробнича згода» («manufacturing consent»), запропонували Н. Хомський та Е. Герман. Згідно з цією концепцією, медіа не є незалежними акторами, що створюють політику, а навпаки, вони виступають засобом підтримки існуючої позиції уряду. Хомський та Герман стверджують, що «могутні джерела регулярно використовують медійні практики і залежність медіа для управління ними з метою дотримання певного порядку денного» [88, с. 95]. Тобто, відповідно до вказаної теорії, медіа часто стають інструментом, через який уряди і великі корпорації маніпулюють громадською думкою, просуваючи вигідні для себе теми і приховуючи або зменшуючи значення тих подій, які не відповідають їхнім інтересам.

Модель базується на п'яти фільтрах, через які проходять новини перед тим, як потрапити до широкого загалу. До них належать: власник медіа, реклама як головне джерело доходу, залежність медіа від урядових і корпоративних джерел інформації, дисциплінування медіа через загрозу репутаційних втрат або судових позовів, і антикомунізм як ідеологічний фільтр у певних країнах [49, с. 309]. Треба додати, що ці фільтри створюють інформаційний простір, у якому лише ті новини, що відповідають інтересам урядів і великих корпорацій, досягають громадськості. Таким чином, медіа не просто відображають реальність, а активно її конструюють, просуваючи вигідні для певних груп події та інтерпретації.

Прикладом застосування моделі «виробничої згоди» є війна в Перській затоці. Як зазначається в дослідженнях, під час цього конфлікту медіа не могли показувати низку зображень (смерть солдат, знищені американські танки), що було результатом суворої системи контролю, в межах якої журналісти отримували доступ лише до обмеженого обсягу інформації в межах «пулів» [49, с. 309]. Як наслідок, реальні бойові кадри замінені комп'ютерною графікою, що значно знижувало реалізм і додавало до війни більше оптимізму, ніж це може бути насправді.

Як бачимо, медіа можуть як формувати порядок денний, так і підтримувати існуючу політичну структуру. У сучасному світі їхній вплив на політику не можна недооцінювати, однак слід критично оцінювати й той факт, що ці впливи часто можуть бути інструменталізовані в інтересах тих чи інших політичних і економічних «акторів».

У зовнішньополітичній діяльності, як вважає Г. Щедрова, кожна держава переслідує три ключові цілі:

- створення позитивного іміджу;
- посилення власного впливу на міжнародні процеси;
- забезпечення стабільності та безпеки [78, с. 112].

Серед багатьох засобів досягнення цих цілей інформаційний компонент стає найоптимальнішим. У першу чергу, інформація є ресурсом

нематеріальним, але завдяки глобалізованим медіа вона має здатність проникати до широких мас, здійснюючи вплив через різні канали, залишаючись водночас непомітною та ненав'язливою. Саме така «м'яка сила» дозволяє державам ефективно просувати свої інтереси на міжнародній арені без прямої конфронтації. Тобто, іншими словами, інформаційний простір стає новим полем бою, а успіх у ньому приносить реальні і матеріальні результати.

Тобто у сучасних міжнародних відносинах роль медіа набуває дедалі більшого значення, оскільки, як пише І. Філенко, жодне зовнішньополітичне відомство не може самотійно конкурувати з матеріально-технічною базою, яку мають великі теле- і радіокорпорації [73, с. 186]. Це змушує уряди країн покладатися на ЗМІ як на основне джерело інформації, а також довіряти її достовірності та професіоналізму журналістів.

На думку дослідника О'Геффернана, ЗМІ відіграють значну роль у просуванні неурядових організацій, сприяючи їхньому впливу на державну політику [86]. Однак сучасні події демонструють, що мас-медіа мають ще ширший вплив – вони можуть представляти новоутворені держави світовій спільноті, допомагаючи їм здобути міжнародне визнання. Іншими словами, можемо говорити про потужний вплив глобальних ЗМІ на міжнародну політику. Тому уряди країн сприймають великі медіамережі не лише як інструмент комунікації із широкими масами, але й як засіб впливу на політичну та дипломатичну еліту різних держав. Інформаційні корпорації (BBC, CNN або Al Jazeera) є гравцями на глобальній арені, формуючи порядки денні та інтерпретації важливих подій.

Не даремно українська дослідниця О. Ваганова, оцінюючи вплив змін, які втілюють перехід до інформаційного суспільства, а також ролі ЗМІ на правила гри у сфері сучасної дипломатії виокремлює наступні тенденції:

1. Тенденція зростання значення «м'якої сили» (soft power) стала однією з головних рис сучасної міжнародної дипломатії [74, с. 268]. «М'яка сила» дозволяє державам досягати зовнішньополітичних цілей через переконання, культурний вплив, поширення ідей, цінностей та норм без застосування

військової сили. Це підсилюється зростанням ролі медіа, які ефективно допомагають поширювати інформацію і формувати позитивний імідж держави. Скажімо, успішне використання «м'якої сили» продемонструвала Канада, яка через свої медіа-ресурси і культурну дипломатію послідовно поширює цінності мультикультуралізму, толерантності та прав людини. У такий спосіб Канаді формує міжнародну підтримку та зміцнює позиції на світовій арені без активного використання військової або економічної сили.

2. Зниження державного контролю над зовнішньополітичною інформаційною діяльністю, її децентралізація. ЗМІ, неурядові організації та навіть приватні особи тепер активно залучені в міжнародні комунікації, що призводить до децентралізації інформаційного простору. Саме тому соціальні мережі та платформи, такі як Twitter, Facebook, стали інструментами дипломатії, які використовуються не лише офіційними державними структурами, але й неурядовими організаціями та активістами для поширення інформації на міжнародному рівні [64, с. 268].

3. Доступність зовнішньополітичної інформації широким колам громадян. Раніше зовнішньополітична інформація була доступною лише вузькому колу політичної та дипломатичної еліти. Сьогодні ж, завдяки медіа та Інтернету, широкі маси громадян отримують доступ до зовнішньополітичної інформації, що сприяє активнішій участі громадян у міжнародному дискурсі. Наприклад, під час протестів «Арабської весни» в 2011 році громадяни використовували соціальні мережі для обміну інформацією про події, що відбувалися в їхніх країнах, що сприяло ширшому міжнародному висвітленню і викликало політичний резонанс, що призвело до змін в урядах низки держав [64, с. 268].

4. Зростання публічності дипломатії [64, с. 268]. У сучасних умовах дипломатія стає більш публічною, і багато переговорів, які раніше проводилися за зачиненими дверима, тепер відкриті для широкого загалу через висвітлення у медіа

5. Перехід від жорсткої інформаційної ієрархії до інформаційного зрівняння [64, с. 268]. Наголосимо, що сьогодні інформаційні потоки стають рівномірними, і багато різних акторів, включаючи неурядові організації, приватні особи та компанії, відіграють значну роль у поширенні інформації на міжнародному рівні. Як приклад, Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ) під час пандемії COVID-19 активно співпрацювала з приватними технологічними компаніями та соціальними медіа-платформами для поширення достовірної інформації про коронавірус, що допомогло подолати дезінформацію та паніку серед громадян різних країн.

6. Завдяки цифровим технологіям розвивається віртуальна дипломатія [64, с. 268], що дозволяє дипломатам і урядам проводити міжнародні переговори через онлайн-платформи. Медіа-дипломатія також відіграє важливу роль у поширенні офіційної позиції держав через медіа. Скажімо, віртуальна дипломатія значно зросла під час пандемії COVID-19, коли більшість міжнародних переговорів, зустрічей та форумів проводилися в онлайн-форматі. Наприклад, зустрічі Організації Об'єднаних Націй та інших міжнародних організацій були організовані через Zoom або інші цифрові платформи.

7. Часовий пресинг [64, с. 268]. Миттєвість комунікацій через сучасні медіа створює сильний часовий пресинг на уряди і дипломатів. Публіка очікує негайної реакції на міжнародні події, що інколи ускладнює вироблення стратегічних і виважених рішень.

8. Ускладнення розвитку зовнішньої політики держав [64, с. 268]. У наш час медіа не лише повідомляють про міжнародні події, але й постійно вводять нових акторів до зовнішньополітичного процесу, розширюючи критерії для ухвалення політичних рішень і включаючи в них неполітичні фактори, як-от екологічні, етичні або соціальні. Скажімо, під час обговорення Паризької кліматичної угоди у 2015 році медіа активно висвітлювали позиції екологічних активістів і неурядових організацій, що призвело до посилення тиску на уряди країн щодо впровадження більш жорстких екологічних зобов'язань.

Таким чином, вказані тенденції свідчать про те, що сучасні ЗМІ глибоко інтегровані у дипломатичні процеси, трансформуючи підходи до ухвалення рішень та міжнародних комунікацій. Традиційна дипломатія вже не може ігнорувати силу медіа, які є невід'ємним елементом сучасних міжнародних відносин.

Україна є яскравим прикладом країни, яка мусить боротися із антиукраїнською пропагандою зі сторони Росії. Так, протягом останніх двох десятиліть наша держава значно покращила зусилля в інформаційній сфері, ставлячи за пріоритет формування позитивного міжнародного іміджу та контрпропаганду. Першим кроком у цьому контексті стало створення культурно-інформаційних центрів при закордонних дипломатичних установах, згідно з указом Президента України від 20 лютого 2006 року [68].

Після початку військових дій на сході України 2014 року українські ЗМІ зіткнулися з необхідністю змінити функціональну структуру виходу на міжнародну арену, що призвело до створення каналів іномовлення. У цілому це був важливий етап в інформаційній стратегії держави, спрямований на протидію зовнішній пропаганді, особливо з боку Росії, та формування позитивного іміджу України за кордоном [78, с. 111]. Важливою спробою став телеканал «*Ukraine Today*», який розпочав мовлення у серпні 2014 року як міжнародний інформаційний канал, присутній у кабельних мережах Європи. Його метою було донести західному глядачу актуальні новини та події зі Східної Європи, зокрема російський військові конфлікти в Україні. Проте вже у 2016 році канал припинив своє мовлення через фінансові труднощі та низьку рентабельність, перейшовши до формату інтернет-ресурсу.

Для більш структурованого підходу до іномовлення у 2015 році було створене державне підприємство «Мультимедійна платформа іномовлення України UA|TV», що розпочала свою роботу 1 жовтня того ж року. Платформа зайняла належне місце у державній інформаційній політиці, спрямованій на міжнародну аудиторію.

Важливу роль також відігравало найстаріше українське інформаційне агентство *Укрінформ*, яке також було інтегроване у систему іномовлення. Агентство щодня публікує близько 500 інформаційних та аналітичних повідомлень українською, англійською, іспанською, німецькою, французькою, польською та японською мовами, а також сотню оригінальних фото з місць подій.

Після початку повномасштабного вторгнення Росії до України роль медіа у міжнародних відносинах посилювалася. У 2024 році ця тема набула нового розголосу у ході National Media Talk, що відбулася 19-20 вересня в Києві. Присутність на заході представників міжнародної спільноти підкреслює важливість медіа для України як у контексті війни з Росією, так і в процесі євроінтеграції.

Посол США Бріджит Брінк під час свого виступу наголосила, що медіа в Україні мають не тільки внутрішнє значення, але й міжнародну вагу. Вона відзначила, що збереження свободи медіа є критичним чинником для перемоги у війні та для вступу України до Європейського Союзу [8]. В цілому, позиція підкреслює тісний зв'язок між інформаційним полем і зовнішньополітичними прагненнями держави, адже медіа в сучасному світі є інструментом не тільки внутрішньої політики, але й міжнародної дипломатії, а їх вплив може змінити ставлення до країни на міжнародній арені.

Джині Бурго, президентка Internews Network, підкреслила історичну роль українських медіа у формуванні політичних та соціальних змін. Вона звернула увагу на важливість незалежності журналістики в часи таких змін, відзначивши успішний старт Суспільного мовлення в Україні [8]. Для України, яка прагне інтеграції в європейські структури, медіа виступають мостом між внутрішньою стабільністю та зовнішніми дипломатичними цілями.

У свою чергу Джилліан МакКормак, директорка Internews Network в Україні, наголосила на необхідності більшої підтримки українських медіа в умовах війни, коли вони стикаються із загрозами безпеки та економічними

труднощами [8]. У цій позиції простежується міжнародний вимір, оскільки міжнародна підтримка медіа може зміцнити їхню незалежність, посилити інформаційний вплив України на зовнішньому полі та протидіяти дезінформації, що особливо активно поширюється з боку Росії у ході російсько-української війни.

Особливо цікавими були думки Валентина Ковалю щодо взаємодії держави та медіа. Він підкреслив, що не слід спрощено розглядати медіа як єдину структуру, яка протистоїть державі [8]. Тобто варто розглядати більш комплексну картину міжнародних відносин, де медіа можуть виступати і як партнери держави, і як незалежні критики її дій. У міжнародному контексті такий підхід дозволяє зберігати баланс між інформаційною свободою та національними інтересами, що є необхідною умовою для стійкої демократії.

Висновки до розділу 1.

У першому розділі було розглянуто основні тенденції та особливості впливу засобів масової інформації на сучасні міжнародні відносини. Сучасні медіа є одним із основних інструментів реалізації «м'якої сили», за допомогою якої держави впливають на міжнародну громадську думку та формують сприятливий імідж. Розповсюдження культурних і політичних цінностей через ЗМІ дозволяє досягати зовнішньополітичних цілей без використання примусових методів, дозволяє залучати потрібну підтримку до злободенних питань.

З розвитком цифрових технологій та соціальних мереж держави втрачають монополію на контроль за зовнішньополітичною інформаційною діяльністю. Громадські організації, активісти та окремі громадяни тепер мають можливість активно брати участь у міжнародних комунікаціях, що посилює динаміку інформаційного обміну та ускладнює регулювання цих процесів з боку урядів.

Треба наголосити, що медіа роблять міжнародну дипломатію більш відкритою та прозорою. Скажімо, традиційні закриті переговори все частіше висвітлюються в засобах масової інформації, при чому часто навіть в режимі онлайн, що змушує дипломатів та політиків діяти під пильним наглядом громадськості, посилюючи вимоги до відповідальності та цілеспрямованості на нагальний результат.

Але з іншого боку, швидкість, з якою розповсюджується інформація через сучасні медіа, створює тиск на уряди та дипломатів, вимагаючи негайної реакції на події, що ускладнює прийняття стратегічних рішень і збільшує ймовірність прийняття рішень саме під впливом громадського тиску.

РОЗДІЛ II.

СПЕЦИФІКА РОБОТИ УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА ЗА КОРДОНОМ ТА ЇХ ВПЛИВ НА МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ

2.1. «Українське радіо» у країнах Європи: його особливості та потенціал у контексті міжнародних відносин

Українське радіо (УР), як частина Національної суспільної телерадіокомпанії України (НСТУ), є одним із найстаріших медіапроектів країни. Перший радіоефір відбувся ще у 1924 році в Харкові, що заклало основи радіомовлення в Україні. Протягом десятиліть УР розвивалося в умовах державного контролю, а в часи Радянського Союзу мовлення на його хвилях здійснювалося під керівництвом Державного комітету з телебачення і радіомовлення УРСР. Ця структура була переорганізована в 1995 році в Національну радіокомпанію України (НРКУ) [53].

Відправною точкою до нового формату УР стала реформа медійної системи України на початку 2010-х років. Прийняття Закону «Про суспільне телебачення і радіомовлення України» [53] в 2014 році стало знаковим етапом на шляху перетворення на державного мовника суспільного типу. У січні 2017 року НРКУ офіційно увійшла до складу НСТУ, що забезпечило перехід до суспільного мовлення. Можемо підсумувати, що реорганізація радіо є частиною масштабної трансформації державних ЗМІ на суспільні, що сприяло посиленню їхньої незалежності від влади та підвищенню стандартів журналістської діяльності.

На сьогодні УР об'єднує чотири радіоканали, що охоплюють широкий спектр слухачів. Перший канал (UA: Українське радіо) є інформаційною розмовною радіостанцією, яка відіграє центральну роль у висвітленні національних та міжнародних подій. Окрім Першого каналу, НСТУ управляє ще трьома радіоканалами – «Промінь», «Культура» та Всесвітня служба

радіомовлення. Канали відрізняються тематичною спрямованістю, надаючи інформаційні, культурні та музичні програми.

Трансляція програм здійснюється на різних платформах – FM-хвилях, середніх хвилях, через супутникові та кабельні мережі, а також мережу дротового радіомовлення, що забезпечує доступ до контенту для широкої аудиторії на всій території України. Завдяки цифровим технологіям, УР також доступне через інтернет, що розширює його потенційних слухачів за межі традиційних засобів мовлення.

Як бачимо, Українське радіо є важливим елементом інформаційного простору України, що зазнало значних перетворень, зокрема в контексті суспільного мовлення. Важливим аспектом є його роль у формуванні громадської думки, особливо в умовах війни та політичних змін. Однак, важливо, щоб УР не лише зберігало високі стандарти мовлення, але й продовжувало розвиватися, адаптуючись до викликів новітніх технологій та змін у споживанні медіаконтенту.

Водночас УР стикається з низкою викликів. Один із них – фінансова нестабільність та залежність від державного бюджету. Хоча законодавчо забезпечено незалежність суспільного мовника, фінансування залишається важливим фактором, що може впливати на редакційну політику та якість контенту. Іншим викликом є потреба в постійному оновленні технологічної бази та адаптації до нових цифрових реалій, що включає розвиток інтернет-платформ і активну роботу в соціальних мережах для залучення молодшої аудиторії.

Дмитро Хоркін, заслужений артист України, обійняв посаду генерального продюсера «Українського Радіо» 1 червня 2017 року і відразу почав здійснювати важливі структурні та контентні зміни. Його підхід до керівництва базується на глибокому розумінні специфіки радіомовлення, здобутому за роки роботи в радіоефірі. Хоркін почав свою кар'єру на радіо у 18 років, тому він добре володіє як теоретичними, так і практичними

аспектами роботи, що дозволяє йому ефективно керувати розвитком радіоплатформи.

В одному зі своїх інтерв'ю Хоркін чітко окреслив свою головну мету – не лише зберегти унікальний український контент, а й повернути радіо його «культовість» серед слухачів. Хоркін вважає, що сучасне радіо має відповідати викликам цифрового світу, де воно конкурує з іншими медіа, особливо в питаннях оперативності та інтерактивності [42]. Така позиція відображає продюсерське розуміння сутності сучасної аудиторії, яка вимагає від медіа не тільки інформаційного наповнення, але й інтерактивної взаємодії.

Крім цього, Хоркін у інтерв'ю наголошував, що радіо має бути «миттєвим та інтерактивним» [42], що чітко вказує на необхідність модернізації радіоефіру та його адаптації до швидкозмінного інформаційного ландшафту. Він вбачає важливу роль у залученні аудиторії через інтерактивні формати, що дозволяє слухачам брати активну участь у радіопередачах, а це, у свою чергу, підвищує інтерес до самого радіо як медіа.

Серед стратегічних завдань, які ставить перед собою «Українське Радіо» є збереження і популяризація української мови та культури. Яскравим прикладом цього є щорічний Всеукраїнський радіодиктант національної єдності, який проводиться з 2000 року. Акція об'єднує українців як всередині країни, так і за її межами, сприяючи зміцненню національної свідомості та мовної єдності.

Ретрансляція «Українського радіо» у весни 2022 року відбувається щонайменше у дев'яти країнах світу, що є важливим елементом міжнародного інформаційного обміну та підтримки україномовних спільнот за межами України. Трансляція мовника здійснюється у таких країнах, як Грузія, Чехія, Румунія, Польща, Болгарія, Словенія, Франція, Литва та Латвія.

Як результат, Українське радіо в сучасному європейському інформаційному просторі відіграє важливу роль як медіа, що не лише інформує аудиторію, але й формує її світогляд, сприяє збереженню національної ідентичності та слугує інструментом культурної дипломатії.

Водночас Українське радіо виконує важливу культурну місію, надаючи особливого значення символам національної єдності: *«Опівночі ми почуємо гімн України традиційно, як це відбувається, о 00:00. Не знаю, як ви, а я кожного разу, як чую гімн України. Зараз це якось по-особливому звучить гімн України повністю, усі 3 куплети. До нашої перемоги ще маємо трохи часу вивчити насправді другий куплет, весь повністю, як в народі кажуть на зубок. Ви ж розумієте, коли прийде перемога, доведеться його співати. Не так, як зараз, на урочистих заходах... І не просто доведеться, а ще треба буде змушувати зупинитися...»* [70]. Заклик до вивчення гімну, згаданий у розмові ведучих, спонукає не лише до культурного самоусвідомлення, а й до спільного переживання цього історичного моменту. Для європейської аудиторії це створює образ України як країни, що не втрачає своєї ідентичності навіть у складні часи.

Для порівняння, часті повідомлення ведучих УР про повітряну тривогу на радіо не лише виконують функцію попередження, але й демонструють принципову позицію бути «корисним кожному на своєму місці»: *«Не варто зловживати сигналами повітряної тривоги. Скільки разів ми бачили, що прилітає туди, куди ми не могли й подумати, що прилетить [...]». Будьмо повідомляти про повітряну тривогу і надалі. Будьмо корисними кожен на своєму місці»* [70].

Тобто «Українське радіо» у країнах Європи є важливим інструментом культурної дипломатії, яке сприяє зміцненню міжнародних відносин через поширення української мови та інформації про події в Україні. Особливістю його трансляцій є використання різних платформ у кожній країні, що забезпечує доступність для широкої аудиторії.

У контексті інтеграції УР в інформаційний простір Європи, варто відзначити крок Грузії, у якій перший канал телерадіомовлення (GPB First Channel) запровадив пряму ретрансляцію «Українського радіо» через свою стрімінгову систему в інтернеті [9]. Рішення стало відповіддю на потреби

українських громадян, які були змушені залишити країну через військову агресію Російської Федерації, а також для тих, хто цікавиться новинами українською мовою. Головною метою є оперативне та всебічне інформування україномовних жителів та громадян України, які опинилися за кордоном. Проект реалізується за підтримки та координації Європейської мовної спілки (EBU), що підкреслює важливість міжнародної співпраці для розповсюдження об'єктивної інформації в умовах війни.

У Чехії трансляція «Українського радіо» стала доступною в 2022 році через аудіопортал та мобільний додаток mujRozhlas.cz. Важливо, що мовлення відбувається також через цифрове радіо DAB+ і телевізійну мережу DVB-T2, що дозволяє охопити широку аудиторію українців, які знаходяться в Чехії. Подкасти, як-от «Новини для українців у Чеській Республіці», є додатковим ресурсом для тих, хто потребує оперативної інформації українською мовою.

Потенціал українських медіа в Чехії можна оцінити через призму міжнародної інформаційної політики та культурної дипломатії, особливо в контексті війни Росії проти України. Адже радіомовлення є інструментом не тільки для передачі інформації, але і для формування міжнародної громадської думки та підтримки зовнішньої політики України, яка нині спрямована на подолання агресії з боку Росії.

Після лютого 2022 року Чехія активно підтримує Україну у військовому плані. Зокрема, уряд Чехії станом на липень 2024 року надав військову допомогу на загальну суму 6,75 мільярда чеських крон, що становить понад 288 мільйонів доларів США [34]. Допомога включала постачання авіаційної техніки, танків, бойових машин піхоти, боєприпасів, а також тренування українських військових.

Як бачимо, Чехія є однією з країн, що активно підтримує Україну на міжнародній арені, а тому українське мовлення може допомагати підтримувати діалог між українськими та чеськими аудиторіями, поширюючи правдиву інформацію про війну, стан справ в Україні та досягнення української армії. Важливо, що «Українське радіо» здатне протистояти

російській дезінформації, яка поширюється не тільки в пострадянському просторі, але і в Європі, зокрема в Чехії.

Крім того, радіо буде служити містком для української діаспори в Чехії, кількість якої значно збільшилася через міграцію, спричинену війною, що дозволяє українцям, які тимчасово або постійно перебувають у Чехії, бути в курсі подій на батьківщині, зберігати національну ідентичність та долучатися до підтримки своїх співвітчизників.

Цікаво відзначити, що Чехія, як країна, що має свій досвід боротьби за незалежність та звільнення від радянського впливу, розуміє важливість міжнародної підтримки у такі кризові моменти. Чехія також розпочала виробництво безпілотних літальних апаратів для України, що вказує на її готовність активно включатися в інноваційні аспекти військової допомоги [34]. Таким чином, потенціал «Українського радіо» у Чехії значно зростає завдяки поєднанню культурної дипломатії та інформаційної протидії російській агресії.

Для порівняння, у Румунії, зокрема на північному сході країни, «Українське радіо» доступне у вечірній час на частоті 657 АМ у середньохвильовому діапазоні, що дозволяє інформувати українців, які знаходяться близько до кордону. Radio Romania також забезпечує підтримку через свій інтернет-ресурс [58].

Потенціал «Українського радіо» в Румунії в контексті війни Росії проти України має особливе значення, враховуючи геополітичне та військове співробітництво між країнами. Радіомовлення відіграє ключову роль у зміцненні зв'язків між українським та румунським населенням, інформуючи про події війни, міжнародну підтримку та реальні наслідки російської агресії. Враховуючи стратегічне становище Румунії як сусідньої країни, вона виступає не тільки логістичним партнером для України, але й важливим комунікаційним мостом у регіоні.

Одна із частин співпраці між Україною та Румунією є те, що Румунія постачає Україні зброю та надає доступ до своїх портів для експорту

українських товарів, що є критично важливим в умовах блокади українських портів у Чорному морі [44]. Проте вказана складова співпраці часто залишається непублічним, що вказує на певні політичні та безпекові ризики, пов'язані з відкритим декларуванням військової допомоги в умовах конфлікту.

Крім цього, треба відзначити, що парламент Румунії 3 вересня 2023 року ухвалив рішення щодо передачі Україні системи ППО Patriot, що вказує на новий рівень безпекової співпраці. Цей крок також підкреслює готовність Румунії активно інтегруватися в систему європейської безпеки, де захист повітряного простору стає пріоритетом. Важливо зазначити, що безпекова угода між Україною та Румунією, підписана в липні 2023 року, закріплює не лише військову підтримку, але й співпрацю у сфері розмінування Чорного моря, що є ключовим у контексті безпеки морської торгівлі [44].

Цікаво, що військова підтримка з боку Румунії часто залишалася в тіні, а румунські бронетранспортери та системи залпового вогню фіксувалися на полі бою без офіційних заяв. Проте фактична підтримка, яка включає не лише бронетехніку, але й важке озброєння, артилерію, снаряди та інші види озброєння, вказує на глибокий рівень залученості Румунії у конфлікт на стороні України.

Враховуючи це, «Українське радіо» у Румунії може служити не лише джерелом інформації, але й інструментом дипломатичної комунікації, формуючи позитивний образ України в румунському суспільстві та зміцнюючи підтримку українських інтересів на міжнародній арені.

31 січня 2022 р. Національна суспільна телерадіокомпанія України підписала меморандум про співпрацю з польським суспільним мовником Telewizja Polska (TVP) для обміну контентом, планування та реалізації спільних проєктів та пошуку подальших можливостей для співпраці. Варто наголосити, що угода була укладена на тлі загострення ситуації в Європі, зокрема на польсько-білоруському кордоні та через тиск на Україну, а також стала відповіддю на виклики інформаційної та національної безпеки.

Голова правління НСТУ Микола Чернотицький підкреслив, що спільні зусилля спрямовані на протидію не лише інформаційним загрозам, але й забезпечення національної безпеки обох держав [64]. Загалом меморандум відкриває можливості для співпраці у сфері культурної дипломатії, охоплюючи такі напрямки, як висока культура, документалістика, історія, соціальні питання та міжкультурна різноманітність.

Після повномасштабного вторгнення Росії в Україну 24 лютого 2022 року ця співпраця набула нових рис і важливості. Вже 25 лютого 2022 року TVP та Польське радіо публічно заявили про свою підтримку українських партнерів, висловивши солідарність із НСТУ [67].

У березні 2022 року Telewizja Polska зробила мовлення «UA: Першого» доступним для українців, які тимчасово перебувають у Польщі, а також для постійних україномовних жителів країни. Зокрема, мовлення доступне через платформу TVP GO, яка включає мобільні додатки та інтеграцію з системами HbbTV, а також через TVP VOD та веб-портал TVP Stream.

Крім цього, з лютого 2022 року у Польщі «Українське радіо» доступне через інтернет-плеєр Polskie Radio та додаток для мобільних пристроїв. Канали польського радіо, включно з міжнародними передавачами, транслюють українські програми не лише для внутрішньої аудиторії, але й для тих, хто перебуває у прикордонних зонах України.

Окремо варто говорити і про «Польське радіо для України», що стало важливим інформаційним та культурним інструментом, спрямованим на підтримку української громади в Польщі в умовах російської агресії проти України. Початок його трансляцій 17 березня 2022 року був логічним продовженням діяльності Української служби Польського радіо, яка функціонує з 1991 року, і зіграло вирішальну роль у наданні необхідної інформаційної підтримки для українців, які вимушено залишили свою країну через війну. Сама Українська служба Польського радіо працює з кінця серпня 1991 року [9].

Створення «Польського радіо для України» слід розглядати як частину ширшої польської політики солідарності та допомоги Україні, яка охоплює різні сфери, від гуманітарної до військової підтримки. Наголосимо, що радіо виконує важливу функцію у поєднанні різних культурних та інформаційних просторів, інтегруючи українську громаду в польське суспільство. Медіа, особливо під час війни, виступають важливим засобом зв'язку між урядом та громадянами, а також між різними групами в межах суспільства, і цей проект слугує платформою для об'єднання українців навколо актуальних подій та потреб.

Роль «Польського радіо для України» як медіаресурсу полягає не тільки в передачі новин, а й у створенні простору для культурного діалогу. Через публіцистичні та музичні програми українці отримують не лише інформацію про перебіг війни, але й важливі знання про польське суспільство, його культуру, закони та можливості адаптації.

Варто додати, що з 17 березня 2022 року до 17 вересня 2022 року тривалість ефіру цього громадського мовника зросла до 12 годин на добу, а від 1 січня 2023 року - до 14 годин на добу, від 9.00 до 23.00 за Варшавою.

Таким чином, «Польське радіо для України» не лише забезпечує інформаційні потреби українців, але й відіграє важливу роль у зміцненні польсько-українських відносин. Посол України в Польщі Андрій Дешиця наголошує, що це дуже важлива діяльність Польського радіо. *«Це важливо не тільки з погляду розповсюдження інформації. Але також тому, щоб налагоджувати контакти та сприяти тіснішим відносинам між Україною та Польщею, а без інформації – це неможливо зробити. Тому я вітаю з ювілеєм 30-річчя роботи і бажаю наступних»* [69], – наголосив посол Андрій Дешиця.

Роль Українського радіо в Литві набуває особливого значення в контексті розвитку міжнародних відносин між Україною та Литвою, а також у зміцненні інформаційної безпеки в регіоні. Із квітня 2022 року литовська радіостанція «Радіо Балтійська хвиля» розпочала ретрансляцію Українського

радіо на частоті 1386 кГц. Вказана частота охоплює велику територію, включаючи Західну та Північну Європу, а також європейську частину Росії, що робить український інформаційний контент доступним для слухачів на відстані понад 1000 кілометрів від Литви.

У червні 2022 року уряд Литви ухвалив рішення, ініційоване Міністерством транспорту та зв'язку Литви, про продовження мовлення до 2024 року. Згодом голова наглядової ради АТ «НСТУ» (Суспільного мовника) С. Остапа, голова наглядової ради АТ «НСТУ» підкреслила значення цієї ініціативи та звернулася до литовських партнерів з проханням продовжити співпрацю і після 2024 року. Уряд країни виділить на це понад 170 тисяч євро [46].

Загалом «УР», яке з 2022 року ретранслюється в Литві, стало важливим інструментом для зміцнення міжнародних відносин між Україною та Литвою. Радіомовлення не лише забезпечує українців, що перебувають у Литві, об'єктивною інформацією, але й слугує платформою для розбудови культурної дипломатії та співпраці в сфері інформаційної безпеки.

13 грудня 2023 року під час спільного засідання комітету Верховної Ради України з питань гуманітарної та інформаційної політики та комітету культури Сейму Литви, міністр культури Литви Сімонас Кайріс підтвердив важливість інформаційної співпраці та підтримки України через медіа [46]. Він наголосив на допомозі українцям, що втекли від війни, підкресливши, що Литва також підтримує свободу слова і боротьбу з дезінформацією, зокрема через заборону російських телеканалів.

Ретрансляція Українського радіо в Литві є не лише технічним заходом, але й важливим символом солідарності. Як зазначив голова комітету культури Сейму Литви Вітаутас Юозапайтіс, у цій країні розуміють, у якій важкій ситуації зараз перебуває Україна та те, що «вона захищає Європу від російської навали. Тому Литва не тільки відкрила двері для українців, які тікали від війни, а й надає максимальну допомогу, в тому числі й у сфері культури» [46].

Отже, розглянутий приклад демонструє, як радіомовлення може допомогти налагодити та зміцнити міжнародні контакти, а також бути інструментом боротьби з пропагандою та дезінформацією. Українське радіо в Литві виступає важливим каналом комунікації між двома державами, підтримуючи інформаційний зв'язок і допомагаючи зміцнити двосторонні відносини на тлі російської агресії.

Контент «Українського радіо» відіграє часто демонструє важливу роль радіомовлення як інструменту патріотичного виховання, зміцнення національної ідентичності та надання суспільно значущої інформації. Скажімо, тематика програми під назвою «Герої» [70] глибоко вкорінена в сучасній українській дійсності, оскільки вони висвітлюють історії українських військових, які беруть участь у визвольній війні проти російської агресії з 2014 року і після початку повномасштабного вторгнення в лютому 2022 року.

Програми виходять щосуботи та щонеділі о 19:40, і кожен випуск присвячений окремій особистості або групі військовослужбовців. Ведуча Ніна Гончарук представляє глядачам історії тих, хто проявив мужність, самопожертву та незламність у боротьбі за Україну. Наприклад, випуск 8 вересня 2024 року розповідає про добровольця Олександра Пасніка, який наразі перебуває на фронті, але мріє повернутися до мирного життя і вирощувати сади. Вважаємо, що особистісна подача дозволяє слухачам бачити не лише військових героїв, але й людей із власними життєвими планами та мріями, які були змушені змінити свої життєві обставини через війну.

Програма також торкається тем, пов'язаних з особистими викликами та втратами, які переживають військові. Наприклад, в епізоді від 24 серпня 2024 року йдеться про Василя Стефурака, який з молодого віку став учасником війни з 2014 року, пережив полон під час оборони Херсонщини і продовжує воювати на передовій. Для порівняння, 10 серпня того ж року героєм програми був 24-річний головний сержант роти розвідки бригади оперативного призначення «Спартан» – доброволець із Луганщини.

На наш погляд, важливість такого контенту полягає не тільки в його соціальній функції, але й у здатності підтримувати моральний дух нації. Українське радіо створює простір для діалогу між військовими та цивільним населенням, формуючи спільну відповідальність за майбутнє країни. Програми «Герої» надають слухачам можливість розуміти поточну ситуацію на фронті через особисті історії військових, що додає відчуття реальності та наближеності війни до життя кожного громадянина. У такий спосіб контент Українського радіо, ретранслюючись у Європі, протистоїть російській пропаганді та дезінформації, сприяючи розповсюдженню правдивої інформації про агресію та героїзм українських захисників. Радіоконтент стає важливою частиною інформаційної війни та відіграє роль не тільки внутрішнього комунікатора, але й міжнародного гравця, що сприяє формуванню світової підтримки України.

Програма «*Батьки-засновники*» [70] на Українському радіо, що виходить в ефір щосереди о 22 вечора, ведучі – Сергій Стуканов, Наталія Соколенко, є важливим проєктом, що досліджує історію формування української державності через призму постатей, які вплинули на національну ідею. Наприклад, випуск від 16 жовтня 2024 року присвячений Олені Пчілці, яка, окрім своєї літературної діяльності, відігравала значну роль у національному русі. Обговорюються її ключові ідеї та розбіжності в поглядах з братом Михайлом Драгомановим та дочкою Лесею Українкою, що дозволяє побачити багатогранність внутрішніх інтелектуальних процесів в українській культурі.

У контексті міжнародних відносин програма має важливе значення, оскільки, зокрема, концентрується на довготривалих культурно-історичних зв'язках України з Європою та світом. Випуски часто порушують теми впливу українських інтелектуалів на світову думку, наприклад, як у випуску від 18 вересня 2024 року про Михайла Драгоманова, котрий був не лише українським, але й європейським мислителем, відомим своїми ідеями щодо соціального та політичного устрою Європи.

Трансляція програми «Батьки-засновники» у країнах Європи допомагає популяризувати українську історію та культуру серед європейської аудиторії, що важливо для зміцнення культурних зв'язків і формування позитивного образу України на міжнародній арені. За допомогою цієї програми європейські слухачі можуть краще зрозуміти історичний контекст української боротьби за незалежність і ту роль, яку відіграли українські мислителі у формуванні сучасної національної ідеї.

Програма «Активізація» [70] з Людмилою Тягнирядно, що виходить в ефір щосереди о 19.40, відіграє важливу роль у відображенні суспільних ініціатив та активної громадянської позиції в умовах воєнного часу. Ведуча Людмила Тягнирядно через інтерв'ю з гостями розкриває широкий спектр тем, пов'язаних із різними аспектами життя під час війни, звертаючи увагу на внесок кожного українця в боротьбу за перемогу.

Наприклад, випуск від 9 жовтня 2024 року висвітлює роботу волонтерів під час евакуації цивільних із прифронтових міст. У розмові з Андрієм Познякевичем, керівником Департаменту управління надзвичайними ситуаціями Українського Червоного Хреста, обговорюються небезпеки, з якими стикаються волонтери, рятуючи людей під постійними російськими обстрілами. Натомість випуск від 2 жовтня 2024 року розповідає про життя дітей в окупації та складність їхнього повернення до нормального життя в Україні. Гість програми Олег Охредько, аналітик і експерт з громадянської освіти, пояснює, з якими моральними та психологічними травмами стикаються діти, та яким чином їх можна повернути до освітнього процесу і життя в умовах свободи.

Поряд із соціальними ініціативами, програма торкається й правових питань. У випуску від 28 серпня 2024 року розглядається ратифікація Україною Римського статуту та перспективи притягнення винних у воєнних злочинах до відповідальності на міжнародному рівні. Гостями програми стали суддя Європейського Суду з прав людини Микола Гнатовський та правова

аналітикиня Центру прав людини ZMINA Онисія Синюк, які пояснили правові механізми захисту прав людини під час війни.

Отже, «Активізація» не лише документує внесок окремих осіб і громадських організацій у боротьбу за незалежність України, але й показує, як різні сфери життя – від волонтерства до правозахисту – сприяють зміцненню суспільства у важкий воєнний час.

Привертає увагу програма «Амбасадори» [70] з Романом Колядою щоп'ятниці занурює слухачів у складний і багатогранний світ дипломатії, розповідаючи не тільки про офіційні питання зовнішньої політики, але й про особисте життя дипломатів, їхні виклики та цікаві ситуації за лаштунками дипломатичної служби. Наприклад, випуск від 18 жовтня 2024 року висвітлює шлях Георгія Тихого від участі у виході з Іловайського котла до посади речника Міністерства закордонних справ (МЗС). У програмі обговорюються складнощі координації зовнішньополітичних позицій дипломатів за кордоном та виклики в комунікаціях, що виникають у стресових умовах.

Для порівняння, випуск від 13 вересня 2024 року обговорює дипломатичні відносини з Брунеєм та роль поп-музики у налагодженні міждержавних контактів. Ігор Литвин, Надзвичайний та Повноважний Посол у Китаї, розповідає про складність взаємодії з країнами, що займають нейтральну або недружню позицію щодо російсько-української війни. Підняте питання особливо актуальне, оскільки Україна постійно шукає шляхи посилення дипломатичної підтримки у світі. Таким чином, «Амбасадори» не тільки дають змогу краще зрозуміти сучасні виклики української дипломатії, але й показують людський бік цієї професії, роблячи її ближчою до слухачів.

Українське радіо має унікальний потенціал для поширення культурного, історичного та економічного досвіду України на міжнародну аудиторію, особливо в країнах Європи. Програма «Епоха змін. Історія економічних криз усіх часів і народів» [70], що виходить по суботах о 16 годині зі Мариною Куликовою, є яскравим прикладом того, як радіомовлення може відігравати

важливу роль у формуванні міжнародного іміджу України та зміцненні міждержавних зв'язків.

Європейські держави мають багатий досвід подолання економічних криз, і історичні аналогії, представлені в українських програмах, можуть стати базою для більш глибокого обміну знаннями між Україною та європейськими країнами. Наприклад, у випуску від 6 жовтня 2024 року розглядається економічне становище України на межі XVII–XVIII століть за часів козаччини. Обговорення впливу Національної революції 1648–1676 років, а також подальшого політичного та економічного тиску на українське козацтво з боку Польщі, відображає процеси, які мали серйозний вплив на становлення економічної стабільності в тогочасній Україні. Серед найбільш резонансних історичних прикладів, які є близькими для сучасної європейської аудиторії, є аналіз Великої депресії (1929–1939 рр.) у випуску від 8 вересня 2024 року. Це подія, що суттєво змінила глобальну економіку, змусила міжнародну спільноту переглянути свої підходи до регулювання ринків та ролі держави в економіці. У програмі висвітлено, як крах фондового ринку у США спричинив ланцюгову реакцію на світових ринках, включно з Європою.

Завдяки цьому, Українське радіо може виконувати важливу роль у розширенні культурних та інформаційних кордонів України, залучаючи європейську аудиторію до глибокого аналізу не лише національних, але й глобальних економічних процесів.

У свою чергу програма «*Перспектива*» [70] на «Українському радіо» є цікавим інструментом для аналізу сучасних бізнес-процесів, адаптації до змін і побудови стратегій розвитку в умовах невизначеності. Її зміст орієнтований на висвітлення актуальних питань, що стосуються підприємництва, соціальних ініціатив, змін у ресторанному бізнесі, розвитку HR, а також нових можливостей для бізнесу через відкритий банкінг або платформи на кшталт LinkedIn. Виходить щосуботи о 10 ранку, ведуча – Тетяна Малишева.

Випуск від 28 вересня 2024 року зосереджений на питаннях управління персоналом (HR), де експертка Тетяна Пашкіна пояснює важливість

правильної побудови корпоративної культури та адаптації працівників до нових умов. Для порівняння, обговорення ризиків для бізнесу (21 вересня 2024 року) та стратегій захисту від них показує важливість наявності плану Б та адаптивності в умовах кризових ситуацій. Людмила Подвігіна, консультантка з масштабування бізнесу, надає інсайти щодо того, як уникати ризиків і зберігати стійкість бізнесу, що є критичним для всіх країн Європи, які стикаються з економічними викликами, зокрема під час криз.

Тобто програма «Перспектива» може суттєво сприяти іміджу України як країни, що активно розвиває свій бізнес-сектор і має високий рівень адаптації до світових тенденцій. Обговорення в ефірах програми прикладів успішних українських підприємств і підприємців на міжнародній арені не тільки зміцнює позиції України як економічного партнера, але й формує позитивний образ країни, яка дотримується принципів соціальної відповідальності та інновацій. Додатково програма створює можливості для зміцнення економічної співпраці українців, а також сприяє розширенню культурного та соціального діалогу, що є важливим елементом міжнародних відносин.

Крім сказаного вище, актуальною у контексті налагодження міжнародної комунікації є програма «Пісні сили» [70], яка виходить на хвилях Українського радіо, що зосереджується на піснях, які супроводжували українців у їхній боротьбі за незалежність. Це новий проєкт, що почав виходити із 1-го вересня 2024 щонеділі.

Ведучою є Олена Зелінченко, а інформаційним партнером виступає Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки (проєкт Dovidka.info). Вже 22 вересня слухачі могли почути випуск про історію пісні «Лента за лентою», яка виникла під час Другої світової війни, а 29 вересня транслювався випуск, присвячений маршу українських націоналістів «Зродились ми великої години..»

Одним із ключових моментів тут є те, що через пісні, які є частиною української історичної пам'яті і водночас символізують сучасний опір, Українське радіо доносить до закордонної аудиторії глибоке розуміння

боротьби українського народу. У такий спосіб західна аудиторія отримує можливість не лише дізнатися про події в Україні через новини, а й емоційно «захопитися» через музику, що створює додаткові культурні містки між Україною та європейськими країнами, зміцнюючи їх підтримку в міжнародних політичних, економічних і соціальних питаннях.

Отже, українське радіо має значний потенціал у контексті міжнародних відносин, воно є платформою для культурної дипломатії. Крім того, його трансляції, зокрема в рамках таких програм, як «Батьки-засновники» або «Пісні сили», служать засобом просування українського наративу в західних країнах, протистоячи російській дезінформації.

2.2. Медіа «Амаль Берлін» та його вплив на українсько-німецькі відносини

Медіа здатні значно впливати на відносини між країнами, оскільки вони формують не лише внутрішнє інформаційне середовище, але й міжнародний імідж держав. Через медійні канали передаються культурні, політичні, соціальні та економічні наративи, які здатні змінювати громадську думку та позицію урядів інших країн щодо важливих питань міжнародної політики. Відомо, що зовнішня політика Німеччини має декілька ключових особливостей. По-перше, Німеччина підтримує мультилатералізм, активно працюючи в міжнародних організаціях, таких як ООН, Європейський Союз і НАТО. По-друге, країна зосереджена на підтримці і розвитку Європейського Союзу, розглядаючи його як ключовий засіб забезпечення стабільності в Європі. Німеччина також відома своїм економічним впливом і прагне просувати свої економічні інтереси на світовій арені. Важливим елементом її зовнішньої політики є партнерство зі Сполученими Штатами на основі спільних цінностей та інтересів.

Після повномасштабного вторгнення Росії в Україну 24 лютого у німецькому політичному та, відповідно, медіапросторі поширилась теза про помилковість довірливих відносин влади країни із російським президентом Путіним. Кандидат політичних наук М. Шелемба у цьому контексті відзначає, зокрема, президента ФРН Франк-Вальтер Штайнмаєр, який наголосив, що ідея гарантувати добрі стосунки з Росією через бізнес та торгівлю енергоносіями була хибною [77, с. 71]. Канцлер ФРН Олафом Шольцем використав термін «Zeitenwende,» у промові перед Бундестагом 27 лютого, що означає «поворотний момент» або «період змін.» Загалом Шольц використав цей термін, щоб висловити ідею того, що сучасні події, особливо повномасштабна війна, відзначаються суттєвими змінами у політичному, соціальному та економічному контексті, які вимагають нових підходів та рішень. Однак незважаючи на це, перші кроки ФРН після початку повномасштабної війни були досить неспівзвучними. Німеччина виявила нерішучість та бюрократичність у зовнішньополітичних питаннях, що призвело до скасування запланованого візиту німецького президента Франка-Вальтера Штайнмаєра до Києва у квітні. Штайнмаєр бажав приїхати разом з президентами країн Балтії та Польщі.

В інформаційну епоху медіа стають інструментом дипломатії, зокрема публічної дипломатії, яка націлена на побудову позитивного іміджу країни серед іноземної аудиторії. Завдяки висвітленню політичних і соціальних процесів, а також акцентуванню на актуальних проблемах, медіа можуть підвищувати обізнаність міжнародної спільноти про конкретні події, що стає основою для налагодження міждержавного діалогу. Однак було зауважено, що після початку повномасштабного вторгнення Росії до України, Німеччина не миттєво оприлюднила свою позицію, однак згодом змінила її у багатьох питаннях, зокрема і що стосується постачання зброї. Однак уже згодом після вторгнення Росії в Україну Німеччина відмовилася від своєї багаторічної зовнішньополітичної стриманості, яка передбачала не постачати зброю у зони конфлікту, і взяла на себе відповідальність за забезпечення миру та

стабільності в Європі. Канцлер Німеччини Олаф Шольц закликав до єдності та відповідальності перед надзвичайно гострими викликами, які постали перед Європою, адже в одній із урядових заяв, він вказав на те, що країна готова прийняти провідну роль у вирішенні геополітичних питань, як формування політики ЄС стосовно Росії, гарантування безпеки через НАТО, розширення Євросоюзу, створення фонду для відновлення України після війни та вирішення глобальних проблем.

Співпраця з Німеччиною у плані військової допомоги покращилася влітку 2022 року. Так, на початку червня того ж року канцлер ФРН Олаф Шольц оголосив про передачу Україні системи протиповітряної оборони IRIS-T SLM, однієї з найсучасніших у світі. А на початку липня уряд ФРН оголосив про постачання Україні 16 бронетранспортерів Viber. Шість з цих транспортерів мали бути поставлені до кінця 2022 року, а решта – у 2023. Мету їх передачі було визначено таким чином: «З метою подальшої підтримки сухопутних сил України, міністерка Ламбрехт вирішила передати партію з 16 танків-мостоукладальників Viber. Їх можна використовувати для подолання водних та інших перешкод на полі бою» [60], – йдеться у повідомленні оборонного відомства ФРН.

У липні з головою МЗС Німеччини Анналеною Бербок відбулося інтерв'ю Радіо Свободи, де, зокрема, йшла мова і про постачання зброї. Очільниця відомства наголосила, що від початку війни Німеччина і справді зволікала із поставками, однак зараз вийшла на потрібний темп: *«...так, на початку ми були надто повільними. І тому ми намагаємося ставати кращими. І ми зробили зміну позиції, як ви сказали, ми доставляємо важке озброєння, ми доставляємо особливо артилерію, найсучасніші системи, тому що це те, про що українці нам говорять зараз»* [72].

Станом на осінь 2024 року, Німеччина надала Україні військову допомогу на суму близько 5,2 мільярда євро та забезпечила підготовку понад 10 000 українських військовослужбовців [17]. Цього вдалося досягти частково завдяки засобам м'якої сили, зокрема зусиллям українських журналістів та

медіа, які систематично доносили до німецької громадськості та політичної еліти важливість підтримки України. Журналісти сприяли поширенню правдивої інформації про ситуацію на фронті, підкреслювали спільні цінності та наслідки російської агресії не лише для України, але й для всієї Європи.

У контексті російсько-української війни, українські медіа, працюючи за кордоном, не тільки інформують про хід подій в Україні, але й впливають на формування позиції міжнародної спільноти щодо військової агресії. Медіа підсилюють гуманітарні зв'язки, спонукають до політичної та фінансової підтримки, що є важливим аспектом двосторонніх і багатосторонніх відносин. Такий вплив медіа сприяє зміцненню міжнародної коаліції на підтримку України, залучаючи країни до активнішого сприяння у вирішенні конфлікту. У свою чергу це допомогло сформувати більшу політичну та суспільну підтримку військової допомоги Україні з боку Німеччини, а також зміцненню двосторонніх відносин між країнами.

У цьому контексті привертає увагу, зокрема, медіа «Амаль Берлін» (Amal Berlin) – це незалежна інформаційна платформа, створена для представників мігрантських спільнот, які проживають у Німеччині (див. Додаток А). Загалом проєкт був створений для задоволення інформаційних потреб мігрантів із Сирії, Афганістану, Ірану та України, які мають обмежений доступ до локальних німецьких медіа через мовний бар'єр. Основна мета «Амаль Берлін» полягає в інтеграції мігрантських спільнот шляхом надання актуальної інформації з політичної, соціальної та культурної сфер, що дозволяє новоприбулим краще орієнтуватися в повсякденному житті німецького суспільства. Важливою особливістю «Амаль Берлін» є те, що вона публікує новини на кількох мовах – арабською, фарсі та українською, що забезпечує інформаційні потреби новоприбулих мігрантів із Близького Сходу, Афганістану, України та інших регіонів.

Медіа виникло як відповідь на кризу біженців у Європі та постійну потребу інтеграції мігрантів у соціум країни, де вони оселилися. У наш час «Амаль Берлін» виступає в ролі інформаційного мосту між українським та

німецьким суспільством. У такий спосіб платформа допомагає мігрантам не лише бути в курсі актуальних подій у Німеччині та світі, а й сприяє їхній інтеграції в місцеву культуру та життя, надаючи корисні поради, інформацію про громадські ініціативи, правові питання тощо.

Отже, особливістю цієї платформи є її лінгвістична багатомовність, яка забезпечує широкий доступ до інформації для тих, чия німецька мова не дозволяє споживати контент традиційних медіа. Публікації на дарі, арабською та українською мовами полегшують процес адаптації, сприяючи формуванню більш інклюзивного медіаполя в Німеччині.

Окрім забезпечення доступу до інформації, «Амаль Берлін» також вирішує питання професійної інтеграції журналістів-мігрантів. Проєкт надає їм можливість продовжувати працювати у своїй галузі, забезпечуючи офіційне працевлаштування та стабільність. Важливим є те, що журналісти активно співпрацюють із німецькомовними медіа, розширюючи вплив проєкту на локальні ЗМІ.

Коротко зазначимо історію медіа. Медіаплатформа «Амаль» була заснована в контексті міграційної кризи, що почалася в Європі восени 2015 року. Велика кількість журналістів із Сирії, Афганістану та інших країн, рятуючись від військових конфліктів, знайшла притулок у Німеччині. Однак більшість із них зіткнулася з труднощами при інтеграції в німецькомовні медіа через мовний бар'єр і культурні відмінності. Водночас виникла потреба в інформаційних ресурсах для новоприбулих, які не володіли німецькою мовою на рівні, необхідному для розуміння місцевих новин, що призвело до виникнення концепції медіапроєкту, орієнтованого на багатомовність та забезпечення новоприбулих необхідною інформацією.

У вересні 2016 року в Євангельській школі журналістики в Берліні за підтримки Євангельської церкви Німеччини (EKD) та національної медіакомпанії Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (GEP) було організовано підготовчий семінар для журналістів-мігрантів [54]. Це стало першим кроком до створення «Амаль». Офіційний запуск платформи відбувся

в березні 2017 року в Берліні, де журналісти з різних країн почали висвітлювати події місцевого значення мовами, зрозумілими для мігрантських спільнот.

З 2019 року платформа перейшла на новий етап розвитку. Основне фінансування продовжували надавати EKD та GER, але до підтримки також приєдналися такі фонди, як Schöpfung Foundation, Mercator Foundation і Körber Foundation. Це дозволило розширити діяльність проєкту на інші регіони Німеччини, зокрема, було відкрито редакцію «Амаль Гамбург» у співпраці з місцевою газетою Hamburger Abendblatt. Створення нових робочих місць для журналістів у Гамбурзі стало важливим кроком у розширенні присутності медіа [54].

Подальший розвиток проєкту продовжився в 2022 році, коли була заснована редакція у Франкфурті-на-Майні та додано нову мовну секцію – українську, щоб забезпечити інформаційні потреби біженців із України. Досвід, накопичений на попередніх етапах розвитку, дозволив успішно інтегрувати нову мовну групу в загальну структуру медіаплатформи. Українську редакцію в Берліні почали будувати Антон Дорох, Дарка Горова та Нана Морозова – журналісти з Києва та Донецька, які змушені були переїхати в Берлін внаслідок російської агресії. Також планується створити українську редакцію у Франкфурті-на-Майні.

Наразі «Амаль» є частиною цифрового відділу GER і базується у Франкфурті-на-Майні. Проєктом керують Корнелія та Юлія Герлах, які сприяють координації між різними редакціями та забезпечують подальше зростання платформи в межах німецького медіапростору.

Аналізоване нами медіа як інтегративний проєкт часто зосереджується на висвітленні українських подій у Німеччині, тому відіграє важливу роль у формуванні сучасного дискурсу українсько-німецьких відносин та міжнародного співробітництва. Скажімо, публікація про виставку «Стус» біля Бранденбурзьких воріт [82], яку організували в Інституті Пілецького, наочно демонструє, як культурні заходи можуть сприяти глибшому взаєморозумінню

між націями та подоланню історичних і сучасних бар'єрів. Виставка не лише знайомить німецьку громадськість з українською культурою та історією, але й розкриває багатогарні питання боротьби за національну ідентичність, які є актуальними в контексті російсько-української війни.

Треба конкретизувати, що учасники виставки (українські актори), які виступили з перформансом на основі творчості Василя Стуса, створюють діалог між мистецтвом, історією та сучасністю. На вказану подію відреагувала міністерка культури ФРН Клаудія Рот, наголосивши: «за радянських часів диктатура вбивала тих, хто підіймав голос проти русифікації. Власне, це відбувається й нині під час війни. Росія намагається системно нищити українську ідентичність. Тому так важливо, щоби українська література стала більш відомою в Німеччині» [82]. Міжнародний характер цього заходу підкреслює важливість спільних зусиль у збереженні та популяризації української культурної спадщини. Співпраця Центру Василя Стуса, Інституту Пілецького та Фонду Генріха Бюлля свідчить про те, що культурний обмін сприяє створенню нових форматів комунікації, здатних змінювати сприйняття складних політичних реалій через мистецькі та інтелектуальні ініціативи.

Отже, виставка про Стуса, специфіка якої оприлюднена у медіа «Амаль Берлін» окрім культурної проблематики, підіймає глибший політичний підтекст. Виставка стає важливим інструментом в рамках м'якої сили, допомагаючи змінювати політичний наратив та залучати німецьке суспільство до обговорення глобальних питань національної ідентичності, свободи та демократії.

Для порівняння, матеріал Д. Горової «Фестиваль Gogolfest покаже в бункері німецько-українську виставу про матерів» [22] сприяє розвитку не лише культурних, а й політичних складових українсько-німецьких відносин. Журналістка демонструє, як мистецькі проекти стають важливими платформами для обміну досвідом та поглиблення міжкультурного діалогу в умовах війни. Загалом культурні ініціативи, зокрема Gogolfest, є ефективним

засобом для представлення трагічних історій, зокрема досвіду українських матерів, чії діти опинилися на фронті, німецькій аудиторії.

Вистава «Серце Матері» охоплює теми, що виходять за межі суто культурного сприйняття, розкриваючи універсальну трагедію війни через особисту драму матері. Як зазначено у публікації, основний конфлікт вистави розгортається навколо питання: *«Що, якщо він уже не повернеться? Перформанс занурює у стан невідомості та відчуття безпорадності людини перед світом. Але вона все ж здатна знайти сили у спільному переживанні горя з іншими»* [22], що ілюструє глибоку емоційну кризу та втрату.

Загалом варто наголосити, що проекти такого масштабу, як Gogolfest, є інструментами для «м'якої сили» та сприяють формуванню міжнародного сприйняття України як нації, яка бореться не лише на полі бою, але й за збереження своєї культурної спадщини. Фестиваль вже охопив такі міста, як Осло, Берлін, Гамбург і Прага, перетворився на символ міжнародної підтримки України через мистецтво. Тому, висвітлюючи події, які відбуваються в умовах війни, журналісти «Амаль Берлін» привертають увагу до стійкості української культури та того, як вона долає виклики війни.

Публікація «Франко, Андрухович і «Амаль» – німецькі студенти вчать українську» [21] розкриває одну з важливих культурних та освітніх ініціатив, що сприяють розвитку німецько-українських відносин через навчання української мови. Це не просто лінгвістичний процес, а глибша інтеграція української культури в академічний та соціальний контекст Німеччини, що, у свою чергу, впливає на сприйняття України німецьким суспільством і на формування майбутніх культурних та політичних зв'язків між обома країнами.

Одним з ключових моментів є те, що Європейський університет Віадріна у Франкфурті-на-Одері є одним із небагатьох вишів у Німеччині, де викладають українську мову для іноземців. Іншими словами, журналістка Д. Горова засвідчує зростаючу потребу вивчення української мови у світлі нинішніх геополітичних умов. Як зазначається в публікації, після повномасштабного вторгнення Росії в Україну «багато іноземців прагнуть

відкрити для себе Україну – і мова у цьому надзвичайно допомагає» [11]. Це підкреслює, що вивчення української мови вже не обмежується інтересом до культури чи літератури, а є безпосередньо пов'язаним з політичною та громадською активністю. Окремі цитати студентів надають глибший контекст до мотивів, що стоять за таким вибором. Наприклад, студентка Паула Тіннеманн, яка спершу вивчала російську, зазначає: «Війна поставила багато питань, і я визначила для себе інші пріоритети» [21], що свідчить про зміну світогляду під впливом війни, де українська мова стає не лише символом підтримки, але й інструментом для розуміння регіональних процесів. Слова студентки, що вивчення української є настільки ж важливим для розуміння Східної Європи, як і польської, говорять на необхідності розширення академічного поля досліджень, що раніше часто ігнорувало Україну.

Публікація також підкреслює роль української мови як ключового інструмента для зміцнення міжнародних академічних та культурних зв'язків. Студенти, які беруть участь у програмі обміну «Еразмус» та співпрацюють з українськими університетами, такими як Харківський національний університет ім. В. Каразіна чи Києво-Могилянська академія, мають можливість отримати не лише академічні знання, але й безпосередньо зануритися в українське середовище.

Загалом, журналістка Д. Горова публікації «Франко, Андрухович і «Амаль» – німецькі студенти вчать українську» [21] демонструє, що вивчення української мови та культури у німецькому освітньому контексті стає все більш важливим фактором у формуванні позитивного іміджу України та розширенні культурної дипломатії. Вона підтверджує тезу, що культурний обмін і освітні ініціативи мають значний потенціал у зміцненні міждержавних зв'язків і сприяють глибшому розумінню та співпраці між народами.

Публікація про програму «Jobturbo» [24], яка має на меті працевлаштування українських біженців у Німеччині, висвітлює складнощі та обмежений успіх цього проекту, але також вказує і на потенціал для міжнародної співпраці в контексті інтеграції біженців на ринки праці, що є

важливим компонентом міжнародних відносин між країнами, зокрема Німеччиною та Україною.

У контексті міжнародної співпраці «Jobturbo» підкреслює, як двосторонні ініціативи можуть зіткнутися зі структурними та економічними труднощами, адже німецька економіка, яка зазнає уповільнення, ускладнює інтеграцію українських біженців на ринок праці. Тобто журналістка підкреслює, що співробітництво між країнами на рівні працевлаштування потребує гнучкості та відповідних механізмів підтримки. Важливим питанням є те, що попит на робочу силу знизився через економічний спад, а це також впливає на можливості швидкої інтеграції. Як зазначено в публікації: *«за останні два роки кількість вакансій впала приблизно на 20%»* [24].

Крім цього, Смелянова підкреслює, що німецькі органи влади стикаються з дефіцитом кваліфікованого персоналу, який підкреслює потребу в покращенні адміністративних процесів для досягнення кращих результатів. Наприклад, власниця пекарні Кетлін Екнер зазначає: *«У самих Агентств з працевлаштування замало кадрів для її реалізації – і це сповільнює наймання біженців»* [24]. Це вказує на необхідність тіснішої співпраці між урядами, бізнесом та міжнародними організаціями для подолання подібних перешкод. З іншого боку, «Jobturbo» варто розглядатися як важливий крок у зміцненні соціально-економічних зв'язків між Україною та Німеччиною. Незважаючи на те, що показники зайнятості ще не відповідають очікуванням, певний прогрес є. Представники Нюрнберзького інституту дослідження ринку праці вбачають «певний позитив», оскільки рівень зайнятості біженців з України зріс на 5,1% порівняно з попереднім роком [24], що й демонструє потенціал для подальшого покращення міжнародної співпраці у сфері інтеграції біженців.

Загалом, ця ініціатива показує, що міжнародне співробітництво у сфері працевлаштування повинно впливати на соціальну стабільність та економічну підтримку як для приймаючої країни, так і для біженців. Хоча програма «Jobturbo» виявилася менш ефективною, ніж очіувалося, вона має потенціал

для створення моделей співпраці, які можуть покращити рівень зайнятості та інтеграції біженців на європейському рівні.

Часто журналісти зачіпають проблеми звільнення військовополених, постраждалого від російських атак мирного населення тощо, тобто говорять про безпосередній перебіг та наслідки війни. Скажімо, публікація про демонстрацію під гаслом «Полон вбиває!» у Берліні, що закликала до звільнення понад 28 тисяч українців з російських в'язниць [40], має важливе значення для міжнародної співпраці та привернення уваги до гуманітарних проблем війни. Акції, як ця, демонструють силу засобів м'якої сили у міжнародних відносинах, коли медіа і громадські ініціативи здатні змінювати суспільну думку і впливати на політичні рішення. Крім цього, акції, що відбуваються в знакових місцях, як-от перед Бранденбурзькими воротами, символом об'єднаної Європи, допомагають зміцнювати міжнародний резонанс українських проблем.

О. Мельник доклала зусиль, аби емоційно передати побачений мітинг: *«Ця демонстрація була наповнена болем і щирою вдячністю нашим героям. Кожен плакат і кожен виступ відображав глибоку повагу до тих, хто ризикує своїм життям заради нашого майбутнього. Полон вбиває!»* [40]. Журналістка, висвітлюючи важливі події на міжнародному рівні, не тільки привертає увагу до конкретних проблем, але й сприяє активізації співпраці між державами. Матеріали українських журналістів допомагають створювати відчуття солідарності з українським народом, роблять німецьке суспільство більш обізнаним і сприйнятливим до реалій війни. Наприклад, заклики активістів, що «ми повинні кричати про них», акцентують увагу на ролі громадянського суспільства у створенні тиску на політичні еліти.

Загалом такі публікації, як матеріал О. Мельник [40], не просто інформують про акції, вони підтримують важливу дискусію в німецькому медіапросторі, сприяють розумінню глибини конфлікту, його гуманітарних аспектів та ролі міжнародної спільноти в захисті прав людини.

Отже, медіа «Амаль Берлін» відіграє важливу роль у популяризації української культури в Німеччині. Публікації про українську мову, мистецтво та проблеми, пов'язані з війною, наприклад, як у статтях про студентів, що вивчають українську, або про мітинги проти агресії Росії, формують обізнаність серед німецької аудиторії. У такий спосіб журналісти створюють культурний місток між українцями та німцями, сприяючи взаєморозумінню та обміну досвідом.

2.3. Концепція та суспільний потенціал українського медіа «Sestry» у Польщі

У контексті українсько-польських відносин відзначимо, що за два роки російської агресії проти України Польща передала Україні 44 пакети допомоги на загальну суму майже \$9 млрд [51]. Важливу роль у процесі зміцнення відносин між державами відіграють саме засоби масової інформації.

Медіа «Sestry» [7] є вагомим соціокультурним явищем, яке втілює процеси глобалізації й транснаціональної комунікації в умовах соціальних потрясінь, викликаних війною. Його концепція базується на ідеї культурного діалогу та взаємодії, що виникла в контексті гуманітарної кризи, спричиненої російською агресією проти України (див. Додаток Б). Це не просто інформаційна платформа, але соціальний інструмент, який покликаний вирішувати дві ключові задачі: по-перше, підтримувати українських жінок, що опинилися в Польщі через війну, а по-друге, інтегрувати їх в європейське суспільство, використовуючи медіа як канал культурного і соціального діалогу.

Концепція медіа «Sestry» відображає синергію українського та європейського досвіду. Як наголосила головна редакторка Марія Гурська, проєкт виник «як продовження польсько-українського Сестринства на підтримку українок», вимушених евакуюватися через війну. «Робота над

порталом стартувала на початку 2023 року. До весни тривав процес оформлення проєкту, потім – набір команди і робота над першими матеріалами, а паралельно – робота над дизайном сайту у співпраці з розробниками з компанії Netguru» [11], – сказала головна редакторка онлайн-журналу М. Гурська журналістам «Детектор медіа». Медіа розпочав роботу у вересні 2023 року. Таким чином, медіа стає своєрідним культурним мостом між Україною та Європою, допомагаючи українкам зберігати ідентичність та одночасно адаптуватися до нового соціального контексту.

Важливою складовою концепції медіа є його міжнародний характер. Завдяки участі таких польських журналістів і медійників, як Йоанна Мосей та Єжи Вуйчик, медіа розвиває широкий європейський контекст, орієнтуючи контент не тільки на українську аудиторію, але й на європейську спільноту, яка цікавиться подіями в Україні. Це дозволяє медіа виконувати функцію інформування європейських читачів про українську ситуацію та досвід біженців, одночасно сприяючи формуванню міжкультурного діалогу.

Соціальний потенціал медіа «Sestry» значно перевищує звичайні межі новинних видань. Воно стає платформою для зміцнення соціальної згуртованості серед українських жінок, які опинилися в Європі через війну. Гурська наголошує на тому, що Польща надала тимчасовий притулок для багатьох українців, зокрема журналісток, і саме завдяки цій підтримці виникла можливість «формувати міцну стіну захисту нашої держави поза домом». Вказаний нюанс є ключовим для розуміння суспільного потенціалу «Sestry»: медіа не тільки інформує, але й активно бере участь у конструюванні нової соціальної реальності для українців за межами своєї держави.

Не менш важливим аспектом є те, що матеріали виходять українською, польською та англійською мовами. У такий спосіб медіа не лише збільшує аудиторію, але й забезпечує можливість адаптації контенту до різних культур, сприяючи поглибленню взаєморозуміння між народами. Зокрема, публікації англійською дозволяють доносити інформацію до глобальної аудиторії, що

підсилює позиції України на міжнародній арені й робить її голос більш впізнаваним.

Щодо потенціалу цього медіа, то насамперед платформа сприяє посиленню зв'язку між українською діаспорою та її батьківщиною, допомагаючи підтримувати культурний обмін навіть в умовах вимушеної міграції. З іншого боку, «Sestry» також виконує функцію амбасадора української культури в Європі, представляючи українське бачення війни, біженства та європейських цінностей.

Таким чином, «Sestry» демонструє новий тип медіа, який не лише інформує, але й активно впливає на суспільні процеси як в Україні, так і за її межами. Воно сприяє культурній дипломатії, зміцнює соціальні зв'язки між українцями за кордоном та допомагає розвивати міжнародний діалог. З точки зору міжнародних відносин, такі медіа-проекти мають стратегічну цінність, оскільки дозволяють Україні формувати свій наратив і впливати на міжнародне сприйняття через м'яку силу та інформаційну дипломатію.

Основні тематичні напрями роботи медіа «Sestry» значно виходять за рамки традиційного журналістського інформування, виконуючи функцію соціального медіатора між українською діаспорою та європейськими спільнотами. У контексті впливу України на міжнародні відносини, це медіа сприяє поширенню української перспективи на важливі політичні, культурні й соціальні питання, що робить його важливим інструментом дипломатії та м'якої сили. Зокрема, це відображається через такі складові.

По-перше, важливим напрямком редакції є інформування громадськості щодо політичних подій, яке сприяє поширенню української позиції на міжнародному рівні. У світовій медіа-просторовій реальності, де домінують великі західні медіакорпорації, важливо, щоб голос України був представлений безпосередньо через українські платформи. Медіа «Sestry» пропонує читачам не лише новини, а й контекстуальний аналіз подій, який дозволяє європейській публіці краще розуміти українські політичні та суспільні процеси. Це, у свою чергу, допомагає підсилювати підтримку

України на рівні політичного і громадського секторів у Польщі та інших європейських країнах.

Наприклад, матеріал А. Канарської «Потрібен другий шок?» [29] Контекст статті, як і політичний прогноз Пола Тейлора в The Guardian, наголошує на потенційних загрозах для України через послаблення підтримки Заходу. З одного боку, Трамп у США представляє силу, яка може призвести до скорочення допомоги Україні, оскільки його риторика вже піднімає питання щодо американської залученості в європейські конфлікти. З іншого боку, Європа також стикається зі своїми проблемами: політична нестабільність у Франції та Німеччині, зростання популістських рухів ставлять під загрозу стійкість підтримки Києва. У цьому контексті авторка наголошує: *«Не дивно, що настрій серед чиновників ЄС мінорний. Тим паче, що нерішучість у наданні Україні військової допомоги для прориву поєднується з небажанням ключових європейських держав поглиблювати військову інтеграцію (проти якої виступають праві та популісти від Лісабона до Варшави)»* [29].

Журналістка цитує Пола Тейлора, якщо Захід не наважиться на рішучі кроки, у майбутньому йому доведеться мати справу з сильнішим Путіним, що є критично важливим сигналом для політиків і суспільств. Саме такі публікації можуть посилити заклики до збільшення підтримки України [29]. Отже, публікація такого змісту на міжнародному рівні має потенціал для політичного впливу. Вона може не лише висвітлювати політичний процес, але й змінювати його, привертаючи увагу до важливості подальшої допомоги Україні.

По-друге, напрям експертних порад, який включає роботу з юристами, психологами, лікарями та бізнес-коучами, слугує важливим інструментом соціальної адаптації українців, зокрема жінок, які опинилися в умовах вимушеної міграції. Скажімо, публікації О. Щирби «Навіщо мені психолог? Я можу поговорити з подругою!» [80] підіймає проблему, що в Україні досі бракує культури звернення за професійною психологічною допомогою. Аргументи типу «я не психічно хвора», «я можу поговорити з подругою» є

досить поширеними серед людей, які потребують допомоги, але водночас, незважаючи на ці переконання, люди продовжують страждати від психологічних проблем. У матеріалі аналізується поширене хибне уявлення, що психологічні проблеми можна вирішити через розмови з близькими людьми або власні спроби впоратися із ситуацією. Однак, як зазначає О. Щирба, професійний психолог, психотерапевт або психіатр володіють спеціалізованими знаннями та техніками, що допомагають у вирішенні проблем, з якими звичайні люди без освіти в цій галузі не зможуть ефективно впоратися. Крім того, рідні й близькі можуть бути суб'єктивними, емоційно залученими, що може навіть нашкодити процесу вирішення проблем.

Загалом публікації вказаного спектру матеріали мають потенціал та сприяють соціальній інтеграції, підтримці малого та середнього бізнесу, а також покращенню соціальних умов. У більш широкому сенсі, журналісти допомагають формувати позитивний імідж України як країни, здатної забезпечити підтримку своїм громадянам і в умовах кризи, сприяючи довірі до українських інституцій і громадських ініціатив.

Третій напрям – культурні публікації та інтерв'ю з відомими українськими письменниками, науковцями, мисткинями – відіграє надзвичайно важливу роль у просуванні української культури за кордоном. У рамках культурної дипломатії, це медіа стає мостом для взаємного обміну між українськими митцями та європейською аудиторією.

Як приклад, матеріал О. Щирби «Alyona Alyona: «З викликами люди справляються тоді, коли об'єднані» [81] демонструє важливий культурний потенціал для зміцнення зв'язків між українцями та польською аудиторією. Журналістка піднімає питання про роль мистецтва як інструменту комунікації в умовах воєнного конфлікту, акцентуючи увагу на необхідності об'єднання людей через спільні цінності та досвід. Музика та волонтерська діяльність Alyona Alyona стають символом не лише культурного самовираження, а й активної участі у формуванні нового суспільного порядку.

Вважаємо, що інтерв'ю з Alyona Alyona показує, як музика може бути засобом передачі цінностей, навіть коли є мовні бар'єри: *«Коли весь світ співає твоєю мовою пісні – це означає, що зроблено ще один крок до пізнання всім світом твоєї мови, культури і взагалі твоєї нації. Це важливо і я щиро вважаю, що люди мають слухати пісні незалежно від мови, тому що кожна мова прекрасна по-своєму»* [81]. Її здатність поєднувати виступи перед військовими на передовій із виступами на міжнародних сценах стає метафорою глобального об'єднання навколо боротьби за свободу.

У публікації вміщені роздуми Alyona Alyona про зміну пріоритетів та її особисті виклики, які підкреслюють важливість індивідуального досвіду в період кризи: *«Артист виступає ниткою, яка поєднує ці два абсолютно різні світи. Я несу на фронті любов, несу увагу»* [81]. Це підсилює загальний меседж публікації, який резонує не лише серед української, а й серед польської аудиторії, адже тема самопізнання, викликів і адаптації універсальна для будь-якої людини. Саме цей досвід може стати основою для розширення присутності української культури у Польщі через проєкти, які фокусуються на особистих історіях та досвіді, об'єднуючи людей на рівні емоцій та цінностей.

Таким чином, інтерв'ю Alyona Alyona в контексті медіапроєкту «Sestry» виконує функцію культурного мосту, який сприяє не лише обміну досвідом, а й глибшому розумінню між культурами. У такий спосіб українське медіа може зайняти активну позицію в міжнародному інформаційному просторі, формуючи нову ідентичність та відкриваючи можливості для співпраці в умовах глобальних викликів.

На особливу увагу заслуговує рубрика «Війна в Україні», що містить низку публікації про життєві долі людей, яких у той чи інший спосіб зачепила війна. Історії людей, яких торкнулася війна, особливо в контексті подій у Маріуполі, мають глибокий вплив на міжнародні відносини. Історія поліцейського Володимира Нікуліна, одного з героїв документальної стрічки «20 днів у Маріуполі», ілюструє, як особисті трагедії та героїзм стають частиною глобального наративу про війну в Україні. Його досвід під час

евакуації та робота над порятунком журналістів, що задокументували злочини війни, свідчить про ключову роль індивідуальних вчинків у збереженні історичної правди описані у публікації «Щоб нас не оглядали на блокпостах, я діяв, як детектив», – поліцейський із «20 днів у Маріуполі» [41] К. Мінчук.

Привертає увагу розповідь Нікуліна про те, як увагу окупантів на блокпостах він відволікав з допомогою цигарок Marlboro, що є не лише особистими спогадами, але й частиною ширшого наративу про виживання та спротив. Як зазначає Нікулін: *«На кожному з 15 блокпостів діставав пачку цигарок і починав палити на очах у окупантів. Це привертало увагу. Потім пригощав їх цигарками, і вони нас пропускали»* [41]. Це не просто епізод евакуації – це приклад того, як особистий досвід стає символом опору, що резонує з міжнародною аудиторією, привертаючи увагу до вказаної проблеми.

Такі свідчення мають значення не тільки в контексті військових подій, але й для міжнародних політичних рішень. Вони впливають на формування світової громадської думки та спонукають країни приймати конкретні дії, наприклад, у питаннях гуманітарної допомоги чи політичної підтримки України. Нікулін говорить про зміни в суспільній свідомості, які стали помітними після початку війни у 2014 році: *«Для нас, донецьких поліцейських, війна почалася не в 2022, а в 2014»* [41]. Заява підкреслює складність конфлікту та відображає той факт, що багато українців вже давно живуть в умовах війни, адже окупація Криму та військові дії на Донбасі розпочалися ще із 2014 року.

Крім того, розповіді про Маріуполь стають емоційними інструментами впливу на міжнародну аудиторію. Як зазначає Нікулін, його головний страх під час оборони міста був за життя своєї сім'ї: *«Щодня рано вранці я йшов на службу, дивився на будинок, де залишалась моя родина, і боявся, що бачу його цілим востаннє»* [41]. З допомогою цього та схожих інтерв'ю громади Європи дізнаються про те, у яких умовах живуть люди в нашій країні та які ризики ставить війна.

Таким чином, історії людей, таких як Володимир Нікулін, не лише свідчать про жахи війни, але й впливають на формування міжнародних відносин, стаючи важливим чинником у боротьбі за підтримку України на глобальній арені. Вони допомагають створювати гуманітарний контекст, що формує міжнародну відповідальність перед жертвами війни та стимулює політичні дії.

Підсумовуючи, концепція «Sestry» базується на глибокій інтеграції локальних і міжнародних перспектив, що відбиває глобальні тенденції у сфері медіа та транснаціональної комунікації. Проект має значний суспільний потенціал, оскільки він не лише допомагає адаптації українських жінок до європейського контексту, але й посилює голос України на міжнародній арені. Крім цього, медіа «Sestry» є прикладом того, як інформаційні ресурси можуть використовуватися для побудови нових соціальних реалій і водночас для збереження національної ідентичності в умовах кризи.

Висновки до розділу 2

Медіа здатні не лише інформувати, але й активно впливати на характер взаємин між країнами, змінюючи траєкторії дипломатичних та політичних рішень через потужний інформаційний вплив на суспільну думку. Тому українські медіа за кордоном слугують каналом комунікації, що привертає увагу до нагальних гуманітарних проблем, таких як полон українських громадян у Росії, вбивства цивільних, нищення будинків тощо, що допомагає активізувати німецьке суспільство, створюючи умови для формування тиску на владу, аби вона брала участь у звільненні полонених або підтримувала Україну на міжнародній арені.

Так, «Амаль Берлін», «Sestry» та «Українське радіо» не лише інформують про проблеми війни, але й висвітлюють питання інтеграції українців у європейські держави. Публікації про вивчення української мови,

культурні ініціативи та волонтерські проекти допомагають українцям краще адаптуватися до нових умов життя, однак не втрачати зв'язку із Україною.

Важливим аспектом роботи журналістів аналізованих медіа є їх здатність змінювати громадську думку щодо України в країнах Європи, сприяти формуванню розуміння російсько-української війни. Крім цього, аналізовані медіа відіграють роль у консолідації української діаспори, надаючи платформу для обговорення важливих суспільних питань та взаємодії з європейським суспільством.

Через висвітлення проблем, пов'язаних з війною в Україні, журналісти допомагають підтримувати сталість політичної уваги в країнах Європи до російсько-української війни. ЗМІ створюють соціальний і політичний фон, на якому формується політика підтримки України.

ВИСНОВКИ

1. В інформаційному суспільстві, де доступ до новин стає глобальним, а обмін ідеями – миттєвим, засоби масової інформації виконують роль основного каналу передачі знань, культурних цінностей та світоглядних орієнтирів. Тому функції ЗМІ не обмежуються простою передачею новин; вони виконують більш складні завдання: соціалізацію, культурну інтеграцію, політичну мобілізацію та формування колективної свідомості. Однією з основних функцій ЗМІ є забезпечення інформаційної прозорості у демократичних процесах. Ще медіа сприяють підвищенню політичної участі громадян, дозволяючи їм бути обізнаними щодо ключових питань державного управління, економічної політики та соціальних реформ. Без цього ефективне функціонування демократії стає неможливим, оскільки громадяни втрачають можливість робити усвідомлений вибір на основі достовірної інформації.

2. Засоби масової інформації відіграють центральну роль у процесах формування громадської думки, використовуючи для цього різноманітні методи впливу. Одним із них є пропаганда, що стала актуальною у контексті інформаційної війни. Вона базується на повторенні певних ідей та наративів, які мають на меті формування чітких і незмінних уявлень у свідомості громадян. У цьому контексті інформаційна війна, яка ведеться через ЗМІ, має дві основні мети: перша – це переконати внутрішню аудиторію у правоті своєї країни, друга – вплинути на міжнародну спільноту з метою отримання підтримки.

3. Феномен медіа у контексті міжнародних відносин набуває особливого значення в епоху глобалізації. Медіа перетворилися на стратегічний інструмент, який використовується державами для реалізації своїх зовнішньополітичних цілей та впливу на міжнародні відносини. Вплив ЗМІ на зовнішню політику стає очевидним у таких сферах, як дипломатія, міжнародна безпека та економічні відносини. Одним із найважливіших аспектів ролі медіа у міжнародних відносинах є так звані «м'які» засоби впливу, зокрема

культурна дипломатія. Через медіа країни можуть презентувати свої культурні досягнення та позитивні цінності, формуючи позитивний імідж на міжнародній арені. Важливу роль тут відіграють не лише традиційна медіа, але й нові форми комунікації, такі як соціальні мережі, які дозволяють безпосередньо впливати на міжнародну громадськість та лідерів думок. Водночас медіа є інструментом впливу на міжнародну безпеку, адже у глобальному масштабі новини про військові конфлікти, терористичні акти чи природні катастрофи можуть суттєво змінити ставлення міжнародної спільноти до тих чи інших країн або подій.

4. «Українське радіо» в країнах Європи є важливим інструментом публічної дипломатії, який сприяє підтримці зв'язку між Україною та українською діаспорою, а також формує позитивний імідж країни на міжнародній арені. Мовлення українського радіо здійснюється в щонайменше восьми країнах Європи, серед яких Польща, Чехія, Румунія, Литва, Латвія, Грузія та інші, що дозволяє поширювати об'єктивну інформацію про Україну, її політику, культуру та суспільні процеси. Радіостанція дозволяє досягти кількох ключових цілей: збереження національної ідентичності серед українських емігрантів, популяризація української культури та мови за кордоном, а також інтеграція українських наративів у місцевий медіапростір. Значення «Українського радіо» також варто розглядати в контексті міжнародних відносин, адже його мовлення формує інформаційний простір, який протистоїть російській пропаганді, поширюючи достовірну інформацію про події в Україні. Це важливо не лише для підтримки іміджу України як країни, що бореться за демократичні цінності та міжнародне право, але й для мобілізації підтримки серед урядів і населення європейських країн. І

5. «Амаль Берлін» є онлайн-медіа, що було засноване у Німеччині для інформування та підтримки інтеграції емігрантів і біженців з різних країн. У 2022 році у редакції з'явився український відділ, вакантні місця у якому зайняли мігранти із України. Медіаплатформа пропонує новини та аналітичні матеріали українською мовою, що робить її важливим джерелом інформації

для української діаспори в Німеччині. Завдяки своїм ініціативам, «Амаль Берлін» сприяє культурному діалогу між українцями та німцями, що є ключовим фактором у зміцненні українсько-німецьких відносин. Амаль Берлін» виконує функцію інформаційного мосту між двома країнами, сприяючи адаптації українців до німецького суспільства та водночас допомагаючи німецькій аудиторії краще зрозуміти виклики та досвід українців.

6. Роль українського медіа «Sestry» (2023 рік заснування) в Польщі є важливим не лише для підтримки української громади, але й для зміцнення культурних та інформаційних зв'язків між Україною та Європою. Започатковане в умовах війни (2023 р.), це медіа відповідає на нагальні потреби спільноти, що стала жертвами військової агресії, надаючи їм інформацію про політичні події, експертні поради та культурні ініціативи. Вказане медіа слугує платформою для вираження голосів українських людей, надаючи їм можливість ділитися своїми історіями, досвідом та ідеями, що не лише зміцнює почуття спільноти, але й підвищує видимість їхніх проблем у ширшому європейському контексті. Ми дійшли висновку, що «Sestry» сприяють формуванню позитивного іміджу України на міжнародній арені, демонструючи стійкість та неординарність українського суспільства. Інформування про культурні події та ініціативи, що відбуваються в Україні, дозволяє формувати нове розуміння української ідентичності за кордоном, історії про війну – привертають увагу у контексті співпраці та допомоги.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Amal Berlin: інтернет-платформа з новинами з Берліна на дари/фарсі, арабською та українською мовами. URL: <https://amalberlin.de/ua/projekt/> (дата звернення: 30.09.2024)
2. Cohen B. The Press and Foreign Policy, Princeton. NJ: Princeton University Press, 1963. 288 p.
3. O'Heffernan P. Mass Media and American Foreign Policy: Insider Perspectives on Global Journalism and the Foreign Policy Process / P. O'Heffernan Norwood, NJ: Ablex, 1991. 262 p
4. Potter Evan H. Cyber-Diplomacy: Managing Foreign Policy in the Twenty-First Century. McGill-Queen's Press MQUP, 2002. 208 p.
5. Saddiki S. Diplomacy in a changing world. Turkish Journal of International Relations. 5 (4). P.93-105.
6. Seib P. The Al-Jazeera effect: How the new global media are reshaping world politics. Washington D.C.: Potomac Books Inc., 2008. URL: https://books.google.ru/books?id=OxkQm7IuMi8C&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false. (дата звернення: 17.10.2024)
7. Sestry: міжнародний онлайн-журнал. URL: <https://www.sestry.eu/>
8. Siapera E. Cultural Diversity and Global media. The Mediation of Difference. Chichester, West Sussex, UK; New York: Blackwell Publishing, 2010. 212 p.
9. The first channel and Ukrainian radio for Ukrainian citizens in Georgia. 1tv.ge. 3.03.2022. URL: <https://1tv.ge/news/pirveli-arkhi-da-ukrainis-radio-saqartveloshi-myofi-ukrainis-moqalaqeebistvis/>
10. Woodward Wayne Media Globalization and Localization URL: https://www.researchgate.net/publication/318281413_Media_Globalization_and_Localization (дата звернення: 17.10.2024)

11. Баранівська М. Міжнародний онлайн-журнал Sestry на чолі з головною редакторкою Марією Гурською розпочав роботу. *Детектор медіа*. 19.09.2023. URL: <https://detector.media/infospace/article/217029/2023-09-19-mizhnarodnyy-onlayn-zhurnal-sestry-na-choli-z-golovnoyu-redaktorkoyu-mariieyu-gurskoyu-rozpochav-robotu/> (дата звернення: 15.10.2024)
12. Бацевич Ф. С. Лінгвальні аспекти типології нараторів містичних текстів. *Лінгвістичні дослідження*. 2023. Вип. 58. С. 211-225
13. Білик К. М. Аналіз лінгвальних характеристик корпусу медіатекстів тематики «війна в Україні». *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Філологічні науки*. 2023. Вип. 1. С. 54-74
14. Блінцова В. О. Процес медіатизації політики та функції мас-медіа у сучасному суспільстві. *Актуальні проблеми політики*. 2013. Вип. 49. С. 126-131
15. Блозовська І. Diplomat у медіа. Для чого посольству потрібні комунікації зі ЗМІ. *Deadline*. 2019. URL: <https://www.deadline.com.ua/blog/yak-publ-kac-zm-spriyayut-ukr-plennyyu-m-zhnarodnih-v-dnosin#> (дата звернення: 15.10.2024)
16. Бондаренко А. С., Куліш В. С. Кореляція лінгвальних та екстралінгвальних чинників у створенні образу британського політика. *Закарпатські філологічні студії*. 2018. Вип. 6. С. 123-127
17. Військова допомога для України. Представництво Федеративної Республіки Німеччина в Україні. 10.10.2024. URL: <https://ukraine.diplo.de/ua-uk/-/2549080> (дата звернення: 15.10.2024)
18. Вовканич С. Ідея, що змінить Україну. Лише корінний народ має ексклюзивне право будувати національну державу. *Україна молода*. 2019. 17 серпня. С. 8.
19. Волошко Г. В. Сучасні виклики інформаційного суспільства в аспекті формування медіаграмотності майбутніх. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. 2015. № 9. С. 3-12

20. Гончарук С. Аналіз методів впливу американської моделі новинної журналістики на український медіапростір. *Молодь і ринок*. 2018. № 12. С. 55-59.
21. Горова Д. Франко, Андрухович і “Амаль” – німецькі студенти вчать українську. *Amal Berlin*. 8.10.2024. URL: <https://amalberlin.de/ua/2024/10/08/german-students-study-ukrainian-at-viadrina-university/> (дата звернення: 15.10.2024)
22. Горова Д. Фестиваль Gogolfest покаже в бункері німецько-українську виставу про матерів. *Amal Berlin*. 15.10.2024. URL: <https://amalberlin.de/ua/2024/10/15/the-gogolfest-festival-will-show-in-the-bunker-a-german-ukrainian-play-about-mothers/> (дата звернення: 15.10.2024)
23. Дмитро Хоркін. Інтерв'ю. *Детектор медіа*. Відновлено з stv.detector.media. (дата звернення: 09.07.2024).
24. Ємельянова Р. Рік Jobturbo: результати – далекі від сподівань. *Amal Berlin*. 1.08.2024. URL: <https://amalberlin.de/ua/2024/10/01/first-year-of-jobturbo/> (дата звернення: 18.10.2024)
25. Жаровська І. Інформаційна війна як сучасне глобалізаційне явище. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія : Юридичні науки. 2020. Т. 7, № 2. С. 56-61
26. Закон України «Про інформацію». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text> (дата звернення: 10.10.2024)
27. Закон України «Про рекламу» від 3 липня 1996 р. URL: <http://www.ligazakon.ua/> (дата звернення: 10.09.2024)
28. Закон України «Про телебачення і радіомовлення». Редакція від 13.10.2017, підстава 2054-VIII <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-12/ed20171013> (дата звернення: 10.10.2024)
29. Канарська А. Потрібен другий шок? *Sestry*. 11.10.2024. URL: <https://www.sestry.eu/statti/potriben-druhyi-shok> (дата звернення: 15.10.2024)

30. Карпчук Н. Медіа як невоєнний метод впливу в гібридній війні. *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*. 2018. № 2. С. 41-49
31. Кіца М. О. Фейкова інформація в українських соціальних медіа: поняття, види, вплив на аудиторію. *Наукові записки Української академії друкарства*. 2016. № 1. С. 281–287
32. Климентова О. В. Лінгвальні медіатехнології та українська реальність. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія*. 2017. Вип. 26(2). С. 136-139.
33. Конституція України. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, № 30, ст. 141. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 30.09.2024)
34. Кузьменко Ю. Чехія вже надала Україні військову допомогу на 6,75 млрд крон: що передавали партнери. *Суспільне новини*. 2024. URL: <https://suspilne.media/782485-cehia-vze-nadala-ukraini-vijskovu-dopomogu-na-675-mlrd-kron-so-peredavali-partneri/> (дата звернення: 30.09.2024)
35. Кукіна З. Міжнародний інституційний механізм регулювання діяльності засобів масової інформації. *Часопис Київського університету права*. 2012. № 2. С. 354-357
36. Лашкіна М. Психологічний аспект комунікативної функції ЗМІ. *Культура народів Причорномор'я*. 2004. № 49, Т.2. С. 61-64.
37. Лизанчук В. Інформаційна безпека України: теорія і практика : підручник. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2017. 728 с.
38. Матяш Т. Шольц зателефонував Путіну і пояснив йому, що в Україні жодних «нацистів» немає. *Лівий берег*. 13.05.2022. URL: https://lb.ua/world/2022/05/13/516706_sholts_zatelefonuvav_putinu_i_poyasniv.html
39. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник. Київ: Центр вільної преси, 2012, 352 с.

40. Мельник О. “Полон вбиває!” У Берліні закликали звільнити тисячі українців із російських в’язниць. *Amal Berlin*. 2.08.2024. URL: <https://amalberlin.de/ua/2024/08/02/berlin-calls-for-the-release-of-thousands-of-ukrainians-from-russian-prisons/> (дата звернення: 30.09.2024)
41. Мінчук К. «Щоб нас не оглядали на блокпостах, я діяв, як детектив», — поліцейський із «20 днів у Маріуполі». *Сестри*. 15.10.2024. URL: <https://www.sestry.eu/statti/shchob-nas-ne-oglyadali-na-blokpstah-ya-diyav-yak-detektiv-policeyskiy-z-20-dniv-u-mariupoli> (дата звернення: 30.09.2024)
42. Міський В. «Я не думав, що у ХХІ столітті радіо як технологія буде настільки стратегічним і життєво важливим», — Дмитро Хоркін. *Детектор медіа*. 2023. URL: <https://detector.media/mediumy/article/219411/2023-11-16-ya-ne-dumav-shcho-u-xxi-stolitti-radio-yak-tekhnologiya-bude-nastilky-strategichnym-i-zhyttievo-vazhlyvym-dmytro-khorkin/> (дата звернення: 30.09.2024)
43. Міщенко А., Теремко В. Вплив медіа на формування довіри громадян до влади в період війни. *Український інформаційний простір*. 2023. # 1. С. 301-312
44. Не тільки Patriot. Як Румунія неpubлічно допомагає Україні. *РБК-Україна*. 4.09.2024. URL: <https://www.rbc.ua/rus/news/tilki-patriot-k-rumuniya-nepublichno-dopomagaе-1725379296.html> (дата звернення: 30.09.2024)
45. Обух Л. В. Українське радіо як соціокультурний бренд: крізь призму менеджменту академічної музики. *Культура України*. 2019. Вип. 66. С. 184-195.
46. Остапа С. Міністр культури Литви: Ми багато допомогли українським біженцям, тепер хочемо більше допомогти всередині України. 2023. URL: <https://detector.media/infospace/article/220547/2023-12-13-ministr-kultury-lytvu-my-bagato-dopomogly-ukrainskym-bizhentsyam-teper-khochemo-bilshe-dopomogty-vseredyni-ukrainy/> (дата звернення: 30.09.2024)

47. Оцінка громадянами ситуації в країні, довіра до соціальних інститутів, політико-ідеологічні орієнтації громадян України в умовах російської агресії (вересень—жовтень 2022 р.). *Разумков Центр*. 28.10.2022. URL: <http://bitly.ws/B2Pb> (дата звернення: 30.09.2024)

48. Павленко І. Політична система України в умовах війни. Національний інститут стратегічних досліджень. 7.11.2022. URL: <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/politychna-systema-ukrayiny-v-umovakh-viyny> (дата звернення: 14.08.2024)

49. Павлюк О. О. Феномени медіалізму та медіатизації та їх вплив на міжнародні відносини. *Гілея: науковий вісник*. 2017. Вип. 124. С. 308-313.

50. Подаряща О. І. Соціокультурні функції сучасних мас-медіа України. *Держава та регіони*. Серія : Соціальні комунікації. 2016. № 3. С. 123-126.

51. Польща за два роки війни передала Україні допомоги майже на \$9 мільярдів. Укрінформ. 25.04.2024. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3856589-polsa-za-dva-roki-vijni-peredala-ukraini-vijskovoi-dopomogi-majze-na-9-milardiv.html> (дата звернення: 30.09.2024)

52. Про авторське право і суміжні права: Закон України. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1994, № 13, ст.64. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12#Text>

53. Про медіа: Закон України. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2023, №№ 47-50, ст.120. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text> (дата звернення: 17.10.2024)

54. Про нас [Amal Berlin]. Amal Berlin. URL: <https://amalberlin.de/ua/projekt/> (дата звернення: 30.09.2024)

55. Про національну безпеку України: Закон України від 21 червня 2018 р. № 2469- VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19#n355> (дата звернення: 17.10.2024)

56. Про національну безпеку України: Закон України від 21 червня 2018 р. № 2469- VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19#n355>

(дата звернення: 14.04.2022). Про Службу безпеки України : закон України від 25.03.1992 р. // Відомості Верховної Ради України (ВВР). 1992. № 27 (дата звернення: 17.10.2024)

57. Прокоф'єв Д. Інформаційна війна та інформаційна злочинність. URL: <http://www.crime-research.ru/library/Prokop.htm> (дата звернення: 17.10.2024)

58. Радіо Румунії. URL: <https://www.srr.ro/> (дата звернення: 30.09.2024)

59. Русиняк А. Традиційні ЗМІ як актори процесу політичного конструювання суспільства. *Вісник Прикарпатського університету. Політологія*. 2020. Вип. 14. С. 74–84.

60. Сааков В. Шольц: Є «консенсус» щодо західної зброї в Україні. DW. 5.02.2023. URL: <https://www.dw.com/uk/solc-e-konsensus-sodo-zastosuvanna-zahidnoi-zbroi-lise-na-teritorii-ukraini/a-64614886> (дата звернення: 30.09.2024)

61. Світова гібридна війна: український фронт / за заг. ред. В. П. Горбуліна. Нац. ін-т стратег. дослідж. Київ: НІСД, 2017, 496 с

62. Снісаренко Я. С. Вплив лінгвальних та екстралінгвальних чинників на розвиток суспільно-політичної лексики та суспільно-політичної термінології. *Термінологічний вісник*. 2013. Вип. 2(2). С. 88-93.

63. Степанюк Н. До питання впливу мас-медіа на соціум. Контрольні функції мас-медіа. *Теле- та радіожурналістика*. 2014. Вип. 13. С. 123-126

64. Суспільне та Telewizja Polska домовилися про обмін контентом. Детектор медіа – Суспільного. 2022. URL: <https://stv.detector.media/suspilna-korporatsiya/read/7118/2022-02-01-suspilne-ta-telewizja-polska-domovylysyapro-obmin-kontentom/> (дата звернення: 30.09.2024)

65. Томчаковська Ю. О. Лінгвальні особливості англomовного магічного інтернет-дискурсу. *Закарпатські філологічні студії*. 2022. Вип. 21(2). С. 114-118.

66. Троянський О. А. Інформаційна безпека в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку. *Науковий вісник Львівської академії. Серія : Економіка, менеджмент та право*. 2021. Вип. 5. С. 185-194

67. У Польщі на суспільному мовнику доступний ефір «UA: Першого». Детектор медіа – Суспільного. 2022. URL: <https://stv.detector.media/spilnota/read/7198/2022-02-27-u-polshchi-na-suspilnomu-movnyku-dostupnyy-efir-ua-pershogo/> (дата звернення: 30.09.2024)

68. Указ Президента України «Про культурно-інформаційний центр у складі закордонної дипломатичної установи України» № 142/2006 від 20.02.2006 р. Верховна Рада України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/142/2006>. (дата звернення: 17.10.2024)

69. Українська служба Польського радіо для закордону відзначає 30-річний ювілей. Polskie radio. 2024. URL: <https://www.polskieradio.pl/398/7856/artykul/2817406,%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0> (дата звернення: 30.09.2024)

70. Українське радіо: офіційний сайт. URL: <http://www.nrcu.gov.ua/> (дата звернення: 30.09.2024)

71. Фейк та ІПСО про ракетні обстріли Києва. *Мольфар*. 2022. URL: <https://www.molfar.global/blog/fake-ipso-molfar?fbclid=IwAR3ISHJ> (дата звернення: 25.09.2024)

72. Ферлонг Р. Про постачання зброї Україні, газ, мир та санкції проти Росії. Ексклюзивне інтерв'ю з головою МЗС Німеччини Анналеною Бербок. *Свобода*. 27.07.2023. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/ukrayina-nimechchyna-zbroya-haz-sanktsiyi-rosiya-berbok-intervyu/31961953.html>

73. Філенко І. Євроатлантичний вибір України в російських ЗМІ. *Дослідження світової політики: зб. Наук.праць*. Вип. 4 (57) К.: ІСЕМ НАНУ. 2011 С. 266-270.

74. Філенко І. Історична ретроспектива еволюції ролі ЗМІ в міжнародних відносинах. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2012. Вип. 107(2). С. 181-187.

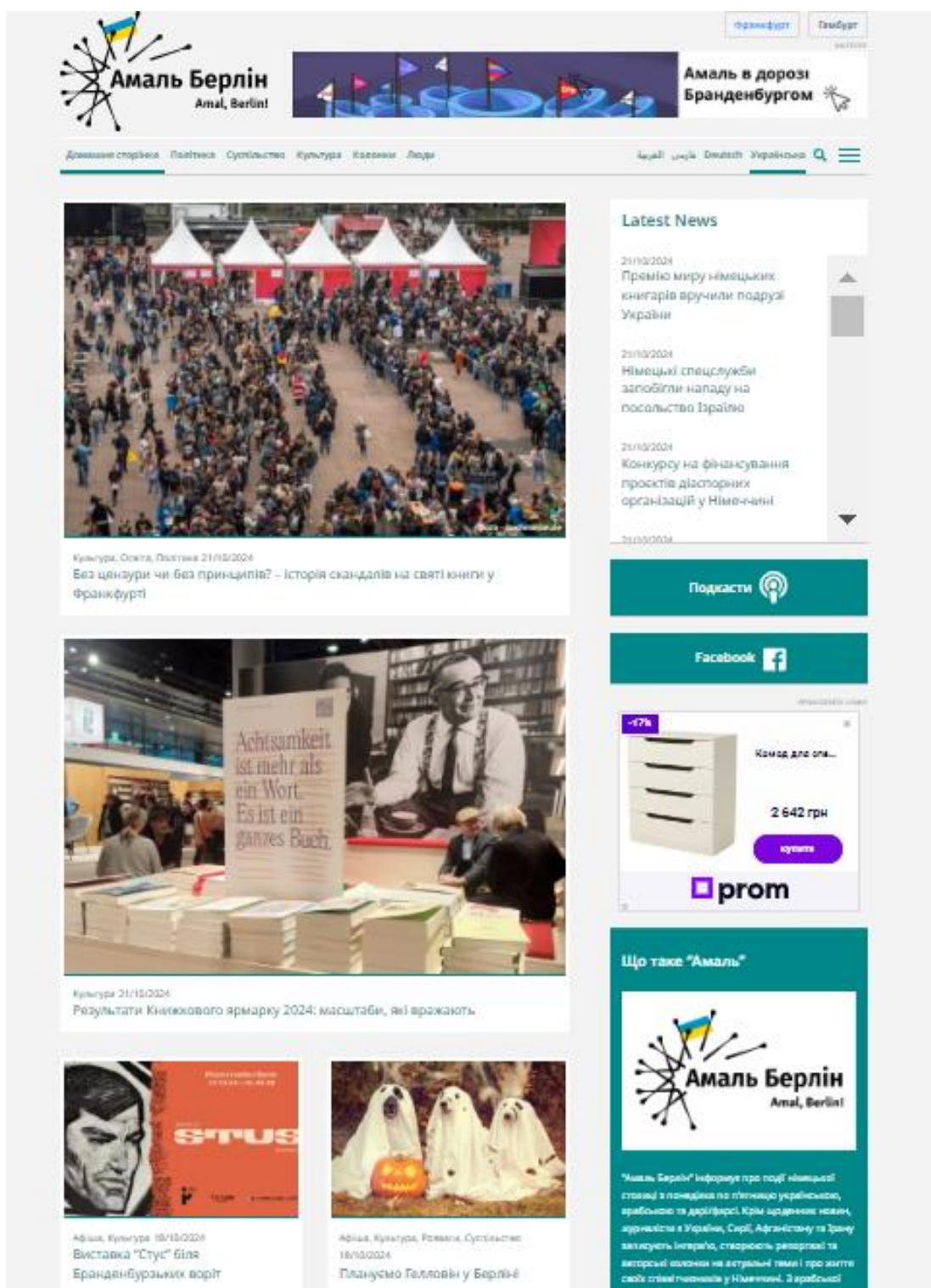
75. Холод О. М. Методологічні принципи та критерії діагностики розрахунку впливу медіа. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Т. 57. С. 20-26
76. Хоменко І. А. Дослідження чинників прихованого впливу в медіа-контенті: методики, програмне забезпечення, апаратура. *Актуальні питання масової комунікації*. 2007. Вип. 8. С. 54-59.
77. Шелемба М., Мойсюк В. Еволюція відносин України і Німеччини внаслідок пвномасштабного вторгнення Росії. *Геополітика України: історія і сучасність* : зб. наук. праць. Ужгород : ДВНЗ «УжНУ», 2022. Вип. 2 (29). С. 77-86
78. Щедрова Г. П. Детермінанти впливу мас-медіа на формування міжнародної політики. *Актуальні проблеми політики*. Одеса : Фенікс, 2017. Вип. 60. С. 105-116.
79. Щирба О. «Alyona Alyona: «З викликами люди справляються тоді, коли об'єднані». *Sestry*. 19.10.2024. URL: <https://www.sestry.eu/statti/alyona-alyona-z-viklikami-lyudi-spravlyayutsya-todi-koli-obiednani> (дата звернення: 30.09.2024)
80. Щирба О. Навіщо мені психолог? Я можу поговорити з подругою! *Sestry*. 30.09.2023. URL: <https://www.sestry.eu/statti/navishcho-meni-psiholog-ya-mozhu-pogovoriti-z-podrugoyu> (дата звернення: 30.09.2024)
81. Як українські медіа протидіють викликам війни: підсумки National Media Talk і NAM Summit 2024. *Національна рада України з питань телебачення та радіомовлення*. 2024. URL: <https://webportal.nrada.gov.ua/yak-ukrayinski-media-protydiyut-vyklykam-vijny-pidsumky-national-media-talk-i-nam-summit-2024/>(дата звернення: 17.10.2024)
82. Якимович Н. Виставка “Стус” біля Бранденбурзьких воріт. Амаль Берлін. 18.10.2024. URL: <https://amalberlin.de/ua/2024/10/18/%d0%b2%d0%b8%d1%81%d1> (дата звернення: 30.09.2024)

83. Ярох А. Інформаційний простір та засоби масової інформації: концептуальна модель. *Вісник Харків. нац. у-ту імені В. Н. Каразіна*, Серія: Соціальні комунікації. № 968. Вип. 3. С. 73–81

ДОДАТКИ

Додаток А.

Дизайн та рубрики медіа «Амаль Берлін»



Додаток Б.

Дизайн та рубрики медіа «Sestry»

