

УДК 355.4:070

СПЕЦИФІКА ТЕМАТИКИ ВОЄННОГО КОНТЕНТУ РЕГІОНАЛЬНОГО ОНЛАЙН-МЕДІА "INSIDER MEDIA" ПРОТЯГОМ ЛЮТОГО 2022 – ТРАВНЯ 2022 РОКУ

Аліна Зубар^{а*}

^акафедра журналістики та PR менеджменту, Національний університет "Острозька академія", Острог, Україна

Анотація

Дослідження базується на розгляді воєнного контенту регіональних онлайн-медіа Волині "Insider Media" за період із лютого по травень 2022 року з використанням методу контент-аналізу як основного. Проаналізовано кількісні та якісні характеристики тематичної специфіки матеріалів на воєнну тематику. У статті пропонується спробу вирішити питання особливостей матеріалів на тему війни в перші 100 днів повномасштабного вторгнення як таких, що відрізняються від подальшого воєнного контенту в наступні місяці. Визначено специфічні особливості воєнного контенту: наявність маніпулятивних практик, емоційно забарвленої лексики. Завдяки результатам контент-аналізу та моніторингу регіональних онлайн-медіа Волині вдалося виділити специфіку тем за такими атрибутивними ознаками: змістова актуальність, хронологічна актуальність, документалізм, повторюваність тем і неповторність матеріалів, прагматизм та імперативність. У статті авторка наголошує на важливості відповідальності журналістів за матеріали, які публікують; необхідності, щоб журналісти дотримувалися етичних норм у час конфлікту в країні. Наукова та практична цінність результатів дослідження пов'язана з можливістю в подальшому використовувати результати аналізу під час розроблення рекомендацій для регіональних журналістів, які спеціалізуються на створенні воєнного контенту. Також висновки дослідження будуть корисними в подальшому розвитку обраної тематики в науковій сфері, зокрема у вивченні воєнного контенту загалом та на регіональному рівні.

Ключові слова:

Воєнна журналістика, воєнний контент, війна, регіональне онлайн-медіа

^{*}адреса до кореспонденції:

alina.zubar@oa.edu.ua

^{*}ORCID:

0009-0003-9744-626X

Історія статті:

Надійшла 08.09.2023

Прийнята 15.11.2023



Зміст цієї роботи може бути використаний на умовах міжнародної ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 (CC BY 4.0). Будь-яке подальше розповсюдження цієї роботи повинно містити покликання на автора(ів) та назву роботи, покликання на журнал та DOI.

Вступ. Із моменту повномасштабного вторгнення з'явилася потреба професійного, чіткого, достовірного, актуального висвітлення новин про події в країні, оскільки жителі країни, перебуваючи в постійному стані загрози життю, почали сприймати вчасно подану інформацію як життєву необхідність. Так, із 24 лютого 2022 року, зі створенням єдиного марафону новин, більшість журналістів отримали професійний виклик, новий формат роботи.

Представники ЗМІ змушені працювати в умовах постійної напруги, страху та небезпеки. Лише за даними Інституту масової інформації, "За пів року повномасштабної війни росія скоїла 435 злочинів проти журналістів та медіа в Україні. Станом на 24 серпня російські військові вбили загалом 37 журналістів в Україні. З них вісім журналістів вбито під час виконання професійних обов'язків. Ще 14 журналістів були поранені. Досі зниклими вважаються четверо журналістів – троє маріупольських та журналіст УНІАНу Дмитро Хиліук, який зник на Київщині під час російської окупації" [6]. При цьому рівень відповідальності залишався і залишається надзвичайно високим, адже помилковість у фактах, способах подачі інформації, недостовірність джерел можуть призвести до зміни геополітичної ситуації, викликати поширення фейкової інформації, спровокувати паніку населення та інших негативних наслідків.

Особливо варто зауважити актуальність інтернет-ресурсів медіа, де інформацію оновлюють із великою швидкістю, оскільки населення потребує максимально швидкого інформування про ситуацію в країні й/або в регіоні проживання, тому звертається саме до міських і регіональних видань. Підтвердженням цього є результати дослідження USAID-Internews щодо довіри до медіа: "Споживання регіональних новин цього року значно зросло практично для всіх джерел – для радіо та інтернет-сайтів найбільше" [8, с. 5].

З початку російсько-української війни 2014 року українські журналісти отримали досвід висвітлення подій із гарячих точок, створення матеріалів військової тематики. Однак набула цих навичок лише певна частина журналістів – військові кореспонденти, а цивільні представники засобів масової інформації мали досвід оприлюднення воєнних новин лише частково (варто зауважити, що ці навички більшою мірою були пов'язані з АТО).

Водночас від специфіки матеріалів, які публікують медіа в областях, де немає активних бойових дій, залежить ступінь розуміння їх аудиторією воєнної ситуації, яка формується в країні, розуміння процесів і можливість споживачів контенту самостійно аналізувати події, що відбуваються навколо. Тому, досліджуючи матеріали, які опубліковані в перші три місяці повномасштабного вторгнення, можна дати початок до вивчення воєнного контенту регіональних онлайн-медіа Волині, аби дізнатися їхню специфіку в перші етапи війни. Припускаємо, що початкові етапи повномасштабного вторгнення росії в Україну у сфері журналістики характеризуються формуванням наративів про неспроможність ворога воювати, висміюванням ворожої сторони, спробами в інформаційному просторі створити єдину думку про перебіг війни. Власне, таку специфіку тем матеріалів вважаємо необхідним дослідити, аби визначити

загальну характеристику інформаційного поля регіональних онлайн-медіа Волині і в подальшому порівнювати з наступними етапами війни.

Огляд літератури. Стан наукового дослідження обраної теми можна оцінити у двох контекстах: загальному та конкретному. Оскільки період повномасштабного вторгнення Росії триває впродовж одного календарного року, то наукова сфера ще не має великої кількості матеріалів із вивчення специфіки воєнного контенту в ЗМІ. Упродовж 2022–2023 р. було проведено низку досліджень, розслідувань, створено журналістські матеріали щодо моніторингу та аналізу ЗМІ. Проте більшість із них присвячені опрацюванню загальнонаціональних медіа, офіційних представництв органів влади, а регіональні інформаційні ресурси не стали предметом для активного дослідження воєнного контенту в період повномасштабного вторгнення. Тематику особливостей діяльності інтернет-ЗМІ на медіаринку України досліджувала Гарматій О. [Гарматій 2019]. Якість воєнного контенту вивчав та описував Дмитрів Л. [Дмитрів 2014].

У загальному розгляді попередніх публікацій на тему роботи медіа та аналізу воєнного контенту виокремлюємо статті “Детектор медіа”, Інституту масової інформації, Media Development Foundation, USAID-Internews. Проте, навіть одне з останніх моніторингових досліджень ГО «Детектор медіа» про стан контенту в регіональних онлайн-медіа, яке охопило також волинські медійні ресурси, не має згадок про обране для нашої теми ЗМІ “Insider Media”. Тому питання специфіки воєнного контенту саме цього онлайн-ресурсу є малодослідженим і потребує додаткової уваги. Пов’язуємо таке явище з тим, що в науковій сфері журналістикознавства змоги повноцінно вивчати воєнний контент у регіональних онлайн-медіа країни не було можливості у зв’язку із відсутністю на ресурсах регіональних медіа матеріалів для досліджень – власне публікацій, пов’язаних із війною.

Мета дослідження – визначити специфіку тем воєнного контенту регіонального онлайн-медіа Волині “Insider Media” в період повномасштабного вторгнення в Україну.

Методи дослідження та дані. Під час роботи над науковою статтею було використано загальнонаукові та спеціальні дослідницькі методи та підходи. Методологічну основу становить метод контент-аналізу, з допомогою якого вдалося розглянути воєнний контент у визначених категорійних рамках та дослідити його тематичну специфіку. Моніторинг журналістських матеріалів відіграв основну роль у проведенні аналітичної роботи. У роботі також використано загальнонаукові методи опису, синтезу та порівняння для визначення специфіки предмету дослідження. Матеріалом дослідження є публікації на офіційному інтернет-ресурсі (сайті) регіонального ЗМІ “Insider Media” у період лютого-травня 2022 р., адже саме перші 100 днів повномасштабного вторгнення ми вважаємо відмінними від наступних етапів, коли почали з’являтися абсолютно інші наративи в засобах масової інформації.

Результати. Період воєнного стану в Україні вніс значні корективи практично у всі сфери життєдіяльності населення. Ці зміни торкаються безпосередньо і ледь не першочергово системи медіа.

Вважаємо, що регіональне медіа для жителів регіону, де воно функціонує, є одним із найкращих засобів інформування. Автори дослідження “Аудиторія – адресат повідомлень мас-медіа” Мойсеєва О., Іванова О. припускають, що аудиторія уважно реагує на контент, який найбільш наближений до особистісних інтересів, а регіональні медіа мають “...географічне наближення (правило “вбивчих кілометрів”: чим ближче за простором до мене, тим цікавіше мені), хронологічне наближення (чим ближче до мене за часом (сьогодні, вчора, а ще краще – завтра), тим важливіше для мене), наближення зі специфічними інтересами (те, що знаходиться у зоні моїх життєвих планів, дозвілля, національності, хобі, професії тощо, зацікавлює мене сильніше), емоційне наближення (усе, що викликає яскраві почуття, привертає увагу швидше)” [Мойсеєва та ін. 2018].

Ускладнює аналіз тематики воєнного контенту обраного онлайн-медіа те, що “...в українському законодавстві відсутнє визначення та чітке регулювання мережевих ЗМІ, немає визначення засобу масової інформації в мережі Інтернет, також немає спеціального нормативно-правового акту, який би визначав їх статус, порядок створення, засади діяльності. Більш того, існує широкий термінологічний ряд на позначення цих ЗМІ: інтернет-, онлайн-, веб-, електронні, мережеві, цифрові ЗМІ” [Гарматій 2019, 36].

Розгляд тематичної специфіки воєнного контенту регіонального онлайн ЗМІ “Insider Media” має такі результати. Аналіз тематики воєнного контенту проводили шляхом створення категорійних рамок – загальних тем. Здійснено поділ на розділи: “Війна”, “Новини”, “Розслідування”, “Лайф”.

Результати контент-аналітичної роботи подано у вигляді таблиць у додатку 1.

Під час дослідження вдалося помітити деякі особливості.

Розділ “Війна” (табл. 1) значною мірою присвячений висвітленню новин про загиблих воїнів, уродженців Волині, вшанування пам’яті їх, прощання з ними та церемоніям поховання. Населення проінформоване щодо обставин загибелі, місця та часу поховання.

Ця ж вкладка містить за обраних для дослідження період 5 публікацій такого змісту: інструктажі, аналітичні матеріали пояснення дій агресора, наслідки обстрілів, державна зрада з боку громадян України, ситуація на фронті.

Характерна виділеність теми загиблих воїнів саме на сторінці “Війна” викликає неоднозначну реакцію. Логічними були б кроки включення до цієї вкладки загалом матеріалів про війну. Така велика кількість інформації про смерті воїнів об’ємом у декілька сторінок поспіль складає враження, що контент цього медіа про війну обмежується лише однією темою. Вважаємо, що заперечувати важливість інформування про загиблих воїнів є неприпустимим, проте доповнення цієї сторінки іншими темами передбачене власне

особливістю цього ЗМІ (оскільки це інформаційно-аналітичний ресурс), а аналітичної інформації щодо війни у вкладці “Війна” практично немає в початковий період повномасштабного вторгнення.

Розділ “Новини” (табл.2) наповнений найбільшою кількістю воєнного контенту. У загальній кількості за обраний період він містить 741 новинну публікацію. Тематика матеріалів є різною, часто в одній публікації поєднуються дві або три категорійні рамки, які були обрані для нашого аналізу. У процесі дослідження було помічено, що особливу увагу автори новинних публікацій звертають на інформування щодо ситуації на фронті, успіхи української армії та зведення Генштабу щодо втрат росіян.

Відстежуємо певні зміни розвитку тем, частоти публікацій залежно від часового періоду, ситуації в країні. Так, у перші дні протистояння, у лютому, автори новин подавали інструктажі щодо дій у разі надзвичайних ситуацій, регулярно інформували населення щодо загальної ситуації в регіоні, спираючись на звітність голови Волинської ОДА. Основною частиною контенту були також короткі замітки щодо загальної ситуації в країні, статистика втрат ворога (11% від загальної кількості згадок). На початкових етапах війни тематика новин також охоплювала дії України щодо зовнішньої політики, вступу до ЄС, передачу озброєння та підтримку світової спільноти.

Виразною ознакою тем новин у період квітня-травня 2022 р. була публікація великої кількості матеріалів про злочини росіян (часто з елементами емоційно забарвленої лексики, яку буде вказано текстом нижче) – 6 % від загальної кількості згадок; події всередині країни-агресорки – 4 % від загальної кількості згадок; державну зраду – 4 % від загальної кількості згадок (табл. 2).

Новинні матеріали Insider Media мають дві ключові особливості:

- інформування щодо загальної ситуації та подій у регіоні; покликання на офіційні джерела; відображення подій, які загалом оприлюднили всі медійні канали;
- провокативні, шокуючі публікації, які в процесі загального аналізу викликають враження висміювання ворога, а з урахуванням способів подачі таких матеріалів – неповаги до читачів.

Провідними темами публікацій розділу “Лайф” (табл. 3) є:

- героїчні, незвичайні історії;
- роль та участь, допомога Волині на фронті;
- новини світу, підтримка України;
- діти.

Найбільша кількість матеріалів пов’язана саме з інформуванням щодо ситуації в регіоні, допомоги волинян для фронту. Таке переважає є цілком виправданим, враховуючи, що медіа є регіональним. Велика кількість новин містить інформацію про благодійні акції, гуманітарну допомогу для фронту від жителів Волині. Новини такого характеру опубліковані здебільшого як короткі замітки або коментарі діячів, що можна вважати доречним варіантом, оскільки немає надмірного інформаційного навантаження, увагу зацентровано на конкретній події, ситуації – роль регіону у війні.

Але наявність публікацій щодо шокуючих історій, пов'язаних із війною, на такому ж рівні, як і "Роль та участь, допомога Волині на фронті" (17% від загальної кількості згадок) створює загальне враження потреби у поверненні цільової аудиторії завдяки маніпуляціям на емоціях, отриманні читачами швидкої радості від прочитання матеріалу.

Крім того, на сторінці помічено високу кількість новин про дітей-переселенців, благодійні акції за участі школярів, сумні історії постраждалих, часте інформування щодо дитячої смертності внаслідок війни. За умов повномасштабного вторгнення ця тематика є зрозумілою, оскільки більшість ЗМІ не лише в Україні порушують тему дітей. Проте підозри викликає саме кількість таких публікацій: вона є досить помітною порівняно з іншими темами, враховуючи невеликий період, обраний для аналізу. Така особливість наштовхує на припущення такого ж повернення уваги до ресурсу завдяки частому порушенню «болісних» для населення питань. Це виглядає як гра на емоціях читачів та маніпуляція психологічним станом читацької аудиторії саме в період війни.

Помічено, що неперспективною особливістю публікацій за період лютого-травня 2022 р. є:

- маніпулятивні заголовки;
- наявність нецензурної лексики (здебільшого у форматі цитування й заміщення деяких літер символом “*”);
- наявність вульгаризмів та сленгізмів та іншої спеціально вживаної помилкової лексики: “відхопити тягла” (характерно, що навіть пошукова система Google щодо цього вислову першою пропонує саме новину авторства “Insider Media” з його використанням); полізли; ділки; орки; рашисти; прихватизувала; мерзенне (емоційно забарвлене слово в заголовку); покидьки; пригорає; зомбувати; найСІНішої армії (у значенні – алкоголізм);
- заголовки, які повертають увагу шокуючими висловлюваннями та формулюваннями (сама публікація містить здебільшого чітко сформульований контент і розкриває тему не так експресивно, як вказано в заголовку).

Припускаємо, що подібний формат подачі інформації має на меті привернути увагу аудиторії через емоційний вплив, маніпуляції станом психологічної напруги внаслідок війни. Або ж його використовують для підбадьорення читачів. Справді, розважальний, позитивний контент є допустимим, проте форма його презентації вимагає корективів. Пояснення наявності таких порушень у формулюваннях можна зробити, спираючись на загальну картину діяльності журналістів у перші тижні повномасштабного вторгнення. Всеукраїнські новини (єдиний марафон новин) мали на початкових етапах певну особливість – наявність емоційних висловлювань ведучих, відсутність цензури фраз, експресивність інформування. Тому припускаємо, що журналісти регіонального медіа, беручи приклад із ведучих національних новин, будучи під впливом емоцій, оскільки людський фактор ніхто не виключає, могли допустити подібне. Але важливо, що на початкових етапах публікації видання “Інсайдер медіа” мали лаконічну виразну структуру, чітко та коротко подану

інформацію, доречність тем. Натомість специфіка нецензурованості наявна на пізніших етапах досліджуваного періоду – середина березня й до травня включно.

Розділ “Розслідування” (табл. 4) за період лютого-травня містить 7 публікацій. Кожна з них пов’язана з різними аспектами війни: економіка, зовнішня політика, ситуація в регіоні, героїчні історії, наслідки загрози для ЧАЕС, роль білоруської сторони у війні.

Розслідувальний контент доповнений якісними, оригінальними та запозиченими (із вказанням авторства) фото- та відеоматеріалами в тих статтях, які створені на основі безпосереднього перебування на місцях подій, як-от ЧАЕС. У матеріалах наявні коментарі науковців, очевидців подій, жителів прикордонних із Білоруссю регіонів. Помітна аналітична робота авторів над обраними темами. Можна виділити доречність вибору підходів та методів до написання статей: якщо тема стосується економіки – автори аналізують ринок, звертаються до експертів; якщо історія про конкретну персоналію – використовують коментарі цієї особи для інтерв’ю; у разі розкриття теми, пов’язаної із життям прикордонних селищ, необхідності оригінальних аудіо-, відео-, фотоматеріалів – помітна виїзна робота журналістів.

Для загального визначення специфіки тем досліджуваного контенту використано атрибутивні ознаки масової інформації, які виокремлює І. Л. Михайлин [Михайлин 2011, 122–125].

Змістова актуальність воєнного контенту Insider Media підтверджена великою кількістю тем публікацій, що охоплюють основні події в країні. Перелік загальних тем, які було виділено у процесі аналізу, та співвіднесення кожної окремої публікації змістовно до категорійної рамки, вказують, що журналісти порушують важливі питання, які стосуються як загальної ситуації в країні, так і висвітлюють події регіону. Відповідно матеріали є актуальними за змістом.

Хронологічна актуальність/оперативність. Автори матеріалів обирають тематику, яка привертає увагу читачів у конкретний момент її розміщення на сайті. При цьому помічено несвоєчасне опублікування новин та покликання на інші джерела, які розповсюдили новину раніше. Воєнний контент цього ЗМІ також характеризується нерегулярністю опублікування матеріалів. Зокрема, це можна помітити під час перегляду сторінок “Розслідування” та “Лайф” – проміжки від 24 лютого до наступної публікації сягають декількох днів чи й тижнів. Відповідно, певні новини, які можуть бути потенційно актуальними, втрачають значущість, а опубліковані не є оперативними, бо вже були розміщені в інших ЗМІ, час їхньої необхідності минув. При цьому, щодо частоти новинних матеріалів не можна вжити таку ж оцінку, вони є регулярними. Така ж загальна картина з матеріалами про ситуацію та події в регіоні: вони опубліковані відповідно до дати події, відповідають часовій актуальності.

Документалізм. Автори Insider Media регулярно покликаються на офіційні джерела, на інші медіа, зокрема загальнонаціональні. В аналітичних матеріалах наявні покликання на статистику, висловлювання науковців та експертів.

З особливих рис – деякі статті замість авторства та джерел матеріалу містять підпис “Наш інсайдер”, що вказує на секретність джерела і є допустимим, враховуючи невелику частоту таких випадків, проте викликає підозри і змушує замислитися в його достовірності.

Повторюваність тем і неповторність матеріалів. У статтях, новинах яскраво помітні матеріали авторства декількох журналістів штату, які мають загалом однаковий стиль написання матеріалів, а тому не можемо стверджувати, що окремий журналіст опрацьовує лише конкретну тему. Це допомагає створити загальну цілісність контенту. Оскільки нам вдалося виділити низку основних тем і послідовно відносити окремі матеріали до них, то можна говорити про повторюваність тем. Щодо неповторності матеріалів, то вони є такими в контексті стилю їх написання та тематичних особливостей – згідно з контент-аналізом наявні публікації, що вирізняють ЗМІ з-поміж решти завдяки унікальним історіям конкретних осіб, розслідувальним матеріалам.

Прагматизм та імперативність представлені більшою мірою в тенденції, яка є виразно помітною – іронічність, насмішливість, недотримання стандартів журналістської етики в контексті вживання певних слів. Це вказує на необачний та небезпечний підхід до інформування населення, оскільки деформує уявлення про можливості російської армії, знецінює успіхи української сторони, провокує утворення помилкового розуміння війни. У разі наявності великої кількості воєнного контенту з елементами іронії у середовищі читачів ресурсу може сформуватися недооцінення ворога, що призведе до емоційного розслаблення та втрати пильності.

Такі помилки вказують на потребу в дотриманні стандартів журналістської діяльності, правил написання текстів, які встановила Комісія з журналістської етики в умовах воєнного стану [7], особливо в період воєнного стану, коли будь-яка неточність може вплинути на ситуацію конфлікту, а робота журналістів є “відкритою дошкою” для створення провокацій ворога.

Доречно буде щодо попередньо сказаного використати таку цитату: “Гарна журналістика повинна бути точною, неупередженою, збалансованою і відповідальною, щоб в результаті вийшло: Точність + Неупередженість + Відповідальність = Надійність” [3, с.12].

Оптимальним шляхом вирішення проблеми якості контенту вважаємо залучення до наповнення сайту контент-редактора. Як зазначає Дмитрів Л., “... тексти сайтів потребують втручання фахівця. Сьогодні все більшої популярності набуває професія контент-редактора або, як його називають, контент-менеджера — особи, яка працює із наповненням сайту. Його обов’язки достатньо різноманітні й охоплюють роботу з контентом в широкому розумінні – наповнення текстового, графічного, мультимедійного та рекламного характеру” [Дмитрів 2014, 2].

Висновки. У процесі дослідної роботи вдалося виділити специфіку воєнного контенту “Інсайдер медіа”. Визначено перелік та проведено аналіз основних тематичних рамок, помічено характерні особливості регіонального онлайн-ЗМІ. Виділено, що провідними темами воєнного контенту “Insider

Media” є висвітлення новин із фронту, зведення Генштабу про втрати ворога, розповіді про роль волинян у наближенні перемоги та інформація про загиблих героїв, уродженців Волині.

Однією зі специфічних ознак воєнного контенту є наявність у матеріалах маніпулятивних та емоційно забарвлених висловів, зокрема в заголовках новин. Зразки іронічного, з елементами висміювання способів подання новин про ворожу сторону ми визначаємо як такі, що можуть сформувавши помилкове сприйняття російської армії, спотворити реальність щодо небезпеки.

Припускаємо, що в час популярності інтернет-ресурсів, з урахуванням ситуації в країні та потреби населення в негайному інформуванні, згідно зі статистикою опитувань щодо підвищення рівня довіри до регіональних онлайн-медіа, видання “Інсайдер медіа” має всі можливості для створення якісного контенту, особливо на тему війни, яка як зараз, так і наступними роками після перемоги буде залишатися актуальною.

Результати дослідження будуть важливими для подальшого опрацювання тематики воєнного контенту в регіональних ЗМІ з метою використання отриманих висновків у сфері розвитку воєнної журналістики, покращення якості контенту, підготовці майбутніх журналістських кадрів. Дослідження може бути використане для покращення методів та підходів воєнної журналістики в питаннях якісного та кількісного аналізу й моніторингу висвітлення подій, журналістських матеріалів інформаційного, аналітичного характеру.

Бібліографічні покликання

1. Гарматій О. Особливості діяльності інтернет-ЗМІ на медіаринку України. 2019. URL: https://www.researchgate.net/publication/341106161_OSOLIVOSTI_DIALNOSTI_INTERNET-ZMI_NA_MEDIARINKU_UKRAINI.

2. Дмитрів Л. Якість текстового контенту сайту з погляду редактора. *Вісн. Книжк. палати*. 2014. № 9. С. 10–12.

3. Журналістика в умовах конфлікту: передовий досвід та рекомендації: Посібник рекомендацій для працівників ЗМІ. Київ: «Компанія ВАІТЕ», 2016. 118 с.

4. Михайлин І. Л. Основи журналістики. Підручник. 5-ге вид., перероб. та доп. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 496 с.

5. Мойсеева О., Іванова О. Аудиторія – адресат повідомлень мас-медіа. 2018. URL: <http://www.ualocal.media/?p=310>.

6. Росія за півроку повномасштабної війни скоїла 435 злочинів проти медіа України – ІМІ URL: <https://imi.org.ua/monitorings/za-piv-roku-vtorgnennya-rosiya-vchynyla-435-zlochyniv-protu-zhurnalistiv-ta-media-imi-i47307>.

7. Саморегуляція українських медіа під час дії воєнного стану в Україні. З досвіду роботи Комісії з журналістської етики: Аналітично-довідковий збірник / за заг. ред. Л. Кузьменко, Л. Куц, М. Дворового, О. Погорелова. Київ: Комісія з журналістської етики, 2022. 90 с.

8. Українські медіа, ставлення та довіра у 2022 р. URL: <https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2022/11/Ukrainski-media-stavlennia-ta-dovira-2022.pdf?fbclid=IwAR3HW8VIA0k-9KvpxWnNG50MDFx7vVbqnxnTkWtseT7WzsxeHr4j67Gbs>.

References

1. Dmytriv L. Yakist tekstovoho kontentu сайту z pohliadu redaktora. Visn. Knyzhk. palaty. 2014. № 9. P. 10–12.
2. Harmatii O. Osoblyvosti diialnosti internet-ZMI na mediarynku Ukrainy [Elektronnyi resurs. 2019. URL: https://www.researchgate.net/publication/341106161_OSUBLIVOSTI_DIALNOSTI_INTERNET-ZMI_NA_MEDIARINKU_UKRAINI.
3. Mykhailyn I. L. Osnovy zhurnalistyky. Pidruchnyk. 5-te vyd., pererob. ta dop. Kyiv: Tsentр uchbovoi literatury, 2011. 496 p.
4. Moiseieva O., Ivanova O. Audytoriia – adresat povidomlen mas-media. 2018. URL: <http://www.ualocal.media/?p=310>.
5. Rosiia za pivroku povnomasshtabnoi viiny skoila 435 zlochyniv proty media Ukraini – IMI URL: <https://imi.org.ua/monitorings/za-piv-roku-vtorgnennya-rosiya-vchynyla-435-zlochyniv-proty-zhurnalistiv-ta-media-imi-i47307>.
6. Samorehuliatsiia ukrainskykh media pid chas dii voiennoho stanu v Ukraini. Z dosvidu roboty Komisii z zhurnalistyky etyky: Analitychno-dovidkovyi zbirnyk / Za zah. red. L. Kuzmenko, L. Kushch, M. Dvorovoho, O. Pohorelova. Kyiv: Komisiia z zhurnalistyky etyky, 2022 – 90 p.
7. Ukrainski media, stavlennia ta dovira u 2022 r. URL: <https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2022/11/Ukrainski-media-stavlennia-ta-dovira-2022.pdf?fbclid=IwAR3HW8VIA0k-9KvpxWnNG50MDFx7vVbqX-xnTkWtseT7WzsxeHr4j67Gbs>.
8. Zhurnalistyka v umovakh konfliktu: peredovyi dosvid ta rekomendatsii: Posibnyk rekomendatsii dlia pratsivnykiv ZMI. Kyiv: «Kompaniia VAITE», 2016. 118 p.

Додаток 1

Таблиця 1. Розділ “Війна”. Часові межі (26.02.2022–31.05.2022)

№	Провідні, загальні теми	Кількість згадок теми	Знач. %
1	Загиблі волиняни на фронті	123	96%
2	Безпека (інформаційна), інструктажі	1	1%
3	Тлумачення дій та наслідків дій РФ	1	1%
4	Обстріли, наслідки їх	1	1%
5	Державна зрада (чиновники та громадяни України)	1	1%
6	Ситуація на фронті, зведення Генштабу	1	1%

Таблиця 2. Розділ “Новини”. Часові межі (24.02.2022–31.05.2022)

№	Провідні, загальні теми	Кількість згадок теми	Знач. %
1	Ситуація на українському фронті, зведення Генштабу	83	11%
2	Ситуація в регіоні (Волинь)	79	10%
3	Роль та участь, допомога Волині на фронті	47	6%
4	Злочини та звірства росіян, суди над ними	45	6%

5	Ситуація в російській армії	44	6%
6	Обстріли, наслідки їх	40	5%
7	Державна зрада (чиновники та громадяни України)	34	4%
8	Азовсталь, Маріуполь	32	4%
9	Економіка, фінансова сфера, витрати воєнної галузі	31	4%
10	Новини в РФ	28	4%
11	Переселенці, біженці	27	4%
12	Окуповані території (ситуація, події)	26	3%
13	Передача озброєння, підтримка світу	25	3%
14	Зовнішня політика	23	3%
15	Загиблі воїни на фронті	22	3%
16	Санкції, ембарго	20	3%
17	Дія, зв'язок, цифрові трансформації	18	2%
18	Інформаційна війна, пропаганда РФ	17	2%
19	Новини з тилу (всукраїнські)	16	2%
20	Безпека (інформаційна), інструктажі	15	2%
21	Білоруський фронт	13	2%
22	Гуманітарна допомога, волонтерство	12	2%
23	Героїзм українців (зокрема волинян)	11	1%
24	Освіта	11	1%
25	Мобілізація в Україні (зокрема Волинь)	10	1%
26	Переговори, обміни	10	1%
27	Підготовка до наступу в тилу	8	1%
28	Мобілізація в РФ	6	1%
29	Медицина	6	1%
30	Демографічна ситуація (зокрема Волинь)	4	1%
31	Психологічна підтримка	4	1%
32	Релігія, церква	2	0%

Таблиця 3. Розділ "Лайф". Часові межі (02.03.2022–31.05.2022)

№	Провідні, загальні теми	Кількість згадок теми	Знач. %
1	Роль та участь, допомога Волині на фронті	19	17%
2	Демографічна ситуація (Волинь)	1	1%
3	Цифрові трансформації, зв'язок, інтернет	8	7%
4	Бізнес	2	2%
5	Новини в РФ	2	2%
6	Переселенці, біженці (Волинь)	5	4%
7	Психологічна підтримка	3	3%
8	Акції, вшанування, урочистості, дозвілля (Волинь у т.ч.)	4	3%
9	Робота державних та приватних структур	1	1%
10	Благодійність, допомога воїнам (Волинь)	4	3%
11	Новини світу, підтримка України	13	11%
12	Діти	10	9%
13	Новини (всеукраїнські)	7	6%
14	Спростування фейків	1	1%
15	Ситуація на фронті, зведення Генштабу	2	2%
16	Обстріли, наслідки	3	3%
17	Окуповані території (ситуація, події)	6	5%
18	Героїчні, незвичайні історії	21	18%
19	Злочини росіян	3	3%

Таблиця 4. Розділ "Розслідування". Часові межі (05.03.2022–23.05.2022)

№	Провідні, загальні теми	Кількість згадок теми	Знач. %
1	Білоруський фронт	1	14%
2	Ситуація на ЧАЕС, наслідки загрози	1	14%
3	Історія з "Азовсталі"	1	14%
4	Історія адвоката з фронту	1	14%
5	Ситуація на Волині, прикордонні райони з Білоруссю	1	14%
6	Ринок валют в Україні	1	14%
7	Експорт зерна	1	14%

SPECIFICS OF MILITARY CONTENT TOPICS REGIONAL ONLINE MEDIA “INSIDER MEDIA” DURING FEBRUARY 2022 – MAY 2022

Alina Zubar^{a,*}

^aDepartment of Journalism and PR Management, The National University of Ostroh Academy, Ostroh, Ukraine

ABSTRACT

The article defines the specifics of the main topics of military content on the Internet resource of the regional media of Volyn “Insider media”. The thematic features of the materials are analyzed. Specific features of military content (the presence of manipulative practices, emotionally colored vocabulary) are identified. The article is based on the consideration of the military content of the Volyn regional online media specifics of the main topics of military content on the Internet resource of the regional media of Volyn “Insider Media”, using the method of content analysis as the main one. The period from February to May 2022 is important in the article from the point of view of the issues raised. The research set out to identify features of war-themed material in the first 100 days of a full-scale invasion as distinct from subsequent military content in the following months. The qualitative and quantitative characteristics of the thematic specificity of war-related materials were analyzed. The specific features of military content are identified: the presence of manipulative practices and emotionally colored vocabulary. Thanks to the results of content analysis and monitoring of regional online media, Volyn managed to distinguish the specifics of the topics according to the following attributes: content relevance, chronological relevance, documentaryism, repetition of topics, originality of materials, pragmatism, and imperativeness. The article attempted to emphasize and underline the importance of journalists’ responsibility for materials; it is necessary to observe ethical norms during the conflict in the country. The scientific and practical value of the research results is related to the possibility of further use of the analysis results in the development of recommendations for regional journalists specializing in the creation of military content. Also, the conclusions of the study will be useful in the further development of the chosen topic in the scientific field, in particular in the study of military content in general and at the regional level. The broader implications of the research findings on the vital role of the media in shaping public opinion, particularly in wartime, are highlighted in the conclusion.

ARTICLE INFO

Keywords:

war journalism, war content, war, regional online media.

*Corresponding author:

alina.zubar@oa.edu.ua

*ORCID:

0009-0003-9744-626X

Article history:

Received 08.09.2023

Accepted 15.11.2023



Content from this work may be used under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International Licence (CC BY 4.0). Any further distribution of this work must maintain attribution to the author(s) and the title of the work, journal citation and DOI.