

2. Гузенко С. Прагмалінгвістика рекламного дискурсу : монографія. Миколаїв : Іліон, 2014. 179 с.
3. Іванова І. Історія української реклами: мовностилістичний аспект: монографія. Харків : Юрайт, 2016. 371 с.
4. Насакіна С. Структура та функціональне навантаження власних назв у рекламних текстах фармацевтичних препаратів : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.15. Одеса, 2014. 18 с.
5. Тюфкій Є. Синтаксис української реклами: структурна та семантична типологія : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Д., 2012. 20 с.
6. Щербак О. Лінгвoseміотичні коди в дискурсі української комерційної телереклами: виміри впливу : монографія. Львів, 2021. 342 с.

**Ключові слова:** власна назва, рекламний текст, рекламний прагматонім, онімізація, мова реклами.

**Key words:** proper name, advertising text, advertising pragmatonyms, transference from common nouns to onyms, language of advertising.

### **ЖУТАЙ ВІТАЛІЙ ЙОСИПОВИЧ**

*Національний університет «Одеська юридична академія»,  
доцент кафедри журналістики, кандидат філологічних наук, доцент*

## **ВИСВІТЛЕННЯ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ 2022 РОКУ У ЗМІ**

Збройна агресія Росії проти України відчутно змінила медіаландшафт не тільки України, а й усього світу. Роль об'єктивного інформування громадян, протидії інформаційним війнам, підвищення медіаграмотності значно зросла. Якісна преса, преса думок, що формує думку виборців і політиків, стала життєво важливим чинником сучасного життя.

24 лютого 2022 року Росія напала на Україну. Це радикально змінило не тільки життя громадян України, призвело до численних жертв серед мирних громадян, заставило мільйони українців стати біженцями, а й спонукало журналістів перебудувати свою роботу до умов воєнного часу.

У цій короткій статі було проаналізовано майже 500 різних жанрів медійних матеріалів в українських і закордонних електронних та друкованих ЗМІ періоду від 24 лютого 2022 року до 6 квітня 2022 року. Зокрема усі провідні телеканали України, згадані у абзаці номер 1, газети «День», «Дзеркало тижня», журнал «Новое время», сайти «Українська правда», «Український тиждень», «Бі Бі Сі Україна», «Німецька хвиля», «Голос Америки», «Радіо Свобода», телеграм канали «Центр протидії дезінформації», «Громадське ТБ», «Цаплієнко Ukraine Fights», «Liga.net». You Tube канали «Віталій Портніков», «Фейгін лайф», «Ігор Яковенко» та інші.

У перший же ж день війни більшість телевізійних каналів України («1+1», «Інтер», «СТБ», «UA: Перший», «UA: Культура», «ICTV», Рада ТРК Київ, декілька провідних радіостанцій) об'єднали зусилля у підготовці новин та аналітичних матеріалів про оборону держави. Було розпочато телевізійний марафон «Сильні разом», що передбачав продукування і трансляцію єдиних новин «#UАразом» українською, англійською, російською мовами [1]. На цей час супутниковий сигнал каналів був розкодований і наданий для безоплатного користування усім бажаючим. Мережі мовлення «Меґого» та «Світ ТВ» та багато інших також надали безкоштовний доступ до каналів, які транслюють важливі новини. Державна платформа цифрового доступу українців до документів «Дія» надала усім користувачам інструмент «ДіяТВ», яким передбачено доступ до безкоштовного телевізійного сигналу на екранах смартфонів. Провідні медіагрупи виступили зі спільною заявою про мовлення під час воєнного стану, у якій задекларували пріоритетність забезпечення якісними новинами громадян, припинення будь-якого політичного протистояння, повну синергію між медіа аж до перемоги [2].

Україна стала темою номер один більшості західних медіа. Велика кількість кореспондентів, незважаючи на ризики, прибули в Україну. 10 березня 2022 року радник голови Офісу Президента України Михайло Подоляк заявив: «Майже 2000 іноземних журналістів щодня перебувають у найгарячіших точках цієї війни» [3].

За даними офісу генерального прокурора України станом на 4 квітня 2022 року, у період з 24 лютого 2022 року через російську агресію, в Україні загинуло 18 журналістів, є десятки поранених та викрадених медійників [4].

Паралельно з бойовими діями, країна-агресор активізувала гібридні методи ведення війни (інформаційні війни: поширення дезінформації та фейків, використання цифрових технологій тролів та ботів тощо), підняла їх на особливий рівень, інтенсивність застосування таких інструментів досягли апогею у перші два тижні війни. В Україні ще з 2014 року (час анексії Криму та початку війни на Донбасі) приділялася велика увага підвищенню медіаграмотності громадян та протидії інформаційним війнам. Було складено і оприлюднено «Білий список» якісних медіа (тих, яким можна довіряти) [5].

В умовах повномасштабної війни така діяльність держави та волонтерів, спрямована на протидію медіавійнам та підвищення медіаграмотності значно посилилася та інтенсифікувалася.

Основними темами публікацій у західних та вітчизняних ЗМІ у період з 24 лютого 2022 року до 6 квітня 2022 року були: повідомлення про початок широкомасштабної війни, інформації-блискавки про об'єкти та міста атак, кількість жертв з боку нападника, втрати військової техніки з боку ворога, санкції західних країн проти РФ, аналіз і прогнозування подальших дій агресора, про гуманітарну катастрофу у мирних містах України, про організацію коридорів для евакуації мирних громадян, репортажі та нариси про героїчних опір захисників України, про організацію роботи волонтерів, новини та аналітичні

матеріали про термінові зустрічі, заходи та наради в ООН, НАТО, зустрічі представників України з російською стороною у Білорусії та Туреччині, виступи Президента США Байдена, Генерального Секретаря НАТО Єнса Столтенберга, виступи Президента України перед парламентами майже усіх потужних демократичних країн світу, звірства російських карателів проти мирних громадян у Бучі та багато інших. Президент України Володимир Зеленський своєю медійною активністю забезпечив належний рівень спілкування з громадянами України. Щоденно у один або два виступи президента містили важливу інформацію про хід оборони України, роз'яснювали позицію нашої держави, підтримували дух у військових, інформували про взаємодію із західними союзниками.

Матеріали про війну були найоперативніше представлені на телебаченні та радіо, у соціальних мережах, у друкованих ЗМІ частіше оприлюднювалися аналітичні матеріали, актуальність яких через неоперативне подання не зменшується. Отже, у друкованих ЗМІ переважала аналітика, на сайтах медіа та у соціальних мережах, здебільшого, подавалися короткі матеріали інформаційного характеру. Жанрово найчастіше використовувалися блискавки, термінові повідомлення, інформаційні замітки, репортажі. Рідше аналітичні статті, нариси, огляди преси, інтерв'ю. На поданих нижче діаграмах графічно відображено тематичний та жанровий зріз публікацій обраного для аналізу періоду.

Аналіз медійних матеріалів промовисто демонструє найактуальніші теми та найуживаніші жанри. Звичайно ж, за оперативністю подання матеріалів домінували радіо, телебачення та соціальні мережі. Окремо хочемо звернути увагу на зростання популярності платформи Telegram як засобу поширення медійної інформації. Про це, зокрема, свідчать й кількісні показники. Кількість користувачів Telegram в Україні у 2019 році складала 4,5 мільйонів осіб, а вже у 2021 році цим інструментом користувалися більше 70 процентів громадян [6]. Відповідно, як засіб масової інформації його використовували представники влади, інфлуенсери, громадські активісти та волонтери.

Тема війни «мобілізувала» й західних журналістів. У цьому можна переконатись, відвідаючи сайт єдиного у світу музею новин, де щоденно публікуються 4500 перших сторінок провідних друкованих ЗМІ світу. Починаючи з «New York Times» і закінчуючи «The Australlian» [7].

Про війну в Україні майже цілодобово трансливалися і транлюються сюжети на BBC, CNN, FOX news та багатьох інших телеканалах, у стрічках новин провідних інформаційних агенцій світу Reutres, France Pres, Associated Press, Al Jazira, Blumberg.

У Російській Федерації продовжилися репресивні заходи щодо журналістів, які не погоджуються з офіційною ідеологією держави-агресора. Деякі з журналістів почали звільнятися з пропагандистських медіа. Марина Овсяникові у прямому ефірі здійснила акцію протесту. Хоча згодом у деяких соцмережах з'явилися нічим не підтвержені версії про

те, що «перфоменс» Овсяннікової був узгоджений з керівництвом телеканалу.

З 4 березня у Росії не працюють Facebook та Twitter [8]. З 14 березня у Росії заблокували Instagram [9]. У пропагандистських медіа ведуться дтскусії про доцільність заповільнення або блокування YouTube. Одним з промовистих прикладів цензурування російських медіа стало проведення інтерв'ю журналістів «Новой газеты», інтернет-видання «Meduza», газети «Коммерсант», телеканалу «Дождь» та журналіста Михайла Зигаря (телеграм-каналу «Зыгарь»), які зробили інтерв'ю з Президентом України Володимиром Зеленським. Матеріал опублікувала тільки «Meduza». Інші ЗМІ на вимогу Генпрокуратури РФ та Роскомнагляду не опублікували інтерв'ю [10].

На момент написання цієї статті війна Росії проти України продовжується, тому робити якісь кінцеві висновки немає можливостей, але серед проміжних підсумків у контексті проаналізованого обсягу матеріалів, хотілося би зазначити таке:

- Війна консолідувала українське суспільство, політиків, медіавлашників та журналістів;
- Більшість матеріалів на воєнні теми в українських медіа подаються адекватно та об'єктивно;
- Роль соціальних мереж для поширення журналістського контенту значно зростає;
- Інформаційні війни проти України з боку РФ активізувалися;
- Закордонні медіа значно підвищили інтерес до української тематики у період війни;
- Роль якісної преси як в Україні, так і в світі, зростає.

### ***Список використаних джерел:***

1. Olena Kholodenko, (2022) «1+1 media, StarLightMedia and InterMediaGroup kicked off joint news TV marathon» // Source: <https://detector.media/production/article/196939/2022-02-26-11-media-starlightmedia-ta-intermedia-group-pokazhut-spilnyy-novynnyu-telemarafon-mkip/>
2. Detector Media publication (2022) «Media groups issued a joint statement on broadcasting during martial law» // Source: <https://detector.media/infospace/article/196869/2022-02-24-mediagrupy-vystupyly-zi-spilnoyu-zayavoyu-promovlennya-pid-chas-voienogo-stanu/>
3. Mykhajlo Podolyak., (2022) «2000 foreign journalist arrived to Ukraine» // Source: [https://twitter.com/Podolyak\\_M/status/1501833363497406465](https://twitter.com/Podolyak_M/status/1501833363497406465)
4. Diana Krechetova., (2022) «18 journalists have been killed and dozens wounded and abducted in Ukraine since the beginning of the war» // Source: <https://life.pravda.com.ua/society/2022/04/4/248098/>
5. «White list of the quality media» (2022) // Source: <https://imi.org.ua/monitorings/bilyj-spysok-10-media-shho-staly-najyakisnishymy-i41541>
6. «Most popular activities on Telegram in Ukraine» (2021) // Source: <https://www.statista.com/statistics/1278562/most-popular-activities-on-telegram-ukraine/>

7. Newseum. TODAY'S FRONT PAGES. (2022) // Source: [https://www.freedomforum.org/todaysfrontpages/?\\_cf\\_chl\\_tk=fwYBVz4C120Be6k.6wuB9Ksmvf0yiM72B\\_lSG0Diwo-1649248139-0-gaNycGzNCn0](https://www.freedomforum.org/todaysfrontpages/?_cf_chl_tk=fwYBVz4C120Be6k.6wuB9Ksmvf0yiM72B_lSG0Diwo-1649248139-0-gaNycGzNCn0)
8. Denys Krasnikov., (2022) «Facebook and Twitter are over. Roskomnadzor blocked social networks in Russia» // Source: <https://forbes.ua/news/facebook-skinchivsvya-roskomnaglyad-zablokuvav-sotsmerezhu-v-rosii-04032022-4180>
9. Natalka Lotoska., (2022) “Instagram will be blocked in Russia from March 14” // Source: [https://lb.ua/world/2022/03/11/509067\\_rosii\\_instagram\\_zablokuyut\\_z\\_14.html](https://lb.ua/world/2022/03/11/509067_rosii_instagram_zablokuyut_z_14.html)
10. “Zelensky gave a resonant interview to the Russian media, in Russia they tried to ban him” (2022) // Source: <https://nv.ua/ukr/ukraine/politics/interv-yu-zelenskogo-rosiyskim-media-z-yakimi-zmi-govoriv-prezident-ta-chomu-yogo-zaboronili-v-rf-50228987.html>

**Ключові слова:** журналістика, війна, міжнародні журналісти, якісна преса, критичне мислення, інформаційна війна.

**Key words:** journalism, war, international journalists, quality press, media literacy, critical thinking, information war.

## **ПАРХІТЬКО ОЛЕГ ВОЛОДИМИРОВИЧ**

*Національний університет «Одеська юридична академія»,  
доцент кафедри журналістики, кандидат філологічних наук, доцент*

### **ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ МІЖНАРОДНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ**

В останній чверті ХХ століття журналістика увійшла в період потужних перетворень. Великою мірою ці перетворення були викликані еволюцією у сфері нових технологій. Поява кабельного та супутникового зв'язку, а згодом Інтернет та мобільного Інтернет відкрили перед журналістикою нові горизонти, одночасно поставивши перед нею низку проблем. Наразі цілком очевидно, що професія істотно змінюється. Усі ці проблеми та виклики повною мірою стосуються й міжнародної журналістики, хоч у силу своєї специфіки перед нею постають додаткові складнощі. Сучасним журналістам необхідно буде з'ясувати, яким шляхом піде професія у найближчі десятиліття. Отже, обговорення проблем, які постали перед журналістикою, та пошук шляхів подолання кризових явищ є наразі досить важливими та актуальними.

Мета роботи – виявити та чітко сформулювати проблеми, які постають перед сучасною міжнародною журналістикою. Окреслена мета передбачає розв'язання наступних завдань: 1) показати, як і чому почалася трансформація журналістики в останній чверті ХХ століття; 2) виділити ключові етапи трансформації журналістики; 3) сформулювати проблеми, які стоять перед сучасною журналістикою.

На нашу думку, процес трансформації журналістики починається в 70-ті роки ХХ століття. У 60-ті роки ХХ століття у провідних країнах