

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ЧЕРНІГІВСЬКИЙ КОЛЕГІУМ» ІМЕНІ Т.Г. ШЕВЧЕНКА

Філологічний факультет
Кафедра української мови, літератури та журналістики

На правах рукопису

**СТАНДАРТИ ЖУРНАЛІСТИКИ ТА ЇХ ТИПОВІ ПОРУШЕННЯ
УКРАЇНСЬКИМИ ЗАСОБАМИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ: ЕТИЧНИЙ
АСПЕКТ**

(дослідницька робота)

Кваліфікаційна робота
на здобуття освітнього рівня – магістр
за спеціальністю – Журналістика
Освітньо-професійна програма – Журналістика

здобувача вищої освіти
заочної форми навчання
групи МЖ24
Бєдної Алли Анатоліївни

Роботу розглянуто й допущено до
захисту
на засіданні кафедри
(протокол №__ від_____)
Завідувач кафедри
_____ Т. Л. Хомич

Науковий керівник –
доктор філологічних наук, професор
Тимошик Микола Степанович

Чернігів – 2025

Бедна А. А.

Стандарти журналістики та їх типові порушення українськими засобами масової інформації: етичний аспект

Кваліфікаційна робота магістра: рукопис.

Спеціальність 061 «Журналістика»

Національний університет «Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка, Міністерство освіти і науки України, Чернігів, 2025.

У роботі проаналізовано зміст і сучасні підходи до застосування базових професійних стандартів журналістики в Україні. Досліджено найпоширеніші порушення стандартів у матеріалах українських медіа, а також їхній вплив на якість інформаційного продукту та формування довіри аудиторії. Запропоновано класифікацію типових етичних відхилень, охарактеризовано причини їх виникнення та умови, що сприяють поширенню порушень. На підставі контент-аналізу та порівняльного методу сформульовано рекомендації щодо підвищення рівня дотримання професійних та етичних норм у медійній практиці. Основні результати роботи доводять необхідність системного оновлення підходів до саморегуляції та медіаграмотності в умовах воєнного часу.

Ключові слова: журналістські стандарти, етичні порушення, українські медіа, достовірність, точність, баланс думок, професійна етика, контент-аналіз.

Biedna A. A.

Journalistic Standards and Their Typical Violations by Ukrainian Mass Media: The Ethical Aspect

Master's qualification thesis: manuscript.

Specialty 061 Journalism

T.H. Shevchenko National University "Chernihiv Colehium"

Ministry of Education and Science of Ukraine, Chernihiv, 2025.

The thesis examines the content and implementation of core journalistic standards in Ukraine. It identifies the most common violations in the work of Ukrainian media outlets and assesses their impact on information quality and audience trust. The study offers a classification of typical ethical deviations, outlines key causes of such violations, and analyzes factors that contribute to their occurrence. Based on content analysis and comparative methodology, the research proposes recommendations aimed at strengthening compliance with professional and ethical norms in media practice. The results highlight the need for systematic improvement of self-regulation mechanisms and media literacy, particularly in the context of wartime communication challenges.

Keywords: journalistic standards, ethical violations, Ukrainian media, credibility, accuracy, balance of opinions, professional ethics, content analysis.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ ЗАСАДИ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ СТАНДАРТІВ.....	11
1.1. Концепція журналістських стандартів: сутність, історія, принципи та наукові підходи.....	11
1.2. Журналістські стандарти як основа медіаетики	16
1.3. Українські та міжнародні нормативні документи щодо етики журналістів	18
РОЗДІЛ 2. ТИПОВІ ПОРУШЕННЯ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ СТАНДАРТІВ В УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА	22
2.1. Специфіка порушень у журналістській професії за воєнної пори	22
2.2 Маніпулятивні технології у сучасних українських медіа.	28
2.3. Причини зниження суспільної довіри до ЗМІ.....	37
РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ЕТИКИ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД ТА АВТОРСЬКИЙ ДОСВІД.....	40
3.1. Дискусія щодо етичних стандартів: позиції спільноти	40
3.2. Шляхи підвищення рівня професійної журналістики та дотримання етичних стандартів у воєнний період.....	52
3.3. Авторський досвід: створення етичного новинного сюжету	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	62
ДОДАТКИ.....	74

ВСТУП

Швидке та оперативне інформування людей про події у місті та світі, формування суспільної думки, розслідування корупційних схем та зловживань влади – це лише низка функцій, які ЗМІ виконують у сучасному світі. В часи, коли інформація шириться із шаленою швидкістю та у часи, коли будь яка інформація, що потрапляє в мережу вже ніколи не зможе бути видаленою – роль доброчесних та «білих» медіа величезна. Кожне з них ніби провідний чинник формування громадської думки, політичної свідомості та соціальних орієнтирів. Тож журналісти несуть відповідальність за кожную лексему, за кожен емоційний вислів, за достовірність і збалансованість.

Історично стандарти журналістики формувалися як «залізні» правила, що давали б повну гарантію об'єктивності, правдивості та неупередженості щодо висвітлення подій. Вони є основою професійної етики та головним критерієм побудови довіри читачів та глядачів до ЗМІ. Втім, навіть за такого розкладу, українські медіа, що нині здебільшого працюють за умов інформаційного тиску, політичної заангажованості, соціальної та психологічної напруги, вдаються до нехтування цими правилами. Не рідко комерційні інтереси бізнес-облич стають вище прозорості журналістики. У результаті реальність у тексті та на картинці вже зовсім інша, вона буквально спотворюється, знижується якість медіа-продукту, підривається авторитет журналістської професії як такої. Щодо етичного аспекту, то у часи гонитви за кліками на новини та переглядами у ютубі, вони відходять на другий план. І під час роботи на місцях прильотів, які цілеспрямовано завдає армія РФ, журналісти все частіше надають перевагу спікерам в сльозах та істеричі, нехтуючи особистими кордонами тієї людини.

Актуальність дослідження зумовлена потребою осмислення сучасного стану дотримання журналістських стандартів в Україні та розуміння того чому ж майстри слова вдаються до типових порушень кожного з них. Питання професійної відповідальності журналіста нині є не лише етичним, а й суспільно

значущим, адже за такими діями може стояти підрив довіри до держінституцій і здатності суспільства протистояти інформаційним впливам.

Саме потреба у всебічному вивченні морально-етичних засад журналістської діяльності, аналізі типових порушень стандартів, зокрема етичного аспекту та наслідків цих дій для інформаційного простору України зумовила вибір теми магістерської роботи.

Теоретичною основою дослідження слугували праці науковців, які комплексно вивчали питання журналістських стандартів. Теоретичні засади проблеми відображено у працях М. Тимошика, О. Захарченко, В. Кучерявенка, Н. Борсук, О. Довженко, Н. Стеблини, О. Голуб, які аналізували становлення журналістських стандартів, їхню роль у формуванні довіри до медіа та вплив на якість інформаційного продукту. Для проведення цього дослідження до уваги бралися матеріали Інституту масової інформації, тексти, що оприлюднені ГО «Детектор медіа». Там розкрито сучасні підходи до оцінювання майстерності журналістів, розкрито проблеми дотримання стандартів під час повномасштабного вторгнення, окреслено аспекти саморегуляції медіа й правового захисту журналістів.

Метою дослідження є комплексний аналіз дотримання журналістських стандартів у сучасних українських медіа та виявлення причин типових порушень.

Реалізацію поставленої мети уможливило розв'язання таких **завдань**:

- окреслити сутність журналістських стандартів та їх роль у формуванні якісного медіаконтенту;
- з'ясувати причини й типові порушення журналістських стандартів у сучасних українських медіа;
- розкрити значення саморегуляції медіа та діяльності професійних інституцій у забезпеченні етичних норм журналістики;.

Комплексний характер дослідження зумовив вибір відповідної методології. Для опрацювання та тлумачення фактичного матеріалу застосовано

такі наукові **методи**: *аналітико-описовий* – для узагальнення наукових підходів до визначення сутності журналістських стандартів та їх ролі в професійній діяльності медіа; *порівняльний* – для зіставлення теоретичних положень журналістської етики з практикою сучасних українських ЗМІ; *контент-аналіз* – для виявлення фактів порушення стандартів точності, балансу думок, достовірності й відокремлення фактів від коментарів у конкретних журналістських матеріалах; *узагальнення та систематизації* – для визначення основних тенденцій дотримання журналістських стандартів в умовах воєнного стану; *кількісних підрахунків* – для фіксації частотності порушень стандартів і визначення їх домінантних типів у сучасному українському медіапросторі.

Джерелами фактичного матеріалу слугували публікації всеукраїнських та крайові онлайн-медіа, зокрема: «Суспільне Чернігів», «Цензор.НЕТ», «Українська правда», «ТСН», а також матеріали Інституту масової інформації. Додатково використано дані соціологічних опитувань, наукові праці українських і зарубіжних дослідників медіаманіпуляцій. Фактичний матеріал дібрано методом суцільного та вибіркового аналізу медійного контенту.

Об'єктом дослідження у цій магістерській роботі є систематичне застосування маніпулятивних технологій у сучасних українських медіа, зокрема під час виробництва телевізійних новин під час повномасштабного вторгнення, а також стандарти журналістики і їх типові порушення українськими засобами масової інформації з етичного аспекту.

Предметом аналізу у цій магістерській роботі є конкретні форми та механізми порушень журналістських стандартів і етичних норм у новинних матеріалах українських медіа, зокрема в телевізійних випусках новин.

Наукова новизна цієї магістерської роботи полягає у комплексному вивченні сучасних маніпулятивних технологій у українських медіа з акцентом на їх системність та етичний вимір, зокрема у контексті телевізійного новинарства під час воєнного стану. Робота уперше поєднує аналіз типових порушень журналістських стандартів із дослідженням впливу штучного інтелекту на

генерацію маніпулятивного контенту та рівень медіаграмотності української аудиторії.

Практичне значення моєї магістерської роботи полягає у формуванні фундаменту теоретичних і практичних засад вдосконалення професійної етики та якості журналістської діяльності в Україні, особливо у контексті воєнного стану та інформаційної війни. Отримані результати є цінним інструментом для викладання у закладах вищої освіти зі спеціальності «061 Журналістика», зокрема практичні рекомендації сприятимуть розвитку медіаграмотності серед журналістів і широкої аудиторії, допомагаючи підвищити критичне мислення та етичну відповідальність у роботі з інформацією.

Апробація результатів магістерської роботи. Матеріали дослідження апробовано на таких конференціях:

1. VII Міжнародній науково-практичній конференції “Актуальні проблеми медіапростору”, яка відбулася 17 квітня 2025 року в Навчально-науковому інституті журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Круглий стіл “Розвиток соціально-правозахисної журналістики в умовах війни та післявоєнного відновлення”. Тема доповіді – “Етичні аспекти взаємодії журналістів із вразливими групами населення під час війни”.

2. Всеукраїнській науково-практичній конференції молодих науковців і студентів “Філософія, філологія, культура, освіта: слово молоді”, яка відбулася 25 березня 2025 року в Національному університеті “Чернігівський колегіум” імені Т. Г. Шевченка. Тема доповіді – “Порушення стандартів журналістики у місцевих ЗМІ як тенденція (на матеріалах медіа Чернігова)”.

3. Міжнародній науково-практичній конференції “Полілог культур: філологічна та культурологічна освіта в контексті сталого розвитку”, яка відбулася 24-25 квітня 2025 року в Національному університеті “Чернігівський колегіум” імені Т. Г. Шевченка. Тема доповіді – “Порушення журналістських стандартів у ЗМІ під час війни”.

Певні положення магістерського дослідження оприявлено в таких публікаціях:

Бедна, А. (2025). Специфіка порушень журналістських стандартів за воєнної пори. Український інформаційний простір, (2(16), 52–61. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.2\(16\).2025.345582](https://doi.org/10.31866/2616-7948.2(16).2025.345582)

Структура роботи. Магістерське дослідження складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури (87 позицій), додатків. Загальний обсяг роботи становить 85 сторінок.

У вступі окреслено актуальність, теоретичну основу, мету та завдання дослідження; представлено методологію, джерела фактичного матеріалу, об'єкт дослідження і предмет аналізу; оприявлено наукову новизну, практичне значення й апробацію результатів магістерської роботи.

У першому розділі **“Теоретико-методологічні засади дослідження журналістських стандартів”** розкривається поняття журналістських стандартів як системи професійних критеріїв, що регулюють якість та етичність контенту, що публікується ЗМІ; проаналізовано історичні передумови формування журналістських стандартів, зокрема їх розвиток у світовій та українській практиці.

У другому розділі **“Маніпуляції у сучасних українських медіа: особливості прояву та вплив на якість журналістського контенту”** йде мова про маніпулятивні технології, їхню сутність та основні види. Аналізується контент вітчизняного медіапростору, до уваги беруться конкретні приклади із телевізійних, онлайн- та друкованих ЗМІ. Крім того, досліджено механізми поширення маніпуляцій.

У третьому розділі **“Аналіз журналістської етики у воєнний період та авторський досвід”** піднято питання дотримання журналістської етики під час війни на власному досвіді авторки. В межах дослідження проведено опитування серед журналістів Чернігова щодо ситуації із дотриманням етичних стандартів у їхніх редакціях. Висвітлено приклади етичних дилем, зокрема на прикладі

резонансних новин. Також наведено інтерв'ю з журналісткою “Суспільне Чернігів” Мариною Кирієнко, яка поділилась досвідом у роботі з травмованими людьми під час війни.

У висновках презентовано результати магістерської роботи.

У додатках до дослідження, що мають фактологічний характер, представлено результати моніторингів щодо дотримання стандартів, скріншоти прикладів етичних порушень у ЗМІ та новинний матеріал.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ ЗАСАДИ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ СТАНДАРТІВ

1.1. Концепція журналістських стандартів: сутність, історія, принципи та наукові підходи

Журналістські стандарти є системою професійних критеріїв. Вони регулюють медійний контент, його якість, чим забезпечують об'єктивність, достовірність та етичну відповідальність. Стандарти журналістики сформовані на основі багатовікового досвіду світової журналістики та кодексів провідних міжнародних ЗМІ. Одні із кроків на шляху впровадження професійних журналістських стандартів були здійснені у 1954 році. Тоді на II всесвітньому Конгресі Міжнародної федерації журналістів була прийнята Декларація принципів поведінки журналістів. Там було закладено ключовий принцип достовірності: журналіст зобов'язаний подавати інформацію, посилаючись на факти, походження яких він знає [4]. Цей документ став першим кроком до кодифікації етичних норм, що регламентують професійну поведінку журналіста.

На думку М. Тимошика, стандарти журналістики - це “каскадний набір адресованих професійним журналістам та причетних до діяльності ЗМІ критеріїв, принципів, правил, які містяться у загальноприйнятих міжнародних, національних, крайових та редакційних кодексах (посібниках, вказівках, рекомендаціях), інших правових чи етичних документах” [1]. Це визначення є комплексним і багатовимірним підходом до розуміння сутності стандартів у журналістиці. Поняття “каскадний набір” підкреслює ієрархічну та системну структуру стандартів, які не існують ізольовано, а формуються і взаємодіють на різних рівнях - від міжнародного до локального, а також у межах конкретних редакцій. Це означає, що журналістські стандарти є своєрідною “системою”, а не просто набором правил. Вони охоплюють широкий спектр норм і рекомендацій, адаптованих до різних контекстів професійної діяльності. М. Тимошик вказує на те, що стандарти виконують функцію орієнтирів для практичної діяльності,

забезпечуючи єдність підходів у виробництві інформації. Включення до складу стандартів різноманітних документів - міжнародних і національних кодексів, редакційних посібників, вказівок, рекомендацій, а також інших правових і етичних актів - відображає багатогранність джерел, що формують професійні норми. У своїй праці Тимошик також наголошує на витоках журналістських стандартів, які сягають ще давніх часів - зокрема, він виокремлює «Заповіді стародавніх талмудистів для творців рукописних книг» як один із перших документів, що містив етичні настанови для творців текстів [1]. Це підкреслює глибинну історичну основу сучасних стандартів, які не є випадковим набором норм, а мають коріння у традиціях відповідального ставлення до інформації.

Водночас представник Інституту масової інформації Олексій Захарченко дотримання стандартів журналістики розглядає як “можливість професійним ЗМІ вигідно відрізнятись від «аматорських» нових медіа” [2]. Тобто як ключову конкурентну перевагу професійних ЗМІ у сучасному інформаційному просторі.

Як зазначає М. Тимошик, сьогодні активізація обговорення “проблематики стандартів помічається здебільше в сегменті практики самих ЗМІ, у ланцюгу тісної зв’язки так званої тріади існування власне журналістики: редакція - журналіст - читач (глядач, слухач)” [1]. Цей підхід акцентує увагу на тому, що стандарти не є абстрактними нормами, а живим інструментом, який реалізується в конкретних виробничих процесах і комунікації з аудиторією. По-перше, редакція виступає як носій і гарант дотримання стандартів, формуючи редакційну політику, що визначає межі і правила журналістської поведінки. Вона встановлює критерії достовірності, балансу думок, етичної відповідальності, які мають виконувати журналісти. По-друге, журналіст, як безпосередній творець контенту, є виконавцем цих норм у своїй професійній діяльності, що вимагає від нього не лише технічних навичок, а й усвідомлення етичних засад. По-третє, читач (глядач, слухач) є кінцевим споживачем інформації, який через свою реакцію, довіру чи критику фактично впливає на формування і корекцію стандартів у редакції та журналістській практиці.

Журналістські стандарти можна розглядати як нормативно-етичні інструменти. Вони включають баланс думок і точок зору, достовірність, відокремлення фактів від коментарів. Відповідно до методології дослідження, *баланс думок і точок зору* тлумачиться як стандарт, що “забезпечує всебічність та безсторонність висвітлення події” [3]. Цей стандарт передбачає, що журналіст має відобразити позиції усіх сторін конфлікту або теми, не надаючи переваги жодній із них, а також уникати маніпуляцій експертними думками на користь однієї зі сторін. Згідно з І. Левицькою, “медіа-маніпуляція є формою психологічного впливу, який здійснюється через різноманітні медіа-канали, такі як преса (газети, журнали, книги), радіо, телебачення, Інтернет, кінематограф, аудіо- та відеозаписи, відео- та телетексти, рекламні щити, панелі, домашні відеоцентри, що об’єднують телевізійні, телефонні, комп’ютерні та інші комунікаційні лінії, а також соціальні мережі. Цей процес призводить до збудження в суб’єкта впливу намірів, які змінюють його бажання, настрої, поведінку та погляди [79]”. Такий підхід забезпечує комплексне розкриття інформації, дає аудиторії змогу сформулювати власне обґрунтоване судження, що є ключовим для демократичної журналістики. Водночас баланс думок не означає беззастережне надання майданчика будь-яким позиціям, зокрема таким, що суперечать загальнолюдській моралі чи законодавству (наприклад, виправдання злочинів чи заперечення факту агресії) [5].

Стандарт достовірності є стандартом, який передбачає обов’язок журналіста здійснити перевірку кожного факту в авторитетних та компетентних джерелах [6, с. 1246]. На практиці цей стандарт реалізується через звернення до близьких до події джерел, до використання кількох незалежних джерел для точного підтвердження інформації. В такому випадку важливо враховувати не лише кількість джерел, а й їхню об’єктивність, компетентність та відсутність особистої зацікавленості у висвітленні теми. Журналісти в Україні допускають у власних матеріалах посилення на інформацію з телеграм-каналів. І хоча це розповсюджена практика, за нею криється справжня небезпека. Це, зокрема те,

що більшість телеграм-каналів є анонімними. Достовірно стверджувати хто сидить по той бік екрану та публікує інформацію - журналіст не може. Через анонімність власників телеграм-каналів та численні «ботоферми» відбувається швидке розповсюдження дезінформації [18]. Запустити канал або бот - легко, тому фейкова інформація може охоплювати велику аудиторію буквально миттєво. Як наслідок - провокується паніка. Найбільше телеграм-канали створюють маніпулятивні заголовки на болючі для суспільства питання - наприклад, мобілізацію чи корупцію. Серед телеграм-каналів, які поширюють фейки в Україні: мережа каналів «Труха». Вони неодноразово викривалася у розповсюдженні неправдивих повідомлень, зокрема про фейкові виплати від ООН [19]. Існують анонімні канали, які підконтрольні Росії. Це «Легитимный», «Сплетница» тощо.

За даними Інституту масової інформації, лише 14 найпопулярніших анонімних каналів мають мільйонну аудиторію кожен [20]. Серед них вищезгадана «Труха Україна» (2,6 млн підписників), «Украина Сейчас», Times of Ukraine, «Реальна Війна | Україна», «Инсайдер UA», «Україна Online», «Реальний Київ», «Всевидающее ОКО», Телеграмна служба новин, «Аутсайдер UA» та інші.

Загалом, за підрахунками сервісу Telemetry, наприкінці 2023 року в Україні діяло понад 33 тисячі активних телеграм-каналів із сумарною кількістю 282,6 млн підписників [21]. Україна займає шосте місце у світі за кількістю каналів із понад 1 млн підписників. Це свідчить про надзвичайно високу популярність анонімних телеграм-каналів серед української аудиторії, а також про їхній значний вплив на інформаційний простір країни.

Наступний стандарт - *відокремлення фактів від коментарів*. Він передбачає відокремлення усіх коментарів й думок журналіста, експертів, учасників події від фактів [7, с. 38]. В тексті публікації кожний факт повинен мати компетентне джерело, а кожна думка повинна мати конкретного автора [8, с. 19].

Окрім зазначених фундаментальних принципів, важливе місце в журналістській етиці посідає *стандарт оперативності*. Це також один із ключових стандартів журналістики. Як зазначає Інститут масової інформації, “стандарт оперативності вимагає від журналістів-інформаційників подавати будь-яку інформацію, не відкладаючи її "на потім". Водночас подавати її слід максимально повно і в найякіснішому (з досяжних) вигляді” [9]. У випадках, коли всі факти чи думки ще не зібрані, журналіст має позначити, чого на цей момент бракує, і повідомити аудиторію про подальші зусилля з пошуку цієї інформації [10].

Щодо *стандарту точності*, який також важливий в журналістській діяльності, то він передбачає ретельну перевірку та відтворення кожного факту. “Точність - це наріжний стандарт інформаційної журналістики. Нікому не потрібні неточні, або брехливі новини. Точність цитат досягається їх ретельним дослівним відтворенням у тексті і прямою записаною мовою - на телебаченні та радіо. Точність фактів досягається їх ретельною перевіркою в компетентних джерелах” [10]. Особливу увагу слід приділяти іменам, посадам, цифрам, датам, а у випадку помилки - негайно виправляти її: “Журналісти і ЗМІ, які турбуються за власну репутацію, - зобов’язані це робити” [11]. Трапляються ситуації, коли помилка у матеріалі допускається не через журналіста, а через неуважність сторони, яка надавала інформацію. Так сталося із матеріалом про внесення застави за працівницю Деснянського райсуду Чернігова, яку підозрюють у виправдовуванні російської агресії [27]. Редакція “Суспільне Чернігів” отримала відповідь на інформаційний запит від Чернігівського апеляційного суду, де було вказано, що станом на 19 травня половина від визначеної суми застави була внесена на депозитний рахунок Чернігівського апеляційного суду. Опісля цю інформацію у суді спростували, повідомивши, що припустилися помилки через схожість прізвищ. Інформацію на сайті “Суспільне Чернігів” оновили. Ця ситуація є поганою для репутації суду. І хоча редакція не мала жодного стосунку

до помилки, для них це також погано. Якщо такі ситуації будуть повторюватися, ЗМІ ризикує втратити аудиторію.

Повнота представлення фактів - стандарт, що вимагає максимально повного висвітлення теми, подачі всіх значущих деталей, бекграунду та контексту. “У новинах має бути відповідь на питання, що сталося, де сталося, коли сталося, як сталося. Для аналітики додаються - чому сталося і до чого це призведе, а також коментарі експертів. До новин на сайтах має бути дописано бекграунд, у якому зазначено передумову події, її контекст та пояснено складні терміни” [9]. «Стандарт повноти або вичерпності інформації передбачає, що в кожному журналістському матеріалі має бути відповідь на основні запитання, які розкривають суть новин (Що? Хто? Де? Коли? Як? - для журналістських розслідувань додатково - Чому? Які наслідки?)» [12]. Дотримання стандартів оперативності, точності та повноти забезпечує якість журналістського матеріалу, сприяє довірі аудиторії й підтримує професійну репутацію ЗМІ.

1.2. Журналістські стандарти як основа медіаетики

У своїй роботі “Ще раз про стандарти українського журналіста” М. Тимошик зазначає, що “до стандартів журналістської професії треба ставитися не традиційно, не трафаретно, а творчо і неординарно” та підкреслює, що “журналіст не може бути нейтральним, індіферентним ретранслятором інформації, коли йдеться про захист національних інтересів, свободу і незалежність держави”. Він визначає ключові стандарти журналістської творчості як “оперативність, правдивість, точність, достовірність, баланс поглядів, об’єктивність, повноту інформації, відокремлення фактів від оцінок, неупередженість, чесність і справедливість [84]”. Людина може спиратися на етику поведінки і робити правильний вибір у складних ситуаціях. У сфері медіа, де інформація володіє потужним впливом на думки, поведінку та рішення людей, етичні норми набувають особливої ваги. Журналістська етика формується на

засадах узвичаєних норм роботи працівника мас-медіа, а також власного життєвого та професійного досвіду журналіста. В ідеалі вона прагне сформувати високу моральну самосвідомість, відповідальність журналіста, норми і правила поведіння як орієнтир професіоналізму, усвідомлення суспільної ваги своєї праці та самоконтроль. [28, с. 11]. Журналістські стандарти є своєрідним “етичним кодом” для кожного журналіста, що регулює не тільки технічні аспекти роботи, а й моральні орієнтири, які мають забезпечити відповідальне ставлення до інформації, аудиторії та суспільства загалом. В інструкціях Інституту масової інформації: “стандарти якісної журналістики - це достовірність, перевірка фактів у кількох джерелах, точність, повнота, актуальність, неупередженість, редакційна незалежність у виборі тем та героїв матеріалів, етичність та баланс” [13]. Саме через дотримання стандартів журналістика здатна виконувати свою соціальну місію - бути посередником між владою, суспільством та окремою людиною, забезпечувати прозорість і підзвітність влади, сприяти розвитку демократії та захищати права людини.

Міжнародні принципи професійної етики журналіста, прийняті у 1983 році, містять десять основних положень, серед яких: право людей на отримання правдивої інформації, вірність журналіста об’єктивній реальності, соціальна відповідальність журналіста, професійна чесність, повага до приватного життя, повага до громадських інтересів, повага до загальнолюдських цінностей і різноманіття культур [14]. Ці принципи є основою для національних кодексів етики, зокрема й українського.

Як зазначає Кодекс етики українського журналіста, “повага до права громадськості на повну та об’єктивну інформацію про факти і події є найпершим обов’язком журналіста” [14]. Журналіст повинен служити інтересам суспільства, а не влади чи бізнесу, і бути незалежним у своїх судженнях та виборі тем. Американське об’єднання професійних журналістів (SPJ) у своєму Кодексі етики визначає чотири основні принципи: шукати істину й повідомляти про неї, мінімізувати шкоду, діяти незалежно, бути підзвітним і прозорим. Зокрема, у

преамбулі Кодексу зазначено: “Етичний журналіст повинен діяти доброчесно” [16].

За умов цифровізації та розвитку нових медіа стандарти журналістики набувають ще більшої ваги. Вони стають критерієм відмежування якісної журналістики від маніпуляцій, пропаганди. Як підкреслює експертка ІМІ Олена Голуб, “чітке означення джерела інформації - це основа медіаграмотності й відповідального споживання інформації” [17]. Відсутність прозорості джерел, використання маніпулятивних заголовків чи ігнорування балансу думок - це не лише порушення стандартів, а й етична проблема, яка підриває довіру до медіа.

Журналістська практика часто стикається з етичними дилемами: чи можна розкривати джерело інформації, якщо це може зашкодити людині; чи варто публікувати чутливу інформацію, якщо це може спричинити паніку; як уникати дискримінації та мови ворожнечі. Вирішення цих питань можливе лише через призму професійних стандартів та етики. У навчальних матеріалах Ради з питань журналістської етики наголошується: “Ніколи не проминайте важливу інформацію тільки через те, що вона не вписується в ваш сюжет. Ніколи не спотворюйте цитати й не використовуйте їх поза контекстом” [15]. Це правило є прикладом того, як стандарти стають етичними запобіжниками проти маніпуляцій.

1.3. Українські та міжнародні нормативні документи щодо етики журналістів

В Україні журналістську етику регламентує Кодекс етики українського журналіста (редакція 2013 року). Це так званий ключовий документ. Він містить 19 статей, які базуються на міжнародних стандартах, Конституції України, Загальній декларації прав людини, Всесвітній хартії свободи преси ООН та інших документах [23]. Одне із положень кодексу говорить про свободу слова та висловлювань як невід’ємну складову діяльності журналіста. Сучасний

журналіст цей пункт розуміє як право вільно писати про всі події, що відбуваються і не боятися при цьому переслідувань. Проте такі випадки трапляються. Одразу згадується напад на Юрія Макарова, виконавчого продюсера Суспільного Мовлення. 16 квітня 2025 року невідомий наніс йому ножове поранення. Поліція відкрила кримінальне провадження за статтею тяжкі тілесні ушкодження [24]. Серед основних версій нападу розглядається його журналістська діяльність та громадянська позиція щодо війни Росії проти України. Це свідчить про те, що журналісти в Україні досі стикаються з ризиком фізичного насильства за виконання свого професійного обов'язку - інформувати суспільство про важливі події, особливо у воєнний час. З позиції етики, подібні напади мають кілька негативних наслідків: порушується базове право журналіста на безпеку й свободу висловлювань, що є наріжним каменем демократичного суспільства. Крім того, виникає ефект залякування. Інші журналісти можуть почати самоцензуруватися, уникати гострих тем або критичних розслідувань, щоб не наражатися на небезпеку. Зростає загальна недовіра до інститутів, які повинні захищати права журналістів, якщо винні в цій ситуації не будуть покарані.

Також основні положення Кодексу включають такі пункти: служіння інтересам влади чи засновників, а не суспільства, є порушенням етики журналіста; журналіст має з повагою ставитися до приватного життя людини; висвітлення судових процесів має бути неупередженим щодо звинувачених; журналіст не розкриває своїх джерел інформації, окрім випадків, передбачених законодавством України; повага до права громадськості на повну та об'єктивну інформацію про факти та події є найпершим обов'язком журналіста; інформаційні та аналітичні матеріали мають бути чітко відокремлені від реклами відповідною рубрикацією; редакційна обробка матеріалів, включаючи знімки, текстівки, заголовки, відповідність відеоряду та текстового супроводу тощо, не повинна фальсифікувати зміст; факти, судження та припущення мають бути чітко відокремлені одне від одного тощо.

Окрім етичних кодексів, в Україні діють законодавчі акти, які регулюють діяльність журналістів і ЗМІ. Зокрема, Закон України “Про інформацію” та Закон України “Про телебачення і радіомовлення”. Вони встановлюють правові рамки для збору, поширення та захисту інформації, а також визначають відповідальність за порушення журналістських стандартів.

Під час воєнного стану в Україні особливого значення набуває саморегуляція медіа. “Закон України “Про правовий режим воєнного стану” передбачає тимчасове, зумовлене загрозою, обмеження конституційних прав і свобод людини і громадянина та прав і законних інтересів юридичних осіб із зазначенням строку дії цих обмежень. Зокрема, обмеження можуть стосуватися й свободи слова. Ці обмеження пов’язані з тим, що оприлюднення деякої інформації може становити ризик для цивільних та військових” [25]. Про це йдеться в аналітично-довідковому збірнику “Саморегуляція українських медіа під час дії воєнного стану в Україні”. На практиці це може виглядати так: редакція відправляє на затвердження матеріал військовим. Вони його переглядають на вміст кадрів, що можуть розкривати, наприклад, геолокацію або особисті дані бійців. Також військові можуть встановлювати ембарго. Ембарго в журналістиці — це прохання джерела про те, що інформація або новини, які надаються цим джерелом, не мають бути опубліковані до певного зазначеного часу або допоки не будуть виконані певні умови [26].

В Україні функціонують організації, що сприяють дотриманню журналістських стандартів через моніторинг, навчання та розробку рекомендацій. Серед них - Інститут масової інформації (ІМІ), Комісія з журналістської етики (КЖЕ) та “Детектор медіа”. Вони не лише контролюють якість журналістських матеріалів, а й пропонують механізми скарг на порушення стандартів, а також освітні ресурси для журналістів. Саморегуляція в медіа є важливим елементом підтримки професійності, особливо в умовах політичного тиску та воєнного конфлікту. Вона дозволяє редакціям оперативно реагувати на порушення та підтримувати довіру аудиторії.

Міжнародні стандарти журналістики закріплені у низці міжнародних документів та рекомендацій, які визнаються і впроваджуються у багатьох країнах. Один із найважливіших документів - Декларація принципів поведінки журналістів Міжнародної федерації журналістів (1954, оновлена 1986). Ця міжнародна Декларація проголошена як стандарт професійної поведінки журналістів, які займаються збиранням, передачею, розповсюдженням і коментуванням новин та інформації, висвітленням подій [22]. Документ слугує етичним орієнтиром і гарантією професійної гідності журналістів у всьому світі, а його положення залишаються актуальними та впливають на формування національних кодексів журналістської етики.

РОЗДІЛ 2. ТИПОВІ ПОРУШЕННЯ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ СТАНДАРТІВ В УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА

2.1. Специфіка порушень у журналістській професії за воєнної пори

Перш за все варто виокремити місце журналіста у сучасній війні. Він не має військової посади. Відтак журналіст - сторонній спостерігач, який не має права будь-яким чином брати участь у військових діях, носити зброю, несанкціоновано перебувати біля важливих військових об'єктів. Уперше статус журналіста на війні було визначено Гаазькою конвенцією 1907 року "Про закони і звичаї сухопутної війни". У ст. 13 додатку до конвенції зазначено: "Особи, які супроводжують армію, але прямо не належать до неї, такі як кореспонденти газет і репортери, маркітанти та постачальники, які потрапляють до рук ворога і він вважає за доцільне затримати їх, користуються правами військовополонених за умови, що вони мають при собі посвідчення від військового керівництва тієї армії, яку вони супроводжували [29, с.3]". Водночас у зонах бойових дій журналістів поділяють на дві категорії: військові кореспонденти та незалежні журналісти. Військові кореспонденти (або журналісти, відряджені до військових частин) – мають статус цивільних осіб, акредитацію у збройних силах, супроводжують військові формування, але не є їх членами. Другі - це журналісти, які перебувають у небезпечних професійних відрядженнях до зон збройного конфлікту – мають статус цивільних осіб і редакційне завдання на підготовку матеріалу у зоні збройного конфлікту [30]. Проте лише військові кореспонденти мають право на статус військовополоненого, якщо вони мали дозвіл слідувати за збройними силами та висвітлювати військові події [31]. Важливо зауважити, що саме посвідчення не надає жодного спеціального правового статусу військовим кореспондентам [32]. З початку 2022 року, відколи почалася повномасштабна війна в Україні, журналістика опинилася у певному "епіцентрі" складної інформаційної, безпекової і моральної кризи. Як зазначає військовий речник Дмитро Лиховій, з початку війни в інформаційному просторі

виник хаос, який ускладнює сприйняття фактів і сприяє дезінформації [33]. Отож робота сучасного журналіста, це вже не та практика, яка була ще п'ять років тому. Це щоденна адаптація до нових правил. Перебуваючи на зйомці журналіст має дбати про свою цілковиту безпеку під час російських обстрілів, фільтрувати інформацію, яку він оприлюднює, уникати розкриття стратегічних деталей, а також дотримуватися етичного принципу “не нашкодь”. Цей принцип важливий особливо під час роботи з людьми, які пережили психологічні травми. В сучасних реаліях це люди, які втратили рідних на війні, або рідних, які загинули внаслідок ворожого обстрілу. На жаль, таких випадків все більше. А це та ситуація, коли звичне життя людини перекреслюється і їй доводиться намагатися продовжувати жити у нових реаліях. Журналіст має дотримуватися меж роботи із травмованими, вчасно зупинитися під час інтерв'ю, дати час “на подумати” або щоб вгамувати емоції. Журналісти не мають права поглиблювати травми людини. Так само важливо попереджувати аудиторію: читачів, глядачів про шокуючий контент.

Воєнний стан зумовив встановлення певної цензури, про яку писалось вище. І так, вона дещо суперечить деяким традиційним етичним стандартам. Йдеться, зокрема, про обов'язкове погодження військових коментарів і інформації зі структурними підрозділами ЗСУ. За таким принципом діє і редакція “Суспільне Чернігів”. Як приклад - матеріал “Стрільба на точність за 120 секунд: як на Чернігівщині навчаються майбутні марксмени” [34]. Матеріал розповідає про навчання та іспити майбутніх марксменів — піхотних снайперів, які проходять інтенсивну професійну підготовку на відділі крайового управління Сил територіальної оборони “Північ”. У тексті висвітлюється особливість ролі марксмена як проміжної ланки між стрільцем і класичним снайпером, завдання яких — точна стрільба на дистанціях від 250 до 500 метрів із різних положень і в умовах обмеженого часу. Описуються умови тренувань, роль інструкторів, а також особисті враження й мотивація окремих військовослужбовців, які пройшли навчання та складають іспити, де від них вимагають високої точності і

швидкості стрільби. Цей матеріал мого авторства, тож я, як журналіст, особисто надсилала його прес-службі на погодження. Інформація, яку не можна розголошувати, міститься в додатку 2 до Наказу Головнокомандувача Збройних сил України №73 від 03 березня 2022 року «Про організацію взаємодії між Збройними Силами України, іншими складовими сил оборони та представниками медіа на час дії правового режиму воєнного стану». Наразі, згідно з цим наказом, забороняється розголошувати таку інформацію: дійсні найменування військових частин (підрозділів) ЗС України, інших складових сил оборони України, персональні дані військовослужбовців, які виконують бойові (спеціальні) завдання, координати місць їх розташування і зосередження; бойовий та чисельний склад військових частин (підрозділів) ЗС України, наявна кількість, тип бойової (спеціальної) техніки та її технічний склад; місця (райони) зосередження, розгортання та відновлення боєздатності військових частин (підрозділів) ЗС України, з прив'язкою до населених пунктів (географічних об'єктів); поточні та майбутні плани (замисли) командувань (командирів), бойові (спеціальні) завдання та хід їх виконання військовими частинами (підрозділами) ЗС України; ефективність (досвід) застосування військовими частинами (підрозділами) ЗС України, інших складових сил оборони України засобів ураження, тестової (спеціальної) техніки, а також способів ведення бойових (тактичних) дій; розташування (місця розгортання) стартових (вогневих) позицій підрозділів протиповітряної оборони та результати виконання ними бойових завдань; результати проведення операцій та ведення бойових дій військовими частинами (підрозділами) ЗС України та інших складових сил оборони України, якщо така інформація не була поширена у відкритому доступі Генеральним штабом ЗС України або іншими складовими сил оборони України; результати проведення операцій підрозділами Сил спеціальних операцій та розвідувальних підрозділів ЗС України, якщо така інформація не поширювалась у відкритому доступі Генеральним штабом ЗС України та (або) іншими органами управління сил оборони України; інформація про втрати бойової (спеціальної) техніки

(танки, самохідні артилерійські установки, літаки, вертольоти, зенітно-ракетні комплекти, кораблі (катери), особливо іноземного виробництва) та особового складу, якщо така інформація не розміщувалась у відкритому доступі Генеральним штабом ЗС України та (або) іншими органами управління сил оборони України; результати ракетних, авіаційних ударів противника по військових об'єктах (цілях), об'єктах критичної інфраструктури якщо така інформація не розміщувалась у відкритому доступі Генеральним штабом ЗС України, іншими органами управління сил оборони України та (або) органами державної влади України; переміщення (висування) бойової (спеціальної) техніки, маршрути їх переміщення, типи та кількість; проведення заходів безпеки застосування військ (сил) (відомості про заходи введення в оману, приховування діяльності військ (сил) та військових об'єктів), сили та засоби, які були залучені до їх проведення, а також відзняті фото- та відеоматеріали із зображенням макетів і засобів імітації, які використовуються військовими частинами (підрозділами) ЗС України, інших складових сил оборони України; відомості про проведені, ті, що проводяться та ті, що плануються, інформаційні та психологічні операції (акції, заходи впливу) [34].

Говорячи про порушення у журналістській професії за воєнної пори, зокрема щодо нехтування стандартами, то у грудні 2023 року Інститут масової інформації провів моніторинг професійних стандартів провідних онлайн-медіа. За результатами було встановлено, що дотримання стандарту балансу думок становить понад 96 відсотків серед досліджуваних медіа. Крім новин, що висвітлюють лише одну політично чи економічно заангажовану точку зору, статистику дотримання цього стандарту погіршують поширені факти розміщення виданнями замовних матеріалів, зокрема не маркованої належним чином реклами. Рівень дотримання стандарту достовірності становить понад 95 відсотків в середньому серед усіх досліджуваних медіа. (див. Додаток А) Стала помітною тенденція до зменшення кількості випадків, коли реакції використовують як джерела інформації російські ресурси. Втім, на загальну

статистику негативно впливає той факт, що окремі видання надалі цитують беззмістовні в сенсі важливості для України з політичного чи безпекового погляду пропагандистські заяви російських функціонерів. Дотримання стандарту відокремлення фактів від коментарів становило понад 87 відсотків [35]. За даними моніторингового дослідження, медіа-лідери у дотриманні професійних стандартів під час укладання стрічки новин входять такі онлайн-видання: “Громадське”, “Суспільне”, Liga.net, “Українська правда”, “Еспресо”, “Слово і Діло”. Найнижчий відсоток публікацій, що не порушують стандартів, показали сайти РБК-Україна, УНІАН, “Фокус”, Obozrevatel, “24 канал”, Telegraf, та ТСН. Там, зокрема, 38 відсотків матеріалів містили порушення в категорії відділення фактів від коментарів.

Прикладом порушення журналістських стандартів у заголовках медіа є заголовок: “Мурахи по шкірі від цієї ПРОМОВИ. Зал ЗАТИХ, коли Зеленський говорив. Ці слова запали в душу кожного”. Його можна побачити на ютуб-сторінці медіа “Ми-Україна” (див. Додаток Б). Цей заголовок є типовим прикладом емоційно забарвленого заголовка, який активно використовується в українських медіа, особливо в умовах війни. Він містить кілька емоційних маркерів: “мурахи по шкірі”, що викликає фізичну реакцію, асоціюється з сильними емоціями; “зал ЗАТИХ”, що створює атмосферу напруження та важливості моменту; “ці слова запали в душу кожного” - ствердження про емоційний вплив. Ще один приклад - фраза «Вам потрібно це побачити». Заголовок опублікований на ютуб-каналі “Новини.LIVE” (див. Додаток В). Одразу створює відчуття терміновості та унікальності інформації. Такі емоційні маркери широко використовуються в заголовках українських медіа, особливо в онлайн-виданнях та ютубі. Кількість опублікованої інформації у медіа щогодини - величезна і емоційно забарвлені заголовки виділяються та привертають увагу користувачів. До того ж, емоційні заголовки спонукають користувачів натиснути на матеріал, що підвищує його популярність. Використання таких фраз може впливати на сприйняття інформації, формуючи певне емоційне ставлення до

події або особи. Без маніпуляцій заголовків міг бути таким: «Виступ Володимира Зеленського на такій-то події: ключові моменти» або «Зеленський звернувся до такої-то аудиторії з промовою про таку-то тему». Такий підхід допоміг би зберегти журналістські стандарти об'єктивності та достовірності, не впливаючи на емоційне сприйняття читача.

Лідерами порушень у журналістській професії за воєнної пори є й марафон “Єдині новини”. Їхні матеріали систематично транслюються як інформаційна підтримка населення під час воєнної кризи, але слугують прикладом низки специфічних порушень, які притаманні саме воєнному інформаційному полю. Сам телемарафон “Єдині новини” стартував 24 лютого 2022 року. “Детектор медіа” почав моніторити телемарафон 21 березня того ж року [36]. Тоді з березня і вже до кінця 2022 року, акцент був зроблений на оперативність та інформування населення про хід бойових дій. На цьому етапі порушення часто стосувалися неточності та неповної інформації через швидкість подачі, а також можливі ознаки "ура-патріотизму" та певної цензури щодо негативної інформації, що не відповідала загальному оптимістичному тону. Також могли спостерігатися проблеми з балансом джерел та посиленням на офіційну інформацію без достатньої перевірки або доповнення з інших джерел. За приклад – аналіз ефіру спільного телемарафону “Єдині новини” за 20 листопада 2022 року. Тоді у блоці каналу “Ми — Україна” порушень було 111. Найчастіше журналісти порушували стандарти достовірності (43 рази) і відокремлення фактів від думок (41 раз). Стандарт точності порушували 16 разів, повноти 8 разів. Трохи менше, але все ж вагома кількість – порушення стандартів у блоці каналу “Рада” їх було 101. Найчастіше порушували стандарт відокремлення фактів від думок. Більшість порушень були суб’єктивними думками журналістів у новинах, чимало було безпідставних узагальнень. Порушень стандартів у блоці Суспільного було загалом 42, з них більшість були порушенням стандарту достовірності інформації. І було зафіксовано 191 порушення стандартів у блоці каналів ICTV та СТБ. Найбільше порушували стандарт відокремлення фактів від думок і

найбільше — суб'єктивними думками журналістів у новинах. Вже у 2023 році, з поступовим налагодженням роботи марафону, "Детектор медіа" почав все більше звертати увагу на порушення стандартів журналістики, що включало недостовірність, відсутність балансу, не відокремлення фактів від думок та прояви політичного піару. Зменшилась кількість "ура-патріотизму", але зросла кількість матеріалів, які могли бути інтерпретовані як підтримка певних політичних сил. Також посилювався моніторинг щодо поширення російських наративів, хоча це залишалось поодинокими випадками. У період з 2024 до липня 2025 року моніторинг продовжив фіксувати систематичні порушення стандартів інформаційної журналістики, особливо щодо достовірності інформації та посилення на джерела. Політичний піар залишився значною проблемою, що часто проявляється у висвітленні діяльності уряду та окремих політиків. Зростає увага до відсутності плюралізму думок та представлення різних парламентських фракцій у етері. Також "Детектор медіа" все частіше вказує на проблеми з глибиною аналізу та схильність до поверхневого висвітлення тем. Відтак, хоч ідея марафону на початку повномасштабного вторгнення була виправданою, його тривале існування без належного дотримання журналістських стандартів викликає занепокоєння медіа-експертів.

2.2 Маніпулятивні технології у сучасних українських медіа.

В сучасних українських медіа, маніпулятивні технології – це не новина, а систематичність. Це прийоми цілеспрямованого впливу на свідомість, емоції та поведінку аудиторії, які часто здійснюються без явного усвідомлення адресатом справжньої мети та механізмів такого впливу. Відтак наповнення новин здійснюється таким чином: 90 відсотків новин, що входять до випуску, формуються за ознаками шести — «С» та одного — «Г». Йдеться про Скандали, Сенсації, Страх, Секс, Смерть, Сміх та Гроші [41]. Як зазначає професор Борис Дем'яненко: “За останні десятиліття стало очевидно, що сучасні електронні ЗМІ

і, насамперед, телебачення зі всією очевидністю претендують на статус «гарячих» засобів масової комунікації, прагнучи нав'язати реципієнтові певну картину світу, захопити його повністю, розчинити його індивідуальність у собі» [37]. Ця думка добре відображає потенційні загрози, яке і створює “гаряче” телебачення. І люди готові це сприймати. Що казати, якщо значна частка українців вільно робить перерепости дописів у фейсбуці зі сльозливим текстом та картинками, які створені штучним інтелектом. При тому люди цілком вірять в істинність того, що бачать. Буває і так, що при спробі переконати людину в тому, що зображення не є дійсним – людина вступає у суперечку. Це свідчить про рівень медіаграмотності. Люди готові “розчинятися” у картині світу, яке створюють для них журналісти і не тільки. “Фактчекерка із StopeFake Оксана Полулях стверджує, що попри доступність і поширеність, інструменти штучного інтелекту стають потужним засобом у руках тих, хто прагне маніпулювати суспільною думкою. Насамперед, вона вказує, що не всі користувачі соцмереж однаково добре можуть розпізнати візуальний контент, створений ШІ. Пані Оксана наводить дослідження Чиказького університету, за яким лише 60 відсотків інтернет-користувачів можуть визначити, чи зображення створене за допомогою ШІ. Опитування Kantar Україна (лютий 2024 року) показало, що 79 відсотків респондентів знають, що таке ШІ, але лише 42 відсотків впевнені у своїх навичках розпізнавати подібний контент [81]”. Водночас штучний інтелект є важливим з огляду на те, що він має роль у роботі самого Facebook. “Ще у 2023 році компанія Meta, якій належать Facebook та Instagram, задекларувала відкритість і прозорість у використанні ШІ для роботи соцмереж. Тоді розробники компанії розповіли, що штучний інтелект стоїть за певними функціями, завдяки чому відбувається краща класифікація та рекомендація контенту користувачам [82]”.

Серед основних видів маніпуляцій в українських медіа, можна відзначити наступні: використання стереотипів і ярликів; дозоване висвітлення правди;

фабрикування фактів, створення фейків; маніпуляція емоціями; використання концептуальних метафор; фільтрація альтернативних поглядів; джінса.

Важливо розглянути кожен із цих видів детально, адже так можна зрозуміти як і для чого використовується кожен із них. Отож перше – використання стереотипів і ярликів. Стереотип із психологічної точки зору – це “сприйняття, класифікація та оцінка соціальних об’єктів (подій) шляхом поширення на них характеристик будь-якої соціальної групи на основі певних уявлень – соціальних стереотипів” [38, с. 40]. Використання стереотипів в медіа обґрунтовується бажанням швидкого формування у аудиторії певного ставлення до теми. Відтак у людей немає потреби глибоко аналізувати матеріал, прийом знижує складність сприйняття тексту майже до мінімуму, читач/глядач отримує “готову” оцінку всього, а маніпулятор може контролювати смислове поле повідомлення. На практиці ярлики активно використовуються у текстах політичної тематики. Терміни на кшталт “корупціонер” “порохобот” швидко дискредитують опонента. Серед соціальних стереотипів: зображення певних регіонів або соціальних груп як “ленивих”, “неосвічених”, “зрадників” або ж навпаки можуть створюватися хибні образи “героїв”, “винахідників”. Щодо таких стереотипів, то прикладом є вислів “Фортеця Львів”. Він швидко заповнив TikTok. “Користування TikTok часто порівнюють із ковтком свободи на тлі усталеніших соцмереж, де дуже багато заборон і реклами. Скажімо, на Facebook постійно треба оминати гострі політичні дискусії, чиєсь ниття, несвіжі меми та несмішні картинки — він постійно потребує фільтрації, ніби увесь час миєш посуд і не можеш розслабитись [39]”. Через це TikTok легко допустив поширення тренду “Фортеця Львів”, а його сенс полягав у наступному: “користувачі публікують іронічний кавер на пісню гурту "Антитіла" – "Фортеця Бахмут". У цих відео львів’ян насмішувато звинувачують у тому, начебто вони думають, що єдині страждають через війну та захищають Українську державність. Як зазначили у Центрі протидії дезінформації, це є російською інформаційною психологічною операцією (ІпсО)” [40].

Далі це культурні ярлики: наприклад, маніпулятивне протиставлення “західного” світу як “світлого”, “прогресивного” та “східного” як “відсталого” або “консервативного” з метою формування певного політичного дискурсу.

Наступний вид маніпуляцій в медіа це дозоване висвітлення правди. А відбувається це так: “Повідомляється тільки частина відомостей, а решта ретельно приховується. Це призводить до того, що картина реальності спотворюється в той чи інший бік або взагалі стає незрозумілою [42]”. Часто цей вид маніпуляції досягається підбором фрагментів цитат, відео або подій так, щоб сформувати у читача бажане сприйняття. Сам маніпулятор може цілеспрямовано наголошувати лише на частині інформації (наприклад, лише позитивні чи негативні аспекти події), а все інше залишати "за кулісами". Це може проявлятися як в тексті, так і у відео, наприклад, сюжеті журналіста. До прикладу, 22 липня 2025 року в Україні, в багатьох містах почалися акції протесту. Цьому передувало те, що вдень того дня “український парламент підтримав законопроект №12414, окремі пункти якого ліквідовують незалежність НАБУ та САП. Спікер Верховної ради Руслан Стефанчук підписав його та направив на затвердження президенту Володимирі Зеленському. Згідно з карткою законопроекту, яка опублікована на сайті парламенту, Зеленський підписав його [43]”. “Люди з картонками” — так у соцмережах називають учасників мирних акцій проти закону № 12414, що позбавляє незалежності НАБУ та САП [44]. Десятки медіа висвітлювали ці події, на мітинги ходили здавалося б усі, це і військовослужбовці, і студенти, і люди похилого віку, і навіть тварини мали таблички. Жоден мітинг не залишався без уваги. Прикладом маніпуляції у цій ситуації міг бути такий підбір кадрів, що суть події перекручувалась, тобто монтаж протесту, де видно лише провокаційні моменти, але не мирні мітингувальники. Таких моментів у відео ЗМІ не було помічено, проте низка медіа публікували відео із заголовками: “ТЕРМІНОВО! Кияни ЗНОВУ вийшли на МАСОВИЙ МІТИНГ” (див. Додаток Г), “Українці ОТОЧИЛИ РАДУ! НОВИЙ ПРОТЕСТ проти закону про НАБУ та САП” (див.

Додаток Г), “Київ ЗАПОЛОНИВ ПРОТЕСТ! Тисячі мітингарів ЖОРСТКО звернулися до влади! Включення з МІСЦЯ події” (див. Додаток Д). Ці заголовки містять низку маніпулятивних прийомів, таких як емоційне підсилення. Слова: “ТЕРМІНОВО”, “МАСОВИЙ”, “ОТОЧИЛИ”, “ЗАПОЛОНИВ” створюють відчуття нагальності, масштабності та загрози. Вони свідомо перебільшують кількість людей та інтенсивність протестів, застосовують гіперболу і метафори, що формують у читачів досить напружене ставлення до подій і можуть викликати страх. Також ЗМІ акцентують на агресивності чи хаотичності мітингувальників, без конкретизації джерел інформації чи контексту.

Наступне - фабрикування фактів, створення фейків. Фабрикація - вигадування даних чи фактів, що використовуються в освітньому процесі або наукових дослідженнях [45]. Водночас цей термін також застосовується у ширшому контексті інформаційної війни, де фабрикація фактів стає інструментом навмисного введення аудиторії в оману. Створення фейків - поняття більш широке і включає в себе різні типи дезінформації. Це можуть бути вигадані новини, фальшиві документи, сфальсифіковані фото або відео. Всі вони активно поширюються з метою вплинути на громадську думку, дискредитувати опонентів чи змінити поведінку аудиторії. Прийом працює через шалену швидкість і масштабність поширення фейків. Соціальні мережі, месенджери дозволяють їм миттєво ставати вірусними. Особливу роль тут грають і стресові ситуації, які ледь не щоденно присутні у житті українців. Відтак аудиторія часто не перевіряє інформацію, а довіряють багатьом авторитетним на вигляд джерелам. Також присутні “психологічні пастки”. Фейки часто створюють так, щоб відповідати очікуванням або емоціям цільової аудиторії. Працює так: вигадуються події або деталі, які фактично не мали місця; використовуються фальшиві “експертні думки”, неіснуючі або підставні коментарі; поширюються фейкові фото або відео; виготовляються та поширюються соцмережами спеціально створені меми, інфографіка або листи, які містять вигадану статистику чи факти; використовуються “ботоферми” для масового поширення

інформації. Приклад: поширення в українському інфопросторі неправдивих новин щодо перебігу військових дій. У червні 2025 року Інститут масової інформації здійснив моніторинг 10 популярних онлайн-медіа національного рівня. Було виокремлено дев'ять категорій джерел новин про війну (див. Додаток Е). За результатами було зафіксовано, що “в українських онлайн-медіа зросла кількість недостовірних новин про війну Росії проти України – їхня частка збільшилася до понад 4 відсотків. Йдеться про повідомлення без чітко вказаних джерел або з посиланням на анонімні акаунти в соцмережах, зокрема російські. Водночас відчутно зросла частка новин про війну, що посилаються лише на офіційні джерела – від Генштабу до місцевої влади” [46]. Найбільше новин, у яких не названо джерела, Інститут масової інформації зафіксував на сайті "Цензор.Нет". Розглянемо одну з них. Отож заголовок: “Окупанти намагались висадитися на островах Херсонщини, однак українські захисники зірвали спробу. ВІДЕО” [47]. У тексті йдеться про те, що окупанти намагались непомітно висадитися на островах Херсонщини, але українські військові 2-го батальйону 40-ої окремої бригади берегової оборони своєчасно виявили і знищили ворога. Зазначається, що спроба противника прорвати оборону зазнала провалу, а окупанти зазнали втрат. Далі цитата: “Спроба прориву завершилась провалом: противник зазнав втрат, передає Цензор.НЕТ” [47]. З цього тексту зрозуміло, що джерела у цій новині немає і це порушення стандартів.

Ще один прийом - маніпуляція емоціями. Це певна форма психологічного тиску, коли маніпулятор навмисно використовує емоції, почуття, враження іншої людини для досягнення власних цілей, часто приховуючи це від самої жертви. Ця маніпуляція може бути через залякування, викликання почуття провини, тиск на жалість, провокацію гніву або страху, що змушує людину реагувати передбачувано без критичного осмислення ситуації. Тут маніпулятор може експлуатувати особисті страхи, тривоги, потреби чи слабкості людини, яка набула цього на підставі власного життєвого досвіду. Це викликає емоційний дисбаланс, який послаблює опір. “Емоційна маніпуляція є стратегічним використанням

почуттів для отримання бажаного результату, що включає шантаж, провокування вини, залякування або викривлення фактів” [48]. “Вона часто супроводжується психологічним тиском, небажанням давати час для обдумування, посиленням емоційного напруження й створенням дисбалансу у спілкуванні” [49]. Якраз емоційні маніпуляції можуть бути дуже ефективними в умовах тривоги. Вони можуть впливати на рішення та поведінку жертви. При тому все - на підсвідомому рівні. Ще одне визначення поняттю емоційна маніпуляція дала докторка філософії і психологиня Бріттані МакГіган - “емоційна маніпуляція – це форма психологічного впливу або контролю, коли одна людина навмисно використовує тактику, щоб контролювати або впливати на емоції, думки або поведінку іншої в своїх інтересах” [50]. Докторка підкреслила, що такий тип маніпуляції часто неможливо упізнати, він дуже чітко маскується під природні емоційні взаємодії.

Далі - використання концептуальних метафор. Це потужний прийом, який полягає у використанні образних переносів смислу з однієї когнітивної сфери (сфери-джерела) на іншу, що формує у свідомості аудиторії певну уяву або модель реальності. Джордж Лакофф та Марк Джонсон розробили теорію концептуальної метафори - метафора не є лише стилістичним прийомом, а є базовим механізмом пізнання й мислення, який структурно впливає на те, як люди розуміють та осмислюють світ навколо [51]. “У маніпулятивному контексті концептуальні метафори використовуються для формування потрібної картини світу через підсвідоме “прошивання” аудиторії певних асоціацій і оцінок. Вони здатні висвітлювати одні властивості об’єктів чи явищ, одночасно затемнюючи інші, тим самим гнучко «настроюючи» сприйняття та судження [52]”. Для прикладу, у політичних дискурсах застосовують метафори типу “держава - тіло”, “річка часу”, “боротьба за владу”, які обрамлюють події та дії в певних позитивних чи негативних колористиках, формуючи уявлення, яке вигідне конкретним політичним акторам.

Фільтрація альтернативних поглядів – цей прийом полягає у свідомому обмеженні доступу аудиторії до різних точок зору та інформації, що відмінна від офіційної. Такі дії створюють інформаційний простір, в якому переважає подача думки односторонньо, що зменшує критичність сприйняття і загрожує формуванням “інформаційних бульбашок”. Алгоритмічне сортування новин, таргетинг і рекомендовані системи формують інформаційні бульбашки, в яких люди взаємодіють переважно з контентом, що підтверджує їхні попередні переконання, що в свою чергу має суттєвий вплив на суспільну комунікацію та прийняття рішень [53]. У політичному дискурсі це виражається у селективному висвітленні лише позицій однієї партії, ігноруванні чи замовчуванні критичних голосів. Цей прийом підсилює пропагандистський ефект і допомагає формувати упереджене, однобоке ставлення аудиторії. Окрім того, фільтрація зазвичай супроводжується викривленням контексту або статистичних даних: “Медійні засоби можуть цитувати лише певні статистичні дані або використовувати дослідження, які не представляють повну картину [54]”. У травні 2025 року Інститут масової інформації провів моніторинг для оцінки динаміки згадок про ключових українських політиків і посадовців у провідних онлайн-медіа. Було зафіксовано: “В українських онлайн-медіа зменшилася частка нейтральних згадок про політиків і посадовців. Натомість зросла кількість як позитивних, так і негативних матеріалів, що свідчить про посилення емоційності новинного контенту. Найбільш згадуваним залишився Володимир Зеленський, а найбільше зростання кількості згадок зафіксовано в Рустема Умерова та Олександра Сирського. Видимість інших, зокрема Валерія Залужного, навпаки, суттєво знизилася [55]”. Тобто ця ситуація є реальною.

Далі – джинса. Ще один популярний маніпулятивний прийом. Він означає приховану рекламу або антирекламу, подану під виглядом об'єктивного журналістського матеріалу без відповідного маркування як реклами чи спонсорського контенту. Ці публікації часто маскують під звичайні новини, аналітику чи експертну думку, щоб аудиторія довіряла побаченому, а відтак

можна впливати на їхню думку і люди не будуть усвідомлювати, що це реклама. Часто джінсу використовують політики у своїх кампаніях. Відбувається це так, що ЗМІ публікують позитивні матеріали про певного політика чи партію та негативні про їхніх опонентів, водночас у комерційній сфері цей прийом застосовується для просування товарів або послуг. “Замовні статті часто розповсюджуються одночасно в кількох медіа. Причому тексти можуть бути однаковими або майже не відрізнятися, що є ознакою їхнього штучного походження [56]”. Ознак джінси досить багато, її розпізнати не складно, ключові характеристики: однобокість, коли матеріал концентрується на позитивних чи негативних аспектах однієї торговельної марки, політичної сили чи особи, без надання альтернативних точок зору або критики; відсутність інформаційного приводу. Коли матеріал “не пов’язаний з конкретною подією, фактом або проблемою. Він може бути присвячений загальним темам, які, проте, пов’язуються з певним брендом [57]”; сумнівні або анонімні експерти, що фігурують у матеріалі з недостатньою кваліфікацією чи заангажовані особи, або ж представники компанії, які видаються за незалежних фахівців; відсутність маркування реклами; використання яскравих епітетів, однозначно позитивних або негативних штампів, пропагандистських прийомів, що викликають упереджене ставлення.

Законодавство України регулює приховану рекламу та її ідентифікацію передусім через Закон України «Про рекламу». Навколо питання реклама чи не реклама, джінса чи не джінса точаться постійні суперечки між ЗМІ і суспільством. “Бо, з одного боку, рекламодавці зацікавлені, щоб їхня реклама не йшла саме як реклама, а маскувалася під інші види інформації, а ЗМІ зацікавлені в грошах рекламодавців. З іншого – суспільство хоче знати й розуміти, де саме його інформують про новини, а де розміщують замовну інформацію, отримавши яку людина споживатиме зазначений товар або зверне увагу на певну юридичну чи фізичну особу [58]”. Стаття 9 закону України "Про рекламу" визначає, що “реклама має бути чітко відокремлена від іншої інформації, незалежно від форм

чи способів розповсюдження, таким чином, щоб її можна було ідентифікувати як рекламу [59]”. Простими словами - рекламний матеріал повинен містити позначення, наприклад “Реклама” або “PR”, щоб споживач міг легко розпізнати його рекламний характер. В коментарі до закону йдеться, що “введення в оману та завдання шкоди може відбуватися внаслідок неточності, недостовірності змісту реклами, двозначності висловлювань і тверджень, що подаються у ній, перебільшення переваг рекламованого об’єкта, а також замовчування його недоліків. Всі перераховані критерії недобросовісності реклами полягають у прямому чи прихованому обмані, що однозначно є порушенням загальнолюдських моральних норм, так само як і норм права [60]”.

Щодо відповідальності за порушення, то закон передбачає дисциплінарну, адміністративну, цивільну та кримінальну відповідальність за розміщення прихованої реклами або її неналежне маркування. Проте через складність доведення вини і відсутність прямих матеріальних збитків відповідальність іноді є проблематичною [61].

2.3. Причини зниження суспільної довіри до ЗМІ

Багато років науковці досліджують як і чому знижується рівень довіри суспільства до засобів масової інформації. Це складний та багатогранний процес. Серед основних критеріїв цієї тенденції – політична роз’єднаність, зростання обсягів дезінформації (фейкових новин), трансформації в структурі медійного простору, а також недовіру до чесності та об’єктивності самих медіа. Поглиблення політичної поляризації у суспільстві призвело до того, що громадяни дедалі частіше сприймають ЗМІ крізь призму партійної ідентичності. “Стрімкий перехід від традиційних телебачення, радіо і друкованої преси до цифрових платформ і соцмереж супроводжується занепадом інституційних фільтрів і стандартів перевірки інформації. Індивідуалізований вибір новин у соцмережах і месенджерах сприяє формуванню “інформаційних бульбашок”, які

посилюють упередження та знижують рівень критичного сприйняття. Дослідження 46 країн засвідчують, що довіра до новин помітно нижча там, де людей більше прив'язано до новин із соцмереж, а не до телевізійних [62]". Через кризу фінансування новинних організацій, що утворилася внаслідок міграції реклами в цифровий сектор, штати новинних організацій достатньо скоротилися, відбулося збіднення редакційних стандартів і зростання кількості "клікбейтових", сенсаційних матеріалів, частих помилок, що в результаті підриває довіру до медіа.

Крім того, молодь та особи з низьким рівнем доходу чи формальної освіти традиційно виявляють нижчу довіру до ЗМІ. Це пояснюється не лише різними інформаційними звичками, а й загальним рівнем довіри до інститутів і специфікою сприйняття світу різними аудиторіями.

У 2024-2025 роках відбулася ситуація, яка яскраво ілюструє втрату довіри до медіа. І відбулася вона у Збройних Силах України. Скандал пов'язаний з розкраданням продуктів харчування. У червні 2024 року було викрито схему системного розкрадання харчів у одній із навчальних частин під Києвом. До схеми нібито були причетні начальник тилу майор Василь Осіпенко та начальниця їдальні сержантка Наталія Шутенко – вони "вивозили з їдальні державні продукти і продавали їх у кафе, магазини та приватним особам. За оцінкою — 400–500 тисяч гривень на місяць. Лише офіційно зафіксовано 59 епізодів, більшість із яких визнав сам Осіпенко. 27 січня 2025 року його затримали. Під час обшуків виявлено великі "запаси" та готівку [63]". Однак замість тримання під вартою відправили під домашній арешт, який триває вже понад п'ять місяців. За словами деяких джерел, розглядається варіант повернення Осіпенка до служби, що викликало суспільне обурення і розчарування. Ця ситуація має резонанс у медіа і соцмережах. Вона спричинила широку критику та втрату довіри як до силових структур, так і до медіа, яких почали звинувачувати у замовчуванні або недостатньому висвітленні цієї проблеми. Люди побачили цей кейс як символічний прояв системних проблем

корупції і зловживань, що посилює загальне відчуття недовіри до інформації в медіа і влади загалом. Таким чином, цей скандал став одним із ключових інцидентів, після яких суспільна довіра до українських ЗМІ значно погіршилася через сумніви у прозорості, неупередженості та здатності медіа адекватно виконувати свою суспільну роль контролю та інформування.

РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ЕТИКИ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД ТА АВТОРСЬКИЙ ДОСВІД

3.1. Дискусія щодо етичних стандартів: позиції спільноти

У фокусі професійної спільноти традиційно є питання дотримання журналістських етичних стандартів. Ця тема активно обговорюється і серед науковців – як не втратити баланс між оперативністю і достовірністю, як в гонитві за кліками та переглядами не втратити довіру аудиторії та якість медіаконтенту. “У контексті професійної діяльності саме етика є регулятором забезпечення загального паритету для всіх учасників масово-інформаційного та комунікаційного процесів [64, 19-20]”. Повномасштабна війна в Україні не лише привнесла у професію журналіста кардинальні зміни, а й змушує переглянути принципи роботи журналіста й ЗМІ загалом. Знімаючи війну на журналіста покладається не лише вага відповідальності, а й вага бронежилета та каски. А ще, якщо журналіст виїжджає “в поля” на декілька днів або тижнів, то в спорядження додається мобільний телефон з додатковим акумулятором, камера, диктофон, ноутбук, засоби для освітлення, адже навіть в умовах страшної війни для телевізійників важлива картинка. І не забувати про аптечку. “Журналіст має бути непомітним і не сильно відрізнятися від військовослужбовців [65]”, проте в цих обставинах журналіст має розуміти, що його головна задача – збір інформації. Проте вже перебуваючи у відносно безпечному середовищі, у себе в офісі, журналіст запитує себе як же подати інформацію – більше “лайків” та коментарів чи більше етичності та достовірності.

В межах цих актуальних викликів, аби дослідити позицію спільноти, було проведено опитування. Вибірку становили журналісти міста Чернігова. Опитування охопило професіоналів із різних медіа, що представлені у локальній групі «МедіаБаза Чернігів», це група крайового хабу Інституту масової інформації та колег із “Суспільного Чернігів”. Ці люди працюють у різних напрямках, на телебаченні, радіо та диджиталі, вони орієнтуються у десятках

тем, які потрапляють під їхнє перо. Метою опитування було з'ясувати наскільки редактори та журналісти ознайомлені з кодексом етики журналіста, як це впроваджується у їхній редакції, чи були випадки, коли вони “закривали очі” на стандарти, чому так було та які наслідки мало.

Отож, участь в опитуванні взяло 27 людей. Вибірка невелика і непрезентативна аби узагальнювати на всі медіа, але в розрізі Чернігова є достатньою. Для того, аби журналісти були відвертими у своїх відповідях, анкетування проводилось анонімно. Кожна відповідь залишилася конфіденційною. В таких опитуваннях важлива реальна думка журналістів, їхній особистий досвід та ті виклики, з якими вони стикалися. За результатами було встановлено, що практично всі респонденти ознайомлені з кодексом етики журналіста. З 27 анкет, відповіли, що ознайомлені 26 людей і лише одна анкета з відповіддю “ні”. Це свідчить про загальне усвідомлення важливості етичних норм у професії, про те, що журналісти та керівництво редакцій приділяє цьому увагу. Друге запитання для представників ЗМІ – “Чи вважаєте ви, що більшість ваших колег дотримуються етичних стандартів у щоденній роботі?”. 23 людини відповіли, що їхні колеги дотримуються стандартів, проте 4 сказали, що ні. Запитання, що є достатньо провокаційним – “Чи виникали у вашій практиці ситуації, коли ви або ваша редакція свідомо порушували журналістські стандарти?”. Зрозуміло, що свідомо порушуючи стандарти, медійники цілеспрямовано розуміли як чому і навіщо. І, певно, ці випадки є виправданими. 21 людина відповіла “Ні”, а 6 – “Так”. Для людей, що відповіли “Так”, у наступному пункті було запропоновано детально розповісти в якій ситуації це сталося. Маємо такі відповіді: “Тоді причиною поспіху був обмежений дедлайн для публікації. Потрібно було терміново опублікувати новину до певного часу, аби не втратити актуальність матеріалу. Як наслідок - після публікації з'ясувалося, що частина інформації була неточною, тому довелося оперативно вносити правки та публікувати уточнення”; “Минулого року працювала над новиною про аварію у нас в місті. Інформація досить швидко розповсюджувалась

в соцмережах, і я тримала завдання опублікувати повідомлення якнайшвидше — щоб люди знали про ситуацію і могли обирати інші маршрути. Цілий день було дуже багато дзвінків і повідомлень від очевидців, але офіційні джерела мовчали, повідомляючи, що інформація уточнюється. Я побула на місці події і через брак часу опублікувала новину з тим, що аварія сталася і що є постраждалі, базуючись на первинних свідченнях. Через кілька годин з'ясувалося, що частина деталей була неточною — кількість постраждалих виявилася меншою, а причина аварії була іншою, ніж повідомляли очевидці. Нам довелося швидко зробити уточнення і перепросити аудиторію за помилки. Цей випадок навчив мене все ж дотримуватися того балансу між швидкістю і точністю, і тепер у подібних ситуаціях я намагаюся все ж дочекатися офіційного підтвердження, навіть якщо це займає трохи більше часу. І все ж, якщо така ситуація сталася одн раз, то це ще не критично, а коли це систематичність - то довіря до журналістів зникає, медіа більше не цінують, не читають і тоді вся робота може поступово втрачати сенс”;

“Ну так, іноді трапляється, коли здається, що джерело надійне, а часу подзвонити і перепитати нема, то просто довіряєш і пускаєш у публікацію. Потім виявляється, що інформація була неправильна, і треба швидко все виправляти”;

“Це були і неправильні цифри, кореспондент не так розчув, не перепитав, і це опублікували. Або неправильно порахував відсотки і вийшло спотворення. У такому випадку визнаємо помилку, виправляємо її”;

“Буває, коли напрацьовуєш сюжет під вечір, а редактор хоче в ефір саме прямо зараз — не встигаєш усе добре перевірити. Потім з'являються коментарі, виправлення, і доводиться визнати, що поспіх обернувся похибками”;

“Була новина про наступ на Сіверському напрямку від Генштабу, і як зазвичай я подумала, що Сіверський напрямок - це Чернігівщина, але згодом, коли стаття вже була опублікована, стало зрозуміло, що це на Сході”.

Якщо проаналізувати ці відповіді, то можна зрозуміти, що журналісти свідомо визнають випадки порушення стандартів. Части причини пов'язані з тиском часу, хоча це й не дивно. Адже з практики можна сказати, що якщо подія

резонансна, будь то якийсь суд у гучній справі, як то було з вбивством Ірини Фаріон. На жінку було скоєно напад 19 липня 2024 року. “Її поранили в голову та госпіталізували. О 23:20 вона померла в реанімації. Було порушено кримінальну справу, за кілька днів затримано підозрюваного [66]”. Під час обрання запобіжного заходу підозрюваному, ці події висвітлювало десятки медіа. І тут рахунок йшов на секунди, хвилини, хто ж буде оперативнішим. Тож аби не втратити актуальність матеріалу, журналісти доволі часто публікують інформацію швидко, про що й говорять у цих відповідях. Але публікація неточних даних, потім потребує виправлень та уточнень. В розрізі стандарту оперативності, важливо вказати те, що він пов’язаний і з “умінням журналістів вивчати потреби своїх читачів. Деякі новини можуть бути відкладені на потім, якщо видання в такий спосіб хоче привернути увагу аудиторії до матеріалу, але при цьому не можна вводити в оману читача. І видавати новину, що відбулася два-три дні тому, за свіжу. Як радить американський дослідник Мітчел Стівенс, подаючи учорашню новину, потрібно запитувати себе, як можна її актуалізувати. Іншими словами ставити питання: що відбувається саме зараз? Яким є продовження того, що сталося? [67]”.

Наступне питання, на яке давали відповідь журналісти Чернігова: чи були у вас випадки, коли ви уникали висвітлення певної теми через її чутливість або ризики? Тут відповіді дещо розділилися, 17 відповіли “Так”, 10 відповіли “Ні”. Різні відповіді представників ЗМІ свідчать про неординарність досвіду і підходів у журналістській практиці. Якщо журналіст уникає висвітлення певної теми, то ймовірно це пов’язано з наявністю реальних ризиків. Це можуть бути ризики, що пов’язані із висвітленням складних тем. До прикладу, тема, яка пов’язана з різними цифрами, мільйонними сумами збитків або корупцією. Тут людина має чітко розуміти, що беручись за цю тему, вона має відповідати абсолютно за кожне слово, загалом як і в кожному матеріалі, але складність може бути в підрахунках тощо. Або це може бути пов’язано з потенційно небезпечними темами. І журналіст, розуміючи всі наслідки, може побоюватись за особисту

безпеку, ризики репресій або тиску з боку влади, місцевих груп впливу або інших зацікавлених осіб. Хто ж відповів “Ні”, то можливо вони мають інший рівень свободи у професійній діяльності, або ж працюють у контексті, де ризики менш вірогідні.

Наступне питання: Ви завжди повідомляєте про виправлення чи помилки у своїх матеріалах читачам?. Тут відповіді також розділилися: 17 відповіли “Так”, а 10 “Ні”. З власного досвіду, навіть коли медіа з беззаперечною репутацією заявляє про помилку у своєму матеріалі, це не викликає зневіри, а навпаки підсилює її. Ти розумієш, що інші десятки-сотні матеріалів не мають таких виправлень, а отже є ґрунтовними, без похибок. А одна-дві помилки завжди є можливими, адже люди не є роботами, які роблять все автоматично.

Далі: Чи доводилося вам жертвувати повнотою та збалансованістю інформації заради оперативності?. Відповідь: 20 “Так”, 7 “Ні”. Чи завжди джерела, з якими ви працюєте, відкрито вказуються у матеріалі?. 18 “Ні”, 9 “Так”. Ви вважаєте, що зараз у воєнний час головним пріоритетом є етика, а не швидкість публікації? 23 “Так”, 4 “Ні”. Ви повідомляли колег або керівництво у разі поміченого порушення етичних норм? 22 “Так”, 5 “Ні”. Чи бачите тенденцію збільшення випадків нехтування етикою у вашому медіа за останній рік? 23 “Ні”, 4 “Так”. Далі в ході опитування журналістам, у випадку відповіді “Так”, пропонується коротко описати які саме порушення стали частішими. Маю такі відкриті відповіді: 1. За останній рік помітила, що таких випадків стало більше. Найчастіше це трапляється, коли через тиск термінів і бажання швидко випустити матеріал починають ігнорувати ретельну перевірку фактів, а іноді навіть перекручують інформацію, щоб зробити сюжет цікавішим. Наприклад, нещодавно колега опублікував інтерв’ю, де трохи «підсилив» цитати героя, щоб створити ефектний заголовок. Мільйонних переглядів це не принесло, але викликало критику від читачів і підірив довіри. Така ж ситуація з приховуванням неприємних деталей або маніпуляцією емоціями — ці моменти стають частішими, і це реально тривожить. 2. Порушень стало більше. Помічаю, що

деякі колеги, навіть з інших ЗМІ почали брати інфу з інших джерел без належного посилання або просто копіювати матеріали, видаючи їх за свої. Минулого місяця помітила, як один з авторів опублікував статтю, де значна частина тексту була взята з іншого видання. Під ігноруванням і правила конфіденційності. Буває публікують особисті дані без дозволу, що теж серйозно підриває етичні стандарти нашого медіа. Сумно і тривожно водночас, що таке відбувається. 3. Неперевірена інформація, маніпулятивні заголовки та піар окремих чиновників чи політиків.

Перша відповідь свідчить про проблеми з дотриманням фактчекінгу. Журналіст зазначає, що моменти маніпуляцій емоціями в матеріалах стають частішими. Так, журналісти Чернігова “грішать” цим. Згадати хіба що матеріал ЗМІ “Вість” від назвою “Леру не врятували”. Опублікували його 17 липня 2025 року. Там йдеться про трагічну загибель 17-річної Валерії Смирнової, яка потонула в річці Десна на пляжі “Золотий берег”. Новина й справді резонансна і в день, коли це сталося, чернігівські групи “кипіли” тим, що дівчину можна було врятувати, але надзвичайники вчасно не зреагували. Про це писали в коментарях нібито “очевидці” цієї події. Згодом з’явилися інші очевидці, які свідчили протилежне. Як то було насправді – невідомо, проте ця ситуація досить детально розписується в матеріалі зі слів матері. Загалом же розповідь фокусується на глибокому горі родини, друзів і близьких, зокрема найкращої подруги Ярослави, яка була разом із Лерою у момент трагедії. Водночас текст просто “кишить” маніпуляціями і маніпулює авторка саме емоціями. Перше, що кидає в шок при перегляді сайту з матеріалом – фото труни, де лежить дівчина (див. Додаток Є). Одразу постає питання: “Навіщо?”. В таких випадках потрібно закривати картинку з позначкою “потенційно вразливий контент”. Інакше як людині заспокоїтись, якщо вона сама того не очікувавши натрапила на таке фото серед дня або ввечері. Адже як відомо “доросла аудиторія (від 30 років і старше), особливо зайнята роботою та сімейними обов'язками, воліє заходити в соцмережі вранці, в обідню перерву або ввечері, коли завершено всі справи [68]”.

Переповнений матеріал спробами маніпулювання емоціями читача за допомогою текста. Він побудований так, аби викликати співчуття та біль через використання багатьох емоційно забарвлених деталей, є опис сліз та відчаю матері, діалоги з її благаннями. Приклад: “Вона була єдиною в батьків. Горювали мати Тетяна, батько Олексій, бабуся, дідусь, хрещена. «Встань, моя дівчинко. Не покидай мене. Пішли додому, скажи, що це неправда», — схилилася над труною мати [69]”.

Далі питання в анкеті: Чи стикалися ви з ситуаціями, коли через тиск соцмереж чи телеграм-каналів виникала спокуса порушити стандарти оперативності заради привабливості матеріалу?. Відповіді: 21 “Так”, 6 “Ні”. І останнє: Чи відчуваєте ви, що через нестачу кваліфікованих кадрів у вашій редакції збільшується ризик порушення журналістських етичних стандартів?. Відповіді: 18 “Ні”, 9 “Так”.

Це опитування показало, що журналісти, які працюють у прифронтовому місті Чернігові все ж прагнуть попри все дотримуватися журналістських стандартів, але реалії інколи інші.

Для більшого заглиблення в тему, я провела інтерв’ю з журналісткою “Суспільне Чернігів” Мариною Кирієнко. Вона народилася та проживає в Чернігові. З дитинства мріяла стати лікарем, але згодом зацікавилася психологією. Навчалася на факультеті «Соціальна педагогіка» Чернігівського національного педагогічного університету імені Т. Г. Шевченка. Має багатий журналістський досвід, працювала у різних медіа. З вересня 2023 року є журналісткою “Суспільне Чернігів”. Часто Марина працює над темами, які пов’язані з війною, працювала на прикордонні, на місцях російських ударів, створювала репортажі з “першої лінії”. Також не менш часто Марині доводиться працювати з історіями людей, які втратили близьких. Як приклад матеріал: “Рідні не вірять, що він загинув у літаку РФ: на Чернігівщині попрощалися з Володимиром Грищенком, якого мали обміняти [70]”. Матеріал дуже чутливий, як і сама історія. Сестра загиблого розповідала журналістці про те, що її брат мав

повернутися з російського полону 24 січня 20224 року, проте цього не сталося і його ім'я та прізвище знайшли серед загиблих в авіакатастрофі російського літака Іл-76.

Враховуючи досвід Марини, ми поспілкувалися з нею на тему того як же правильно журналістам працювати з людьми, які пережили травматичні події і перебувають у шоковому стані, як спілкуватися з ними аби не поглибити їхню психологічну травму. Далі – питання та відповідь:

А: Марино, з твого досвіду розкажи як розпізнати на якому етапі переживання травматичної ситуації перебуває людина, з якою спілкуєшся, і чи впливає це на твою тактику під час інтерв'ю?

М: Перед тим, як підійти до своїх героїв, я зазвичай спостерігаю за ними. І по їхній поведінці видно цей етап, або мені здається, що я його бачу. Тобто, чи це людина в метушні, чи вона комусь телефонує, чи вона плаче, чи вона намагається щось прибирати, якщо це місце “прильоту”, її квартира, наприклад. Тобто, я завжди спостерігаю і потім лише підходжу і дивлячись на її поведінку та будуую свою тактику. Звичайно, я завжди в голові тримаю те, що я працюю в цьому випадку не з чиновниками. Там ми маємо право десь надавити, десь поставити різкі запитання. Тут з людьми я намагаюся максимально тактовною і толерантною. Також, по-перше, треба представитися. Не лише, наприклад, я кажу, що я журналістка. Я представляю також оператора, який зі мною працює, розповідаємо, з якого ми медіа. І, загалом, хочеться завжди пояснити, що ми прийшли сюди не для того, щоб зібрати якісь перегляди. І, як це модно сказати, “хайпанути” на цій темі. Що ми дійсно хочемо показати всьому світу, які злочини тут робить Росія. Далі я завжди дивлюсь, чи людина уважно мене слухає, чи розуміє мої питання. І якщо я бачу, що я ставлю запитання, а людина або не відповідає, або відповідає щось зовсім інше, я розумію, що вона ще знаходиться в стані шоку. Тобто, можливо, треба вимкнути камеру, якимось з нею поговорити, просто розпитати, щоб вона звикла до мене, щоб в неї виникла до мене довіра. І далі вже починаю працювати.

А: Які ще, на твою думку, речі допомагають повернути людині відчуття безпеки під час інтерв'ю? Яких правил ти дотримуєшся сама?

М: Тут мені здається, треба тактику будувати від того, чи це репортаж, тобто ти працюєш на місці, де тобі треба тут і зараз показати, що відбувається. Якщо це просто інтерв'ю, де ми домовляємося про якусь дату, то тут людині можна дати ще більше вибору, тобто пояснити їй, що це не прямий етер, що можна робити паузи, ми можемо перезаписувати частини, вона може собі написати певний перелік, тому що вона може хвилюватися і про щось забути. Тобто якщо там буде якийсь блокнот, або вона там в телефоні щось собі намітить, то можливо це додасть їй впевненості. Також важливо пояснити хід самого інтерв'ю, що ви спочатку прийдете, ми налаштуємо камеру, налаштуємо мікрофони, тобто як це буде проходити, що в неї є можливість попити водички, чаю, що якщо треба, ми витратимо на це годину-дві, або навпаки, якщо вона поспішає, ми можемо це зробити більш швидше. Тобто максимально дати людині відчуття комфорту. Якщо це інтерв'ю про втрату близької людини, то я також зазвичай, наприклад, якщо я розумію, що найближчими днями буде поховання, то в цей день я намагаюся не записувати ніякий матеріал. Якщо є така можливість, то краще це зробити за декілька днів, пояснити це герою, що в той день, коли буде відбуватися процесія, ви будете в іншому психологічному стані, і вам буде точно не до розмов. І в моїй практиці також був такий досвід, коли за два дні до прощання дружина загиблого військового, розповідала про нього. Тобто я пояснила їй повністю, для чого ми це робимо, попросила знайти фото в сімейному архіві. Тобто якимось максимально підготувати її до цього процесу.

А: Маєш власні спостереження щодо роботи з дітьми чи підлітками?

М: Якщо це діти, скажімо, 7 років, 5 років, то мені здається найважливіший момент – це наблизитися до зросту цієї дитини. Тобто якщо ти “нависаєш” над нею, ти такий високий і поряд з тобою стоїть дядько, якого вона не знає, в нього велика камера, ще мікрофон, або там ще якісь поряд люди, сусіди. Дитина починає закриватися, боятися, якийсь сором, можливо, з'являється через таку

увагу до неї. Тобто я завжди присідаю поруч з нею, знайомлюся, розповідаю, як мене звати, ким я працюю, навіщо ми прийшли, інколи кажу, ось, дивися, це от мікрофон, даю їй потримати. І вже там запитую те, що необхідно. Звичайно, що все це ми робимо з дозволу мами або батька, тобто треба про це попередити.

А: Марино, які запитання ти вважаєш найефективнішими у таких розмовах? Чи були випадки, коли ти свідомо змінювала хід інтерв'ю, щоб не травмувати людину?

М: Це дуже стосується теми, коли ми записуємо інтерв'ю або з дружинами військовослужбовців, або з тими, хто повернувся з полону. Інколи для них спогади, певні етапи є дуже болючими і це видно по тому, як людина починає нервувати. Тобто це видно з жестів рук, з того, як людина ковтає слину, може поглядом починати шукати щось в студії або навпаки робити якісь великі паузи. Тобто стримувати свої сльози, це все дуже видно. І от на цьому етапі важливо дати людині заспокоїтися або навіть взагалі сказати, що я бачу, що вам не комфортно про це говорити, ми можемо не говорити про це. Так само інколи, коли я працювала з дружинами загиблих військовослужбовців, я завжди своє інтерв'ю починала більш з приємних тем. Тобто попросити їх розказати про те, як вони познайомилися, про те, як вони спільно відпочивали, можливо, про дітей. Тобто щоб не почати з того, що от він загинув, щоб людині було комфортніше, щоб вона розуміла, що це не просто розмова про якісь дуже болючі речі, а і про щось приємне, про ту пам'ять, яка в неї залишилася. І це навіть більше розкриває героя. Тобто вона показує не тільки, яким він був військовим, а от, наприклад, про ту професію, яку він мав в цивільному житті. Наприклад, в мене був досвід, коли військовослужбовець був лікарем в цивільному житті. Тобто його дружина почала розповідати про їх знайомство, про те, як вони разом навчалися, про їх шлях становлення. І це розкрило і її, і його.

А: Можливо, щось можеш додати про роботу з підлітками в цій ситуації?

М: Для підлітків завжди важливо розуміти, як вони виглядають. Тобто їм дуже важливо, щоб друзі, які побачать це інтерв'ю, не сказали щось негативного.

В тому плані, що: “Ой, там у тебе зачіска була не така, або ти була розгублена”. Тобто можна завжди запропонувати, що оператор може показати тобі яка картинка. Тобто там зробити запис на якусь хвилинку і показати, що от якщо тобі щось не подобається, давай або змінимо ракурс, або тобі там треба час підготуватися, поправити зачіску, макіяж. І загалом також важливо з'ясувати, про що він там не хоче говорити. Тобто це стосується як і теми якихось втрат, так і тем, де є конфлікти між дітьми, якісь бійки там в школі, булінг. Тобто одразу треба поговорити, про що вона не готова говорити і не хоче.

А: Щодо втрат, тут хочу сказати, що є фрази, які не можна говорити людині, яка пережила втрату. Це: “Час лікує”, “Бог забирає до себе найкращих”, “Тримайся” або “Досить плакати”. Це не допомагає, а навпаки може ранили ще більше. І от питання до тебе, чи доводилося тобі чути такі фрази від колег або випадкових людей під час роботи, як ти сама добираєш слова підтримки для своїх героїв?

М: Скажу чесно, від колег ніколи такого не чула, навіть інших видань, можливо мені пощастило. Або зараз ця тема більше підіймається в різних медіа, в літературі, і мені здається, люди стали більш обізнаними в цій тематиці. Але від якихось родичів, просто там сусідів, я таке чула. Коли бачу, що людина плаче, хочуть нібито допомогти. І от такі фрази, вони ще більше починають травмувати людину і показувати те, що її не розуміють. Я завжди в таких складних темах і випадках кажу: “Я вам співчуваю, але я розумію, які б я слова вам не сказала, вони не зменшать ваш біль. Але я поряд, якщо вам треба допомога, ви можете звертатися”.

А: Які моменти ти завжди погоджуєш із героєм матеріалу заздалегідь і як узгоджуєш, що можна публікувати, а що ні?

М: По-перше, це на етапі підготовки до інтерв'ю ми проговорюємо про те, що людина не хоче, щоб було озвучено. Але інколи в процесі розмови людина може розкритися і розказати це. І я знаю, що деякі колеги грішать цим і можуть випустити цей матеріал. Але я завжди пам'ятаю, що якщо людина, наприклад, не

хотіла, щоб розкривалися якісь деталі медичних, не те щоб діагнозів, але, наприклад, наслідків щодо інвалідності, то я завжди потім кажу, що ми от з вами на 20 хвилині, наприклад, ми проговорювали таке-то. Чи хочете ви, щоб це було озвучено? Чи ми можемо це вирізати? І, звичайно, якщо це інтерв'ю з військовими, то я завжди вже змонтований матеріал, віддаю на перегляд. Мені здається, що в наших умовах це є достатньо прийнятним. Хтось може сказати, що це порушення журналістських стандартів, але тут, мені здається, переважає користь для психологічного стану цієї людини і для її безпеки. Також інколи людина каже, що мені не складно говорити про полон, я можу розказати про всі катування, але я завжди ставлю себе на місце цього хлопця, наприклад, якщо він молодий, йому 20 років. Я думаю, що певні моменти, які він може розказати в інтерв'ю, наприклад, щодо якогось сексуального насилля, не завжди може добре сприйнятися суспільством, тобто його рідними. Не досить приємно його мамі слухати. Звичайно, якщо це для якоїсь комісії європейської, яка записує ці свідчення, для них важливо знати ці всі деталі. Але для суспільства можливо просто якось треба зазначити це більш загально і не розповідати прямо ці деталі, як це саме відбувалося, тому що через 5 років, через 10 людина може жалкувати про те, що вона розказала такі подробиці.

З цього інтерв'ю зрозуміло, що Марина має чуйний характер, це допомагає їй в професії. Розмова з нею як журналісткою була максимально комфортною, вона висловлювала відкрито свою думку. Журналістка чітко усвідомлює стан людей з якими працює. Можливо, в своєму житті їй також довелося відчувати дещо подібне. Важливо відмітити те, що Марина розуміє як важливо не гнатися за “хайпом” та кліками на матеріал, адже в таких історіях це не є доречним.

3.2. Шляхи підвищення рівня професійної журналістики та дотримання етичних стандартів у воєнний період

Сучасна війна – це не лише протистояння на фронті, а й запекла боротьба, яку ще називають “інформаційною війною”. Російські ЗМІ нехтують всіма стандартами, факти у їхніх новинах ніщо більше аніж вигадка. Удари української армії вглиб РФ вони не сприймають, тому вигадують різні фейки та легенди щодо цього. Так вони діють і у ситуаціях, коли потрібно виправдати масовані обстріли, які армія РФ здійснює в українських містах. Приклад - події, що розгорталися в ніч на 24 квітня. Росіяни були по цивільних у Києві та інших містах України. І як повідомляв Центр протидії дезінформації: “російські ресурси стверджують, що удари по цивільних є нібито наслідком дій української ППО, а армія Росії б’є буцімто «виключно по військових цілях». Крім того, пропагандисти розповсюджують вигадки про нібито «забір органів» рятувальниками у поранених цивільних [71]”. В своєму дописі росіяни публікували кадри 18+ і що там – можна лише здогадуватись, проте через вікове обмеження можливо там кадри крові (див. Додаток Ж). Водночас українські журналісти діють навпаки і таки в більшості таку ж інформацію висвітлюють з офіційних джерел. Але середньостатичному українцю зачасту цієї інформації недостатньо і тоді він починає “туглити” новини або ж шукати їх у Telegram і там вже на нього може чекати “пастка”. “Громадська організація «Детектор медіа» провела власне кількісне дослідження «Індекс медіаграмотності українців», яке визначає рівень свідомого сприйняття й критичного ставлення українців до інформації, а також їхнє вміння користуватися медіа [72]”. Результати дослідження були оприлюднені у квітні 2024 року і йшлося, що це зібрана інформація за 2023 рік. Проте результати вже за другий рік війни свідчили про те, що рівень загального індексу медіаграмотності українців значно змінився: “Частка аудиторії з вищим за середній рівнем показника знизилася з 81 відсотка до 76 відсотків. Це є помітним регресом у порівнянні з попереднім періодом,

адже з 2020 по 2022 рік індекс медіаграмотності виріс з 55 відсотків до 81 відсотка”.

Підвищення рівня професійної журналістики стає ключовою умовою для протистояння дезінформації, забезпечення достовірної та збалансованої інформованості суспільства у надзвичайно складних обставинах. Але ми можна навчити чи навчитися писати тексти. Цю проблему у своїй роботі “Як писати журналістські тексти: до проблеми методики і технології творчості” розглядає М. Тимошик. Він зазначає, що “писати можна навчити, але обмеженим літературним формам, які не потребують публіцистичного осмислення подій і явищ», водночас підкреслюючи важливість опанування методики й технології створення текстів та розуміння творчого процесу для підвищення якості журналістських матеріалів [83]”. Я цілком погоджуюсь з тим, що навчання навичкам письма у журналістиці не може обмежуватись лише опануванням базових літературних форм. Справжня творчість у журналістиці вимагає глибокого розуміння методики і технології створення текстів, усвідомлення структури й особливостей публіцистичного осмислення подій. Журналіст це не завжди просто про голосні заголовки, є тексти в які треба заглиблюватися всебічно, рахувати цифри, перевіряти тендери тощо. Розвинена методика дозволяє журналісту творчо підходити до висвітлення інформації, зберігаючи професіоналізм і дотримання етичних стандартів, що особливо важливо у воєнний період.

Отож розглянемо шляхи підвищення рівня професійної журналістики. Перша заборона про яку мають пам’ятати журналісти – не публікувати матеріали, які можуть принизити гідність або завдати шкоди постраждалим. Така ситуація була 24 квітня 2024 року після тієї ж вищезгаданої масованої атаки на Київ. Фотографи Костянтин і Влада Ліберови були на місці удару тієї ночі, вони опублікували знімки в інстаграмі. На одному зі знімків була зображена оголена поранена жінка. “Після публікації деякі користувачі соціальних мереж назвали ці знімки неетичними та звинуватили авторів у нехтуванні журналістськими

стандартами. Подібну критику отримав і фотограф Євген Малолітка, який також оприлюднив кадри з пораненими цивільними. Його закликали розмити або видалити одне з фото, де медики оглядають пораненого оголеного чоловіка, якого витягли з-під завалів [73]". Тоді фотографи Ліберови видалили фото і прокоментували ситуацію. Вони зазначили: "На цій війні страждають реальні люди. У реальних людей є тіла. І якби на фото було видно обличчя — це принаймні було б темою для ґрунтовної дискусії. Документалістика вимагає від нас жорстокої правдивості [74]". Так, документалістика можливо і вимагає жорсткої правдивості, але не варто забувати, що на фото чиясь мати, донька. І як би самі фотографи відреагували, якщо не дай боже таке фото із собою в інтернеті побачили вони? Питання риторичне.

Наступна заборона це розкриття інформації, яка може загрожувати життю військових, цивільних або журналістів. Йдеться про позиції військових, інформацію про хід операцій тощо. Також завжди варто пам'ятати про фактчекінг і верифікацію даних. Ніколи не нехтувати цим пишучи про війну. Далі – журналісти мають уникати впливу політичних, військових чи інших зацікавлених сторін. Чому цей пункт важливий, адже і такі тексти мають місце у медіапросторі. До прикладу 5 канал, який раніше належав 5-му Президенту України Петру Порошенку у червні 2025 року опублікував інформацію про те, що він передав українським підрозділам на Схід техніку на 40 мільйонів гривень. В тексті йдеться: "Від самого ранку команда п'ятого президента України вирушила на схід, щоб підвезти українським підрозділам дефіцитні та смертоносні "подарунки". "Сьогодні на сході і в гарному настрої. По-перше, росіяни втратили перший мільйон. Наші військові жартують: залишилося ще 139 мільйонів", – йдеться в дописі. Петро Порошенко привіз українським оборонцям екскаватор, квадроцикли, дрони на оптоволокну, "Мавіки" та іншу техніку, щоб кількість знищених росіян зростала в геометричній прогресії [75]". Текст рясніє епітетами, що явно вказує на замовність матеріалу. Також в тексті відсутній баланс, адже не записана думка з приводу переданої техніки нікого з військових.

Висвітлення подій має бути збалансованим, без підтримки однієї зі сторін конфлікту. Незалежність допомагає зберегти довіру аудиторії навіть в умовах інформаційної війни.

Журналіст сучасності має постійно підвищувати кваліфікацію. Багато різної інформації щодо грантів, можливостей публікує Media Development Foundation. Це центр розвитку незалежних медіа в Україні. “Завдяки напряму Journalism Experience Program понад 1000 журналістів і журналісток здобули свій перший досвід у топових медіа країни [76]”. Також різні можливості публікуються на сторінках Медіабаз. Вони є у багатьох містах України. У Чернігова, зокрема, Медіабаза надавала для журналістів можливості відпочинку, який поєднувався з навчанням у одному із заміських готелів, організовували сплав на сапах. Коли по всій країні були відключення світла, у Медіабазі можна було отримати павербанки тощо. Вони проводили і навчання з домедичної допомоги, що неабияк актуально в умовах постійної небезпеки з боку ворога. Також журналістам важливо проходити тренінг з етики журналістики, враховуючи воєнний час.

Для точного висвітлення воєнних злочинів та гуманітарних криз важливо мати доступ до фахівців, які спеціалізуються у цих напрямках. До прикладу, коли я як журналістка працювала над матеріалом “Росіянин Євгеній Казанцев обороняв Чернігів та потрапив у полон РФ: чому його не обмінюють”. Мені було важливо висвітлити позицію всіх сторін, а також записати позицію експерта аби він пояснив як правильно діяти. Ситуація полягала в тому, що Євгеній Казанцев з березня 2022 року перебуває в російському полоні. Його мати уродженка Чернігова, тут жив дядько (помер). Мати зараз живе в Санкт-Петербурзі. З 2014 року Євгеній був членом «Правого Сектора». Після початку повномасштабного з побратимами ПС стали підрозділом тероборони і захищали Чернігів. В перших числах березня потрапив у полон. Там обморозив пальці на ногах, їх ампутували. Потім його там засудили до 12 років ув’язнення. Експертом у цій справі для мого матеріалу був правозахисник Олександр Комаса. Питання до нього були такі: що

можна зробити в такому випадку? Які можуть бути дії рідних, друзів? В моєму матеріалі я подала його думку, вона полягала в наступному: "Якщо комбатант є громадянином країни-агресора, але воював на боці іншої держави, країна, яка його взяла в полон, може вважати його зрадником або особою, яка порушила внутрішнє законодавство. Це може ускладнити процес його звільнення. Питання Євгенія, на мою думку, може бути розв'язане лише на рівні Уповноважених з прав людини двох держав або навіть на рівні Президентів країн. Оскільки сам факт засудження на території Росії громадянина цієї країни за державну зраду може стати найбільшою проблемою у розв'язанні цього питання [77]".

Крім того, "варто розглянути доцільність використання спеціальних комп'ютерних програм для виявлення та перевірки правдивості тверджень і повідомлень з метою виявлення маніпулятивних тактик [80, с. 83]".

Під час створення матеріалів текстових або ж сюжетів на телебаченні, важливо зберігати професійний підхід, не піддаватися емоціям війни. Всі ці практики формують комплексний підхід до етичної журналістики в умовах воєнного конфлікту.

3.3. Авторський досвід: створення етичного новинного сюжету

Телевізійний сюжет – це короткий, завершений за формою журналістський матеріал, який розповідає глядачам про певну подію, явище або тему через показ відео та коментарі. Як журналіст, я бачу сюжет як інструмент, який дозволяє у кілька хвилин донести глядачам суть події чи теми, залучаючи свідків, експертів, учасників події для створення повної і об'єктивної картини. Хоча визначень цього поняття багато і називають його по-різному. "Відеосюжет - інформаційний жанр тележурналістики, короткий відеоматеріал, показує основні моменти події в їхній природній послідовності [85]". К. Ігошев за визначенням, поданим у монографії Л. Левітана та Л. Цилевича «Сюжет у художній системі літературного твору», зазначає, що сюжетологія – це вивчення сюжету як

літературознавчої категорії й сюжетів у їхньому зв'язку з позалітературною дійсністю та в їхньому історичному житті [86].

“Якщо сюжет репортажний, то головна репортерська робота відбувається безпосередньо на місці події. Якщо сюжет іншого типу, то успіх майбутнього сюжету багато в чому залежить від попередньої підготовки репортера до зйомки, від його поінформованості про подію, явище або людину, яку репортер збирається знімати. Більшість сюжетів, що входять до випусків новин, є репортажними [87]”.

У цьому розділі я поділюся власним досвідом створення новинного сюжету на основі людської історії, зверну увагу на алгоритм роботи, етапи верифікації даних та етичні рішення, без яких неможливо побудувати якісний матеріал (повний текст сюжету див. Додаток 3).

Історія моєї роботи над цим сюжетом розпочалася після того як я отримала інформацію від своєї редакторки. Отже перший етап роботи над сюжетом, що полягає у виборі теми – я пропустила. Вона в мене вже була. Моє завдання полягало в тому аби якісно та всебічно розповісти про військовослужбовця Сергія Печеного.

Отож свою роботу я розпочала зі збору інформації. Попередньо я зателефонувала дружині військовослужбовця. Наше спілкування тривало в межах десяти хвилин, проте і цей час був дуже важливим, адже я дізналася більше про самого військовослужбовця, про те, що в нього є однорічна донька. Також під час розмови я врахувала те, наскільки моя героїня відкрита у спілкуванні, настільки щиро висловлює свої емоції і це також важливо. Під час телефонної розмови ми домовились про те, що першу частину історії ми запишемо у них вдома, разом із донькою. А далі ми прямуватимем на кладовище, адже, як розповіла Світлана, вона їздить на могилу до свого чоловіка ледь не щоденно. І це важливий момент історії та цього зв'язку між чоловіком та дружиною.

Отож за кілька днів ми зустрілися та познайомились особисто. Для мене, як журналістки було дуже важливо встановити попередній контакт, налаштувати жінку на відверту розмову, аби вона не соромилась перед камерою. Також у нас в кадрі була однорічна донька Сергія та Світлани. І хоча дівчинка ще не розмовляла, вона могла злякатися незнайомих людей – мене та оператора. Тому поки оператор налаштовував місце для запису інтерв'ю, світло та камеру – ми пограли з нею в іграшки та заодно поговорили зі Світланою, я запитала які питання для неї є небажаними, які теми вона взагалі не хоче піднімати, отже ми встановили етичні межі. Коли ми розпочали запис, Світлана вже була налаштована на розмову і ми проговорили більше 20 хвилин. Матеріалу було достатньо. Далі ми перейшли до другого етапу. Нам було важливо вловити момент як мати грається з дівчинкою, зняти кадри із самою дівчинкою, адже, за словами матері, вона ледь не копія свого тата. В цей момент до нас прийшов син Світлани від першого шлюбу. Жінка розповіла, що він також дуже допомагає їй у догляді за малечою. Ми записали ще невеликий фрагмент інтерв'ю. Опісля разом зі Світланою ми поїхали на її авто на кладовище. Це дало нам змогу зняти момент того як Світлана їде в дорозі і перші хвилини після прибуття. Мені як журналістці було важливо зафільмувати всі ці щемливі моменти. Світлана говорила з чоловіком, наливала йому каву. В цей момент я була в стороні, дала жінці час та простір побути одною. Через деякий час вона була готова спілкуватися і ми поспілкувалися під запис. Після запису цієї частини сюжету ми попрощалися із Світланою і я розпочала роботу над іншою частиною сюжету. Світлана розповіла нам, що: “її чоловік мав багато грамот та нагород. За життя був поданий командиром на орден "За Мужність" III ступеня та "Золотий Хрест" від Головнокомандувача Збройних сил України. Але не встиг їх отримати [78]”. Від імені Суспільного я надіслала інформаційний запит до 1-ї окремої танкової Сіверської бригади. У своїй відповіді вони підтвердили, що подавали військовослужбовця на нагородження і робили це три рази. Розповіли, що триває підготовка до подання на нагородження орденом “Золота Зірка”. Вони

зазначили, що розгляд та ухвалення рішень за цими поданнями роблять органи, які уповноважені на це. Крім того, 1 окрема танкова Сіверська бригада допомогла нам записати бійців бригади, побратимів Сергія, адже територіально ми це зробити не могли. Але саме вони – ті люди, які могли розповісти яким Сергій був у бою, як його сприймали у війську. І мені доволі запам'яталась фраза військовослужбовця на позивний "Спароу". Він сказав, що Матрос – це “легенда бригади” і це дуже сильна цитата насправді. Матрос давав бригаді спокій та впевненість, наскільки це можливо в умовах ведення бойових дій. Він додав що вони в бригаді не вірили що може статися так, що Сергій загине, адже він мав колосальні знання. Аби збалансувати матеріал, телефоном я записала інтерв'ю екскомандира 1-ї окремої танкової Сіверської бригади Леоніда Ходи. Він сказав, що Сергій Печений з позивним "Матрос" був фахівцем найвищого розряду. І додав, що такого бійця, з такими навичками, вже не буде.

Після того як я записала всіх героїв цієї історії, я приступила до розпису відео. Мені важливо працювати саме з інформацією текстово, адже так вона чітко переді мною і я бачу хто що сказав, скільки це триває по часу. А це важливо через те, що в сюжеті синхрони мають бути не довше 20 секунд. Так, вони зрідка можуть бути довшими, але це має бути виправдано важливістю інформації, яка там озвучується і виправдано тим, що скоротити синхрон ніяк не можливо.

Розпис всіх частин сюжету в мене зайняв доволі багато часу, далі я почала писати сам сюжет. Це етап формування концепції. Я визначаю основну ідею, послідовність введення в сюжет інформації, хто за ким для того щоб нічого не упустити. Під час написання матеріалу я визначаю яка інформація є важливою і несе в собі фактаж, а яка є більше як висловлення емоцій. Тут також важливий баланс між цим, але я в своїх матеріалах надаю перевагу фактажу. Можливо, це і є прояви того “авторського стилю”.

Після закінчення матеріалу я ще раз перечитую текст, перевіряю повторно фактаж, звіряюсь із датами, подіями про які мені говорили герої і дивлюсь аби я нічого не упустила і не перекрутила.

Далі починається етап вичитування матеріалу редактором. Він може виправити граматичні помилки, лексичні і загалом перевірити наскільки легко сприймається матеріал та чи правильно подана інформація. Загалом це займає не надто багато часу, але це в залежності від розміру сюжету.

Після вчитки я підготовлюю додаткові матеріали в сюжет. Дружина Світлана надсилала мені спільні фото їхньої родини, фото та відео Сергія у війську. І відправляла ці файли мені Світлана у різних месенджерах. Я мала зберегти їх на сервер аби відеоінженери мали до них доступ. Отож наступний етап – начитування тексту. Я йду в спеціально обладнану кімнату, там є професійний мікрофон, стіни в акустичному поролоні. Це робить якість звуку високою. Звукоінженер допомагає налаштувати висоту мікрофону під мене, я одягаю навушники, він вмикає запис і починається процес створення начитки. Коли я все прочитаю, звукоінженер чистить звук від зайвого, від частинок де я збивалась в інтонації і готово. Він кладе звук на сервер, де його і беруть відеоінженери.

І починається етап монтажу. Це достатньо відповідальний етап для мене особисто. Чому – тому що може злетіти титра людини, відеоінженер може не правильно перенести з мого тексту прізвище героя, або поставити фото яке не відповідає тому, про що йдеться у матеріалі. Тож я завжди поруч в цей момент з відеоінженером. Більшість роботи виконує він, а моя задача – пильнувати за процесом. Монтаж займає декілька годин в цьому випадку, адже сюжет достатньо великий. Як порівняння – звичний телевізійний сюжет має тривати до трьох хвилин, а цей мій сюжет тривав 7 хвилин 17 секунд. Під час монтажу ми обговорюємо які кадри краще використати, я можу висловлювати свою думку стосовно ракурсів, які я хочу показати в сюжеті. Тобто у нас комунікація і командна робота.

Після того як сюжет повністю змонтований, він відправляється на звук. Йдеться про те, що його із сервера повторно забирає звукоінженер. Тут його задача порівняти всі звукові доріжки, адже є доріжка із моїм голосом, а є доріжка

із синхронами. Вони мають бути однаковими по гучності. Цей процес займає до 10 хвилин. В цей момент ми з відеоінженером передивлюємось повністю змонтований матеріал, звіряємо титри. Потім по готовності підставляємо порівняний звук.

Версій сюжету має бути дві. Одна – це та, яку ми віддаємо на новини, на центральний телеканал. І вона має тривати до 3 хвилин. Це встановлені обмеження і їх не бажано порушувати. А для стрічки і ютуб-каналу Суспільного Чернігів тривалість сюжету не обмежується. Ці версії я також перевіряю. Все зберігається на сервер. Далі текст переходить до рук діджиталу і вони готують заголовки та публікують мій матеріал на сайт. В переважній більшості наші сюжети публікуються у вечірній час, починаючи з 17 години. Цей матеріал був опублікований 02 січня 2025 року об 19:39. Його поширюють по всіх соцмережах “Суспільне Чернігів. Це і у Facebook, Instagram, YouTube та Telegram, а також WhatsApp. Також ми маємо власний сайт.

На погодження свої матеріали ми не даємо, тільки у випадку коли знімаємо військовослужбовців це можливо. Але в той же час мені завжди важлива думка людей щодо створеного мною матеріалу. Світлана сказала, що матеріал вийшов ґрунтовний, до того ж він допоміг їй швидше зібрати підписи під петицією на сайті Президента. Вона її створювала для того щоб її чоловікові дали посмертно звання Героя України. Петицію вдалося закрити, вона має 25743 підписів. Проте і до нині перебуває на розгляді.

Підсумовуючи свій досвід, я чітко усвідомлюю як важливо було якісно зібрати всі факти, впорядкувати інформацію та зробити цю історію зворушливою, але при тому не маніпулювати фактами. Я дала висловитися і бригаді, у якій служив чоловік, і його побратимам, і дружині. Це всебічно розкрило Сергія як і сім'янина, чоловіка, батька, так і військовослужбовця.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Тимошик М. Стандарти журналістики: поняття, генеза, зміст, практика. Український інформаційний простір, № 9. С. 30–56. URL: <http://ukrinfospace.knukim.edu.ua/article/view/257058/253992> (дата звернення: 20.04.2025).
2. Захарченко О. Стандарти журналістики: основи професійності чи застарілі рамки? Інститут масової інформації: офіційний веб-сайт. URL: <https://imi.org.ua/articles/standarti-jurnalistiki-osnovi-profesiynosti-chizastarili-ramki-i178>
3. Методологія оцінки професійності та відповідальності онлайн-медіа URL: <https://imi.org.ua/monitorings/metodolohiia-otsinky-profesiynosti-ta-vidpovidalnosti-onlayn-media-i28289> (дата звернення: 25.04.2022).
4. Кучерявенко В. С. Стандарти журналістики як інструмент боротьби з інформаційними маніпуляціями. *"Scientific notes of V. I. Vernadsky Taurida National University", Series: "Philology. Journalism"*. 2024. Т. 2, № 5. С. 291–294. URL: <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.5.2/43> (дата звернення: 29.04.2025).
5. Довженко О. Ще раз про стандарт балансу думок у час війни. *detector.media*. URL: <https://detector.media/blogs/article/196799/2022-02-23-shche-raz-pro-standart-balansu-dumok-u-chas-viyny/> (дата звернення: 29.04.2025).
6. Борсук Н.І., Бездіжа А.А., Онищук В.М. Стандарти подачі інформації у новинних випусках. The 7-th International scientific and practical conference- Topical issues of modern science, society and education (January 29–31, 2022) SPC «Sci-conf.com.ua», Kharkiv, Ukraine. 2022. Р. 1244–1252.
7. Стеблина Н.О., Борищук В. В. Комп'ютерний аналіз дотримання стандарту відокремлення фактів від коментарів в українських онлайн-ЗМІ. *Public networks and communications*. С. 38–47.

8. Голуб О.П. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практичний посібник / Інститут масової інформації. Київ: ТОВ «Софія-А», 2016. 184 с
9. Професійні журналістські стандарти: інформаційна довідка. *Інститут масової інформації*. URL: <https://imi.org.ua/advice/profesiyni-zhurnalistiski-standarty-normatyvna-dovidka-i31933> (дата звернення: 01.05.2025).
10. Журналістські стандарти: інформаційна довідка. *Інститут масової інформації*. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/jurnalistiski-standarti-informatsiyna-dovidka-i28623> (дата звернення: 29.04.2025).
11. Професійні стандарти журналіста. *Освітній проект «На Урок» для вчителів*. URL: <https://naurok.com.ua/profesiyni-standarti-zhurnalista-238228.html> (дата звернення: 08.05.2025).
12. Професійні стандарти інформаційної журналістики. *Четверта влада*. URL: <https://4vlada.com/tivne/8411> (дата звернення: 19.04.2025).
13. Сучасні стандарти професійної журналістики. *Інститут масової інформації*. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/suchasni-standarty-profesijnoyi-zhurnalistyky-i42512> (дата звернення: 09.05.2025).
14. Професійна етика журналіста. Зasadничі принципи – European Media Union | Європейська медійна спілка. *European Media Union | Європейська медійна спілка*. URL: <https://mediaunion.eu/ua/journalism-ethics/> (дата звернення: 10.04.2025).
15. Школа громадянської журналістики. Урок 6: Основи журналістської етики [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://school-cj.org/courses/journalism/lesson-6> (дата звернення: 15.04.2025).
16. Управління ООН з наркотиків і злочинності. Модуль 10: Суспільна довіра та корупція / Програма "Освіта для справедливості" (E4J) [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.unodc.org/documents/e4j/IntegrityEthics/E4J_Integrity_and_Ethics_Module_10_final_UKR.pdf — Дата звернення: 11.04.2025.

17. detector.media. SEO в битві з журналістськими стандартами. *detector.media*. URL: <https://detector.media/infospace/article/233048/2024-10-04-seo-v-bytvi-z-zhurnalistskymy-standartamy/> (дата звернення: 12.04.2025).
18. Загрози месенджера Telegram: що потрібно знати про ризики користування улюбленим месенджером? – CyberLab. *CyberLab – Експертизи. Розслідування. Безпека*. URL: <https://cyberlab.ua/archives/5413> (дата звернення: 10.05.2025).
19. Поліковська Ю. Мережа телеграм-каналів «Труха» поширила фейкові повідомлення про виплати від ООН українцям. *ms.detector.media*. URL: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/34652/2024-04-13-merezha-telegram-kanaliv-trukha-poshyryla-feykovi-povidomlennya-pro-vyplaty-vid-onn-ukraintsyam/> (дата звернення: 11.05.2025).
20. Баранівська М. ІМІ дослідив, що і як пишуть анонімні телеграм-канали з мільйонною аудиторією про публічних осіб в Україні. *detector.media*. URL: <https://detector.media/infospace/article/223523/2024-02-27-imi-doslidyv-shcho-i-yak-pyshut-anonimni-telegram-kanaly-z-milyonnoyu-audytoriieyu-pro-publichnykh-osib-v-ukraini/> (дата звернення: 13.05.2025).
21. Семенюта І. Кількість українців, що отримують новини з телеграму, за два роки війни збільшилася з 20% до 70%. *ms.detector.media*. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/34470/2024-03-19-kilkist-ukraintsiv-shcho-otrymuyut-novyny-z-telegramu-za-dva-roky-viyny-zbilshylasya-z-20-do-70/> (дата звернення: 13.05.2025).
22. Журналістика інтерпретації та точна журналістика. *StudFiles*. URL: <https://studfile.net/preview/7608518/page:40/> (дата звернення: 13.05.2025).
23. Інститут масової інформації, ГО «Детектор медіа». «МедіаЧек»: «ВВС Україна» порушила професійні стандарти в матеріалі про російських військовополонених. *detector.media*. URL: <https://detector.media/community/article/214995/2023-08-01-mediachek-vvs->

ukraina-porushyla-profesiyni-standarty-v-materiali-pro-rosiyskykh-viyskovopolonenykh/ (дата звернення: 18.05.2025).

24. Патока М. На продюсера Суспільного Юрія Макарова здійснили напад. Очільник МВС взяв розслідування під контроль. Що відомо?. *suspilne.media*. URL: <https://suspilne.media/997161-na-vikonavcogo-produsera-suspilne-movlenna-uria-makarova-zdijsnili-napad/> (дата звернення: 18.05.2025).

25. 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. – Видання друге, доповнене. – К., 2023. – 138 с.

26. Ембарго (журналістика) – Вікіпедія. *Вікіпедія*. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Ембарго_\(журналістика\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Ембарго_(журналістика)) (дата звернення: 18.05.2025).

27. Бедна А. За працівницю Деснянського райсуду Чернігова, яку підозрюють у виправдовуванні агресії РФ, не вносили заставу. *suspilne.media*. URL: <https://suspilne.media/chernihiv/1021287-za-pracivnicu-desnanskogo-rajsudu-chernigova-aku-pidozruut-u-vipravdovuvanni-agresii-rf-vnesli-castinu-zastavi/> (дата звернення: 19.05.2025).

28. Сорока Ю. Журналісти на війні. Документальні дослідження, хронікальний літопис, аналітика. Харків : Фоліо, 2022. 448 с.

29. Військова журналістика. український аспект: становлення української військової журналістики; місце військової журналістики у медіапросторі в період воєнного стану; правові підстави діяльності військових журналістів під час воєнних дій / Укл.: Копотун І. М., Коропатнік І. М., Микитюк М. А., Павлюк О. О., Пасіка С. П., Петков С. В. — Київ. ВД «Професіонал», 2023. — 676 с

30. Статус журналіста та підготовка до роботи під час війни - Центр демократії та верховенства права. *Центр демократії та верховенства права*

-. URL: <https://cedem.org.ua/news/status-zhurnalista> (дата звернення: 22.07.2025).

31. Дашковська О. Р., Васютін В. О. Правовий захист журналістів під час міжнародних збройних конфліктів // Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Юридичні науки". — 2022. — № 11. <https://doi.org/10.25313/2520-2308-2022-11-8394> (дата звернення: 22.07.2025).

32. Додатковий протокол до Женевської Конвенції від 12.08.1949 року, що стосується захисту жертв міжнародних збройних конфліктів (Протокол I) з поправками від 30.11.93 року: Протокол ООН від 30.11.1993 року (дата звернення: 25.07.2025).

33. Лиховій Д. Про відповідальність медійників. Воєнний аспект-2025. *detector.media*. URL: <https://detector.media/community/article/238149/2025-02-12-pro-vidpovidalnist-mediynykiv-voiennoyy-aspekt-2025> (дата звернення: 22.07.2025).

34. Яку інформацію не можна розміщувати в медіа під час воєнного стану?. *НСЖУ*. URL: <https://nsju.org/yuridichna-konsultacziya/yaku-informacziyu-ne-mozhna-rozmishhuvaty-v-media-pid-chas-voyennogo-stanu-2> (дата звернення: 22.07.2025).

35. Новини під час війни. Аналіз професійних стандартів провідних онлайн-медіа в грудні 2023 року. *Інститут масової інформації*. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/novyny-pid-chas-vijny-analiz-profesijnyh-standartiv-providnyh-onlajn-media-u-grudni-2023-roku-i58066> (дата звернення: 22.07.2025).

36. Куляс І. Моніторинг телемарафону «Єдині новини» й ефіру Першого каналу Суспільного за 14–16 липня 2025 року. *detector.media*. URL: <https://detector.media/shchodenni-telenovini/article/242809/2025-07-22-monitoring-telemarafonu-iedyni-novyny-y-efiru-pershogo-kanalu-suspilnogo-za-1416-lipnya-2025-roku> (дата звернення: 22.07.2025).

37. Дем'яненко Б. Українські ЗМІ в конструюванні політичної реальності і віртуалізації політичного процесу (помірковані технології) [Електронний ресурс] / Б. Дем'яненко. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/demianenko_ukrainski.pdf.
38. Психологічний словник / авт.-уклад. В.В. Синявський, О.П. Сергєєнкова ; за ред. Н.А. Побірченко. Київ : Науковий світ, 2007. С. 274.
39. Вплив TikTok культури на сучасне сценічне мистецтво. *Захищена сторінка*. URL: <https://rems.knukim.edu.ua/home/news/1995-vplyv-tiktok-kultury-na-suchasne-stsenichne-mystetstvo.html> (дата звернення: 03.07.2025).
40. Українська правда. Життя. "Фортеця Львів". Як російське ІпСО просувають у Tik-Tok та чим воно небезпечне. *Українська правда. Життя*. URL: <https://life.pravda.com.ua/society/2023/08/19/256028/> (дата звернення: 10.07.2025).
41. Маніпулятивний вплив медіа. Частина I. Маніпуляції – урок. Громадянська освіта, 10 клас. *МійКлас*. URL: <https://www.miyklas.com.ua/p/gromadyanska-osvita/10-klas/svit-informatciyi-ta-mas-media-365485/manipuliativnii-vplyv-media-365913/re-e1a703d1-f85f-4e21-9204-1d1cf58d8043> (дата звернення: 17.07.2025).
42. Щука О. Маніпулятивний вплив медіа. *vseosvita*. URL: <https://vseosvita.ua/lesson/manipulyatyvnyi-vplyv-media-119508.html> (дата звернення: 18.07.2025).
43. Михайлов Д., Галка Н., Коломієць Д. Акція протесту у Києві щодо незалежності НАБУ і САП перед голосуванням нового законопроекту у Раді. *suspilne.media*. URL: <https://suspilne.media/1079427-akcia-protestu-u-kievi-sodo-nezaleznosti-nabu-i-sap-pered-golosuvannam-novogo-zakonoproektu-u-radi-suspilne-nazivo/> (дата звернення: 31.07.2025).
44. Водницька Г., Коржук Д., Пенкалюк С. "Люди з картонками". Хто приходить на акції проти закону щодо позбавлення незалежності НАБУ та САП у Франківську. *suspilne.media*. URL: <https://suspilne.media/ivano->

frankivsk/1076389-ludi-z-kartonkami-hto-prihodit-na-akcii-proti-zakonu-sodo-pozbavlenna-nezaleznosti-nabu-ta-sap-u-frankivsku/ (дата звернення: 31.07.2025).

45. Що таке академічна доброчесність?. Наукова бібліотека Запорізького державного медико-фармацевтичного університету. *Головна. Наукова бібліотека Запорізького державного медико-фармацевтичного університету*. URL: https://lib.mphu.edu.ua/p_78.html (дата звернення: 01.08.2025).

46. Більше офіціозу і більше туману. Моніторинг новин про війну в онлайн-медіа. *Інститут масової інформації*. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/bilshe-ofitsiozu-i-bilshe-tumanu-monitoryng-povyn-pro-vijnu-v-onlajn-media-i69021> (дата звернення: 01.08.2025).

47. Шорохова А. Окупанти намагались висадитися на островах Херсонщини, однак українські захисники зірвали спробу. Джерело: <https://censor.net/ua/v3558447>. *Цензор.НЕТ*. URL: <https://censor.net/ua/videonews/3558447/okupanty-znovu-namagalys-vysadytysya-na-ostrovah-hersonschyny> (дата звернення: 01.08.2025).

48. Сидоренко Д. Особливості маніпуляцій у студентському середовищі : курсова робота. Київ, 2023. 34 с.

49. Поліщук Д. Виявлення психологічних маніпуляцій у процесі міжособистісної взаємодії. *Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції (ВНПЗ ДГУ, 30.09.2021)* : Матеріали конф., 3 серп. 2021 р. 2021.

50. Як розпізнати емоційну маніпуляцію: психологи назвали 10 ознак. *Новини України - останні новини України сьогодні - УНІАН*. URL: <https://www.unian.ua/curiosities/yak-rozpiznati-emociynnu-manipulyaciyu-psihologi-nazvali-10-oznak-12733680.html> (дата звернення: 01.08.2025).

51. Лакофф, Дж., Джонсон, М. (1980). *Metaphors We Live By*.

52. Негуляєва А. Метафоризація політичної публіцистики бориса джонсона : Магістерська робота. Кривий Ріг, 2021. 80 с.

53. Пономарьова Н.М. Новітні підходи до сучасних маркетингових комунікацій. ХНАДУ. 2011. № 3 С. 75-86.
54. Сосой Є. Фейки в медіа під час повномасштабної війни в Україні (за матеріалами 2022 року) : Кваліфікаційна робота. Харків, 2023. 52 с.
55. Посадовці й політики. Про кого найбільше пишуть медіа – моніторинг ІМІ. *Інститут масової інформації*. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/posadovtsi-i-polityky-pro-kogo-najbilshe-pyshut-media-monitoryng-imi-i68823> (дата звернення: 02.08.2025).
56. Що таке "джинса": її види та приклади. *Просто про складне*. URL: <https://investif.in.ua/shho-take-dzhynsa-yiyi-vydy-ta-pryklady> (дата звернення: 01.08.2025).
57. Майданюк В. Ознаки джинси: як розпізнати приховану рекламу. <https://infolight.in.ua>. URL: <https://infolight.in.ua/2025/02/18/oznaky-dzhynsy-yak-rozpiznaty-pryhovanu-reklamu> (дата звернення: 02.08.2025).
58. Сафаров А. Вимоги до маркування реклами – роз'яснення юристів ІМІ. *Інститут масової інформації*. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/vymogy-do-markuvannya-reklamy-roz-yasnennya-yurystiv-imi-i32453> (дата звернення: 02.08.2025).
59. Стаття 9. Ідентифікація реклами - Про рекламу - Закони України | Protocol. *Безкоштовний сервіс для вирішення Юридичних питань №1 в Україні!*. URL: https://protocol.ua/ua/pro_reklamu_stattya_9 (дата звернення: 02.08.2025).
60. Коментар до закону України про рекламу. <https://www.google.com/>. URL: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwje34qMlvGOAxV_QVUIHWqTN_MQFnoECBsQAQ&url=http://www.rakurs-dnepr.com.ua/rakurs/docs/doc_16.pdf&usg=AOvVaw3KJWn2Vc4QDmleObrciDQ0&opi=89978449 (дата звернення: 01.08.2025).

61. Джинса та неналежне маркування реклами: відповідальність медіа. *Інститут масової інформації*. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/dzhynsa-ta-nenalezhne-markuvannya-reklamy-vidpovidalnist-media-i55548> (дата звернення: 02.08.2025).
62. *Journal of Communication*, Volume 75, Issue 1, February 2025, Pages 1–15, <https://doi.org/10.1093/joc/jqae044>
63. У військовій частині на Чернігівщині масштабно крали продукти: в Генпрокуратурі розповіли подробиці. *Новини про Чернігів та Чернігівську область*. URL: <https://cntime.cn.ua/u-vijskovij-chastini-na-chernigivshini-masshtabno-krali-produkti-v-genprokuraturi-rozpovili-podrobic-article> (дата звернення: 02.08.2025).
64. Синчак Б. А. Деонтологія журналістської діяльності: виклики, дилеми, тенденції. Суми, 2023. 230 с
65. Журналістика на війні: виклики, стандарти та поради від військового журналіста | НСЖУ. *НСЖУ*. URL: <https://nsju.org/novini/zhurnalistyka-na-vijni-vyklyky-standarty-ta-porady-vid-vijskovogo-zhurnalista/> (дата звернення: 03.08.2025).
66. Учасники проектів Вікімедіа. Вбивство Ірини Фаріон – Вікіпедія. *Вікіпедія*. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Вбивство_Ірини_Фаріон (дата звернення: 04.08.2025).
67. Стеблина Н. Параграф 4. Оперативність та своєчасність, або Чому найшвидші ЗМІ все ж запізнюються зі своїми новинами?. *Місцева преса: посібник для ЗМІ*. URL: <http://www.ualocal.media/?p=90> (дата звернення: 04.08.2025).
68. Іванина Р., Майорова Н. Найкращий час для публікацій в Instagram. <https://elit-web.ua>. URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/luchshee-vremja-dlja-publikatsij-v-instagram#:~:text=Понеділок%20У%20перший%20робочий%20день%20люди>

%20зазвичай, повертаються%20додому%20та%20розслабляються%20після%20робочого%20дня. (дата звернення: 05.08.2025).

69. Леру не врятували - Газета Вість. *Газета Вість*. URL:

<https://vestgazeta.com.ua/misto/leru-ne-vryatuvaly> (дата звернення: 06.08.2025).

70. Кириєнко М., Шапошніков Д. Рідні не вірять, що він загинув у літаку РФ: на Чернігівщині попрощалися з Володимиром Грищенком, якого мали обміняти.

suspilne.media/chernihiv. URL: <https://suspilne.media/chernihiv/1076869-ridni-ne-virat-so-vin-zagynuv-v-litaku-rf-na-chernigivsini-poprosalisa-z-volodimirom-grisenkom-akogo-mali-obminati/> (дата звернення: 06.08.2025).

71. Буняк В. Росія поширює хвилю фейків для виправдання своїх нічних ударів по цивільних в Україні, – ЦПД. *detector.media*. URL:

<https://detector.media/infospace/article/240270/2025-04-24-rosiya-poshyryuie-khvylyu-feykiv-dlya-vypravdannya-svoikh-nichnykh-udariv-po-tsyvilnykh-v-ukraini-tspd/> (дата звернення: 06.08.2025).

72. Чорна О. Кількість українців з високим індексом медіаграмотності знизилася за другий рік війни, – дослідження «Детектора медіа».

ms.detector.media. URL: <https://ms.detector.media/proekti-go-detektor-media/post/34730/2024-04-22-kilkist-ukraintsiv-z-vysokym-indeksom-mediagramotnosti-znyzylasya-za-drugyy-rik-viyny-doslidzhennya-detektora-media/> (дата звернення: 06.08.2025).

73. Після атаки РФ по Києву фотографи Ліберови та Малолетка опублікували фото оголених поранених українців: їх розкритикували → ZMINA. *ZMINA*. URL: <https://zmina.info/news/pislya-ataky-rf-po-kyuevu-fotografy-liberovy-ta-malolyetka-opublikuvaly-foto-ogolenyh-poranenyyh-ukrayincziv-yih-rozkrytykuvaly/> (дата звернення: 06.08.2025).

74. Резніченко В. "Це чийсь син або донька": українці засудили відомих фотографів за знімки жертв обстрілу Києва. *ФОКУС*. URL:

<https://focus.ua/uk/ukraine/703518-ce-chiys-sin-abo-donka-ukrajinci-zasudili-vidomih-fotografiv-za-znimki-zhertv-obstrilu-kiyeva> (дата звернення: 06.08.2025).

75. Порошенко передав українським підрозділам дрони на оптоволокну та інше озброєння. *5.ua*. URL: <https://www.5.ua/suspilstvo/poroshenko-peredav-ukrainskym-pidrozdilam-drony-na-optovolokni-ta-inshe-ozbroiennia-353446.html> (дата звернення: 06.08.2025).

76. Головна - MEDIA DEVELOPMENT FOUNDATION. *MEDIA DEVELOPMENT FOUNDATION*. URL:

<https://www.mediadevelopmentfoundation.org/> (дата звернення: 06.08.2025).

77. Бедна А., Горнова В. Росіянин Євгеній Казанцев обороняв Чернігів та потрапив у полон РФ: чому його не обмінюють. *suspilne.media/chernihiv*. URL: <https://suspilne.media/chernihiv/847811-ukrainec-i-duhom-i-krovu-ale-mae-gromadanstvo-nekrasive-comu-ne-obminuut-zahisnika-cernigova-evgenia-kazanceva/> (дата звернення: 06.08.2025).

78. Бедна А. "Борюсь за те, щоб держава знала, кого втратила", – дружина загиблого командира взводу снайперів 1-ї танкової бригади. *suspilne.media/chernihiv*. URL: <https://suspilne.media/chernihiv/916485-borus-za-te-sob-derzava-znala-kogo-vtratila-druzina-zagiblogo-komandira-vzvodu-snajperiv-1-i-tankovoi-brigadi> (дата звернення: 07.08.2025).

79. Левицька І. М. Маніпуляція у міжособистісній взаємодії: поняття та зміст. Вісник Національного університету оборони України: Питання психології. 2014. № 6 (43). С. 212 – 216.

80. Преснер Р.Б., Котенко М.В. Вербальні інформаційно-маніпулятивні технології та способи їх протидії. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер. Філологія. 2020. № 46, том 2. С. 79–83.

81. Як нас дурять за допомогою фото, згенерованих штучним інтелектом. *Головна - PECHERA.info Чернігівський онлайн-журнал*. URL: <https://pechera.info/news/259-iak-nas-duriat-za-dopomogoiu-foto-zgenerovanix-stucnim-intelektom.html> (дата звернення: 08.08.2025).

82. Демидчук О. Згенерована брехня: як ШІ-зображення стають зброєю для російської пропаганди у Facebook. *Листи до приятелів*. URL:

<https://lysty.net.ua/згенерована-брехня-як-ші-зображення-с> (дата звернення: 08.08.2025).

83. Тимошик, М. (2023). Як писати журналістські тексти: до проблеми методики і технології творчості. *Український інформаційний простір*, (1(11), 14–40. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(11\).2023.279545](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(11).2023.279545).

84. Тимошик М. Ще раз про стандарти українського журналіста. *Український інформаційний простір*, 2016. Число 4. С. 190–203.

85. Відеосюжет :: Oleksandr-Dragan. *Oleksandr-Dragan*. URL: <https://oleksandr-dragan.webnode.com.ua/porozhnya-storinka2/> (дата звернення: 08.08.2025).

86. Ігошев К. Сюжет, фабула та композиція: розмежування значень термінів. *Теоретична і дидактична філологія. Серія : Філологія*. 2017. Вип. 25. С. 144–152. URL:

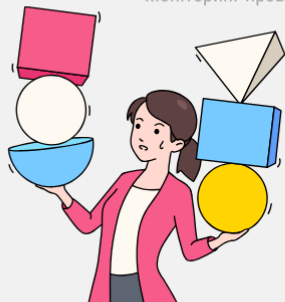
<http://dspace.snu.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/1039/1/%D0%86%D0%B3%D0%BE%D1%88%D0%B5%D0%B2%2C%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%8F%2C%20%D0%9F%D0%B5%D1%80%D0%B5%D1%8F%D1%81%D0%BB%D0%B0%D0%B2%2C%202017.pdf>

87. Телевізійні сюжети поділяються на різні типи.: *StudFiles*. URL: <https://studfile.net/preview/8427923/page:5/> (дата звернення: 09.08.2025).

ДОДАТОК А

ДОТРИМАННЯ СТАНДАРТІВ В УКРАЇНСЬКИХ ОНЛАЙН МЕДІА

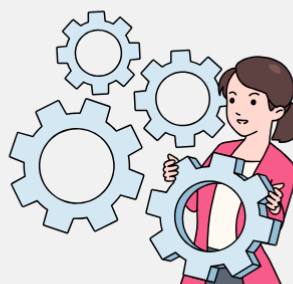
Моніторинг проводився в перший тиждень грудня 2023 року і охопив 25 українських онлайн-медіа



БАЛАНС 96.32%

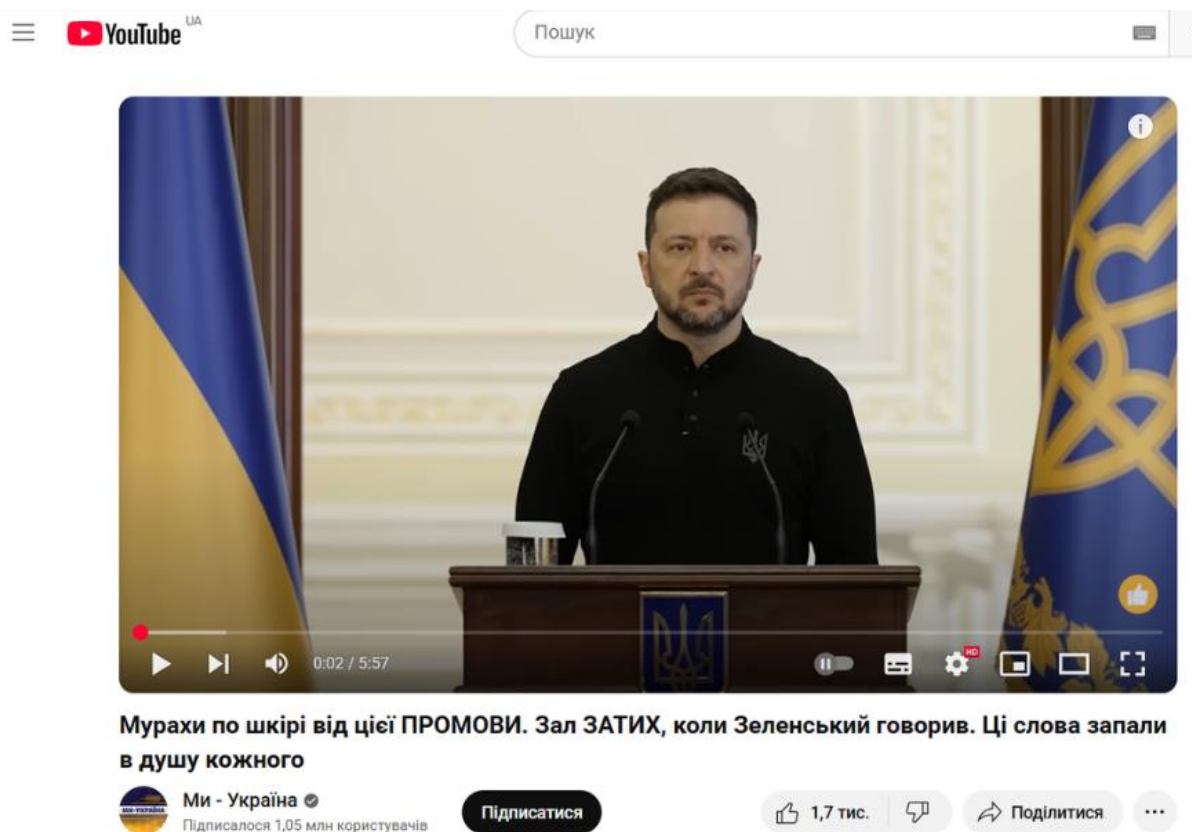


ДОСТОВІРНІСТЬ 95.48%



**ВІДОКРЕМЛЕННЯ ФАКТІВ
ВІД КОМЕНТАРІВ 87.92%**

ДОДАТОК Б



ДОДАТОК В



⚡ ДО МУРАХ! Львів вшанував пам'ять перших загиблих на МАЙДАНІ — вам потрібно це побачити!



Новини.L...
Підписалося...

Спонсорувати

Підписатися

👍 2



Поділитися



ДОДАТОК Г

YouTube UA Пошук



ТЕРМІНОВО! Кияни ЗНОВУ вийшли на МАСОВИЙ МІТИНГ

Espresso.TV Підписалося...

Спонсорувати Підписатися

152

Поділитися

Усі

ІКА У

КІЕВ

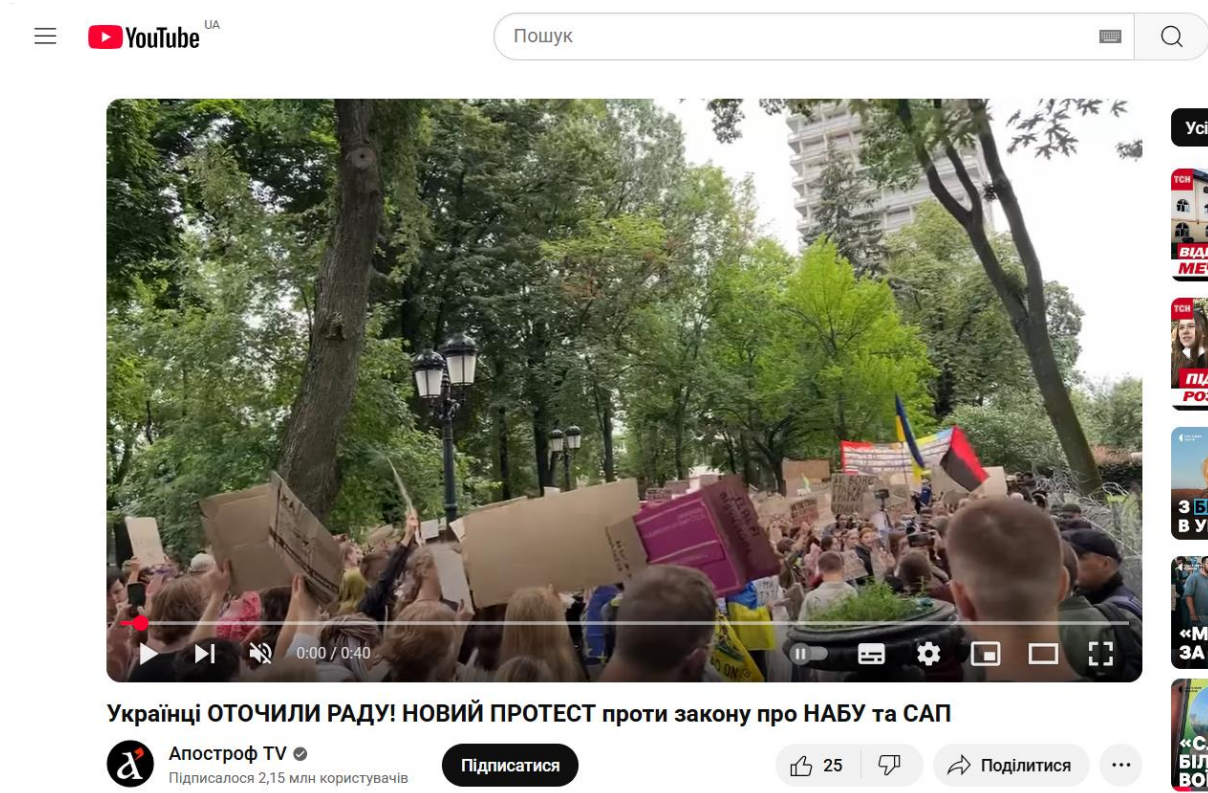
НОР ПОСІ

ЗБИР НА А

РЕАЛІЗА К

ЧОРНО

ДОДАТОК І



ДОДАТОК Д

 UA

Пошук





⚡ Київ ЗАПОЛОНИВ ПРОТЕСТ! Тисячі мітингарів ЖОРСТКО звернулися до влади!
Включення з МІСЦЯ події

 ZAXID.NET
Підписалося 1,66 млн користувачів

Підписатися

2,1 тис.

Поділитися

...



ДЖЕРЕЛА НОВИН ПРО ВІЙНУ



ІНСТИТУТ
МАСОВОЇ
ІНФОРМАЦІЇ



Дані моніторингу новин у 10 найвідвідуваніших онлайн-медіа України: ОВОЗ, Цензор.Нет, 24 канал, ТСН, РБК-Україна, NV, Кореспондент.net, Українська правда, Фокус, УНІАН. Моніторинг провів Інститут масової інформації 16 та 17 червня 2025 року

ДОДАТОК Є

VPN vestgazeta.com.ua/misto/leru-ne-vryatuvaty

Диск Пошта – Бедна Алл... Дискусія щодо ети... Опитування чернігі... Poda 2024.pdf Google Документи content Microsoft Word - 23... 23.pdf Серпень ТЖКЧерні...



Бабуся над труною Лери

— Яся розповіла мені, що зайшли намочити ноги, — продовжує Оксана Коваль. — Потім надули подушку і вдруге зайшли в річку. Були недалеко від берега, не на глибині. Там, де «лягушатник».

Яся плавала, Лера була за спиною, на подушці. Подув сильний вітер, їх почало відносити течією. Висковзнула подушка. Яся озирнулися, аби Лері передати подушку, а її вже не видно. Яся кричала, кликала на допомогу, наковталася води. Люди на березі дістали телефони, знімали. Кудись дзвонили. Деякі стали пірнати, щоб дістати Леру.

ДОДАТОК Ж

!! Интересное мнение высказал подписчик в комментариях к этому посту: возможно суета с ранеными, пострадавшими от ударов ПВО ВСУ, связана не с оказанием помощи, а с работой по забору органов для пересадки. Что скажете?  8318 8:43



 Кадры 18+.

Последствия работы ПВО ВСУ при отражении ракетного удара по Киеву. Сейчас кадры, на которых запечатлена непосредственно работа ПВО ВСУ не публикуется (цензура СБУ), но когда они публиковались, это выглядело так. Действительно ужасное зрелище.

По словам гауляйтера Кличко, погибли 9 человек. Также сообщается о 63 пострадавших, 42 человека госпитализировали в больницу, среди них 6 детей. Сейчас продолжаются поиски людей под завалами.

Киевляне, не радуйтесь, когда к вам во двор заехал комплекс ПэПэО, потому что он - законная военная цель. Ракетный удар в Киеве нанесен по транспортной инфраструктуре ж/д вокзала Киев-пассажирский, а так же связанным с ним логистической части, местам расположения систем западного ПВО и ПВД ВСУ в районе станции метро Лукьяновская.

Все цели успешно поражены. Включая жд вокзал.  3146 8:44

ДОДАТОК 3

"Борюсь за те, щоб держава знала, кого втратила", — дружина загиблого командира взводу снайперів 1-ї танкової бригади

Військовослужбовець Сергій Печений з Чернігова був командиром першого відділення взводу снайперів 1-ї окремої танкової Сіверської бригади. Дружина Світлана Ніколаєнко майже щодня приїжджає до могили чоловіка з гарячою кавою або чаєм.

Сергій служив з 2010 року у Військово-морських силах. Потім повернувся до цивільного життя, а 2014 року пішов добровольцем захищати Україну. На початку повномасштабного вторгнення брав участь в обороні Чернігова. Третього жовтня 2024 року Сергій Печений загинув у контрснайперському наступі у Курській області РФ. За словами Світлани, ще за життя командир Сергія подав його на орден "За Мужність" III ступеня та "Золотий Хрест" від Головнокомандувача Збройних сил України, але чоловік не встиг їх отримати.

З такими словами Світлана Ніколаєнко майже щодня приходить на могилу до чоловіка:

"Привіт, зайчику. Твоя гаряча кава. Привіт, моє сонечко. Ти бачиш, тобі хтось носить цигарки. Я тобі не ношу, бо була проти. Я не можу – мені треба з ним поспілкуватися. Хоча кажуть, що душа вона повсюди. Але своє заспокоєння, як-то кажуть, своє заспокоїливе я отримую тут".

Сергій Печений з червня 2010 року служив у Військово-морських силах, потім повернувся до цивільного життя. А 2014 року пішов добровольцем захищати Україну, каже Світлана.

"Був учасником антитерористичних різних операцій, суміжних, сукупних з різними частинами. І тоді він повністю став вдосконалюватись. Він мені говорив так: «Світлан, у мене цінності й все розуміння прийшло з тим, як я прийшов на війну»".

У 2019 році Сергій Печений з позивним "Матрос" став командиром першого відділення взводу снайперів 1-ї окремої танкової Сіверської бригади. На початку повномасштабного вторгнення брав участь в обороні Чернігова.

"Він 24 лютого числа зі своїм взводом був на прикордонні. Він заклад вибуховий пристрій на 700 кілограмів".

Світлана Ніколаєнко пригадує: чоловік володів різними видами зброї, власноруч шив екіпірування, опанував картографію та розробив посібник для надання медичної допомоги та евакуації бійців з лінії фронту. Сам Сергій у травні 2023-го в ефірі телемарафону "Єдині новини" про завдання снайперів у танковій бригаді говорив так:

"Ми можемо використовуватися для підсилення розвідки. Це прикрити їх у якихось виходах, ми можемо так само і йти разом із розвідкою. Для цього, відповідно, доведеться брати зброю, автомат з оптикою чи напівавтоматичну гвинтівку. Це все у нас є".

Загинув Сергій Печений 3 жовтня 2024 року в Курській області РФ. У контрснайперському наступі зазнав поранення, несумісне з життям, каже дружина.

"Мій чоловік сам себе занастив, рятуючи хлопців. Бачив, що їдуть дві машини десантників. Вони висадилися і почався прямиий бій. А третя машина зайшла з тилу. Я не знаю, хто там не спрацював в той момент, як воно так вийшло, що вони потрапили в оточення".

У Сергія залишилася однорічна донька – Катерина. Світлана говорить: вона успадкувала від батька характер та зовнішність.

"У нас Катруська ще маленька зовсім, яка піде до садочка. Яка теж захоче татових очей, яка захоче на руки, яка захоче тата побачити. Але в нас цього всього вже не буде. Зараз мені нічого не залишається, як тільки боротись за те, щоб мого чоловіка всі знали, і щоб держава розуміла, кого вона втратила, що на таких людях тримається величезний фронт".

За словами Світлани, її чоловік мав багато грамот та нагород. За життя був поданий командиром на орден "За Мужність" III ступеня та "Золотий Хрест" від Головнокомандувача Збройних сил України. Але не встиг їх отримати. У 1-й окремій танковій Сіверській бригаді підтвердили інформацію про подання Сергія Печеного на нагородження. У відповіді на інформаційний запит Суспільного йдеться, що робили це тричі. Подавали кандидатуру "Матроса" на нагородження орденом "За мужність" III ступеня до Дня Незалежності України у 2023 році, а також у листопаді того ж року. У травні 2024-го подавали на нагородження нагрудним знаком "Золотий Хрест". Зараз триває підготовка подання на нагородження орденом "Золота Зірка". У бригаді зазначили, що надалі розгляд та ухвалення рішень за цими поданнями здійснюються уповноваженими органами згідно з чинним порядком.

"Він вже був фахівцем найвищого розряду. На жаль, такого, як Сергій, вже не буде. Коли командир із цим підлеглим бійцем пройшов цю війну, можна сказати, від перших днів, то це втрата, бо когось вже із рідних сприймається", — розповів екскомандир I-ї окремої танкової Сіверської бригади Леонід Хода.

"Це був мій, так сказати, наставник. Багато чого саме Сергій мене навчив, як і в військовій справі, так і в нашій специфічній роботі. Все, що я знаю — це завдяки Сергію", — розповів військовослужбовець на позивний "Балу".

"До якого б підрозділу не приходив Матрос, всі завжди казали: «О, Матрос з нами, все, ми спокійні». Я, коли дізнався, що "Матрос" загинув, я думаю, як і абсолютна більшість в бригаді, яка його знала, думали, що цього не може статися, бо це дійсно була легенда бригади", — сказав військовослужбовець на позивний "Спароу".